

Televisões, nações e narrações

Para uma revisão das
identidades culturais em
tempos de globalização

MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES

**MARIA IMMACOLATA
VASSALO DE LOPES**
é professora livre-docente
da ECA-USP
e coordenadora adjunta
do Núcleo de Pesquisa de
Telenovela da ECA-USP.

Este estudo insere-se em uma abordagem internacional de cunho transdisciplinar em que o cenário globalizado é tomado através da ótica da complexidade e do movimento dialético entre as ambivalentes tendências à integração e à fragmentação. Neste cenário, a narrativa ficcional televisiva surge como um valor estratégico na criação e consolidação de novas identidades culturais compartilhadas, configurando-se como uma *narrativa popular sobre a nação*. Trabalhamos a hipótese básica da *identidade étnica do gênero ficcional televisivo* ou, em outros termos, do seu processo de *indigenização* (Appadurai, 1990), em razão da grande audiência, preferência e repercussão das teleficionalidades nacionais dentro do contexto televisivo do próprio país. Desta hipótese deriva outra sobre o caráter nacional da teleficção, ou seja, a sua constituição como *gênero nacional*. A pesquisa internacional recente (1) aponta para a ocorrência desse fenômeno nos mais variados países. Isso se deu, por um lado, através de uma particular apropriação

1 Aqui, em particular, trata-se dos estudos anuais feitos desde 1996 por Eurofiction (Observatório Europeu da Ficção Televisiva), constituído por cinco países: Itália (sede), Espanha, Reino Unido, França e Alemanha.

ou *indigenização* da ficção com a tradição cultural de outros meios em cada país (rádio, cinema, teatro, música), tornando-se a ficção um denso território de redefinições culturais identitárias. Por outro lado, o desenvolvimento da capacidade produtiva das televisões passa a expressar-se pela sua maior ou menor capacidade de deslocar as séries importadas norte-americanas do horário nobre e mesmo de disputar a preferência com outros gêneros produzidos domesticamente. Estão aí as origens do que chamamos de *contrato de recepção* e da constituição de um *repertório simbólico compartilhado* (2). A ficção passa a ser um lugar privilegiado onde se narra a nação, *nação representada*, *nação imaginada* (Anderson, 1983), *nação disseminada* (Bhabha, 1997, 2001). Nesses renovados e férteis questionamentos que são definidos como *estudos culturais críticos* (3), a ênfase recai sobre os movimentos de diversidade cultural e de interculturalidade, produzidos pela multiplicação das diferenças e das desigualdades em um contexto de aumento extraordinário de contatos – de pessoas, bens, idéias, significados, e também de um dinâmico movimento de cidadania internacional e de democratização de sistemas políticos (Leste Europeu, China). Entre os fenômenos-chave para entender esta problemática estão a expansão das tecnologias de comunicação e a intensificação das migrações – reais e imaginadas. Da perspectiva comunicacional e cultural, uma complexidade social assim radical e inédita reflete-se num imaginário tanto rico como fragmentado, num patrimônio simbólico (de representações, convenções, sentimentos, gostos, preferências) tanto heterogêneo quanto complicado (para ler e gerir).

Outra particularidade desta orientação de estudo é a sua proposta de intervenção cultural (Campani, 1996), retomando a centralidade que tinha nos pioneiros *cultural studies*, pois a idéia de contribuir para uma política cultural dos meios de comunicação, principalmente da televisão, é inerente ao conceito de interculturalidade. A pesquisa intercultural estende-se muito além dos âmbitos acadêmicos e ilumina a

dimensão propriamente cultural e política das relações internacionais, através das reivindicações de pertencimento e de direito à alteridade. Propomos, no limite, um trabalho de responsabilidade conjunta do pesquisador, do produtor televisivo, do educador e do operador cultural (4).

ESTUDOS INTERNACIONAIS: IDENTIDADES, NAÇÕES, TELEVISÕES

O presente estudo localiza-se no cruzamento e promove a interação recíproca entre o *problema das identidades coletivas e a cultura contemporânea*. O seu contexto é o de uma *sociedade complexa*, na qual a proliferação e o encontro das experiências e das diferenças e a aceleração extraordinária das mudanças culturais tornam a vida de indivíduos, grupos, sistemas e organizações excepcionalmente rica mas também de alto risco (5). *Identidade e cultura* tornaram-se as palavras-chave para adentrar no trabalho de redefinição e reinterpretação que diz respeito ao ser humano e às configurações sociais nas quais ele se individualiza e se socializa. Mas a transformação incessante e a incerteza que caracterizam as nossas sociedades e também, por consequência, a situação das ciências humanas voltadas para analisar e compreender estas transformações carregaram esses dois conceitos de inúmeros significados. Torna-se, por isso, indispensável especificar a aceitação com que se pretende interpretá-los neste estudo que propõe decliná-los através da *perspectiva comunicacional*, mais especificamente, *da televisão e do gênero ficcional televisivo*.

Disso resulta que o foco é propriamente sobre a identidade e a interculturalidade porque é indispensável aos cenários que estamos tentando reconstruir a articulação dos dois fenômenos, o da *difusão dos meios de comunicação* que se seguiu ao desenvolvimento extraordinário das tecnologias no último século e o da *intensificação dos processos migratórios*. Ambos estão asso-

2 Desenvolvemos esses conceitos numa pesquisa sobre recepção (Lopes et al., 2002).

3 Aqui reunimos um conjunto de autores que podem ser definidos dentro dos *critical cultural studies* mais recentes e que têm tido ressonância na pesquisa internacional, tais como: David Morley (1995), Ien Ang (1996), Perti Alasuutari (1999), Stuart Hall (1997), Joshua Meyerowitz (1995), John Tomlinson (1999), Chris Barker (1999), Giovanni Bechelloni (1995, 2001), Milly Buonanno (1999), Roger de la Garde (1997) e outros. Ver Bibliografia.

4 Fala-se muito da singularidade da telenovela brasileira como que um pressuposto indiscutível. Porém, não existe, até agora, pesquisa de natureza internacional e comparada para fundamentar essa especificidade vis-à-vis um conjunto de dados empíricos sobre a ficção televisiva de diversas nacionalidades.

5 Entre os autores que melhor têm sabido descrever as características da contemporaneidade e os desafios da transdisciplinaridade que apresenta, destacamos, Morin (1986, 2002), Giddens (1991, 2002), Wallerstein (1996, 1999), Beck (1999, 2000) e Bauman (1999a, 1999b, 2001).

ciados à ideia de *mobilidade* (circulação de idéias, experiências, homens, imagens, símbolos e significados) e portanto de *modernização potencial*, sendo a *viagem* – real e simbólica –, na ideia de cultura, uma extraordinária ativação de energias e capacidades. Junto a estes argumentos que estão na base do trabalho de redefinição de conceitos a que nos propomos, está o de *nação* como lugar antropológico de construção de identidades (6) e o da escolha das *narrativas ficcionais da televisão* como chave de interpretação (e de orientação) dos processos identitários e culturais em curso (7).

Histórias narradas pela televisão são, antes de tudo, importantes pelo seu significado cultural. Como bem o demonstra o filão de estudos internacionais, a ficção televisiva configura e oferece material precioso para entender a cultura e a sociedade de que é expressão (8). Ela ocupa um lugar proeminente na *esfera liminal* (Turner) das práticas interpretativas, entre realidade e fantasia, entre vivido e imaginário.

A PERSPECTIVA INTERCULTURAL⁽⁹⁾ E A CONSTRUÇÃO DA “IMAGEM DO OUTRO”

Canclini (2000) afirma que a globalização, para ser compreendida, exige estudos interculturais, os quais só podem ser compreendidos por interdisciplinas.

Parece-nos produtivo fazer a analogia entre a comunicação como uma espécie de campo epistemológico migrante, uma interdisciplina por excelência, e a interculturalidade movida pelos meios de comunicação, seu preferencial objeto de estudo.

A novidade dos últimos anos globalizados é a do espaço público reorganizado e reconstruído em escala transnacional, mais além de etnias e nações. Estão em crescente expansão as relações supranacionais nas migrações, nas indústrias culturais, em todos aqueles circuitos em que se interconectam nossos modos de vida.

Investigar numa perspectiva intercultural encaminha os estudos de comunicação para trabalhar com a heterogeneidade e a alteridade cultural e comunicacional e, ao mesmo tempo, “especializar-se em intersecções” (Canclini, 2000). É avançar na compreensão das narrativas ficcionais midiáticas para a constituição de um novo *sensorium* e das novas sociabilidades, dentro de condições de crescente interculturalidade aliada à renovação das diferenças e das identidades coletivas (étnicas, geracionais, de gênero, territoriais, nacionais, regionais, locais) que marcam o cenário atual.

As identidades coletivas são sistemas de reconhecimento e diferenciação simbólicos das classes e dos grupos sociais e a comunicação emerge como espaço-chave na construção/reconstrução dessas identidades. Por outro lado, a relação conflitiva e enriquecedora com os “outros” permite elaborar estratégias de resistência ao que de dominação disfarçada existe na ideia de desenvolvimento e modernização.

O que experimentamos culturalmente como próprio, em termos nacionais ou latino-americanos, responde cada dia mais ao que a dinâmica e a lógica da comunicação midiática nos faz sentir como tal. A comunicação, com suas mediações e suas dinâmicas, é dimensão constitutiva das culturas, grandes ou pequenas, hegemônicas ou subalternas. Portanto, a compreensão das transformações culturais implica deixar de pensar a cultura como mero *conteúdo* dos meios e pensá-la como um processo de comunicação regulado simultaneamente por duas lógicas: a das *formas*, ou matrizes simbólicas, e a dos *formatos* industriais. Está aí implicado um duplo movimento, o qual articula as demandas sociais e as dinâmicas culturais às lógicas do mercado, ao mesmo tempo em que vincula o apego das pessoas a determinados gêneros à fidelidade a uma determinada memória, e a sobrevivência de alguns formatos à emergência e à transformação dos modos de perceber e de narrar, de ver e de tocar.

6 Para esta perspectiva nos valem dos trabalhos de Appadurai (1990), Bhabha (1997, 2001), Anderson (1983), Tomlinson (1999), Bauman (1999a, 2001), Canclini (2000), Meyerowitz (1995), Pecchinenda (1999), entre outros.

7 Entre os autores que exploram esta via estão Martín-Barbero (1987, 1999), Buonanno (1996, 1999), Lopes (2002, 2003).

8 Ver, por exemplo: Allen (1992), Gitlin (1983), Fiske (1978), Newcomb (1999), Rowland & Watkins (1984).

9 O prefixo *inter* quer dizer “entre” ou “no meio” ou “entre vários” e unido ao conceito de *cultura* significa “entre várias culturas” ou “várias culturas conectadas entre si ou em interação”.

A especificidade da comunicação em nossos países reside em seu papel contraditório, porém fundamental, na *modernização*: movimento de secularização dos mundos simbólicos e de *fragmentação/especialização* da produção cultural, que é o processo mediante o qual nossas culturas, locais ou nacionais, são inseridas no mercado mundial. É a partir desse movimento que construímos nossa própria modernidade.

Nessa perspectiva, a ficção televisiva é um elemento decisivo pois diz respeito ao modo como as indústrias culturais estão reorganizando as identidades coletivas e as formas de diferenciação simbólica, ao produzir novas hibridações que fragilizam as demarcações entre o culto e o popular, o tradicional e o moderno, o próprio e o alheio (10).

A telenovela aparece como um ponto de entrecruzamento não só de formas de investigação sobre a cultura de massa, senão estados de reflexão teórica sobre as relações entre a televisão, os gêneros “cultos” e “populares”. Através dela é possível identificar o lugar da ficção narrativa na constituição do imaginário social e, no presente caso da telenovela brasileira, o que as diferenças regionais fazem a um produto que atravessou fronteiras.

Por isso, os estudos interculturais propõem uma leitura mais complexa de constituição de *identidades* examinando os processos culturais que nos vinculam ou nos separam. Se, por um lado, as identidades parecem irredutíveis, por outro, os negócios e trocas midiáticas crescem cada vez mais. Perguntamo-nos, então, se o caso da telenovela não seria um fenômeno de integração multicultural auspiciada pelos meios de comunicação.

Nas mais recentes pesquisas de recepção o que há em comum é o descobrimento da natureza negociada, transnacional, de toda comunicação e da valorização da experiência e da competência produtiva dos receptores. Esta tem como eixo uma operação de *apropriação*, ou seja, a ativação da competência cultural das pessoas, a socialização da experiência criativa e o reconhecimento das diferenças, isto é, do que fa-

zem os outros – as outras classes, as outras etnias, os outros povos, as outras gerações. Quer dizer que a afirmação de uma identidade se fortalece e se recria na comunicação – encontro e conflito – com o outro.

Queremos assim fundamentar a tese de que a *comunicação intercultural* tem na teleficção seu gênero por excelência.

O destaque que damos à especificidade de uma sociedade que se exprime nas tendências de uma produção televisiva remete ao conceito de gênero como *categoria étnica* (Appadurai, 1997), de *matriz cultural* (Martín-Barbero, 1987) e de *forma cultural* (Willians, 1975). Significa conjugar dois aspectos da problemática do gênero: o primeiro, clássico, que situa o gênero como conjunto de regras de produção discursiva, de acordo com o qual o melodrama segue



10 Nunca é demais sublinhar que a telenovela, ao lado do gênero informativo, é o produto televisivo que conta historicamente com uma grande tradição de análise por parte de estudiosos de disciplinas muito dispare, com uma bibliografia importante que é objeto de publicações especializadas e periódicas, e representa, sobretudo, um espaço de debate de um fenômeno de produção ficcional e de consumo massivo que atravessa fronteiras culturais e linguísticas.

os movimentos próprios das sociedades e dos campos culturais específicos de cada país. O segundo aspecto refere-se ao fato de que o gênero é igualmente definido pela maneira pela qual um conjunto de regras se institucionaliza, se codifica, se torna reconhecível e organiza a *competência comunicacional* dos produtores e consumidores, dos emissores e destinatários. Definir o gênero como *categoria étnica* é avançar na percepção do vínculo social cuja existência é reafirmada pela televisão e que lhe permite funcionar como dispositivo de amplificação dentro de uma comunidade de significação, a *comunidade imaginada* (Anderson, 1983).

O processo de globalização, ao mesmo tempo que confunde o campo de competência dos territórios-nações, introduz um ele-

mento de fragilidade nas marcas de identidade cultural que se configuraram historicamente nesses territórios-nações. A diferença cultural, enquanto corresponde a uma identidade histórica e geograficamente constituída, é submetida à tensão pela norma da competitividade introduzida no mercado de bens culturais e pela forte tendência da conquista de um público externo. A transgressão de fronteiras nacionais é também a transgressão de universos simbólicos.

Estudos sobre sistemas televisivos que procedem à avaliação dos modos de produção por meio do cálculo de rentabilidade no mercado internacional têm demonstrado que o melhor desempenho é daquele que impõe a regra do *saber-fazer* e que os outros podem apropriar-se dela. A autoridade do *saber-fazer* impõe-se como estilo e a autoridade do estilo é sua capacidade de bom desempenho, ou seja, sua superioridade nos mercados.

No processo de desterritorialização, certos gêneros constituem matrizes universalizáveis, porém sob a condição de combinar os traços identificadores de sua filiação narrativa com o novo dado tecnológico, foco e produtor do efeito de modernidade. A tendência para a combinação e associação dos gêneros televisivos é largamente reconhecida como um traço da gramática do audiovisual e daí a tendência à criação do *supergênero* (Mattelart), isto é, a fusão de elementos constitutivos de vários gêneros no mesmo produto, e o reforço da potencialidade deles, através dessa hibridação. Essa tendência é reforçada com a difusão dos critérios de competitividade e rentabilidade no mercado dos produtos audiovisuais (Liebes & Katz, 1991).

Além disso, o atual debate sobre a internacionalização elege a teleficção tanto como espaço estratégico de construção de identidades que tem na nação o seu ponto de inflexão, quanto como instrumento privilegiado de análise das estratégias de captura da audiência e de auto-reconhecimento (“a ficção fala de nós”). A perspectiva é a do cenário transnacional, da viagem, da migração dessas narrativas, da presença do outro, situação em que constitui a interculturalidade.



UMA GRANDE SEDE DE HISTÓRIAS

As narrações televisivas parecem responder a uma necessidade difusa e universal de ouvir e de ver; criam e articulam temas e interesses fortes – elementares, básicos, ou melhor, primários, da vida cotidiana, do estar no mundo: o bem e o mal, o amor e o ódio, a família, a amizade, a violência, a justiça, a doença e a saúde, a felicidade e a desgraça, os sonhos e os medos. Mas que não se confundem nem com uma rudeza de estruturas narrativas nem com uma pobreza de significados simbólicos e culturais.

A validade cultural das narrativas televisivas já foi demonstrada, pelo menos, nos seguintes aspectos:

- Ativar competências de leitura e de expectativas por dilatar, como nunca ocorreu antes, a experiência do “trabalho de interpretação” dos textos narrativos, que é experiência intelectual não menos que emocional.

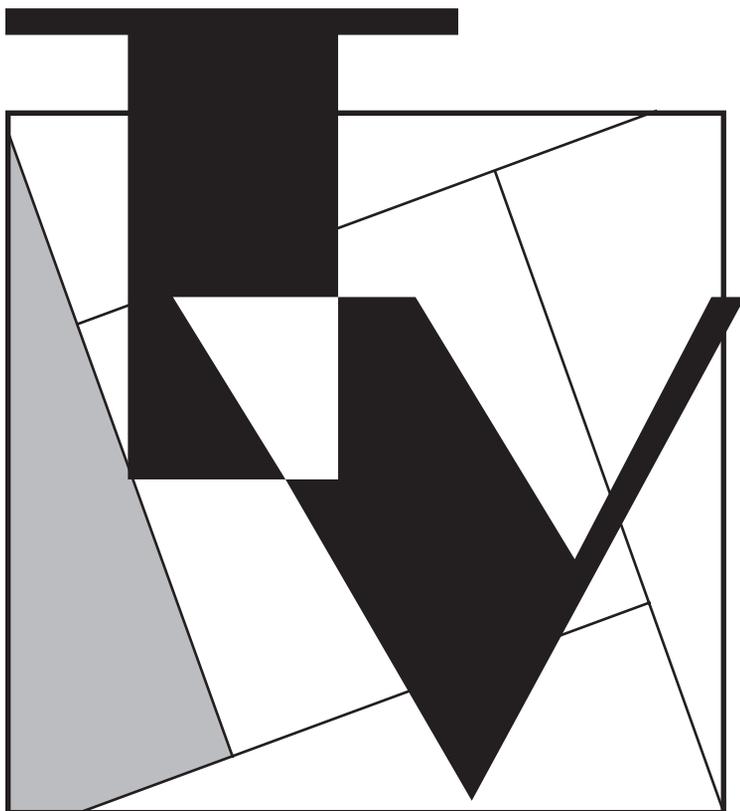
- Alimentar uma discussão cotidiana numa reedição do falatório coletivo e de suas funções, ao mesmo tempo, de controle e de integração social.

- Constituir e desenvolver, talvez mais que modelos de comportamento, um rico repertório de objetos, estímulos, sugestões, para aquela atividade de elaboração de imagens sobre si mesmo e sobre o mundo, já reconhecida como parte essencial dos modernos processos de construção da identidade.

A ficção televisiva não deve ser pensada numa história específica, numa particular produção de gênero, mas antes no inteiro *corpus* e fluxo das narrativas por onde assume a função de preservar, construir e reconstruir um “senso comum” da vida cotidiana. Na sociedade contemporânea, a fragmentação e dispersão das experiências, a rapidez das mudanças, o declínio de sistemas unitários de referência valorativa, criam condições de *homeless mind*, uma necessidade de “volta para casa”, de aceder a uma casa comum de significados (Barker, 1999; Meyerowitz, 1995).

VIAGENS, NAÇÕES, DISSEMINAÇÕES: A IDENTIDADE NACIONAL REVISITADA

As inovações tecnológicas (parabólicas e satélites, televisão digital, televisão a cabo, televisão satelital) implementaram a vocação transnacional da televisão, favorecendo a circulação sem fronteiras de produtos, mas também de formatos, personagens, temas, etc., segundo um modelo que parece configurar-se cada vez menos como uma “mcdonaldização” da sociedade, e sempre mais como uma galáxia compósita na qual, frente a produtos e formatos extremamente estandardizados, vão se afirmando níveis diversificados de identidade: subnacionais, nacionais, transnacionais (como sucede nos esforços de construção de uma cultura eu-



ropéia), internacionais (onde tornam-se disponíveis produtos de culturas pertencentes ao sul e ao leste do mundo).

Um dos modos de enfrentar a questão da identidade nacional na era da globalização é colocar implicitamente à luz dois aspectos imprescindíveis a qualquer discurso que queira, hoje, tratar do significado da nação.

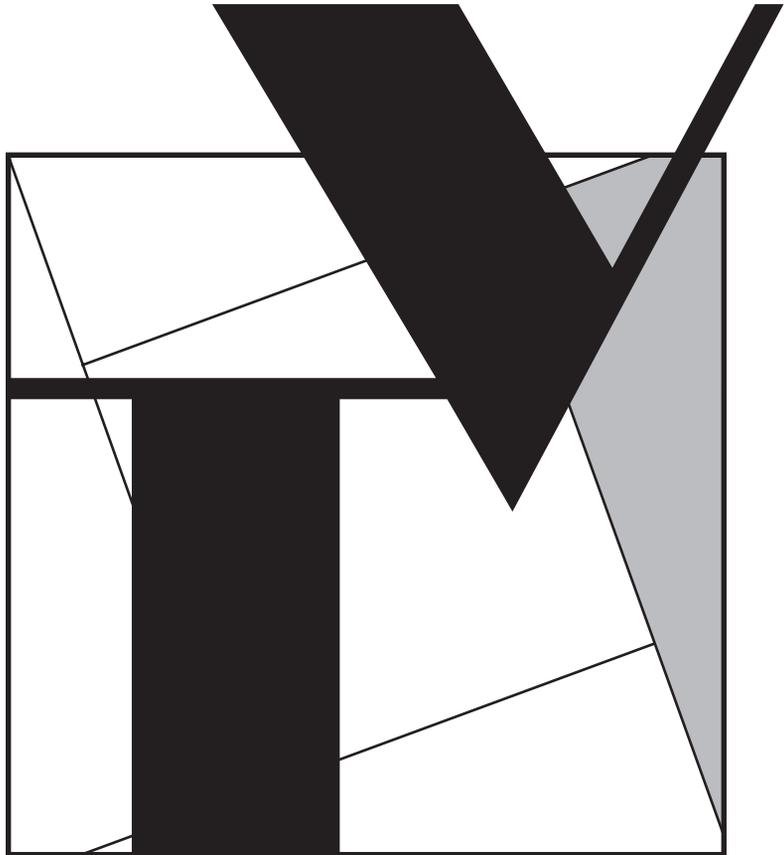
O primeiro é relativo à dimensão simbólica da idéia de nação, entendida menos como território, mais como *repertório* de recursos identitários. Sobre o papel de *constructo* cultural e simbólico que a idéia de nação representa temos autores que convergem sobre a arbitrariedade de sua gênese (a nação como *invenção histórica arbitrária*, de Gellner; como *invenção da tradição*, de Hobsbawm; como *comunidade imaginada*, de Anderson). Porém, independentemente do reconhecimento seja de sua função ideológica ou de legitimação, o que hoje se enfatiza na idéia de nação é a forte carga simbólica e o caráter cultural que carrega. Dizer, então, que os sentimentos de pertencimento são culturalmente construídos não significa necessariamente que eles se fundem em manipulações mistificadoras ou subficções arbitrárias. O acento recai sobretudo sobre a sua capacidade de fundar uma *comunidade emocional*, de agir como conectores de um “*nós*” nacional.

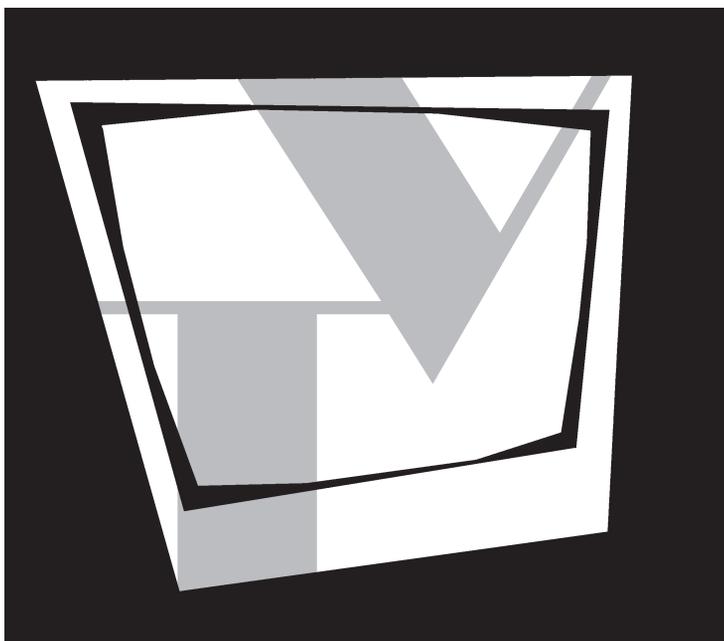
O segundo aspecto é relativo à separação que se verifica, no contexto contemporâneo, dos vínculos que pareciam indissolavelmente ligar sociedade e Estado nacional. Albrow (1996), entre outros, pôs em evidência que um dos primeiros êxitos da globalização é o descolamento da sobreposição entre “sociedade” e “Estado-nação” que havia caracterizado a Idade Moderna, acompanhado por uma progressiva perda, por parte do Estado-nação, da capacidade de constituir um quadro unitário dentro do qual a pluralização das esferas típicas da modernidade pudesse ser contida e ordenada.

A relação identificatória entre Estado-nação e sociedade perdeu a obviedade e naturalidade, quando, no contexto da glo-

balização, tornaram-se manifestas diversas formas de socialidade completamente desvinculadas do Estado-nação: a “explosão” da complexidade social, no momento em que outras agências de produção de significados (as religiões, o mercado, a indústria cultural, etc.) competem com o Estado-nação, o que acaba por minar irreversivelmente sua centralidade e capacidade de integração social.

Dados então estes dois pressupostos (caráter simbólico da nação; fim da sobreposição entre sociedade e Estado-nação), pode-se concluir que o tema da identidade nacional no contexto da globalização tenha perdido significado e relevância? A resposta, considerando também (mas não somente) a proliferação de nacionalismos com as suas dramáticas conseqüências, não pode ser negativa. Todavia, ainda em função dos dois pressupostos, pode-se afirmar que a questão da identidade nacional na era da globalização sofreu uma inflexão, uma mudança de direção e de sentido: a identidade nacional como construção simbólica





parece de fato assumir mais as características de “resistência” e de “diversidade” que de uma “legitimação”. O objeto de legitimação, o Estado, entrou em crise, enquanto a transformação do cenário mundial sob o impulso dos fluxos econômicos e informativos é sempre mais evidente, e solicita ou uma entrega incondicionada, ou uma resistência sobre a base de uma fonte alternativa de construção de significados mais imediatamente acessível, ou seja, aquele do *local*. Este, por sua vez, pode ou não (como no caso do “localismo cosmopolita”) encontrar significado na moldura unificadora da nação. Uma nação, porém, não mais “dada”, nem mesmo deduzida, mas uma nação que é continuamente produzida, com a consciência de sua fragilidade e debilidade, frente aos processos de globalização que se apresentam fora de controle das pessoas e, como bem argumenta Bauman (1999b), também dos Estados.

Nesse contexto, tanto histórico quanto analítico, a televisão nacional parece adquirir consciência de seu papel crucial juntamente à de sua própria fragilidade. Numa síntese extrema, podemos pensar o novo papel da televisão segundo pelo menos quatro modalidades complementares, que podemos definir como tematização, ritualização, pertencimento e participação.

O primeiro nível contém seja os elementos mais ostensivos, referenciais e descritivos relativos sobretudo à dimensão do mostrar e do documentar, seja os elementos mais interpretativos, relativos à dimensão do narrar e do comentar. Estas duas dimensões, ditas “locutivas” e “ilocutivas” da comunicação, são inseparáveis e constituem o nível da *tematização*. Aqui, a ficção na televisão emerge como o gênero por excelência através do qual a identidade nacional é representada, e em nossa pesquisa em andamento estamos trabalhando esse nível através de *indicadores culturais* (tempo, lugar, contexto, protagonistas, temas e problemas).

O segundo nível é relativo à *ritualização* da relação com o meio e diz respeito à capacidade da televisão de sincronizar os tempos sociais da nação, construindo um ritmo próprio interno que mimetiza o dos espectadores, ou de criar grandes rituais coletivos, seja documentando fenômenos ocorridos (catástrofes, acidentes, mortes), seja produzindo eventos (festivais, concertos), seja organizando *media events* (funerais, escândalos, casamentos).

Acresce ainda a capacidade da televisão de conectar dimensões temporais de presente, passado e futuro, através da comemoração e a construção de uma memória coletiva e através da antecipação e a construção de expectativas com respeito a eventos ou âmbitos específicos (a ciência, a técnica, a política). Este é o nível que provoca, mesmo que de forma elementar, um sentido de *pertencimento*.

E, finalmente, a televisão pode contribuir para a identidade nacional, não porque narra conteúdos, nem porque constrói tempos sociais ou cria sentidos de pertencimento, mas porque dá espaço para representações, constituindo um *fórum eletrônico* (Newcomb, 1999) no qual as diversas partes sociais podem ter acesso ou ser representadas, e no qual, ao menos potencialmente, exprime-se a sociedade civil. Todavia, esta é uma via até agora não muito praticada na televisão, mas que, surpreendentemente, no Brasil, costuma ser encontrada na ficção televisiva.

BIBLIOGRAFIA

- ALASUUTARI, P. "Cultural Studies as a Construct", in *European Journal of Cultural Studies*, vol 2(1), 1999.
- ALBROW, M. *The Global Age*. Cambridge, Polity Press, 1996.
- ALLEN, R. C. (ed.). *Channels of Discourse*. Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1992.
- ANDERSON, B. *Imagined Communities: Reflexions on the Origins and Spread of Nationalism*. London, Verso, 1983.
- ANG, Ien. *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London, Routledge, 1996.
- APPADURAI, A. "Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy", in M. Featherstone, *Global Culture*. London, Sage, 1990.
- _____. *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- BARKER, C. *Television, Globalization and Cultural Identities*. Buckingham, Open University Press, 1999.
- BAUMAN, Z. *La Società Dell'incertezza*. Bologna, il Mulino, 1999a.
- _____. *Modernidade e Ambivalência*. Rio de Janeiro, Zahar, 1999b.
- _____. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro, Zahar, 2001.
- _____. *O Local da Cultura*. Belo Horizonte, Ed.UFMG, 2001.
- BECHELLONI, G. *Televisione Come Cultura*. Napoli, Liguori, 1995.
- _____. *La Svolta Comunicativa*. Napoli, Ipermedium, 2001.
- BECK, U. *Che cos'è la Globalizzazione. Rischi e Prospettive della Società Planetaria*. Roma, Carocci, 1999.
- _____. *La Società del Rischio*. Roma, Carocci, 2000.
- BHABHA, H. *Nazione e Narrazione*. Roma, Meltemi, 1997.
- BUONANNO, M. *Leggere la Fiction*. Napoli, Liguori, 1996.
- _____. *El Drama Televisivo*. Barcelona, Gedisa, 1999.
- CAMPANI, G. (ed.). *La Rosa e lo Specchio. Saggi sull'Interculturalità*. Napoli, Ipermedium, 1996.
- CANCLINI, N. G. *La Globalización Imaginada*. Buenos Aires, Paidós, 2000.
- CAREY, J. W. *Media, Myths and Narratives*. London, Sage, 1988.
- DE LA GARDE, R. *National Television Across Cultural Boundaries*. Firenze, Hypercampo, 1997.
- FISKE, J. e HARTLEY, J. *Reading Television*. London, Methuen, 1978.
- GIDDENS, A. *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo, Ed. Unesp, 1991.
- _____. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro, Zahar, 2002.
- GITLIN, T. *Inside Prime-time*. New York, Pantheon, 1983.
- HALL, S. & du GAY, P. *Question of Cultural Identity*. London, Sage, 1997.
- LIEBES, T. & KATZ, E. *The Export of Meaning. Cross-cultural Reading of Dallas*. Oxford, Oxford University Press, 1991.
- LOPES, M. et al. *Vivendo com a Telenovela: Mediações, Recepção e Teleficionalidade*. São Paulo, 2002.
- LOPES, M. "A Telenovela Brasileira: uma Narrativa sobre a Nação", in *Revista Comunicação & Educação*, 25. São Paulo, jan./abr./2003.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili, 1987.
- MARTÍN-BARBERO, J. & REY, G. *Los Ejercicios del Ver*. Barcelona, Gedisa, 1999.
- MEYEROWITZ, J. *Oltre il Senso del Luogo*. Bologna, Baskerville, 1995.
- MORIN, E. *Ciência com Consciência*. Lisboa, Europa-América, 1986.
- _____. *A Cabeça Bem Feita*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2000.
- MORLEY, D. & ROBINS, K. *Spaces of Identity*. London, Routledge, 1995.
- NEWCOMB, H. *La Televisione da Forum a Biblioteca*. Milano, Sansoni, 1999.
- PECCHINENDA, G. *Dell'Identità*. Napoli, Ipermedium, 1999.
- ROWLAND, W. D. & WATKINS, B. (eds.). *Interpreting Television*. London, Sage, 1984.
- TOMLINSON, J. *Sentirsi a Casa nel Mondo*. Milano, Feltrinelli, 1999.
- WALLERSTEIN, I. *Para Abrir as Ciências Sociais*. Lisboa, Europa-América, 1996.
- _____. *El Legado de la Sociología, la Promesa de la Ciencia Social*. Caracas, Nueva Sociedad, 1999.
- WILLIAMS, R. *Television, Technology and Cultural Form*. New York, Schocken Books, 1975.