

219

A TELENOVELA BRASILEIRA NO MERCOSUL: O CASO DA ARGENTINA. *Daniele Sinhorelli, Ana Paula Russo Dalcól, Pedro Gilberto Gomes.* (Núcleo de Pesquisa e Recepção, Centro de Ciências da Comunicação, Unisinos).

Responsável pelos números mais significativos no que diz respeito à exportação de produtos culturais, a telenovela brasileira é conhecida em 128 países desde 1974. No âmbito da América Latina, o Brasil continua exportando 20% da produção do gênero telenovela. Este trabalho pretende estudar a telenovela brasileira, enquanto produto cultural - e seu impacto na sociedade argentina - e enquanto produtora de sentido. A Argentina foi escolhida por se tratar do maior parceiro comercial do Brasil no mercado latino-americano e por sua proximidade geográfica com o Rio Grande do Sul. O trabalho se baseia na concepção de circularidade de Eliseo Véron, que pensa a comunicação como um processo onde deve ser analisado tanto o campo da produção como o da recepção. Isto porque para compreender o campo da recepção e a produção de sentido realizada pelo produto cultural telenovela é preciso também analisar o campo da produção - neste caso específico o discurso da imprensa argentina sobre as telenovelas brasileiras. O projeto está dividido em duas etapas. A primeira, onde será realizada análise do discurso da imprensa argentina sobre as telenovelas brasileiras. Na segunda parte, será feito um estudo de recepção com famílias argentinas sobre a telenovela brasileira na tentativa de descobrir quais os efeitos de sentido que produz a telenovela brasileira no imaginário cultural da sociedade argentina e se há algum processo de identificação entre as diferentes realidades. Embora o projeto inclua os estudos de Eiseo Veron e Antonio Fausto Neto na questão dos discursos sociais, este trabalho usará o referencial teórico de Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gomez no que diz respeito à pesquisa em recepção e ao produto telenovela.(Unibic e FAPERGS)