

Estudos Culturais / Estudios Culturales

Transmediação e recepção das narrativas de ficção no YouTube: o caso português¹

FERNANDA CASTILHO

fernandacasty@gmail.com
Universidade de Coimbra/CIMI

Resumo

A proposta deste trabalho assenta na análise das estratégias transmediáticas de quatro títulos de ficção dos canais generalistas portugueses em conjunto com um estudo de recepção na internet – no site de partilha de vídeos em *streaming* YouTube. Conforme a natureza interdisciplinar do processo transmediático, escolhemos os métodos mistos de análise como referencial metodológico. Como resultados, em termos de produção, apontamos um acréscimo fracionado de estratégias transmediáticas como forma de atrair novos públicos. Por parte das audiências, notamos a facilidade no manuseio das ferramentas digitais, especialmente as esferas mais jovens, identificável nos conteúdos disponíveis em plataformas como o YouTube. Por outro lado, observamos o surgimento de uma cultura *fandom*, traduzida no comportamento interativo e participativo destas audiências e a migração dos assuntos antes discutidos no âmbito familiar para os novos meios.

Palavras-Chave: Novas tecnologias digitais; televisão; *transmedia storytelling*; Youtube

INTRODUÇÃO

Por muito que ainda persista nos lares portugueses, a TV – *rainha do mundo mediático* (Traquina, 1997) começou a dividir o seu reinado. Somos contrários à ideia de um desfecho apocalítico para a televisão, porém a consulta dos conteúdos de ficção noutras plataformas apresenta-se como uma forte tendência. A internet tem sido apontada como principal responsável por este novo consumo dos *media*, de forma mista (Livingstone & Bovill 1999), e o YouTube um dos protagonistas nesta *cultura da convergência* (Jenkins, 2009).

No âmbito da ficção televisiva, surgem novas formas de produção, tais como o *transmedia storytelling*, que assenta na tendência da migração de uma história para diferentes plataformas de forma integrada, onde cada meio contribui eficazmente para complementar a experiência como um todo (Jenkins, 2009; Scolari *et al.*, 2012; Gomez, 2008). No entanto, desde o interior das indústrias produtivas até aos meandros académicos, este termo é fortemente contestado, gerando debates sobre a sua definição. De acordo com Henry Jenkins (2010: 944), um dos precursores do conceito, a mesma ideia pode ser definida também como *deep media* (Rose, 2011) e

¹ Este trabalho resulta de parte da tese de doutoramento “Teletube: perspectivas e desafios na transmediação da ficção televisiva em Portugal”, que está a ser desenvolvida na Universidade de Coimbra.

*cross-media*² (Dena;2009; Davidson *et. al.*, 2010), assim como Elizabeth Evans aponta a existência de abordagens muitos semelhantes sobre o mesmo fenómeno (2011: 19). Apesar disso, cada vez mais as agendas de trabalho assumem a importância da discussão da circulação de conteúdos, informativos ou ficcionais, de forma integrada noutros suportes (Scolari *et al.*, 2012).

Assim, devido à ampliação deste campo teórico e produtivo, destaca-se também a importância da exploração empírica destes novos conteúdos. A proposta inicial desta investigação foi apontar um referencial teórico para compreensão das transformações tecnológicas e, posteriormente, observar as estratégias transmediáticas implementadas nos títulos de ficção da TV aberta portuguesa. Interessava-nos, igualmente, avançar para um estudo de receção, analisando as reações das audiências nos comentários publicados no site de partilha de vídeos em *streaming*, YouTube.

NOVAS RELAÇÕES ENTRE O HOMEM E A MÁQUINA

Em 1964, quando escreveu o livro *Compreender os meios de comunicação – extensões do homem*, McLuhan (2008: 104) afirmava que as principais razões do impacto dos meios sobre as formas sociais são a aceleração e a rutura: “(...) todas as tecnologias são extensões do nosso sistema físico e nervoso, concebidas para incrementar a força e a velocidade” (2008: 103). Há quase 50 anos, McLuhan já defendia a tese da aceleração, que afetava diretamente a diminuição espacial – fator chave nas disposições sociais. O autor referia-se, principalmente, à quebra das distâncias e consequente aniquilação do espaço possibilitada pelos novos meios de transporte e comunicação.

Conforme Murray (1997), todas as tecnologias ampliam significativamente as nossas capacidades humanas. Reproduzindo o conceito de McLuhan, a autora considera os meios de transporte extensões mágicas dos nossos braços e pernas, o telefone, uma extensão das nossas vozes, o livro, a nossa memória. O computador, segundo a autora, agrega todos estes aspetos, transportando-nos para lugares virtuais, conectando-nos com pessoas do outro lado do mundo e retendo uma quantidade inimaginável de informação (Murray, 1997: 27).

Outro conceito de McLuhan (2008) fortemente reproduzido é o de tribalização – meios como o dinheiro, a imprensa, a escrita ou qualquer forma de aceleração das trocas e da informação provocam uma fragmentação da estrutura tribal. Assim, enquanto estes meios quentes destribilizam, os meios frios (rádio, televisão) contribuem para a restauração do padrão tribal de envolvimento. Alguns autores (Kozinets, 2010; Murray, 1997, Turkle, 1997) apropriam-se deste conceito de McLuhan e acreditam na internet como meio retribalizador da sociedade. Assim, estamos

² Na definição do termo, os autores explicam como opera a comunicação cross-media: “Cross-media refers to integrated experiences across multiple media, including the Internet, video and film, broadcast and cable TV, mobile devices, DVD, print, and radio. The new media aspect of the “cross-media experience” typically involves some high level of audience interactivity. In other words, it’s an experience (often a story of sorts) that we “read” by watching movies, dipping into a novel, playing a game, riding a ride, etc.” (Davidson *et al.*, 2010:23)

cada vez mais organizados em “tribos”, pois entramos em grupos de discussão cujos participantes incluem pessoas de todas as partes do mundo mas, simultaneamente, estamos menos enraizados num determinado lugar (Turkle, 1997:262). Segundo Kozinets, as pesquisas sobre comunidades e culturas em linha permitem observar como o determinismo tecnológico modela a cultura e modifica a sociedade ou como ambas as forças caminham juntas (2010:22).

Em termos de *media* e processos comunicativos, Poster (2000) denomina esse novo momento histórico como segunda era dos *media*, período caracterizado pela transição da percepção dos *media* como unidirecionais para o surgimento iminente da comunicação descentralizada e bidirecional. Assim, esta era de novos modelos de produção e distribuição de informação é caracterizada pela expansão da palavra e da imagem como um rizoma, isto é, descentradamente e em todas as direções (Poster, 2000:42).

Inicialmente, os computadores representavam uma ameaça à vida humana, uma imagem construída a partir da ficção científica, perpetuada até o final da década de 1970. No entanto, segundo Turkle (1997), em meados dos anos 1980 ocorre uma rutura desta ideia com o surgimento do computador pessoal como tecnologia inovadora, uma companhia, um parceiro para dialogar e trabalhar. “Verificou-se uma nova aceitação cultural dos computadores, que passaram a ser vistos como objetos com os quais as pessoas se podiam relacionar sem receio dum estigma social” (Turkle, 1997: 151). Por esta razão, a autora prefere denominar como “sedução” o poder absorvente do computador e a relação que se estabelece entre a pessoa e a máquina. Murray corrobora Turkle, defendendo o computador como um objeto sedutor e não “viciante”.

Paralelamente, surgem novos termos para designar este universo tecnológico que começa a delinear-se tanto na esfera pública, como na privada. Segundo Lévy (1997), a palavra *ciberespaço* foi utilizada pela primeira vez em 1984 por William Gibson no romance de ficção *Neuromancien*. Lévy define este espaço como de comunicação aberta, concebido juntamente com a interligação mundial dos computadores e as memórias informáticas – significado que inclui o conjunto de sistemas de comunicação electrónicas, na medida em que acompanham informações provenientes de fontes digitais destinadas à digitalização (1997: 95).

O ciberespaço designa não tanto os novos suportes da informação, mas sim as formas originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social – o universo das redes numéricas como lugar de encontros e aventuras (Lévy, 1994: 152). O autor também chama a atenção para os mundos virtuais como instrumentos de autoconhecimento e autodefinição de grupos humanos, constituídos em internos coletivos autónomos, classificados como *inteligência coletiva* (idem, 1994: 129). Assim, o ciberespaço tornou-se um novo campo de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também um renovado mercado da informação e do conhecimento (ibidem, 1997: 35). Neste sentido, Lévy desenvolve uma visão do ciberespaço como um lugar de partilha de conhecimentos, orientado por três princípios fundamentais: a própria interligação, a criação de comunidades e a inteligência

coletiva. Enquanto este autor opta por um sentido mais filosófico, menos tecnicista e ligado à informática, outros autores (Poster, 2000; Bell, 2001) preferem centrar a discussão na ligação entre o homem e a máquina.

De acordo com Bell (2001), não é possível falar de ciberespaço sem mencionar a ficção científica e pensar nas visões simbólicas e futuristas, em termos de *hardware*, de interligação de computadores, conectados através de infraestruturas comunicativas, facilitando as formas de interação entre os atores sociais – os usuários. Apesar de constituir um termo de complexa definição, segundo Bell, é possível pensar o ciberespaço também de maneira simbólica, como um lugar imaginário entre computadores, onde as pessoas podem construir *new selves* e novos mundos (Bell, 2001: 7). Para Poster (2000), uma estratégia para explorar a paisagem social com vista ao reconhecimento da imbricação do humano e da máquina é a análise do termo interface. De acordo com Poster, é correto afirmar que um interface tem lugar entre o homem e a máquina, uma espécie de membrana que ao mesmo tempo distingue e liga dois mundos que são simultaneamente estranhos e dependentes um do outro (Poster, 2000:31).

Conforme Turkle (1997: 343), a linha divisória entre a simulação e a realidade está cada vez mais ténue, ou seja, torna-se cada vez mais difícil distinguir entre o que existe no computador e o que é real. No entanto, as imagens e as representações que surgem no ecrã são mais facilmente diferenciáveis a partir das relações estabelecidas pelas comunidades virtuais. Em relação às noções de comunidade e virtualidade, imbricadas com outro conceito, o de interatividade, Poster chama a atenção para a questão das comunidades virtuais. Conforme o autor, a internet abre a possibilidade de novos tipos de interatividade, de tal forma que a ideia de uma oposição entre comunidade real e não-real é inadequada para explicitar as diferenças nos modos de criação de laços, servindo, antes, para obscurecer o processo de construção histórica de formas de comunidade. Poster afirma que esta oposição impede, em particular, que nos interroguemos sobre as formas de identidade prevalecentes nestes grupos (Poster 2000: 48). Segundo o autor, isso ocorre porque a noção de comunidade real pressupõe que os seus membros assumam identidades fixas e estáveis, ao passo que a comunidade virtual está associada a uma certa fluidez de identidade propiciada pela comunicação mediada por computador.

A partir da perspetiva pioneira de Ithiel de Sola Pool, Jenkins classifica como cultura da convergência o momento que estamos a vivenciar, onde os velhos e os novos *media* colidem, os *media* corporativos e alternativos se cruzam, os poderes do produtor e do consumidor interagem de formas imprevisíveis e mostram diferentes interesses (Jenkins, 2009: 29). Desta forma, observa-se uma nova lógica de produção e receção de conteúdos, com relações cada vez mais complexas entre os *media* corporativos, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima (idem, 2009: 325). Sobre o conceito de convergência, McQuail refere: “A consequência potencial mais amplamente notada para a instituição dos *media* é a convergência entre todas as formas existentes de *media* em termos da sua organização, distribuição, recepção e regulação” (2003: 120).

Por outro lado, para Jenkins (2009), a convergência vai muito além de um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos – representa uma transformação cultural, pois o público é incentivado a procurar novas informações e unir conteúdos mediáticos dispersos. Em concordância, Damásio entende a tecnologia como um produto de um processo social de formatação, constituído por um instrumento de transformação social que passa a ser parte integrante de novas formas subjetivas de experimentar e manipular informação (2004:403). Como refere este autor, contrariamente aos meios de comunicação de massa, que assentavam o seu funcionamento numa lógica linear de transmissão da informação, as TIC apresentam modelos bidirecionais de troca de conteúdos (idem, 2004; 406). Poster (2000) corrobora esta ideia, assim como Lévy, apontando a convergência como um processo de mudança e transformação maior, envolvendo tecnologia, cultura e economia.

METODOLOGIA

Dada a natureza efémera destes fenómenos das TIC, a transmediação é alvo de constantes divergências, pois engloba vários conceitos que discorremos ao longo deste trabalho. O maior desafio desta investigação foi estabelecer categorias de análise para identificar se uma ficção poderia ser qualificada como transmedia e, em caso afirmativo, qual a oferta transmediática e quais as reações do público em determinada plataforma.

A proposta foi investigar programas de ficção televisiva que tiveram destaque em termos de audiência, partindo da hipótese que existe uma adaptação às novas tecnologias. Para, assim, perceber como a convergência mediática colabora, ou determina, o processo de migração para múltiplas plataformas. Tencionava-se observar a utilização da internet como ferramenta para a interatividade e participação dos consumidores que assistem esses programas e alimentam a Web 2.0. Com a pesquisa, esperávamos reconhecer essas produções de ficção como narrativas transmedia, como histórias que se desenrolam através de múltiplas plataformas, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo (Jenkins, 2009: 138).

Assim, no estudo empírico, optamos por abranger os quatro canais televisivos, observando quatro títulos de ficção presentes no *Top 10* entre 2008 e 2012, a saber: *Conta-me como foi* (RTP1); *Diário de Sofia* (RTP2); *Laços de Sangue* (SIC); *Morangos com Açúcar* (TVI). Utilizamos diferentes critérios para eleger os títulos do corpus de análise. Pretendíamos abarcar a diversidade de canais, de temáticas, de públicos, de formatos, de horários, de propostas. Levou-se também em consideração a oferta transmedia, avaliando-a pela capacidade de expansão da história para outros dispositivos e plataformas, para além da televisão. Este cálculo resultou de uma base de dados exploratória dos títulos do *Top 10* entre 2008 e 2012, construída previamente sem pretensões estatísticas, apesar do auxílio do software estatístico SPSS³.

Para além de observar a chamada oferta transmedia dos quatro títulos de ficção mencionados, pretendíamos aprofundar a análise do ponto de vista da receção. Para

³ Statistical Package for the Social Sciences.

isso, selecionamos o YouTube (*site* de partilha de vídeos em *streaming*) como espaço de observação (n)etnográfica (Kozinets, 2010). A escolha desta plataforma de análise justifica-se à medida que atentamos para o elevado número de vídeos publicados no YouTube entre 2008 e 2012. Ainda em termos de recolha de material, com auxílio do programa de análise de redes sociais *NodeXL*⁴, extraímos os *links* e demais informações dos vídeos publicados no YouTube, por meio da pesquisa pelo título de cada uma das ficções.

Para dar conta da natureza interdisciplinar do processo transmediático, escolhemos um referencial metodológico para orientar e sustentar a parte empírica desta investigação. Encontramos este eixo nos chamados métodos mistos de análise. Os *mixed methods* são conhecidos como inovadores e interdisciplinares e vem conquistando a área das ciências sociais e humanas por meio de investigações de qualidade, publicadas em importantes meios de divulgação⁵. Assim, os métodos de trabalho adotados advém da etnografia virtual, da análise de conteúdo e do discurso, bem como da análise das redes sociais semânticas. A partir destas delimitações metodológicas, com o objetivo de operacionalizar a análise da transmediação, construiu-se um livro de códigos para orientar o preenchimento de uma segunda base de dados em SPSS.

ESTUDO EMPÍRICO: QUATRO FICÇÕES NO YOUTUBE

Em termos de produção, a Tabela 1 apresenta os primeiros indicadores de transmediação, onde identificamos facilmente que a oferta transmedia das quatro ficções restringiu-se a três estratégias: página web, CD da banda sonora e/ou DVD com episódios/temporadas integrais. Nas páginas web dos títulos, normalmente, os conteúdos audiovisuais são duplicados dos emitidos na TV, notando-se originalidade apenas nas fotografias e possibilidade de partilha com outras plataformas, como o site de relacionamento social Facebook. Disponibilizar elementos e informações diferentes da oferta televisiva, complementando a história e envolvendo o leitor no contexto narrativo de forma mais profunda é a proposta atual da transmediação, como define Evans (2011:27). Assim, identificamos uma estratégia transmedia bastante restrita ou mesmo inexistente no tocante aos websites dos títulos Conta-me como foi (RTP1), Laços de Sangue (SIC) e Morangos com Açúcar (TVI), quase um padrão seguido pelas emissoras.

Por outro lado, o website de Diário de Sofia (RTP2) comprovou o cariz inovador proposto pela empresa beActive, com o lançamento de uma experiência verdadeiramente transmedia. A série diluiu as fronteiras entre TV, internet e telemóvel, seguindo uma trajetória iniciada no website – com exibição de pequenos *websodes*, passando pela interatividade com as audiências através de envio de sms pelo telemóvel ou

⁴ Especificamente, o NodeXL é um aplicativo de livre acesso para download gratuito e incorporação ao Microsoft Excel 2007 e 2010.

⁵ Como por exemplo o *The Journal of Mixed Methods Research* (JMMR), publicado trimestralmente pela editora SAGE.

publicação de mensagens no próprio site, com poder de decisão sobre o futuro da história. As estratégias seguintes concentraram-se na edição impressa em formato de livro e posterior exibição na TV, com a opção de interação por telefone. A personagem principal também possuía um blogue individual, onde relatava os dilemas típicos de uma adolescente. Nesta proposta, cada meio contribuiu com o seu melhor para o desenvolvimento da narrativa transmedia (Jenkins, 2009).

Canal	Título de Ficção	Rating % ⁶	Share %	YouTube Nº vídeos ⁷	Página Web Oficial	Página Web 2.0 ⁸	Página Facebook	Página Twitter	CD/DVD
RTP1	Conta-me como foi	10,4	18,8	57	X	Y	Y	-	X
RTP2	Diário de Sofia	1,4	28,4	8	X	-	-	-	X
SIC	Laços de Sangue	10,4	30,0	51	X	Y	X Y	-	X
TVI	Morangos com Açúcar ¹⁰	8,6	31,3	470	X	Y	Y	Y	X

Tabela 1: Indicadores de transmediação
Fonte: dados e elaboração da autora.

Em termos de presença nas redes sociais, das quatro ficções analisadas, apenas a telenovela *Laços de Sangue* (TVI) possuía perfil no Facebook alimentado pela emissora. Esta estratégia vem sendo adotada por títulos mais recentes, notando-se o crescimento desta tendência de produção. No Facebook as principais diferenças entre as páginas administradas pelas emissoras e os perfis criados pelos fãs são a frequência de alimentação e o comportamento perante os participantes. Os conteúdos publicados pela emissora normalmente obedecem uma periodicidade, enquanto os fãs organizam-se para alimentar as páginas conforme as suas disponibilidades pessoais, num esquema colaborativo de *freelabor* (Booth, 2010).

Por maior proximidade que mantenham com os fãs, nos perfis das emissoras a fronteira entre produtores e consumidores é delimitada pelo discurso, pela forma como fomentam a curiosidade de público lançando antevisões da narrativa, numa nítida tentativa de atrair as audiências para o produto central – a telenovela emitida na TV. No tocante aos perfis em redes sociais, podemos apontar como características do modelo transmedia atual a conservação da “marca” (emissora) como autora dos conteúdos originais e a coerência temporal entre os acontecimentos da história na TV e a publicação de novas informações na internet.

Na Web 2.0 os fãs normalmente manifestam-se criando blogues das ficções com intuito de fazer coleção dos conteúdos audiovisuais, partilhando-os com outros admiradores. Entre as práticas habituais estão a partilha de fotografias e notícias

⁶ Dados de *rating* e *share* do OBITEL (Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva).

⁷ A partir do *crawler* do NodeXL com utilização de filtros e observação dos conteúdos. Uma pesquisa no YouTube apresenta números mais elevados, mas os conteúdos pode não corresponder ao objetivo

⁸ X – corresponde aos conteúdos alimentados pelos produtores e Y, pelos públicos.

⁹ Média de *Rating* e *Share* entre 2008 e 2012.

sobre os atores e atrizes, bem como a abertura de espaços de discussão sobre os assuntos da narrativa e demais temas congêneres. Das quatro ficções analisadas, a série juvenil *Morangos com Açúcar* (TVI) foi o título com maior expressividade neste aspeto e o único com perfil no microblogue/site relacionamento social Twitter. Nesta plataforma, os fãs publicam pequenos comentários – os *twittes* – sobre a série com o objetivo de unir a comunidade de admiradores, gerando um espaço de discussão temática através das réplicas – os *retwittes*, onde abordam assuntos como o desenvolvimento amoroso entre as personagens, com possibilidade de indexação destes conteúdos através das *hashtags*.

Relativamente ao YouTube, é importante observar que nem sempre os títulos com maior audiência televisiva revelam maior número de *uploads* neste site. Ao comparar as ficções *Morangos com Açúcar* (TVI) e *Laços de Sangue* (SIC), observamos que a primeira esteve sempre abaixo da segunda no *ranking* das ficções mais assistidas anualmente em Portugal, de acordo com os dados da Marktest. No entanto, a série juvenil da TVI possui uma presença mais marcante no YouTube, comparativamente à premiada coprodução da SIC/Rede Globo. Hipoteticamente, um dos motivos deste paradoxo dever-se-á aos diferentes perfis das audiências da TV e da internet. Por outro lado, os usos e práticas poderão ser orientados de formas diferentes para cada meio, permanecendo a TV eleita apenas para os momentos de assistência mais descontraída, sem interação, e as demais plataformas para as circunstâncias de maior atenção, quando estas audiências estão disponíveis para participar das discussões sobre os programas.

CONCLUSÃO

Neste trabalho, procurámos perpassar os conceitos desenvolvidos pelos autores (Lévy, 1997; Jenkins, 2009; Poster, 2000; Murray, 1997; Turkle, 1997) que se debruçaram sobre a temática das novas tecnologias com o objetivo de compreender profundamente o ciberespaço e, por conseguinte, o fenómeno da transmediação dos conteúdos televisivos. Assumimos previamente os produtos de ficção como importantes meios de transmissão de conteúdos e temas discutidos na sociedade e atentámos especialmente para o comportamento e a participação das audiências dos programas televisivos na internet.

Os resultados deste trabalho apontam algumas tendências substanciais. Por parte dos produtores, observamos o acréscimo fracionado das estratégias transmediáticas com o objetivo de aproximar e fomentar a interação com os públicos. Por parte das audiências, facilidade de manuseio das ferramentas disponíveis, especialmente das esferas mais jovens, identificável no aparecimento de diversos vídeos em *sites* de partilha de vídeos em *streaming* como o YouTube. Nota-se também o surgimento de uma cultura *fandom*, traduzida no comportamento interativo das audiências (em especial no respeitante aos comentários) e uma migração dos assuntos, antes discutidos no âmbito familiar, para os novos meios, em especial a Web 2.0.

No entanto, seja em dispositivos móveis, em diferentes plataformas digitais ou noutros formatos, as emissoras portuguesas, apesar de pontuais exceções, ainda têm um longo caminho a explorar no tocante às novas formas de materialização das narrativas. Em especial se pensarmos no conceito de transmedia na sua forma ideal, com cada parte a contribuir para o todo, como propõem diversos autores (Gomez, 2008; Rose, 2011; Jenkins, 2009).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bell, D. J. (2001). *A introduction to cybercultures*. Londres: Routledge.
- Bell, D.; Loader, B. D.; Pleace, N. & Schuler, D. (2004). *Cyberculture: The Key Concepts*. Londres: Routledge.
- Castells, M. (2003). *A era da informação: economia, sociedade e cultura - O fim do milénio*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2004). *A galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Damásio, M. (2004). Modelos de Personalização de conteúdos em Audiovisual: novas formas de aceder a velhos conteúdos. In *Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM, II IBÉRICO. Covilhã, Portugal*.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2006). *Rizoma*. Lisboa: Assírio e Alvim.
- Eco, U. (1994). *Seis Passeios nos Bosques da Ficção*. Lisboa: Difel.
- Evans, E. (2011). *Transmedia television: audiences, new media and daily life*. Nova Iorque: Routledge.
- Gomez, J. (2008). *Print is dead: Books in our digital age*. Palgrave Macmillan.
- Jameson, F. (2001). Postmodernism or the cultural logic of late Capitalism. In D. Kellner & M. Durham, ed. *Media and Cultural Studies, KeyWorks* (pp. 550-587). Malden, MA: Blackwell.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: doing ethnographic research online*. Londres: Sage.
- Lévy, P. (1994). *Inteligência colectiva: para uma antropologia do ciberespaço*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Lévy, P. (1997). *Cibercultura*, Lisboa: Instituto Piaget.
- McLuhan, M. (2008). *Compreender os meios de comunicação: extensões do homem*. Lisboa: Relógio D'Água.
- McQuail, D. (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck – The future of narrative in cyberspace*. Cambridge: The MIT Press.
- Poster, M. (2000). *A segunda Era dos Media*. Oeiras: Celta Editora.
- Poster, M. (2001). Postmodernism Virtualities. In D. Kellner & M. Durham (ed), *Media and Cultural Studies, KeyWorks* (pp. 611-625). Malden: Blackwell.
- Scolari, C.A.; M. Jiménez & M. Guerrero (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y Sociedad*, 25 (1), 137-163.

- Toffler, A. (1981). *The third wave*. New York: Bantam books.
- Traquina, N. (1997). *Big Show Media: viagem pelo mundo do audiovisual português*. Lisboa: Ed. Notícias.
- Turkle, S. (1997). *A vida no ecrã – a identidade na era da Internet*. Lisboa: Relógio D'água.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Edições Loyola.
- Wolton, D. (2000). *E depois da Internet? Para uma teoria crítica dos novos médias*. Lisboa: Difel.

Retrato de uma sociedade em movimento: o poder e a ação na nova dramaturgia brasileira

JORGE PALINHOS

jorgepalinhos@ua.pt
Universidade do Minho

Resumo

A prosperidade económica e a ascensão de uma nova classe média brasileira geraram um entusiasmo naquela sociedade que contaminou as várias áreas artísticas brasileiras até ao ano de 2013 e ao início de vários protestos populares. Neste trabalho irei examinar de que forma é que esse otimismo social se refletiu num conjunto de breves textos dramáticos de jovens autores brasileiros, nomeadamente pelo prisma do poder e da ação que é revelada pelas personagens que nos são apresentadas nos vários textos.

Palavras-Chave: Semiótica; dramaturgia brasileira; lusofonia

INTRODUÇÃO

Na minha comunicação pretendo tomar um conjunto de breves textos teatrais de vários autores brasileiros e decifrar neles sinais que remetem para uma visão da condição daquele país em anos recentes. É sabido que aquele país lusófono teve em anos recentes um conjunto de indicadores positivos, como crescimento económico, e uma tendência geral de otimismo e melhoria das condições de vida, com maior acesso à educação e saúde. É nesse contexto que me proponho fazer uma análise e identificação dos sinais desse crescimento num conjunto de textos de vários dramaturgos daquele país. Esses sinais serão identificados com base nos princípios do poder e da ação que traduzem a capacidade dinâmica das personagens.

Com esse fim em vista, começarei por fazer um muito breve sumário do panorama dramatúrgico brasileiro, a que se seguirá uma descrição do projeto em que surgem estes textos, a descrição dos princípios de análise, a análise dos textos e, por fim, uma sistematização dos elementos identificados.

A DRAMATURGIA BRASILEIRA

Considera-se que a moderna dramaturgia brasileira só ganhou expressão em pleno século XX, e, segundo Figueira (cit. em Palinhos *et al.*, 2012: 15), é uma dramaturgia maioritariamente urbana, concentrada nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro. Segundo Figueira (*ibidem*), as figuras tutelares desta dramaturgia serão Nelson Rodrigues, Plínio Marcos, Dias Gomes e Ariano Suassuna, todos eles

autores do século XX. Nelson Rodrigues, nomeadamente, é tido como o fundador da moderna dramaturgia brasileira com a sua peça *Vestido de Noiva*, de 1943.

Esta dramaturgia, no entanto, teve grandes oscilações ao longo do tempo, fruto das condições sociopolíticas daquele país, e foi muito condicionada pela ditadura militar que governou o país nas décadas de 70 e 80.

Atualmente, com o ambiente de prosperidade e fomento cultural derivado das boas condições económicas e a ascensão de uma nova classe média, a dramaturgia brasileira tem ganho novo vigor e visibilidade, em parte devido ao apoio estatal, que procura desenvolver marcos culturais que assinalem globalmente o dinamismo do país. Sob esse patrocínio, alguns autores contemporâneos começaram já a ganhar alguma presença no panorama internacional de teatro, como é o caso de Roberto Alvim ou Marcos Barbosa.

Figueira nota que as principais influências estéticas do teatro daquele país são em larga margem as ideias de Hegel e o teatro de Bertolt Brecht. Efetivamente, o teatro político do segundo parece ter tido um forte ascendente em grande parte do teatro brasileiro, visível numa das figuras mais destacadas da história do teatro brasileiro, o encenador e dramaturgo Augusto Boal, que desenvolveu novas formas de fazer teatro, como o Teatro-Fórum ou o Teatro do Oprimido, a partir das ideias de Brecht.

Apesar de tudo, Figueira (cit. em Palinhos *et al.*, 2012: 19) não deixa de precaver que existe uma diversidade muito grande na dramaturgia daquele país. Por tudo isto, estamos perante uma dramaturgia jovem, variada e que reflete a situação contemporânea daquele país. É sobre uma pequena amostra desta dramaturgia, desenvolvida em condições particulares que descreverei a seguir, que farei incidir a minha análise.

O PROJETO CAPITANIAS DRAMATÚRGICAS

O Centro de Dramaturgia Contemporânea é um grupo de discussão e promoção da dramaturgia contemporânea sediado em São Paulo, no Brasil, constituído por Dênio Maués, Drika Nery, Luís Eduardo de Sousa, Luís Indriunas e Paula Chagas Autran, contando ainda com dramaturgos convidados.

Entre Março de 2012 e Setembro do mesmo ano, este grupo organizou, em parceria com o Centro de Dramaturgia Contemporânea do Teatro Académico Gil Vicente, de Coimbra, um projeto de cruzamento artístico designado por «Capitanias Dramatúrgicas».

O projeto é descrito deste modo:

CAPITANIAS DRAMATÚRGICAS Parceria inédita entre artistas brasileiros e portugueses, centrado na escrita dramatúrgica e na troca de experiências entre autores das duas nacionalidades. Para efetivar esta troca inédita, um jovem grupo brasileiro que produz e monta dramaturgia contemporânea juntou-se a Fabio Torres e Marcos Gomes (ambos com experiência em direção, além da escrita e com parcerias já realizadas com grupos de teatro de Portugal). Além disso, o grupo será coordenado por Samir Yazbek, consagrado autor e encenador, com trabalho realizado na difusão e na troca da dramaturgia brasileira. Capitanias

Dramatúrgicas é um projeto idealizado por conta do interesse comum na pesquisa da dramaturgia contemporânea.¹

O programa incluiu várias atividades, como encontros com encenadores, dramaturgos e especialistas em teatro portugueses e trabalho de improvisação com atores.

Daqui surgiram os seguintes textos: *Transatlântico – um experimento cênico*, de Dênio Maués; *Na língua do Amor é que a gente se desentende*, de Drika Nery; *Da natureza de fronhas e lençóis*, de Fabio Brandi Torres; *Um coração real?*, de Luís Indriunas; *Psico-autografia*, de Luís Eduardo de Sousa; *O Imperador*, de Marcos Gomes; e *Ocridalina*, de Paula Chagas Autran.

O projeto concluiu-se com a leitura dramatizada dos textos dos sete dramaturgos brasileiros por atores portugueses no Teatro Académico Gil Vicente, Coimbra, que aconteceu no dia 31 de março, e outra leitura dramatizada a 4 de setembro, no Teatro Commune, em São Paulo, e a 1 de novembro de 2012, na Escola de Teatro de São Paulo, no Brasil.

Foi sobre estes textos que entendi debruçar-me e tentar encontrar neles indícios de uma visão do estado do Brasil no momento da sua criação. Foram-me cedidos seis dos textos, que passarei a analisar, tomando-os como artefactos culturais e pessoais que evidenciam marcas de uma vivência cultural brasileira. Não procurei analisar os textos na sua natureza literária ou teatral pois isso levar-me-ia à necessidade de avaliar as práticas cénicas, a literatura brasileira e a posição destes textos naqueles dois panoramas, o que sai claramente do âmbito do trabalho proposto.

O PODER E A AÇÃO

O poder – tal como Foucault o definiu – será um relacionamento de forças em que todos os indivíduos exercem o poder ou aceitam submeter-se a ele, e que não passa necessariamente pela luta por recursos, pela capacidade decisória ou de defender os próprios interesses, mas muitas vezes pela competência de ampliar ou restringir a própria liberdade, ou dos outros, através da capacidade de regulamentar essa liberdade.

Esta liberdade pode em grande parte ser simbólica, no sentido em que permite ao indivíduo agir livremente sem se comprometer com uma matriz de ideias ou expectativas que lhe condicionem as ações futuras. Esta liberdade individual correlaciona-se, por isso, com a identidade individual que, como aponta Bourdieu (1998: 67), é composta por representação e vontade. Representação que os outros fazem do próprio e define o seu comportamento para com ele, e vontade do próprio indivíduo, que tenta agir tão livremente quanto possível dentro das representações e possibilidades que os outros lhe permitem (Martins, 1996: 24-25).

O uso do discurso neste gesto de poder talvez seja justificado por Bourdieu (1991: 164) que afirma ser este um dos quatro meios simbólicos de poder sobre os universos materiais, e que detém um poder estruturador devido ao facto de ele

¹ Apresentação no blog *Capitanias Dramatúrgicas* - <http://capitaniasdramaturgicas.wordpress.com/>, aceso a 4.08.2013.

próprio ser estruturado (idem: 166), estabelecendo assim uma ordem de conhecimento que permite a integração social.

Em termos teatrais, o discurso e o gesto marcam a identidade das personagens, visto a sua interioridade e exterioridade serem fluidas, variando consoante o corpo dos atores e as decisões de encenação que são tomadas. É nesse sentido que proponho que a análise dos gestos e discurso das personagens do drama projetam representações de interações sociais. Neste caso, tais relações serão representações das próprias relações sociais que se encontram no Brasil. Não necessariamente representações conscientes, mas sem dúvida refletindo modelos de comportamento que não são desligados dos modelos de comportamento que os autores dos textos encontram no seu quotidiano.

Em relação à ação, esta está ainda mais intimamente ligada ao conceito teatral. Na sua *Poética*, Aristóteles já definia a tragédia como «imitação de uma ação» (2004: 6) que implicava agentes com «qualidades distintivas de carácter e pensamento» (2004: 6). Este conceito, eminentemente teatral faz ainda mais sentido conjugado com a visão de Hannah Arendt, que situa a ação como gesto individual, que revela a personalidade do indivíduo na sua diferença e similaridade em relação à sociedade envolvente (Arendt, 2001: 224-229). Esta definição ajuda a contextualizar as personagens de teatro como entidades individuais cujo gesto convoca e questiona as expectativas sociais que as rodeiam. Esta interpretação é particularmente importante para o teatro, visto que a sua criação e produção são muito próximas dos espectadores: ao contrário de outras criações artísticas, como a literatura ou o cinema, o teatro vive no diálogo de mediação mínima entre criadores e espectadores, pelo que este reconhecimento do papel das personagens é particularmente importante.

Deste modo, para este estudo, proponho-me estudar os gestos e discurso das personagens das peças escolhidas, identificando representações de ação e poder que possam traduzir visões sobre a sociedade brasileira num determinado contexto socio-económico.

ANÁLISE DOS TEXTOS

Os textos que me foram disponibilizados foram *Transatlântico – um experimento cênico*, de Dênio Maués; *Na língua do Amor é que a gente se desentende*, de Drika Nery; *Da natureza de fronhas e lençóis*, de Fabio Brandi Torres; *Um coração real?*, de Luís Indriunas; *O Imperador*, de Marcos Gomes, e *Ocridalina*, de Paula Chagas Autran.

Começando pelo texto *Da Natureza de Fronhas e Lençóis*, de Fabio Brandi Torres, estamos perante um diálogo entre três personagens, chamadas Gaspar, Belchior e Cama de Gonçalves. O diálogo remete para um episódio histórico do século XVII em que um português, Gonçalves Pires, levou uma cama de Portugal para São Paulo, no Brasil. Quando essa cama foi confiscada para acolher um funcionário público português de passagem pela vila, Gonçalves, que primeira se negara a emprestar a cama de livre vontade, recusou-se a receber esta de volta.

O texto sugere uma relação erótica entre a Cama e Gonçalo, como se de uma história de amor se tratasse, para justificar o extremismo da posição de Gonçalo. A cama assume o papel de personagem feminina, que é forçada a receber o funcionário português, sendo rejeitada pelo companheiro legítimo por isso. Apesar de a Cama ter capacidade discursiva, ao contrário de Gonçalo, ela usa o seu discurso apenas para reafirmar a sua dependência emocional em relação a este. Na verdade Gonçalo, apesar de não ter um discurso que legitime os seus gestos, é quase o único que age no enredo e este constrói-se com base na visão social e individual das suas ações.

Ao mesmo tempo, a ação do texto é negativa: estamos perante uma personagem que se nega a desempenhar uma ação que lhe é ordenada pela comunidade, e que se nega a aceitar as consequências dessa ação. O texto parece reconhecer a autonomia e liberdade individual em relação à matriz e autoridade social, desse modo engrandecendo o gesto de rutura de Gonçalo. E o texto termina com uma defesa da predominância da vida, do fluxo da vida, em relação à rigidez da lei e dos costumes, apostando assim numa adaptabilidade da vida que deve predominar sobre todos os princípios, um pouco como o próprio Brasil se adapta às condições da sua existência.

Outro dispositivo textual relevante é o facto de o episódio ser apresentado de forma narrativa, com duas personagens-narradoras, Gaspar e Belchior, que expõem os factos e os discutem. Nesse caso, estamos no âmbito de uma forma de poder discursivo, em que apenas conhecemos os eventos de forma mediada pela visão dos narradores. Esta dicotomia estabelece um contraste vívido num texto que aborda justamente a questão de poder e identidade e até que ponto o poder – e especialmente o poder político – pode interferir com as noções de identidade e de posse. Pois a Cama de Gonçalo, ao ser cedida temporariamente para usufruto de outrem perde a ligação ao proprietário, na medida em que perde o estatuto de diferenciação social que representava para Gonçalo.

A estrutura da peça, aliás, parece assentar na dicotomia entre o primado da ação e das necessidades físicas com os valores teóricos ou individuais. Ao desrespeitar o direito de propriedade Gonçalo, abre-se caminho ao primado da Necessidade sobre a Lei. E nesse universo, os seres sem poder, os objetos, acabam por ser as maiores vítimas.

Na língua do Amor é que a gente se desentende, de Drika Nery, é um relato a duas vozes da emigração de um casal luso-brasileiro: Laura e Miguel. O texto recorre a um dispositivo de distanciamento brechtiano em que os atores desempenham alternadamente o papel de narradores, explicando a ação ao público, e personagens, exprimindo a sua visão subjetiva sobre os acontecimentos.

A peça inspira-se num caso da atualidade, as chamadas “Mães de Bragança”: um movimento popular naquela cidade portuguesa que pretendia expulsar as mulheres brasileiras que trabalhavam nos estabelecimentos de diversão noturna da cidade. Laura é brasileira e emigrou deliberadamente para Portugal. Miguel é português e arquiteto. Ambos apaixonam-se. Não conseguindo arranjar emprego,

Miguel decide que o melhor é irem ambos para o Brasil, para a terra de Laura. Mas esta resiste, e, mesmo tendo perdido o emprego, prefere ir para a Alemanha. No entanto o enredo complica-se com o protesto das “Mães”, que afeta Laura e a sua tia Betina, que era amante do pai de Rui, e acaba expulsa para o Brasil, onde se torna efetivamente prostituta, devido ao ostracismo que sofre, por as suas relações sociais estarem convencidas de que ela foi para a Europa prostituir-se.

O texto reflete uma autoimagem negativa do Brasil, em que se acredita que é mulher e emigra para a Europa vai necessariamente para se prostituir. Esta prostituição é tanto sexual quanto identitária, no sentido que mostra a submissão da identidade brasileira ao contacto estrangeiro, e nomeadamente europeu, visto como superior. Ou seja, o que parece ser tratado no texto é a questão da identidade feminina brasileira no exterior e interior do país, mas também a identidade brasileira perante o outro.

O texto termina com a partida de Miguel para o Brasil, e de Laura para a Alemanha, parecendo refletir uma orientação brasileira para a Europa central e rica. Por outras palavras, o texto parece assumir o final de uma emigração economicamente motivada do Brasil, e de ligação à Lusofonia, substituída por um desejo de liberdade e cosmopolitismo. De rejeição do medo do outro.

Todavia, reflete-se também esta relação das forças de poder: ao passo que a tia Betina se submete silenciosamente à posição que a sociedade lhe confere, conformando-se ao estereótipo da mulher brasileira, Laura rebela-se, e usa o seu discurso para decidir e justificar as suas decisões, rejeitando uma submissão passada da mulher brasileira.

Nos Países de Nomes Impronunciáveis, de Paula Chagas Autran, é composto por várias cartas e bilhetes de personagens chamadas Kátia, Ocridalina, Joana, Clarice, Henrique, Caio, além de notícias e depoimentos de Maria José, Jaílson e Marcinha, que constroem um jogo cénico entre a natureza oral do teatro e a natureza escrita dos discursos que se apresentam. São-nos apresentadas três relações paralelas de mãe e filha (Clarice e Kátia), mãe e filho (Joana e Caio) e de um casal (Ocridalina e Henrique). As cartas servem para explicar que existe uma distância, física ou emocional entre estes pares, que terminam em rutura. Aliás, as cartas finais de três personagens têm um início anafórico: «(Kátia) Mãe, como você deve ter reparado, eu não voltei»; «(Ocridalina) Henrique: Como você reparou eu não voltei para casa»; «(Joana) Filho, eu não voltei como você deve ter reparado.» (Autran, 2012: 17-18)

Estas três rejeições parecem constituir a rejeição, por parte das personagens femininas Kátia, Ocridalina e Joana, de relações formais, de situações de medo e de situações de dependência emocional e de conformismo. Apesar destes rompimentos mais ou menos fortes, o texto termina numa nota positiva, com Joana a incentivar o seu filho a casar-se com Marcinha, isto é, a estabelecer uma nova relação e uma nova posição de emancipação em relação à velha ordem.

Não deixa, todavia, de ser curioso como o texto elide as relações de poder e ação: as personagens não dialogam diretamente entre si, mas estabelecem relações mediatizadas entre si através da narrativa/monólogo escrito. Desta forma evita-se o

confronto direto, e o investimento das personagens concentra-se na sua autorrepresentação identitária perante o outro. Isto é, as personagens concentram-se a tentar justificar o seu papel e ações perante o outro relacional. Isto não elide necessariamente o conflito, visto que nestas cartas/monólogos sente-se também a disputa do lugar num espaço comum.

O Imperador, de Marcos Gomes, é um monólogo de uma personagem anónima que anuncia que declarou a independência do seu apartamento e, num processo de aparente delírio, vai tentando governar esse apartamento e as áreas em redor como se de um país se tratasse, refletindo muitos dos problemas políticos de um país real, ainda que de forma paródica. Apesar do tom humorístico, estamos perante uma inegável reflexão sobre os desafios da nacionalidade nos tempos modernos de uma economia internacional cada vez mais interligada, em que o protagonista, no seu afã de revelar e afirmar o seu poder, vai-se expondo cada vez mais frágil ao espectador, quando este reconhece o contraste entre o discurso que é produzido e as ações e consequências que derivam desse discurso. Neste caso, estamos perante uma paródia do próprio poder que, reduzido à caricatura, é esvaziado do seu potencial de perigo.

Um coração real, de Luís Indriunas, relata o encontro entre Patrícia Soares e Vasco Sacadura, dois supostos funcionários públicos (o texto deixa a dúvida em aberto), ele português e ela brasileira e encarregue de levar o coração de D. Pedro IV para o Brasil. Vasco é mais velho, nostálgico e burocrático, ao passo que Patrícia é jovem, informal e ativa.

Ambas personagens tentam dominar a outra: Vasco assedia sexualmente Patrícia, e Patrícia tenta chantagear Vasco. Mais uma vez, a mulher brasileira surge como alvo de desejo sexual, desejo que tenta usar a seu favor. No entanto, apesar do conflito, o texto acaba com uma cumplicidade entre ambas, como se apesar dos jogos de poder, fosse possível o entendimento.

A estrutura dialogal fomenta uma disputa entre ambas as personagens, que usam de estratégias discursivas para atingir os seus objetivos. Vasco escuda-se na legalidade burocrática, ao passo que Patrícia usa a juventude e erotismo para seduzir e apiedar Vasco. E se este parece simbolizar Portugal, marcado pela nostalgia do passado, Laura, como personagem brasileira, revela dinamismo e ambição.

Por fim, *Transatlântico – um experimento cênico*, de Dênio Maués, centra-se num grupo restrito de personagens: uma baronesa do café, o seu filho, o escravo dela e a criada dele. A ação decorre num espaço e num tempo difusos: entre uma fazenda brasileira, uma casa lisboeta e um cibercafé de um quilombo, entre 1850 e os anos 2000.

Este dispositivo dramático procura estabelecer um olhar abrangente sobre a história dos dois países, estabelecendo umnexo intencional entre o fim da escravatura e a crise económica atual, num permanente jogo de anacronismos temporais. E nesse jogo retrata-se um Brasil em que os mais desfavorecidos, representados no escravo fugido, iniciam uma emancipação da classe dominante. E isso gera um efeito dramático de inversão irónica: se no início o filho da Baronesa vai para Lisboa

para alargar os seus horizontes sociais e culturais, no final, a criada portuguesa vai para o Brasil em busca de emprego. Ou seja, mais uma vez encontramos a percepção atual do brasileiro que emigra para a Europa, não por razões económicas, mas para se tornar cosmopolita.

O texto termina com uma visão otimista das novas tecnologias que permitem a revolução social no Brasil contra as classes dominantes – o discurso multimédia enquanto forma de poder –, tornando assim aquele país no palco onde o futuro ainda está em jogo. Ou seja, a tecnologia é vista como a essência da mudança social e das alterações das relações de poder.

CONCLUSÕES

Olhando os textos de forma transversal, e reconhecendo diferentes abordagens individuais à mesma temática, é reconhecer uma série de signos comuns que os atravessam.

Uma das imagens recorrentes é a associação do Brasil a personagens femininas e jovens, marcadas pela ambição, o que remete para uma ideia de maior otimismo e futuro para aquele país.

Adicionalmente, fora o texto de Indriunas, em todos os textos perpassa uma ideia de rutura – em que as personagens se afastam ou perdem as suas ligações, seguindo caminhos de emancipação e individualismo. Tal revela uma maior confiança na capacidade da sociedade brasileira de se emancipar de outros laços externos.

Por fim, existe claramente uma ideia de interação com o diferente – com Portugal, mas maioritariamente com o Ocidente desenvolvido, – revelando maior confiança no Brasil nas suas relações externas.

Em suma, estamos perante um enorme otimismo em relação ao Brasil – otimismo não desprovido de crítica ou desejo de intervenção social. O país parece olhar para o futuro com ambição e esperança, desenvolvido através de novas cumplidades com outros países e a consciência de que o mundo hoje é cada vez mais um mercado global, de fronteiras fluidas, onde as mesmas ideias e mercadorias circulam por toda a parte. Acredita-se numa ação positiva que leva a mudanças positivas, seja de estatuto social, sexual ou outro. A liberdade e uma vida melhor é tida como possível, desde que se atue em direção a isso.

Este era, em suma, o otimismo e urgência que um conjunto de dramaturgos brasileiros revelava em relação ao seu país em 2012. Mas, tendo em conta a turbulência social e desaceleração económica que o país sofreu a partir de 2013, seria bastante produtivo poder fazer o mesmo exercício com textos realizados a partir dessa época. Mas tal terá de ser o enfoque de outros trabalhos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aristóteles (2004). *Poética*. Lisboa: FCG.

Arendt, H. (2001). *A Condição Humana*. Lisboa: Relógio D'Água.

- Autran, P. C. (2012). *Nos Países de Nomes Impronunciáveis*. Texto em suporte digital facultado pela autora.
- Barthes, R. (1987). *A Aventura Semiológica*. Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Oxford: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1998). *O que falar quer dizer*. Lisboa: Difel.
- Figueira, J. L. (2008). *Verás que tudo é verdade*. São Paulo: Folias.
- Gomes, M. (2012). *O Imperador*. Texto em suporte digital facultado pelo autor.
- Indriunas, L. (2012). *Um coração real*. Texto em suporte digital facultado pelo autor.
- Martins, M. de L. (1996). *O discurso da identidade*. Porto: Afrontamento.
- Maués, D. (2012). *Transatlântico*. Texto em suporte digital facultado pelo autor.
- Nery, D. (2012). *Na língua do amor é que a gente se desentende*. Texto em suporte digital facultado pela autora.
- Palinhos, J. et al. (ed) (2012). *Drama N.º 4 – Dramaturgia Contemporânea*. Porto: APAD. Disponível em <http://drama.argumentistas.org/drama4.html>. Acesso em 4.08.2013.
- Torres, F. B. (2012). *Da Natureza de Fronhas e Lençóis*. Texto em suporte digital facultado pelo autor.

WEBGRAFIA

- Blog do projeto Capitánias Dramáticas*. Disponível em <http://capitaniasdramaticas.wordpress.com/tag/capitanias-dramaticas/>. Acesso em 20.08.2013.
- Blog do Centro de Dramaturgia Contemporânea*. Disponível em <http://centrodedramaturgiacontemporanea.blogspot.pt/>. Acesso em 20.08.2013.
- Notícia do site Cena Lusófona*. Disponível em <http://www.cenalusofona.pt/cenaberta/detalhe.asp?id=904&idcanal=1>. Acesso em 20.08.2013.
- Site do Centro de Dramaturgia Contemporânea*. Disponível em <http://www.dramaturgiacontemporanea.com.br>. Acesso em 20.08.2013.
- Site do Teatro Académico Gil Vicente*. Disponível em http://www.tagv.info/pt/cat/centro_n_dramaticas.php. Acesso em 20.08.2013.

Ideias portuguesas para mudar o mundo: projetos de empreendimentos sociais, cultura e espírito do tempo

VANDER CASAQUI

vcasaqui@espm.br

Escola Superior de Propaganda e Marketing-SP, Brasil

Resumo

Este trabalho é derivado de pesquisa de pós-doutoramento sobre o tema do empreendedorismo social, na perspectiva comparativa entre os contextos português e brasileiro. Neste estudo, dedicamo-nos à análise dos projetos de empreendimentos sociais portugueses, tendo como base principal os concorrentes do Concurso FAZ - Ideias de Origem Portuguesa (organizado pela Fundação Calouste Gulbenkian, em sua edição de 2013). A partir dos discursos construídos pelos projetos de empreendedores sociais da cena portuguesa, procuramos compreender como a cultura empreendedora com vistas ao "bem comum" edita o contexto em que se situa, ao construir diagnósticos da situação portuguesa (associada à noção de "crise") e configurar o papel social dos agentes identificados com a denominação de empreendedores sociais. Também analisamos em conjunto os discursos do Concurso FAZ, uma vez que constitui um território simbólico que compõe significados de totalidade, em que situam as iniciativas isoladas dos empreendimentos sociais.

Palavras-Chave: Comunicação e consumo; empreendedorismo social; cultura; discurso

INTRODUÇÃO

A cena portuguesa contemporânea é um ambiente privilegiado para a observação das ações e discursos identificados com o tema do empreendedorismo social. Corresponde sobremaneira a uma resposta ao contexto de crise, que transcende a esfera econômica, decorrente do desmonte do Estado Social e das políticas de austeridade, para constituir um paradigma a partir do qual se reorganizam as identidades, os modos de perceber o cotidiano, o ambiente de forma geral, como se pode verificar sem muito esforço, na observação dos discursos presentes na mídia desse país. Os discursos associados ao empreendedorismo social são uma porta de entrada significativa para compreender como a sociedade portuguesa analisa a si mesma e projeta seu futuro, diante de um presente de tonalidades sombrias e perspectivas pessimistas.

O quadro teórico que dá suporte à pesquisa se fundamenta na tese do novo espírito do capitalismo (Boltanski; Chiapello, 2009), a partir da qual se compreende como a cultura empreendedora diz respeito ao espírito do tempo e, simultaneamente, ajusta-se a determinado momento histórico, à situação socioeconômica e à cultura portuguesa. Procuramos compreender também como os discursos de instituições que divulgam e incentivam o empreendedorismo social em Portugal, assim como projetos

de corporações globais como Ashoka e projetos associados à Comunidade Europeia, constituem o papel desse agente. As análises do *corpus* são desenvolvidas a partir da proposta teórico-metodológica da Análise do Discurso de linha francesa (AD), aliada às contribuições da filosofia da linguagem de Mikhail Bakhtin; observamos a produção de sentido dos discursos, e na forma como compõem uma trama dialógica, de interinfluência e disputa, vinculada e interdependente do contexto português.

Os deslizamentos de sentido, que vão traduzir a tradição das origens do terceiro setor e da economia social, desde o século XIX (Quintão, 2012: 130) para os tempos atuais, fazem do empreendedorismo social um signo cujo campo semântico abarca as mais diversas manifestações de organização da sociedade civil, de ações com vistas ao bem comum e à resolução de problemas outrora atribuídos ao Estado Social. Há uma lógica da performance (Ehrenberg, 2010) que perpassa essa construção do papel do empreendedor social: por mais que suas causas “nobres” se identifiquem com movimentos do passado, é no presente que o espírito empreendedor desloca a motivação para o trabalho em prol do bem comum em atividade sustentável, ou seja, alinhada à performance exigida pelo mercado. Essa presença do polo do mercado (Schwartz; Durrive, 2010) se sobrepõe à constituição discursiva que corresponde ao campo do empreendedorismo social. No caso do cenário português, o contexto de crise alimenta a leitura de que o espírito do empreendedor social é capaz de transformar os entraves e obstáculos em oportunidades, como forma de fazer prevalecer sua competência e sua vontade de “mudar o mundo” em detrimento da apatia daqueles que não compartilham desse espírito. Como exemplo da forma como esses discursos transcendem a esfera de atuação do empreendedor social e se conectam com os temas de grande evidência na sociedade portuguesa em dado momento, reproduzimos abaixo um trecho de um artigo divulgado após a performance de Cristiano Ronaldo, principal estrela da seleção portuguesa de futebol e melhor jogador do mundo em 2013. O atacante do Real Madrid teve atuação impecável na ocasião e foi determinante na classificação de Portugal para a Copa do Mundo de 2014, ao superar a Suécia com três gols. No dia seguinte, dia 20 de novembro de 2013, foi publicada no jornal português Expresso uma adaptação de matéria veiculada anteriormente na Forbes, com o título “Transforme-se num Cristiano Ronaldo”:

Trabalhar para o êxito

As pessoas reconhecidas como mentalmente fortes não acordam a pensar que o mundo lhes deve um emprego ou uma vida confortável. Elas esforçam-se diariamente para criar oportunidades de alcançar os objetivos, procurando depender o mínimo da ajuda alheia.¹

A falta de postos de trabalho formal é um dos elementos mais destacados na crise portuguesa, com índices ainda mais alarmantes quando se trata do primeiro emprego de jovens, muitos deles formados ou cursando o ensino superior. Como

¹ Disponível em <http://expresso.sapo.pt/gen.pl?p=print&op=view&fokey=ex.stories/841935&sid=ex.sections/25594>. Acesso em 6.02.2014..

antídoto a esse problema, há um investimento retórico no apelo ao chamado autoemprego, o que inclui tanto o empreendedorismo quanto o empreendedorismo social, apresentado como alternativa à ausência de perspectivas concretas para os jovens. Entre empreendedorismo e empreendedorismo social, um dos elementos comuns é a questão da sustentabilidade, percebida quase estritamente como econômica. É curioso perceber, no discurso motivacional, do qual reproduzimos um trecho acima, a presença da lógica empreendedora transposta para a vida como um todo, em alinhamento com o cenário social discutido por Boltanski e Chiapello (2009); nesse sentido, somos todos *empreendedores de nós mesmos*. Há um regime de convocação (Prado, 2013) em circulação por meio dos discursos de nosso tempo, a partir do qual somos instados a ser “mentalmente fortes”, a nos esforçar para “criar oportunidades”, a “depende o mínimo de ajuda alheia”. A psicologia positiva, aplicada à leitura dos problemas sociais de nosso tempo, desvia-se do questionamento ao sistema que provoca fraturas sociais, para responsabilizar os sujeitos e estimular à resolução individualizada, atomizada.

O lançamento do *Manual para transformar o mundo* (2013), o primeiro guia de procedimentos para empreendedores sociais de Portugal, em evento realizado na Universidade do Porto, ficou marcado pela frase contundente de Carlos Brito, pró-reitor da instituição: “País precisa de 10 milhões de empreendedores sociais”². Ou seja, a população inteira de Portugal, de acordo com a visão do pró-reitor. À parte da desconstrução lógica da frase e do questionamento sobre sua viabilidade e coerência, fica a ideia da carga simbólica que reveste o papel social (Dahrendorf, 2012) dos empreendedores sociais portugueses, sobre os quais está depositada a utopia pragmática de reconstrução do capitalismo em bases mais humanas e sem a ajuda do Estado. Esse projeto de transformação delegado à sociedade civil por governantes e por institucionalidades (do governo português às diretrizes da Comissão Europeia no plano estratégico Europa 2020³, que legitimam e apoiam, inclusive financeiramente, essa cena empreendedora) aposta na minimização dos impactos da crise através do empreendedorismo e da inovação de base tecnológica, do microempreendedorismo e do empreendedorismo social. Como aponta Lopes, o empreendedorismo passa a ser a tábua de salvação, uma espécie de revolução que mantém a ordem econômica e política que lhe concebeu, mas que teria o potencial de subverter seus resultados, na forma como está presente nos discursos dos governantes portugueses, dos agentes que representam os financiadores do campo, dos projetos da Comissão Europeia, transformado na “panaceia que solucionará os graves problemas do desemprego desencadeados pela crise” (Lopes, 2012: 87).

² Jornal de Notícias de 6 nov. 2013, Informação Geral, p.12.

³ Nas palavras de José Manuel Durão Barroso, atual presidente da Comissão Europeia: “A Europa 2020 é a estratégia de crescimento da UE para a próxima década. Num mundo em mutação, pretendemos que a UE se torne uma economia inteligente, sustentável e inclusiva. (...) Concretamente, a UE definiu cinco objectivos ambiciosos em matéria de emprego, inovação, educação, inclusão social e clima/energia que deverão ser alcançados até 2020”. Disponível em: http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm. Acesso em 13 fev. 2014.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM PORTUGAL: IDEIAS DE ORIGEM PORTUGUESA

A cena portuguesa em torno do empreendedorismo social é constituída por institucionalidades que disputam simbolicamente os lugares privilegiados de incentivo e de organização dos projetos e iniciativas atomizados da sociedade civil. O ano de 2013 foi marcante, entre outros acontecimentos, pela realização de concursos como o FAZ – Ideias de Origem Portuguesa, em sua segunda edição, e o lançamento de projetos como o MIES – Mapa de Inovação e Empreendedorismo Social. Em ambos, temos um elemento comum: a publicização de propostas para resoluções de problemas sociais, seja de projetos que buscam apoio para começar ou se expandir, seja de empreendimentos sociais implantados, avaliados e considerados exemplares na cena portuguesa.

O concurso FAZ – Ideias de Origem Portuguesa, organizado pela Fundação Calouste Gulbenkian na área do empreendedorismo social, define-se como “uma convocatória a todos os que, apesar da distância, desejam participar na construção de Portugal, através de uma cidadania ativa, envolvente e participativa”.⁴ Utiliza como mote diferencial de outros concursos a peculiaridade de exigir, em cada equipe concorrente, ao menos um componente de origem portuguesa mas residente em outro país: “é um desafio a todos os Portugueses na diáspora que têm ideias, talento e vontade de fazer mais e melhor”. O termo diáspora representa o movimento de dispersão de cidadãos portugueses, especialmente jovens, que partem em busca de trabalho para outras cidades europeias, para o Brasil, entre outros destinos. O concurso se coloca como mediador da relação entre portugueses, como promotor de uma comunidade imaginada (Anderson, 2005), articulada em redes de cooperação, mesmo que dispersa pelo mundo, na convocação para “participar na construção de Portugal”. Esse país concebido como mundo possível (Lazzarato, 2006) a partir do empreendedorismo social pressupõe uma nação anterior, do passado até o tempo atual, que precisa ser transformada, superada, reconstruída.

Na edição de 2013 do concurso, 75 candidaturas foram apresentadas, nas áreas de “Ambiente e Sustentabilidade, Inclusão Social, Diálogo Cultural e Envelhecimento”, como delimitam os organizadores. Elegemos para análise as 10 ideias finalistas⁵, dentre as quais as três vencedoras. Nas palavras de Filipe Santos, presidente do júri, “estes projetos empreendedores originados na diáspora que agora apresentamos demonstram o melhor da criatividade e solidariedade do povo Português: são ideias inspiradas e inspiradoras para um Portugal melhor”. O tema da “inspiração” é recorrente nesse cenário, onde empreendedores e empreendedores sociais são celebrados como transformadores, e, em certa medida, heróis de uma cultura de vocação neoliberal, ou, como diz Drucker, de uma “sociedade empreendedora” (2011: 349); um dos exemplos evidentes dessa lógica é a forma como a Ashoka, instituição

⁴ Disponível em <http://2014.ideiasdeorigemportuguesa.org/>. Acesso em 11.02.2014..

⁵ Os finalistas de 2013 podem ser consultados em: <http://2013.ideiasdeorigemportuguesa.org/ideias/finalistas>. Acesso em 1.02.2014..

entre as maiores incentivadoras do empreendedorismo social no mundo, denominar os seus agentes como “changemakers”.

DIAGNÓSTICOS DA SITUAÇÃO ATUAL DA SOCIEDADE PORTUGUESA

A grande maioria dos projetos tem como base de construção retórica um microdiagnóstico da situação atual, por meio dos quais podemos perceber a sociedade portuguesa “a ser reconstruída”. Dentre as preocupações dos empreendedores sociais da competição, o espaço urbano em degradação ganha maior destaque na leitura da situação portuguesa, seja pelo seu aspecto material, como os edifícios históricos; seja pela qualidade de vida de seus habitantes, da socialidade, da tradição. Alguns desses aspectos estão presentes no projeto *Imagin’OPorto*: “A cidade do Porto é um exemplo de uma cidade que sofre de uma certa ‘decadência urbana’, habitada por um conjunto de edifícios antigos e históricos que não podem ser removidos, omitindo assim a chegada do futuro”. A reabilitação urbana, objeto recorrente da cena empreendedora portuguesa, é o foco do terceiro colocado na competição: “O ‘Rés do Chão’ propõe a reocupação temporária de espaços térreos desocupados, através da reinvenção de funções alternativas ao comércio tradicional com o objetivo de dinamizar a rua e reabilitar a cidade”.

Para o projeto *Sabedoria Vintage*, a valorização dos idosos se coloca com ênfase: “Constatamos ainda que os mais velhos querem sentir-se úteis, falar do seu passado, mas não encontram espaço para tal numa Sociedade que se tem tornado cada vez mais vazia de valores”. Para o projeto *Dar a volta à rua*, a preocupação é com a expansão metropolitana e a degradação do convívio social: “As regiões da grande Lisboa e do grande Porto cresceram aceleradamente nas últimas décadas, mas esse crescimento não foi acompanhado por um desenvolvimento urbanístico capaz de responder às necessidades de qualidade de vida das populações”.

As questões associadas, direta ou indiretamente, ao mundo do trabalho também se destacam do conjunto de ideias eleitas como finalistas no concurso. Para o projeto *em-rede*, o desemprego é o ponto de partida: “no contexto actual de crise prolongada, com efeitos dramáticos no mercado de trabalho, assistimos ao crescimento galopante da taxa de desemprego que atinge mais de 17% da população em Portugal”. A capacitação profissional é alvo do projeto *Mentes empreendedoras – talento e liderança juvenil para a comunidade*: “Portugal enfrenta importantes desafios quando comparado com os seus parceiros europeus: baixa participação social, capital social e qualificação”.

A questão da diáspora, do esvaziamento das pequenas cidades diante das condições sociais como o desemprego, dos projetos de vida em choque com as tradições, tem destaque no curso. No projeto *Entre as cidades... estão as aldeias!*, o diagnóstico conecta a perspectiva histórica sugerida e a situação presente: “Portugal, país de tradições rurais e país rico em recursos naturais, que tem visto ao longo dos anos as suas aldeias serem abandonadas por milhares de pessoas que partiram em direcção às cidades (ou ao exterior)”. Essa mesma preocupação com a fuga para o

exterior foi o mote da ideia vencedora do FAZ de 2013, o *Orquestra XXI*, com foco na atividade artística: “Os casos de sucesso vão-se multiplicando, com músicos portugueses espalhados por alguns dos melhores conservatórios e orquestras do mundo, muitas vezes acabando por seguir as suas carreiras fora de Portugal”.

Para o projeto *Fruta feia*, segundo lugar no concurso, o consumo é o problema que apresenta um caráter mais geral, que tem vínculos não somente com o contexto português: “Cerca de metade da comida produzida no mundo cada ano vai para o lixo”. Esta proposta destoa em parte das duas tendências maiores apontadas no conjunto das ideias: os problemas sociais que alimentam a imaginação dos empreendedores guardam relação direta com as questões do espaço urbano e do mundo do trabalho.

TRANSFORMAÇÕES E SOLUÇÕES NOS MUNDOS POSSÍVEIS CONSTRUÍDOS PELOS PROJETOS

O projeto *Fruta feia*, aquele que mais se articula na releitura das relações produção / consumo, tem como proposta um mundo possível (Lazzarato, 2006) em que produtores e consumidores compartilham de valores, estabelecendo-se como uma forma de trabalho cooperativo: “Através da criação de uma cooperativa de consumo, o projecto FRUTA FEIA tem como objectivo principal canalizar essa parte do desperdício alimentar até aquele consumidor final que não julga a qualidade por factores de aparência”. A transformação se dá pela operação, em bases racionalizantes, de um modelo de consumo consagrado; essa racionalização parte de uma mudança de percepção, de incorporação de uma ética que opera nas esferas da produção e do consumo. Uma transformação do *habitus* (Bourdieu, 2009) produz o sentido de consumo cooperativo.

A proposta de uma “sociedade cooperativa” também faz parte do projeto *Rés do chão*, no qual as ideias da sociedade civil são traduzidas em modelos de negócios, variadas formas de empreendimentos e respectivos financiamentos, alternativas de consumo. Enfim, um mundo possível sem delimitações estreitas, a não ser a criação de um espaço comum, um lugar de diálogo e construção conjunta de maneiras de produzir e ofertas que pressupõem a presença de um consumidor engajado – se não eticamente, estimulado pelas mercadorias ofertadas: “Pretende-se explorar novos tipos de ocupação temporária como espaços de ‘co-working’, ateliers-loja, galerias, grupos de teatro, entre outros, de forma a promover a partilha de recursos e ideias, a gerar novas formas de cooperação facilitando a empregabilidade”.

Na mesma direção segue a proposta do *Casa do Vapor*, que tem por objetivo incentivar a economia local, as relações entre a divulgação da cultura regional e o incentivo ao comércio, na alta temporada do verão europeu: “A Casa do Vapor será um espaço de encontro (...) Haverá um espaço de residência, performance e área para a realização de workshops a partir dos quais as diversas habilidades da população local e convidados será colocada em partilha e ação”.

No projeto *Imagin’OPorto*, o lugar do empreendimento social é o de mediador de uma grande transformação, em que a teia social se reorganiza, como numa *neomônada* (Lazzarato, 2006), em que os sonhos e a imaginação são compartilhados

e articulados para um objetivo comum, a revitalização da cidade: “Imagin’Oporto pretende ser esse elemento que agrega e serve de rede entre projectos independentes, entre os sonhos e imaginação da população e entre os projectos das instituições estatais e municipais, com o principal objectivo de potenciar o diálogo intercultural e intergeracional entre todos os moradores e transeuntes do Porto”.

No projeto *Dar a volta à rua!*, a perspectiva de estimular os cidadãos a reocupar as vias públicas, que guarda um tom nostálgico, equilibra-se entre a proposta cooperativa das decisões democráticas e o atravessamento do discurso da sustentabilidade: “Além do seu forte cariz ambiental e social, um dos pontos mais relevantes deste projeto é o reduzido custo/eficácia das soluções que propõe implementar”.

Sabedoria vintage é um dos projetos que mais se apoia na tentativa de superar a ditadura do novo, ao priorizar o valor dos mais idosos na sociedade. Porém, o discurso, cambaleante entre o valor social e a exigência da viabilidade, propõe um outro lugar, uma utopia apoiada pela retórica da eficácia, uma lógica utilitária ao aplicar o passado no processo empreendedor: “Uma nova ideia, ou simplesmente a adaptação de uma ideia/saber/ofício antigo pode ser o início de um projeto de criação de um novo negócio”. Essa espécie de estímulo criativo seria baseado na experiência de vida transmitida por “sábios vintage” a “Escolas, Universidades, Associações de empreendedorismo e de inovação”. O termo “vintage” ressignifica o antigo, o idoso, como algo que tem valor como mercadoria por remeter a outro tempo, de forma estetizada. É dessa maneira que a moda e o design revisitam o passado para dele extrair novos produtos com aparência de antigos; é por esse método que há uma tentativa de resgatar o valor dos cidadãos idosos e sua sabedoria acumulada para a sociedade.

A proposta de reocupação e reativação econômica das aldeias portuguesas, presente no projeto *Entre as cidades... estão as aldeias!* também se apoia no trabalho cooperativo, na formação de uma economia solidária de viés nacionalista, em que a produção, circulação e consumo de mercadorias tem por fim projetar lugares históricos para o mundo da competitividade, da sustentabilidade, do empreendedorismo: “Pretendemos, com este projecto, reclamar o regresso às aldeias como uma saída possível. (...) Procuramos que a alternativa deixe de ser ‘saír do país’ e passe a ser ‘descobrir o país e todo o seu potencial’”.

O sentido do trabalho cooperativo também se revela na ideia vencedora, a Orquestra XXI, por meio da produção de um acontecimento efêmero (a série de concertos dos músicos portugueses espalhados pelo mundo) que ambiciona gerar reverberações, desdobramentos, influenciando a sociedade através do trabalho relacionado com a cultura erudita: “Para além de uma série de concertos em regiões diferentes do país (...), a Orquestra XXI pretende também desenvolver um conjunto de actividades de carácter educativo e pedagógico (...), com o intuito de partilhar a experiência de todos os membros da orquestra com os estudantes em Portugal, e com o público em geral”.

A questão do trabalho é vista de maneira mais convencional pelo projeto *em-rede*, no qual a lógica das redes de contatos é aplicada ao problema do desemprego. Como mediador entre vários atores que se relacionam com o problema ou com

suas possíveis soluções, propõe uma ação cooperativa para transferir competências, habilitar trabalhadores e gerar postos de trabalho. Para atingir esse objetivo, pretendem “convidar desempregados, career services, centros de empregos, IPSS, Juntas de freguesia, empregadores, empresas de outplacement, paróquias, fundações, ONGs e entidades ligadas ao empreendedorismo”.

O projeto *Mentes empreendedoras*, através da habilitação de jovens no ensino secundário para a atividade empreendedora, busca a solução para dados e números alarmantes do desemprego, de abandono escolar, entre outros problemas. Essa habilitação, para além da aquisição de competências técnicas, é um processo de transformação mental do próprio sujeito, de *empreender-se*: “A escola secundária torna-se cada vez mais um espaço catalisador do potencial dos jovens de acreditar em si próprios e na sua capacidade de transformar e liderar”. Essa leitura do sujeito empreendedor como dotado de uma ética própria, também reproduz a noção das narrativas terapêuticas (Illouz, 2011), as narrativas do eu que constroem a trajetória de vida em dois tempos: o passado como patologia e o momento pós-transformação de si, marcado pelo encontro do “eu autêntico”, diretamente relacionado com a autoajuda e a psicologia positiva. Termos como: “atitude”, “mentalidade”, “proatividade”, “pragmatismo”, recorrentes na cultura corporativa e na competitividade neoliberal, são repetidos ao longo da apresentação da proposta, que apresenta como solução para a crise diagnosticada a transformação de si para os padrões exigidos pelo mercado: “Ao trabalharem numa causa própria ou num projecto pensado por si, é activado o seu ímpeto de acção e motivação para desenvolverem a sua ideia (e a si próprios) de forma mais eficiente e eficaz”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de leitura do contexto português, na apresentação dos projetos analisados, demonstra dois momentos distintos: o problema diagnosticado e a solução, a Portugal a ser reconstruída e os caminhos para a reconstrução. A ótica empreendedora social evidencia a crise em termos de falta de emprego, de degradação da qualidade de vida, de exclusão social, de apatia e carência de competências para enfrentar o mundo competitivo sob a égide do neoliberalismo. O presente é visto como uma lacuna entre um passado que deve ser resgatado ou ressignificado, e um futuro como mundo possível; diante da falência do Estado Social, os projetos, sob a exigência da “sustentabilidade”, simplesmente ocultam sua presença nos cenários futuros. É do trabalho cooperativo e da “força interior” dos cidadãos portugueses, que parte a projeção de um futuro onde o empreendedor social é o grande mediador da sociedade, o restaurador do diálogo, do trabalho conjunto. Esse projeto de sociedade evidencia tanto o novo espírito do capitalismo, em que a lógica empreendedora orienta o olhar analítico do presente e sua releitura para um futuro imaginado, quanto a fratura social de um tempo em que os sujeitos se veem atomizados, individualizados, lançados à própria sorte ante a necessidade de serem competitivos, de atingirem a alta performance. Um mundo onde o sentido

de comunidade a ser resgatado está por trás da recorrência da crença no trabalho cooperativo; com diz Bauman (2003: 9), “Comunidade’ é nos dias de hoje outro nome do paraíso perdido – mas a que esperamos ansiosamente retornar, e assim buscamos febrilmente os caminhos que podem levar-nos até lá”. O empreendedor social, dessa forma, assume o papel social de grande líder utópico, a buscar os caminhos do paraíso moldado pelas regras do mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, B. (2005). *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo*. Lisboa: Edições 70.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social: los limites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bakhtin, M. (Voloshinov) (1997). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec.
- Bauman, Z. (2003). *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Boltanski, L. & Chiapello, È. (2009). *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (2009). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Dahrendorf, R. (2012). *Homo sociologicus*. Lisboa: Quetzal.
- Drucker, P.F. (2011). *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Cengage Learning.
- Ehrenberg, A. (2010). *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida – SP: Idéias & Letras.
- Illouz, E. (2011). *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Lazzarato, M. (2006). *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Lopes, M. (2012). Empreendedorismo. In *Dicionário das crises e alternativas* (pp. 86-87). Coimbra: Almedina, CES.
- Prado, J.L.A. (2013). *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ / Fapesp.
- Quintão, C. (2012). A reemergência do Terceiro Setor. In L. Veloso & R. M. Carmo (orgs), *A constituição social da economia* (pp. 123-153). Lisboa: Ed. Mundos Sociais.
- Schwartz, Y. & Durrive, L. (2010). *Trabalho & Ergologia: conversas sobre a atividade humana*. Niterói, RJ: Ed. UFF.

A (re)produção de significados relacionados às pessoas com deficiência

ÁUREO VANDRÉ CARDOSO & JOAQUIM JOSÉ JACINTO ESCOLA

aureo.vandre@bento.ifrs.edu.br; jescola@utad.pt
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

Resumo

Apresentamos nesta comunicação um recorte da investigação que estamos realizando com o objetivo de identificar princípios intervenientes no desenvolvimento de tecnologias assistivas para pessoas com necessidades educacionais específicas. Abordamos neste texto o item do referido trabalho relacionado ao princípio da educação como processo sociocultural. Nele, recorreremos ao aporte teórico dos Estudos Culturais para analisar significados relacionados à deficiência em 296 matérias publicadas nos meios de comunicação social, em Portugal, no período de novembro de 1998 a junho de 2013.

Palavras-Chave: Deficiência; pedagogia cultural; estudos culturais

Esta comunicação tem o propósito de apresentar parte de uma investigação que estamos realizando com o objetivo de identificar princípios intervenientes no desenvolvimento de tecnologias assistivas para pessoas com necessidades educacionais específicas.

A referida pesquisa é constituída por seis eixos centrais. Devido à limitação de espaço e pela coerência com a temática do evento, neste texto abordaremos somente um recorte do item relacionado ao princípio da educação como processo sociocultural. Os outros se referem aos seguintes aspectos: ao uso das tecnologias assistivas; à educação inclusiva; à individualização no processo de ensino/aprendizagem; à equidade de oportunidades; à autonomia.

Utilizamos, aqui, o conceito de pedagogia cultural, noção recorrentemente empregada no âmbito dos Estudos Culturais, (Giroux, 1995; Costa, Silveira e Sommer, 2003; Cardoso, 2007; Vargas, 2009; Fernandes e Siqueira, 2010; Santos e Santiago, 2011; Santos e Carvalho, 2012). Ou seja, diversas obras de investigação realizadas na perspectiva desse campo epistemológico valem-se da ideia de que o processo de ensino e aprendizagem não está limitado às instituições educacionais. Há pedagogia em todo o espaço social em que saberes são construídos e experiências são interpretadas.

Outro conceito que adotamos e que é amplamente utilizado nas análises realizadas sob a perspectiva dos estudos realizados nesse campo é o de representação. Entende-se que nas representações presentes nas pedagogias culturais organiza-se e

regula-se a produção de significados, mesmo que elas não possam inscrever ou garantir a produção desses, pois se trata de um processo potencialmente aberto e indeterminado que não permite qualquer redução simplista do significado à representação.

A noção de representação utilizada nas análises culturais associa-se a de discurso e esse, por sua vez, na perspectiva que estamos considerando, tem sido tomado a partir do pensamento de Foucault (1986). Ou seja, é visto como um conjunto de práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam, não se limitando a registrar ou refletir artefatos que lhe são anteriores.

É esse caráter produtivo do discurso que consideramos ao problematizarmos a deficiência como uma construção cultural, sem desconsiderarmos os aspectos biológicos, sociais, históricos, psicológicos, entre outros. Indicamos, então, que a humanidade tem tratado as pessoas com deficiência de acordo com o contexto cultural da respectiva época e apontamos a ignorância, a superstição e o medo como alguns dos fatores que, ao longo da história, isolaram esses sujeitos e retardaram o seu desenvolvimento.

Na sequência, estudamos a (re)produção nos meios de comunicação social, em Portugal, dos significados relacionados à deficiência na contemporaneidade. Ao analisarmos as representações veiculadas, relacionando-as historicamente com outros aspectos culturais, indicamos que os significados e definições têm sido socialmente transformados.

Concluímos este recorte do nosso estudo apresentando considerações relativas à forma como os *media* atuam como significantes e significadores de conhecimentos, produzindo saberes e subjetividades contemporâneas sobre as pessoas com deficiência.

A CONSTRUÇÃO DOS SIGNIFICADOS SOB A PERSPECTIVA DOS ESTUDOS CULTURAIS

Como bem salientou Hall (1997), o significado das “coisas” surge em relação a todos os diferentes momentos ou práticas culturais, ou seja, na construção da identidade e na delimitação da diferença, na produção e no consumo, bem como na regulação das condutas sociais.

O referido intelectual aponta o início da segunda metade do século XX como o período no qual começou a enorme expansão de tudo que está associado à cultura e destaca o seu papel constitutivo, atualmente, em todos os aspectos da vida social. Com essa afirmação não pretende dizer que ela se tornou epistemologicamente superior às demais instâncias sociais, mas que passou a ser central porque está imbricada em tudo que é do social.

Veiga-Neto (2003) indica a década de 1920 como o período no qual a epistemologia monocultural começou a sofrer questionamentos mais sérios. Até o início do século passado, ao longo da Modernidade o conceito de cultura recebia uma deferência especial. Nas obras de pensadores como Kant, Goethe, Schiller, Herder e Fichte destacavam-se como principais características desse conceito o caráter diferenciador, elitista, único/unificador e idealista da cultura. “Os primeiros ataques

vieram da antropologia, da lingüística e da filosofia; e logo parte da sociologia também começou a colocar em questão a epistemologia monocultural”, afirma o autor (*Ibidem*: 11).

Com o multiculturalismo vem a *virada cultural* que, a partir do fim da década de 1950, passou a gerar um impacto maior na vida intelectual e acadêmica, iniciando uma revolução de atitudes em relação à linguagem, como explica Hall (1997: 27):

A linguagem sempre foi assunto de interesse de especialistas, entre eles, estudiosos da literatura e linguistas. Entretanto, a preocupação com a linguagem que temos em mente aqui refere-se a algo mais amplo – um interesse na linguagem como um termo geral para as práticas de representação, sendo dada à linguagem uma posição privilegiada na construção e circulação do *significado*.

Com isso, a cultura deixa de ser considerada uma variável dependente e passa a ser entendida como uma condição constitutiva da vida social. Ainda naquele período, os estudos culturais começaram a emergir, na Inglaterra, tendo como precursores os seguintes trabalhos: *The uses of literacy*, de Richard Hoggart, publicado em 1956; *Culture and society*, de Raymond Williams, em 1958; *The making of the english working-class*, de Edward Palmer Thompson, em 1963. Embora tenha surgido essencialmente como uma área transdisciplinar e não como uma disciplina acadêmica com pretensão de substituir outras já existentes, essa perspectiva teórica começou a configurar-se como um novo campo de reflexão, de forma institucionalizada, com a criação em 1964 do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), na Universidade de Birmingham, na Inglaterra.

Indicar o Centro como o local de onde emergiram os estudos culturais, não significa, entretanto, atribuir a ele a exclusividade nos estudos sobre a diversidade dentro de cada cultura e sobre as diferentes culturas, sua multiplicidade e complexidade, pois a revolução cultural iniciada no século XX desencadeou uma movimentação nesse campo que mobilizou diversos autores a problematizar o tema.

Hall (1997) cita, como exemplo, a contribuição do trabalho de Lévi-Strauss e Barthes na França, na década de 1960. Baptista (2009) destaca também como fonte de inspiração desses estudos as obras dos seguintes autores: Lefebvre, na França; Fiedler, nos Estados Unidos; Fanon, na França e Norte de África.

Na atualidade os estudos culturais tornaram-se um campo teórico de repercussão em diversos países. “Não se confinam mais à Inglaterra e Europa nem aos Estados Unidos, tendo se alastrado para a Austrália, Canadá, Nova Zelândia, América Latina e também para a Ásia e África”, salienta Escosteguy, (2010: 45).

É essa a via teórica que estamos utilizando nesse trabalho para refletir sobre as mudanças que vêm ocorrendo nas últimas décadas na forma de representação da deficiência, sendo a representação entendida tal como na definição de Stuart Hall (1999), ou seja, como a forma pela qual o significado é construído através da localização, do posicionamento e da disposição do discurso. Mas, antes, consideramos importante rever como o conceito de deficiência vem sendo socialmente construído e historicamente transformado nas culturas.

DO INFANTICÍDIO AO MOVIMENTO EM DIREÇÃO À INCLUSÃO

A humanidade tem tratado as pessoas com deficiência de acordo com o contexto histórico e cultural da respectiva época. Destacamos aqui quatro momentos que podem ser identificados como de *exclusão*, de *segregação*, de *integração* e de busca pela *inclusão*.

A questão relativa à deficiência esteve presente durante toda a história humana. Estudos realizados no âmbito da Paleopatologia indicam a presença de distrofias e lesões traumáticas ou infecciosas em fósseis hominídeos de todas as épocas. Silva (1986) lembra que o fêmur de *Pythecanthropus Erectus*, encontrado por Eugène Dubois, em 1891, já apresentava uma espécie de tumor ósseo bem volumoso no terço superior, próximo à sua cabeça, atribuído pelos estudiosos a uma fratura ou a um aneurisma. Recorda, também, que foi descoberto um sinal de fratura solidificada na clavícula do esqueleto do *Homem de Neanderthal* descoberto em Krapina e que o esqueleto de La Chapelle-aux-Saints mostra sinais de artrite deformante (Silva, 1986: 13).

Esse investigador considera indiscutível que o homem pré-histórico procurava a origem das enfermidades em credices de natureza mística ou fantasiosa, mais de ordem demoníaca ou resultante de atitudes punitivas das divindades ou seres superiores.

Jiménez (1997) lembra que nas sociedades antigas era comum o infanticídio quando se observava que as crianças nasciam com alguma deficiência. No diálogo socrático *A República*, Sócrates recomendava: “Para os filhos dos indivíduos inferiores e mesmo os dos outros que tenham alguma deformidade, serão levados a paradeiro desconhecido e secreto” (Platão, 2004: 163).

Mas, a partir do final do século XVIII inicia-se o período da institucionalização especializada de pessoas com deficiência e elas passam a receber assistência, separadas dos indivíduos considerados normais. Dessa forma, argumenta Jimenez (1997:23), “se tranquiliza a consciência coletiva, pois estava a proporcionar cuidado e assistência a quem necessitava, protegendo o deficiente da sociedade sem que esta tivesse de suportar o seu contato”.

Em um período mais recente de nossa história, podemos identificar os pressupostos da normalização e da integração como importantes conceitos que foram utilizados com o objetivo de combater à segregação desses cidadãos. A Comissão da Organização das Nações Unidas (ONU) para o Desenvolvimento Social destaca que as políticas atuais a favor desses sujeitos representam o resultado dos desenvolvimentos ocorridos nos últimos 200 anos. A muitos títulos, elas refletem as condições gerais de vida e as políticas socioeconômicas de diversas épocas (ONU, 1996).

Jiménez cita que o primeiro livro sobre o princípio da normalização teve como autor Wolfensberger e foi publicado em 1972, no Canadá. Mas, lembra que esse conceito foi incluído na legislação da Dinamarca já em 1959 e, a partir de então, estendeu-se por toda a Europa e América do Norte (Jiménez, 1997: 25).

Ao escrever *The principle of normalization in human services*, o alemão Wolf Wolfensberger, que estava atuando como professor visitante no National Institute

on Mental Retardation, em Toronto, defendia que os meios normativos deveriam prestar serviços que garantissem às pessoas com deficiência vivenciar os ambientes comuns com as demais pessoas (Wolfensberger, 1972). Com isso, ampliava o conceito que Bank-Mikkelsen havia abordado sob a perspectiva do estilo ou padrão de vida, defendendo em um artigo que:

Para as crianças, a normalização significa viver no seu meio natural, jogando, indo para creches e escolas, etc. Os adultos devem ter o direito de sair da casa de seus pais, para serem ensinados e buscar emprego. As crianças, assim como os adultos precisam de tempo de lazer e recreação, como parte de uma vida normal (Bank-Mikkelsen, 1969: 4).

Na mesma ocasião e corroborando com essa ideia, Nirje (1969) relatava os métodos e as experiências práticas aplicadas nos países escandinavos e afirmava que o princípio da normalização implica uma rotina de vida normal.

Omote (1999) afirma que as medidas adotadas naqueles países a partir do final da década de 50 resultaram na proposta do princípio de normalização e tiveram “rápida repercussão, consolidando práticas integracionistas como o movimento de *mainstreaming*, nos Estados Unidos” (*Ibidem*: 4).

Na Europa, o Grupo de Alto Nível para a Deficiência refere-se ao *mainstreaming*, em um documento elaborado em 2004, atribuindo o mesmo significado que “princípio da abordagem integrada”, descrevendo-o do seguinte modo:

[...] implica uma observação sistemática das diferenças entre as condições, as situações e as necessidades das pessoas com deficiência em todas as políticas e ações comunitárias. Tal significa não dever apenas tornarse os programas ou os recursos comunitários (ou nacionais) mais acessíveis às pessoas com deficiência, mas também ser necessária uma mobilização simultânea dos instrumentos jurídicos, dos recursos financeiros e das capacidades analíticas e organizacionais a nível comunitário (e a nível nacional) a fim de contribuir para a igualdade de oportunidades para as pessoas com deficiência (Comissão Europeia, 2004).

Passou-se, então, do pressuposto da normalização para o princípio da integração. No âmbito da educação essa ideia vem se consolidando nas últimas décadas como paradigma em muitos países, impulsionada pela *Declaração de Salamanca* (UNESCO, 1994).

Na *Conferência Mundial sobre Necessidades Educativas Especiais*, na qual foi elaborado o referido documento, os delegados destacaram a tendência da política social que nas últimas décadas vinha consistindo em promover a integração, a participação e o combate à exclusão e orientaram que todos os alunos devem aprender juntos, sempre que possível, independentemente das dificuldades e das diferenças que apresentem, para que possam conseguir maior progresso educativo e maior integração social.

No mesmo sentido, as *Normas sobre Igualdade de Oportunidades para as Pessoas com Deficiência* estabelecem que “os Estados devem reconhecer o princípio segundo o qual deve proporcionar-se às crianças, jovens e adultos com deficiência igualdade de oportunidades em matéria de ensino primário, secundário e superior num contexto integrado” (ONU, 1996: 25).

É preciso ressaltar, entretanto, que esse conceito não é recente. Já foi preconizado em outros momentos históricos. Para ilustrar, podemos lembrar Comenius. Em sua obra mais importante, a *Didactica Magna*, esse filósofo argumentava, já no século 17, que “nas escolas, se deve ensinar tudo a todos. Isto não quer dizer, todavia, que exijamos a todos o conhecimento de todas as ciências e de todas as artes” (Comenius, 1985: 145).

Atualmente, a educação integrada está servindo de base para a transição para outro momento histórico, o da busca pela efetiva inclusão das pessoas com deficiência. As diretrizes emanadas da *Declaração de Salamanca* (Unesco, 1994) e da *Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência* (Brasil, 2007) reforçam o conceito de cidadania fundamentado no reconhecimento das diferenças e na participação dos sujeitos em todas as instâncias sociais.

O OBJETO DO ESTUDO E A ANÁLISE

Para investigar sobre o processo de desenvolvimento das Tecnologias Assistivas e relacioná-lo com princípios inerentes ao processo educacional tomamos como objeto do estudo o Centro de Engenharia de Reabilitação e Acessibilidade Humanas - CERTIC, vinculado à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – UTAD, o qual tem atuado fortemente na pesquisa, produção e aplicação das soluções tecnológicas que constituem o escopo da investigação. O trabalho foi dividido em seis eixos principais, conforme já mencionamos na introdução deste texto.

Trata-se, portanto, de um estudo de caso no qual utilizamos como fontes de evidências a coleta de dados em documentação, entrevistas com fontes diversas, matérias veiculadas nos meios de comunicação e a observação de soluções tecnológicas.

Nesta comunicação, entretanto, nos limitamos a tratar do eixo que denominamos *princípio da educação como processo sociocultural*. Para isso, vamos apresentar uma síntese da análise de 296 matérias jornalísticas publicadas no período de novembro de 1998 a junho de 2013, as quais faziam referência direta ou indireta ao objeto central da nossa investigação, as atividades relacionadas ao CERTIC/UTAD, à equipe ou ao seu coordenador, o doutor Alexandre Ferreira Biscaia Godinho. Selecionamos para esse estudo 203 notícias e artigos, obtidos no arquivo do Centro e outras 93 matérias identificadas por meio de busca na internet.

Ao analisarmos as notícias e artigos, encontramos a palavra *cidadão*, ou o respectivo plural, em 165 textos. Em 134 deles o termo aparece associado à expressão *com necessidades especiais* e em 56 é complementado por *com deficiência*. Também é mencionado das seguintes maneiras, em uma matéria cada um: *cidadãos com problemas*; *cidadãos portadores de deficiências*; *cidadãos especiais*; *cidadãos com mobilidade reduzida*; *cidadãos com atividade limitada*. São citadas, ainda, em duas matérias cada, as expressões *cidadãos com necessidades específicas*, *cidadãos deficientes* e *cidadãos com cuidados especiais*.

A palavra *deficientes* é citada em 52 textos, mas em todas essas situações há menção a pelo menos uma das expressões apontadas acima ou a *pessoas com*

deficiência, como sinônimo. Embora conste nos títulos de 28 delas, pode-se inferir que se trata de adequação ao espaço disponível, pois no corpo das respectivas matérias há sempre outra sentença, utilizada como equivalente, no qual a palavra *deficiente* deixa de ser utilizada como substantivo.

A expressão *pessoas com deficiência* é citada em 85 publicações e *pessoas com necessidades especiais* em 49. Em 39 a palavra *pessoa*, ou seu plural, é citada com uma ou mais das seguintes combinações: *com mobilidade condicionada; com deficiência visual; com deficiência mental; deficientes; cega; surda; com dificuldades motoras; com limitações na voz, audição ou visão; surdas e mudas; com dificuldades de mobilidade; surdas ou com deficiência auditiva; com incapacidades; sem capacidade auditiva; com problemas auditivos; com incapacidades ou deficiências; com outras dificuldades de comunicação; com deficiência da fala; com qualquer tipo de deficiência; com deficiências sensoriais; portadoras de deficiência; que se deslocam em cadeira de rodas*.

Também foram utilizados os seguintes termos para nomear segmentos de pessoas com deficiências ou com necessidades especiais: *público, utilizadores, clientes, estudantes, utente, telespectadores, crianças e jovens*.

Observamos, então, que a deficiência vem se transformando em adjetivo nos discursos presentes nas matérias veiculadas pelos meios de comunicação social que constituem o objeto deste estudo. Já não é mais tratada como condição absoluta da pessoa, mas sim como uma condição dependente de adequações socioculturais relacionadas ao ambiente físico, às relações humanas e aos apoios tecnológicos que possibilitem o direito de oportunidades equivalentes aos demais cidadãos.

Neste sentido, cabe ressaltar que o termo *cidadão* é mencionado em 55,74% dos textos e que o conceito de cidadania está fortemente associado à noção de direito, no sentido de “poder moral ou legal de fazer, de possuir ou de exigir alguma coisa” (Dicionário da Língua Portuguesa, 2013: 541).

Em relação aos tipos de deficiências que constam nos textos examinados, são coerentes com a *Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde - CIF* (OMS, 2004). Esse documento codifica informações sobre saúde e utiliza uma linguagem padronizada que permite a comunicação relativa aos cuidados de saúde em todos os países que integram a ONU.

Entretanto, as expressões *incapacidade mental* e *deficiência mental* são citadas, no total, em 24 das matérias analisadas. Ou seja, ainda não reflete a tendência de alteração que está ocorrendo nessa terminologia, pois alguns profissionais e instituições da área da saúde passaram desde a década de 1990 a substituir esses termos por *deficiência intelectual* com o propósito de evidenciar o déficit no nível cognitivo e minimizar a associação errônea com as doenças ou transtornos mentais. Como lembra Sassaki (2005), a expressão *deficiência intelectual* foi oficialmente utilizada já em 1995, quando a ONU participou do simpósio denominado *Intellectual Disability: Programs, Policies, and Planning for the Future*.

Outra expressão que poderia ser substituída é a que consta em uma reportagem que tem como tema a acessibilidade e apresenta a imagem de uma cadeira de rodas com a seguinte legenda: “a cadeira elétrica Storm incorpora uma solução de

comunicação GSM”. Como cadeira elétrica é um instrumento utilizado na aplicação da pena de morte em países como os Estados Unidos e a República das Filipinas, poderia ser utilizada outra terminologia que não tenha essa conotação negativa como, por exemplo, cadeira de rodas motorizada.

Portadores de deficiências é mais uma expressão que consta nos textos estudados, em cinco deles, e que poderia ser substituída. De acordo com o *Dicionário da Língua Portuguesa* (2013: 1269), portador é aquele que “transporta de um lado para o outro; que traz consigo;...; pessoa que transporta algo; pessoa que traz consigo alguma coisa...”. Ou seja, não condiz com o conceito de deficiência que está mais centrado nas questões socioculturais relacionadas ao ambiente inadequado ou à tecnologia inacessível do que na condição física ou biológica do sujeito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o exposto acima, inferimos que a terminologia colocada em circulação por meio das matérias jornalísticas analisadas denota que, apesar de algumas exceções, os veículos de comunicação social em Portugal vêm contribuindo nas últimas décadas na (re)produção de significados que valorizam a promoção dos direitos das pessoas com deficiência. Dessa forma, contribuem para superar estereótipos e preconceitos que excluem ou segregam esses sujeitos e atuam na transição do período de integração, acompanhando o movimento em direção a um mundo mais inclusivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bank-Mikkelsen, N. E. (1969). A Metropolitan Area in Denmark: Copenhagen. In R. B. Kugel & W. Wolfensberger (eds), *Changing Patterns in Residential Services for the Mentally Retarded*. Washington, D.C.: President's Committee on Mental Retardation. Disponível em <http://www.disabilitymuseum.org/dhm/lib/detail.html?id=1942&page=all>. Acesso em 9.04.2013.
- Baptista, M. M. (2009). Estudos Culturais: o quê e o como da investigação. *Carnets, Cultures littéraires: nouvelles performances et développement*, nº spécial, 451-461.
- Cardoso, A. V.(2007). *Estratégias de marketing ensinando às mulheres “novas” formas de envelhecer*. Dissertação de mestrado, Ulbra, Canoas/RS.
- Comenius, J. A. (1985). *Didáctica Magna: tratado da arte universal de ensinar tudo a todos*. 3. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Costa, M. V; Silveira, R. M. H.& Sommer, L. H. (2004). Estudos culturais, educação e pedagogia. *Revista Brasileira de Educação*, 23, 36-61.
- Escosteguy, A. C. D. (2010). *Cartografias dos estudos culturais – Uma versão latinoamericana*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Fernandes, W. R. & Siqueira, V. H. F. (2010) O cinema como pedagogia cultural: significações por mulheres idosas. *Rev. Estud. Fem.*, 18, 1, 101-120.
- Foucault, M. (1986). *A arqueologia do saber*. Rio: Forense.
- Giroux, H. A. (1995). Memória e pedagogia no maravilhoso mundo da Disney. In T. T. da Silva (org), *Alienígenas na sala de aula*. Petrópolis: Vozes.

- Hall, S. (1997). A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. *Educação & Realidade*, 22, 2, 15-46.
- Hall, S. (1999). *A Identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Jiménez, R. B. (1997). Uma escola para todos: a integração escolar. In M. D. A. Cuberos *et al.*, *Necessidades Educativas Especiais* (pp.21-35). Lisboa: Dinalivro.
- Nirje, B. (1969). The normalization principle and its human management implications. In R. B. Kugel & W. Wolfensberger (eds), *Changing patterns in residential services for the mentally retarded*. Washington, D.C.: President's Committee on Mental Retardation.
- Omote, S. (1999). Normalização, integração, inclusão... *Ponto de Vista. Revista do Curso de Pedagogia da UFSC*, 1, 1, 4-13.
- Platão (2004). *A República*. São Paulo: Nova Cultural.
- Santos, A. P. F. & Carvalho, R. T. (2012). Entre o público e o privado: discursos sobre a feminilidade. *Revista Eletrônica de Educação*, 6, 2, 355-375.
- Santos, M. P. & Santiago, M. C. (2011). As múltiplas dimensões do currículo no processo de inclusão e exclusão em educação. *Revista Espaço do Currículo*, 3(2), 548.
- Sassaki, R. K. (2005). Deficiência Mental ou Intelectual? Doença ou Transtorno Mental?. *Revista Nacional de Reabilitação*, 43, 9-10.
- Silva, O. M. (1986) *A Epopéia Ignorada: a pessoa deficiente na história do mundo de ontem e de hoje*. São Paulo: CEDAS.
- Vargas, J. R. (2010). Meninas não brigam? Posturas diferenciadas na escola contemporânea. *Revista Espaço do Currículo*, 2(2), 167-180.
- Veiga-Neto, A. (2003). Cultura, culturas e educação. *Revista Brasileira de Educação*, 23, p.5-15.
- Wolfensberger, W. (1972). *The principle of normalization in human services*. Toronto: National Institute on Mental Retardation.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Brasil, Secretaria Especial dos Direitos Humanos (2007). *Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: Protocolo Facultativo à Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência*. Brasília, DF. Disponível em <http://portal.mj.gov.br/corde/arquivos/pdf/Cartilha%20Conven%C3%A7%C3%A3o%20sobre%20os%20Direitos%20das%20Pessoas%20com%20Defici%C3%Aancia.pdf>. Acesso em 3.06.2013.
- Comissão Europeia, Grupo de Alto Nível para a Deficiência (2004). *Documento de discussão para a reunião de 18-19 de Março de 2004*. Disponível em <http://www.inr.pt/download.php?filena me=A+abordagem+integrada.rtf>. Acesso em 10.04.2013.
- Dicionário da Língua Portuguesa (2013). Porto: Porto Editora.
- ONU (1996). *Resolução da AG nº 48/96. Adota as Normas sobre Igualdade de Oportunidades para as Pessoas Portadoras de Deficiência*.
- Unesco (1994). *Declaração de Salamanca e Enquadramento da Acção na Área das Necessidades Educativas Especiais*. Salamanca: UNESCO.

Histórias de mulheres trabalhadoras, *media* e construção identitária: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal

MARIA MANUEL BAPTISTA; LARISSA LATIF & ANA CAROLINA ESCOSTEGUY

mbaptista@ua.pt; larissalatif@gmail.com; carolad@pucrs.br

Universidade de Aveiro / Universidade de Aveiro / Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Resumo

O uso de equipamentos individuais de escuta, em mobilidade pela cidade, sugere alterações na percepção da realidade e no movimento do próprio corpo. O fecho do canal auditivo, a partir de *earphones* ou outro equipamento similar, promove a evaporação parcial do que é físico e reconstitui territorialmente a cidade.

Palavras-Chave: Som; audição; mobilidade; urbano; dispositivo

“The Sony Walkman has more to change human perception than any virtual reality gadget. I can’t remember any technological experience that was quite so wonderful as being able to take music and move it through landscape and architecture” (William Gibson, *Time Out*, 6 de Outubro 1993: 49).

INTRODUÇÃO

Neste estudo apresentamos uma análise comparativa dos modos de interação com os *media* na construção das narrativas identitárias de mulheres trabalhadoras em Portugal e no Brasil. Tomando como ponto de partida uma investigação já realizada no contexto brasileiro, este trabalho replicou em Portugal a metodologia ali utilizada para, de seguida, comparar os resultados obtidos nos dois países.

Para capturarmos a presença fluída e penetrante dos *media* na vida cotidiana, procurando escapar dos espaços circunscritos da produção, texto e receção, optámos por colectar as histórias de vida de seis trabalhadoras portuguesas e analisá-las, num primeiro momento, a par dos modelos narrativos predominantes na comunicação social em Portugal.

Numa segunda fase, realizámos a comparação dos resultados entre o estudo brasileiro e o português, de modo a percebermos como e em que medida coincidem ou se diferenciam no que respeita à incidência de uma orientação mediática sobre os modelos das narrativas identitárias nos dois países.

Tanto no Brasil quanto em Portugal consideramos que é flagrante a presença e o papel dos modelos fornecidos pelos *media* nas narrativas pessoais que aí são construídas e postas em circulação, sejam as que estão fundadas em testemunhos e

depoimentos pessoais, veiculadas sobretudo em materiais jornalísticos, sejam as outras que narram sob a forma de ficção a vida de mulheres das classes populares, postas em circulação na teledramaturgia.

No caso dos testemunhos e depoimentos, as histórias de vida contadas pelos seus próprios personagens dentro de uma dinâmica mediática evidenciam que 1) os *media* fazem parte da relação entre os atores sociais e as suas narrativas; 2) as partes envolvidas – os atores sociais, as histórias de vida e os *media* – não podem ser compreendidas independentemente, porque existe uma íntima negociação de sentido que modifica tanto os atores quanto seus relatos; e 3) dado que circulam e são produzidos em determinado ambiente tecnológico e institucional, revelam determinados padrões e lógicas comuns (Escosteguy, 2011).

Por essa razão, essas narrativas pessoais presentes nos jornais ou na televisão são entendidas como práticas orientadas pelos *media* (Escosteguy; Sifuentes; Silveira; Oliveira & Braun, 2012). Perguntámo-nos se, fora do contexto mediático, as histórias de vida seriam também orientadas pelos *media* e em que medida tal orientação se daria. O recurso à entrevista, adoptado neste estudo, permitiu que a dimensão que os *media* e as narrativas mediáticas ocupam no dia-a-dia dos sujeitos nos fosse indicado pelas próprias entrevistadas sem a imposição desse tema.

No Brasil, a representação de mulheres das classes populares, tanto pela via do jornalismo quanto pela da teledramaturgia, recorre a elementos melodramáticos e institui um processo de heroização que pauta a condução da vida cotidiana. Dado que esses aspectos extrapolam os textos propriamente melodramáticos, isso pode ser um sinal de que actualmente, o recurso à personalização, ao emocional e aos valores heróicos constitui chave de leitura predominante na cultura dos *media* para o entendimento das transformações sociais vividas neste momento naquele país (Escosteguy, 2013).

Em Portugal, em lugar do melodrama, os resultados preliminares da pesquisa apontaram em duas direcções. Por um lado, revelou-se uma tendência à narrativa trágica que se enquadra nas formas usuais da construção identitária portuguesa agravadas no actual contexto da crise económica, cujo sentido perpassa também na narrativa dos *media* sobre as mulheres trabalhadoras, tanto nos programas de ficção como as telenovelas, quanto nos telejornais e nos programas de entretenimento, que utilizam o recurso da entrevista a pessoas comuns. Mais especificamente ainda, as mulheres que revelam esta tendência referiram-nos preferir este género de narrativas trágicas, quer na televisão, quer em livros e jornais, mais concretamente, procurando sistematicamente temáticas ligadas ao crime ou à morte.

Por outro lado, encontrámos um outro género de narrativa de cunho heróico, que traz histórias de conquista do sucesso, enfatizando o trabalho árduo, que culmina com a vitória da narradora sobre os obstáculos e o alcance de uma vida feliz. No caso português, esse tipo de narrativa coincidiu com a menção nos questionários, de um consumo sistemático de produtos que vão no mesmo sentido: quer na TV, internet e em outros veículos da comunicação social, a narrativa preferida é a do romance *light* e dos livros de auto-ajuda.

COMUNICAÇÃO, CULTURA E QUOTIDIANO

A partir do final dos anos 80, a pesquisa em comunicação no Brasil sofre profundas transformações, principalmente, em decorrência da atenção aos processos de recepção e usos da *media*, em detrimento dos estudos da sua ideologia. Conceitualmente, aborda-se as relações comunicação/sociedade pelo prisma da cultura cotidiana, atravessada por processos de hibridização e mundialização da cultura, revelando a influência do pensamento de intelectuais como Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini.

Embora não esteja fundamentada nos autores recém citados, é a antropóloga Ondina Fachel Leal que inaugura no Brasil a pesquisa que objetiva “perceber como um bem cultural é assistido, incorporado, vivenciado, enfim, reelaborado a partir do cotidiano das pessoas”(1986: 7). Fachel interessa-se pela expressividade do melodrama no contexto da cultura popular de massa e a assistência da telenovela como um ritual diário, que adquire significação na vida diária das pessoas.

Além disso, ainda há outro elemento que torna tal pesquisa paradigmática no contexto brasileiro: “a novela é aqui [na pesquisa citada] entendida como um elemento significativo do repertório ideológico da ordem simbólica, institucionalizada e dominante. Mas ela também articula e atualiza significados a partir de suas mediações simbólicas não institucionalizadas da cultura”(Fachel, 1986: 86). Em outros termos, os significados somente se efetivam na vida social concreta, sendo também nesse espaço onde se conciliam o fenómeno da reprodução social com o da transformação. Na esteira dessa trajetória de pesquisa, uma série de estudos é desenvolvida, sobretudo, na década de 90, quando o referencial das mediações se afirma como marco teórico privilegiado, destacando-se a pesquisa da recepção televisiva e, dentro dela, a telenovela.

Cabe ressaltar que, de um lado, a incorporação da proposta de Martín-Barbero pelos pesquisadores brasileiros legitimou a escolha da recepção como lugar estratégico para situar a pesquisa, entretanto, de outro, desvirtuou a sua proposição original de superar a bipolaridade ou a dicotomia entre produção e consumo através da atenção aos movimentos e às dinâmicas *entre* as lógicas de produção e dos usos. Nessa direção é somente na virada do milénio que uma pesquisa, levada adiante por um coletivo (Lopes, Borelli & Resende, 2002), tratou da receção tanto como processo subjetivo, controlado pelos sujeitos, quanto como processo objetivo, associado a estruturas sociais e relações de poder, conseguindo assim implementar a proposta do autor espanhol-colombiano, de modo distinto do que vinha sendo feito. Contudo, são as pesquisas que Veneza Ronsini (2013) vem conduzindo que mais se aproximam da investigação proposta originalmente como modelo para sua replicação em contexto português, dado que nessas a pretensão é observar a incidência da telenovela nos modos de ser, ainda que se destaquem questões referentes ao pertencimento de classe social, de género e de geração. De todo modo, nota-se uma diferenciação fundamental entre tais pesquisas e esta que se apresenta, na medida em que, aqui, não há delimitação de uma estrutura narrativa mediática em particular, tratando-se tanto do jornalismo quanto da teledramaturgia.

A investigação na área da comunicação em Portugal como em outros países europeus e latino-americanos tem, nas últimas décadas, dado atenção à centralidade das mediações da comunicação social nos processos culturais e identitários. Embora a tendência predominante seja elaborar análises do ponto de vista da produção ou da recepção do discurso, está superada a ideia da manipulação directa do imaginário do público pelos *media* e aceite a ideia das mediações como um processo comunicacional e cultural complexo, que pressupõe uma participação activa dos sujeitos sociais na construção das subjectividades. Podemos referir a esse respeito trabalhos como os de Cerqueira, Ribeiro & Cabecinhas (2009) sobre a presença feminina no ciberespaço, no qual os autores consideram que “é consensual que os meios de comunicação social são vistos como a instituição central da actual configuração social, ou seja, como mediadores entre os cidadãos e a realidade social” (p.112). No mesmo sentido, Carvalho, Lázaro, Cabecinhas & Ramos (2005) investigam o papel de mediação desempenhado pela imprensa nas representações sociais das alterações climáticas, desvelando o modo pelo qual os *media* privilegiam alguns discursos e suprimem outros. O estudo, apoiado na análise dos valores notícia, rotinas produtivas e relações de poder aponta as ideologias presentes num discurso que se pretende neutro, abrigado pela objectividade da ciência. Admitem os autores que “as perspectivas e posições individuais relativamente ao ambiente são mediadas por processos comunicativos e socialmente partilhadas” (p.1936). Carvalheiro (2008), ao reflectir sobre a relação entre os *media* e as práticas de cidadania considera que “o funcionamento dos *media* não é uma causa linear e unidireccional das práticas de cidadania, nem vice-versa” (p.2). Magalhães, Cerqueira & Bernardo (2012), num artigo em que partindo da crítica feminista à noção habermasiana de esfera pública discutem o quanto os *media* são permeáveis ou não aos discursos emancipatórios, não deixam de observar que ao enfatizar alguns discursos em detrimento de outros os *media* contribuem para a formação da esfera pública e para a delimitação de suas fronteiras.

No caso específico deste nosso estudo, as narrativas biográficas originadas pelas entrevistas que fizemos a seis mulheres profissionais da área da beleza em Portugal foram analisadas com o objetivo de compreendermos até que ponto as estruturas narrativas dos *media* se reflectem nos discursos das entrevistadas sobre elas mesmas, ou seja, o quanto os modos como essas mulheres contam as suas histórias de vida são ou não atravessados, entre outros factores materiais e culturais, por uma estrutura narrativa mediática em particular e qual seria a mais recorrente de entre essas estruturas.

O que pudemos observar desde o primeiro momento foi, para o universo das nossas entrevistadas, uma grande exposição aos veículos de comunicação social e uma pulverização dos mesmos, ficando o espectro estendido desde a televisão ao rádio, à internet, à imprensa generalista e especializada em televisão e à literatura *light* e de auto-ajuda. Foi também possível detectar uma clivagem quanto aos formatos das narrativas colectadas entre as leitoras de romances *light* e de livros de auto-ajuda, por um lado e as não leitoras desses géneros, por outro.

DOIS ESTUDOS EMPÍRICOS EXPLORATÓRIOS

No âmbito da pesquisa “A visibilidade da vida ordinária de mulheres destituídas na mídia”¹, parte-se da exploração empírica que foi constituída por entrevistas biográficas ou mini-histórias de vida, complementada por questionários socioeconômicos. Das primeiras resultou o que se convencionou chamar de narrativas identitárias, dado que esses relatos estão configurados pelo modo como o indivíduo confere sentido às suas experiências, numa interação concreta e específica onde é instigado a “contar a sua vida”. Essa forma de condução permitiu esquivar-nos de uma indagação direta sobre o que de fato era nossa preocupação na investigação: a presença dos *media* nos relatos biográficos e, mais genericamente, nos modos de ser (ver discussão metodológica em Escosteguy *et al.*, 2012).

Com o segundo instrumento foram obtidos dados socioeconômicos, mediante um roteiro de questões que dava conta das respectivas histórias familiares em relação à vida econômico-financeira, à vida escolar e educacional das informantes e de seus familiares, bem como de seu consumo cultural e mediático. Este foi aplicado em ocasião distinta da entrevista para não sobrecarregar a informante (ver detalhes em Escosteguy & Braun, 2013).

Para a escolha das mulheres entrevistadas, usamos como critério que essas ocupassem postos que não exigissem uma qualificação formal. Com a finalidade de constituir um grupo homogêneo de entrevistadas, a área de atuação ficou restrita aos serviços de embelezamento. Assim, todas as entrevistadas têm como profissão alguma atividade manual, independente da renda obtida. Dentro desses parâmetros, foram entrevistadas seis mulheres, no segundo semestre de 2011 com idades compreendidas entre 30 e 60 anos. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas para posterior análise (para detalhamento ver Escosteguy *et al.*, 2013).

Entre os *media* mais consumidos por essas mulheres estão a televisão, o jornal e a revista. Apenas uma delas disse ouvir rádio com regularidade. Os meios de comunicação, especialmente jornais e revistas, costumam ser consumidos no salão de beleza, onde passam grande parte do dia. Já em relação à TV, dizem assisti-la em casa, local onde também se dá o acesso à internet, embora nos respectivos ambientes de trabalho a TV ocupe um lugar de destaque e esteja com frequência ligada.

A principal conclusão da pesquisa brasileira identifica nas narrativas identitárias coletadas a existência de um processo de heroização. A capacidade de enfrentar árduas provas através da dedicação, da disciplina e do sacrifício, revelada pelas mulheres, mostra a configuração de um relato marcado por um *ethos* heróico. A superação dos revezes dá-se através de valores como a abnegação, o sacrifício e a dedicação, vivenciados no cotidiano, encarnados no trabalho, e a partir dos quais as entrevistadas parecem sentir-se valorizadas. São esses traços de caráter que

¹ Coordenado por Escosteguy, o grupo foi constituído pelos seguintes pesquisadores: Lírion Sifuentes (doutoranda PUCRS), Bruna Rocha Silveira (doutoranda UFRSG), Helen Garcez Braun (Mestre PUCRS), Lúcia Coutinho (doutoranda PUCRS), Jéssica de Souza Barbosa (Bacharel em Jornalismo PUCRS), Helena Gertz (Bacharel em Jornalismo PUCRS), Ângela Felippi (professora da Universidade de Santa Cruz do Sul - RS), Laura Wottrich (doutoranda UFRGS) e Renata Córdova da Silva (Mestre UFSM). Esta pesquisa contou com financiamento do CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, no período de 2010/2013.

encontramos nas narrativas coletadas os quais permitem às mulheres erigirem-se em modestas heroínas contemporâneas.

Junto com a identificação de um *ethos* heróico, observa-se a plena presença de características do melodrama, matriz fundadora das telenovelas, principal produto da indústria televisiva nacional. Nota-se que todas as narrativas têm um forte apelo emocional, sobretudo, relacionado com a vida amorosa e familiar, onde nenhuma circunstância de caráter social ou económico é lembrada como impedimento para a realização de sonhos. Características típicas do melodrama onde todos os conflitos são superados em nome do amor, da virtude e da justiça.

Entretanto, esse núcleo melodramático é resignificado pelas entrevistadas, sobretudo, por duas vias. De um lado, elas rompem com a vitimização, típica do núcleo melodramático, através da *força* que revelam ao debelar a desgraça e os infortúnios. De outro, os relatos evidenciam que a reparação da justiça se dá pelo sucesso económico, obtido por intermédio da dedicação ao trabalho. Tema em pauta nos indicadores económicos brasileiros, bem como nos *media* que reivindica a formação, emergência e ascensão de uma “nova classe média”² na última década.

A investigação empírica conduzida em Portugal utilizou igualmente a técnica de recolha de mini-histórias de vida junto de 6 mulheres trabalhadoras na área da beleza e cuidados femininos com o corpo, de idades compreendidas entre os 20 e os 70 anos.

A investigação, que decorreu durante o mês de Janeiro de 2014 desenvolveu-se em dois momentos: num primeiro foi solicitado a estas mulheres que nos contassem livremente as suas histórias de vida, de um modo sintético, colocando algumas questões ao longo da entrevista apenas quando as investigadas necessitavam de ajuda para prosseguir nos seus relatos. Num segundo momento, foi-lhes solicitada a mesma informação socioeconómica e relativa a consumo dos *media*, que havia sido recolhida junto das entrevistadas brasileiras.

Todas as entrevistas foram gravadas e passadas à versão escrita, para posterior análise de conteúdo.

A primeira conclusão a que a análise das histórias de vida recolhidas nos conduziu diz respeito à existência de dois tipos de relatos de vida absolutamente distintos: 3 entrevistadas recontam as suas vidas de uma forma dramática (até trágica, nalguns momentos) e sem perspectivas de melhorias claras no futuro e um outro grupo de mulheres (as restantes 3) narram as suas vidas de tal modo que é constante a perspectiva de superação das dificuldades.

Em ambos os casos estamos perante relatos de vida plenos de dificuldades de toda a ordem (económica, psicológica, educacional, etc.), mas enquanto para o primeiro grupo estes relatos seguem um tom sofrido e dramático, as nossas entrevistadas do segundo grupo analisam as dificuldades como oportunidades

² Um dos mais importantes instrumentos de divulgação sobre sua configuração, senão o primeiro, é o estudo *A nova classe média* (FGV/IBRE- CPS, 2008), do economista Marcelo Neri. Os primeiros registros de sua repercussão nos media nacionais – imprensa, rádio e audiovisual – podem ser consultados em http://www.cps.fgv.br/cps/classe_media/, seção Impacto de mídia (Consultado em 28.02.2014)..

para vencerem os obstáculos e se realizarem plenamente, quer profissional, quer pessoalmente.

Ao tentarmos compreender a razão desta tão clara diferença, verificamos que entre o primeiro grupo e o segundo não há clivagens de idade, nem de habilitações, nem de estatuto socioeconómico de relevo. Emerge, porém, uma diferença clara relativamente aos consumos mediáticos preponderantes em cada grupo: enquanto o primeiro grupo consome jornais, programas televisivos ou livros onde a morte (quer por crime violento, quer por condição natural) é o elemento central, o segundo grupo consome essencialmente livros de auto-ajuda e romances cor-de-rosa (dentro do género literatura *light*).

Com efeito, enquanto no primeiro grupo estamos face a relatos trágicos de vida, plenos de violência física, emocional e simbólica, no segundo grupo toda a dimensão trágica ou dramática da vida se eclipsa para surgir um discurso de felicidade e auto-realização, quer a nível pessoal quer profissional.

Refira-se, por fim, que todas as mulheres por nós entrevistadas consomem televisão e/ou rádio (esta, sobretudo no local de trabalho), a maioria assiste a uma telenovela, lê jornais nacionais pelo menos uma vez por semana e compra, semanalmente, uma ou mais revistas femininas. A esmagadora maioria usa a internet seja por razões de procura de produtos, seja frequentando o Facebook. Como se pode verificar, a diversidade de uso dos *media* pelas nossas entrevistadas é grande e a sua atenção é dispersa, a não ser quando se trata de livros (de auto-ajuda e romances cor-de-rosa) por um lado, e consumo noticioso (jornais ou televisão) ou de filmes ligados à área do crime, por outro.

Com efeito, após a revisão bibliográfica realizada, não nos foi possível encontrar em Portugal estudos sobre recepção capazes de aprofundar o modo como estas entrevistadas constroem as suas narrativas, embrincando-as com os seus principais consumos mediáticos.

De qualquer modo, o que neste estudo surge de um modo claro é que a televisão em Portugal e especificamente os programas de Histórias de Vida que aí também se realizam diariamente, parecem não ter o impacto que se verifica no Brasil.

No entanto, tudo indica que, quer em Portugal quer no Brasil, as narrativas de histórias de vida das mulheres estudadas estão impregnadas e moldam-se em torno de estruturas narrativas mediáticas, que as nossas entrevistadas, por razões que este trabalho não pôde esclarecer no contexto da presente investigação, escolhem ou pelos quais se deixam escolher.

Mais investigação (intensiva e extensiva) será necessária, de modo a melhor compreender o modo como neste grupo específico de sujeitos se imbricam identidades, auto-representações e *media*.

BRASIL E PORTUGAL: DOIS CONTEXTOS CULTURAIS DIFERENCIADOS

Entre Brasil e Portugal há muitos contrastes. Mesmo assim, podemos seguir a sugestão de Estanque (2013) e considerar que o olhar transatlântico possa ser útil para compreender as respectivas situações em comparação:

“na Europa e em Portugal a experiência num período recente de um modelo institucional e de um padrão de bem-estar (dado por seguro) deixou um legado que com a crise, exacerbou o sentimento de ‘privação relativa’ de uma vasta camada de assalariados com direitos adquiridos em resultado de longas batalhas (e até há pouco considerados irreversíveis), entretanto abruptamente subtraídos nos últimos anos (talvez representando o fim de um ciclo); enquanto no Brasil, trata-se de um contexto social e socioeconómico todo ele novo, e onde o padrão de referência era a anterior condição precária, a informalidade generalizada e a miséria de uma força de trabalho até há pouco desconhecadora de quaisquer direitos”(Estanque, 2013: 174).

Acresce ainda a este panorama de crise contextual (que em Portugal e na Europa não tem mais do que 3 ou 4 anos) uma tendência dramática e fatalista que perpassa historicamente a cultura portuguesa quer através da sua literatura, do seu cinema, do fado, quer dos seus mitos e lendas, etc (cf. Lourenço, 1978; Gil, 2007) e que, consensualmente, plasma as auto-representações dos portugueses (como se pode constatar até pelos mais recentes rankings de felicidade mundial (cf.Vargas, 2013), onde Portugal aparece sistematicamente no final da lista. Assim sendo, não é surpreendente encontrarmos em parte das narrativas que colhemos junto às entrevistadas portuguesas relatos marcados pela infelicidade, pela valorização das perdas, fracassos e sacrifícios, pelas violências físicas ou simbólicas sofridas de forma sistemática ao longo dos anos, pela sensação de que podem a todo momento falhar e de que não são capazes de grandes realizações, mesmo quando os factos narrados contradizem essa tendência. Esses discursos parecem buscar a sua estrutura narrativa nas histórias de doenças, pobreza, crimes, divórcios, infelicidades conjugais e violência doméstica que fazem parte da pauta dos jornais sensacionalistas e dos programas de televisão centrados em histórias verídicas de pessoas comuns e que privilegiam, via de regra, um formato que enfatiza o sofrimento e a dor dos protagonistas.

Por outro lado, esse formato parece adequar-se a um imaginário social que comporta a infelicidade crónica como uma de suas figuras centrais e estruturantes, junto com a fatalidade e a incontornável fraqueza física, emocional e económica. Para esse imaginário, as narrativas que fazem sentido são aquelas que se desenrolam seguindo esses princípios. Elas é que são objecto de um certo nível de debate público, seja na comunicação social, seja nas conversas de café. Elas é que se podem tornar visíveis, reconhecíveis, interpretáveis dentro de uma determinada esfera de sentido que coincide com a auto-representação dos portugueses e das portuguesas. Assim, ao contrário do processo de heroicização pela vitória sobre as adversidades encontrado nas narrativas mediáticas no Brasil contemporâneo, em Portugal encontramos o reforço do melodrama: fatalidade, impotência, resignação, incapacidade de alterar destinos e realidades.

O que poderia talvez não ser esperado são os resultados da análise das entrevistas das mulheres portuguesas que declaram ler literatura *light* e de auto-ajuda. Esses resultados apontam para uma narrativa das suas vidas em tudo condizente com tais livros, que estas referem consumir sistemática e preferencialmente. Com

feito, estas mulheres, em condições socioeconómicas e culturais igualmente desfavoráveis, quando comparadas com o outro grupo, ressignificam as suas histórias usando teorias psicossociais aparentemente muito simples e até ingénuas de auto-motivação e de auto-condicionamento, que, pelo menos na superfície das narrativas, parecem revelar-se eficazes na condução e auto-explicitação das suas próprias vidas. Estes resultados parecem indicar a necessidade do aprofundamento da investigação no sentido de procurarmos perceber se estamos diante de uma tendência que contraria os processos identitários habituais em Portugal, em que condições ela se daria, com que alcance e com que potenciais transformações dos modos de auto-representação feminina neste país.

Ao contrário de Portugal, o Brasil passa por um período de otimismo. Com intenso crescimento económico, sobretudo, na era Lula (2002-2010) - ainda que a partir de 2013, os indicadores revelem uma desaceleração, o país conseguiu reduzir drasticamente a miséria. Segundo algumas estimativas, o número de pessoas vivendo na pobreza caiu de 50 para 30 milhões, num período de seis anos, e o número de destituídos caiu em 50%. Uma das conclusões correntes sobre as alterações que a sociedade brasileira vem passando, diz respeito ao crescimento dos estratos intermediários. Para alguns, esse grupo seria a classe C ou a “nova classe média” que, de 2002 a 2008, teria crescido de 44% para 52% da população brasileira (Neri, 2008). O grupo estudado encontra-se justamente nessa fração, portanto, vivenciando um momento de euforia com seu próprio sucesso económico e ascensão social.

Se, de um lado, existe de fato uma crescente mobilidade social, de outro, alguns autores concluem que se trata, também, de um “projeto político” onde a narrativa mediática associada à Nova Classe Média (NCM) é fundamental (por exemplo, Bartelt, 2013). Os marcos mais usualmente referidos na sustentação dessa ideia são as telenovelas da Rede Globo, *Avenida Brasil* (2012) e *Cheias de Charme* (2012) onde o tema mereceu uma abordagem afirmativa e glamourizada, galvanizando a atenção do país. Entretanto, esse processo iniciou bem antes. Por exemplo, nos seriados de televisão como *Cidade dos Homens* (Globo, 2002 a 2005), que veio na esteira do sucesso de *Cidade de Deus*, o filme; *Antonia* (Globo, 2006 a 2007) e *Ó Pai Ó* (Globo, 2008/2009) que passaram a mostrar um lado do Brasil que antes só podia ser visto sob a luz negativa dos boletins policiais. E, ainda, nas primeiras telenovelas centradas em personagens e ambientes das classes desfavorecidas, como *Vidas Opostas* (Record, 2006/2007) e *Dois Caras* (Globo, 2007/2008). Em todas essas produções televisivas, estratos sociais desprivilegiados mereceram um enfoque mais positivo, constituindo os seus enredos baseados em personagens dessa esfera social e em seus modos de viver.

Destaca-se a produção audiovisual, dado que a televisão possui penetração intensa e incontestável na sociedade brasileira, bem como está entre os meios de comunicação preferidos das mulheres entrevistadas. Além disso, pesquisas recentes como a do Ibope (2010: 102), referendam que é a televisão – “em suas expressões mais clássicas: novelas, programas de auditório e humorísticos” – o principal meio

de entretenimento da “classe C urbana”, alcançando 99% das casas desse estrato. No que diz respeito à telenovela, estudiosos destacam que “como experiência de sociabilidade, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária. A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada” (Lopes, 2003: 30). Portanto, não surpreende que as mulheres entrevistadas corroborem em seus relatos uma matriz narrativa melodramática e afirmativa sobre sua posição social já que a própria telenovela promove um processo de integração sentimental e, sobretudo, de valorização desse estrato social em evidente ascensão no Brasil de hoje.

Enfim, a pesquisa realizada reivindica que as representações que circulam pelos *media* colaboram no processo de constituição dos sujeitos e produzem identidades particulares. Se, até um determinado momento histórico, distintas expressões e atores – tais como a literatura, a intelectualidade, o Estado, a Igreja, entre outros – constituíram-se como matrizes fundamentais no processo de construção identitária, atualmente diante de um acelerado desenvolvimento tecnológico que obrigatoriamente nos situa em tempos de comunicação mediada tecnologicamente, a cultura dos *media* ocupa um lugar de proeminência na constituição de nossos modos de ser. Ou seja, refletir sobre as identidades hoje, no contexto recém mencionado, significa engajar-se “com as variadas formas pelas quais somos constituídos através do consumo da mídia” (Ang, 1996: 52). Em especial, no Brasil, trata-se de continuar pensando sobre o papel da televisão e especialmente da telenovela, reconhecida como matriz capaz de sintetizar a formação social brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ang, I. (1996) *Living room wars: Rethinking media audiences for a postmodern world*. Londres/Nova York: Routledge.
- Bartelt, D. D. (org) (2013). *A “Nova Classe Média” no Brasil como conceito e projeto político*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll.
- Carvalho, J. R. (2008). *Mídia e cidadania na periferia portuguesa. O caso da Beira Interior*. BOCC – *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/carvalho-jricardo-media-cidadania.pdf>. Acesso em 02.01.2014.
- Carvalho, A.; Lázaro, A.; Cabecinhas, R. & Ramos, R. (2005). Discursos e representações ambientais: processos comunicativos entre actores sociais, media e cidadãos. In *Actas do IV Congresso da SOPCOM* (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação).
- Cerqueira C.; Ribeiro L. T. & Cabecinha, R. (2009). Mulheres e Blogosfera: contributo para o estudo da presença feminina na «rede». *Ex-Aequo- Revista Portuguesa de Estudos Sobre as Mulheres*, 19, 111-128.
- Escosteguy, A. C. (2011) Narrativas pessoais midiáticas: uma proposta para o estudo de práticas orientadas pela mídia. *Revista Famecos*, 18, 1, 198-211.
- Escosteguy, A. C. & Sifuentes, L. (2011) As relações de classe e gênero no contexto de práticas orientadas pela mídia: apontamentos teóricos. *Revista e-compós*, 14, 2, 1-13.

- Escosteguy, A.c.; Sifuentes, L.; Silveira, B. R.; Oliveira, J. & Braun, H.G. (2012) Mídia e identidade de mulheres destituídas: uma discussão metodológica. *Revista Galáxia*, 23, 153-164.
- Escosteguy, A. C. & Braun, H.G. (2013). Histórias de mulheres como narrativas identitárias: considerações teóricas e metodológicas. *Revista Rizoma*, 1, 1, 46-55.
- Escosteguy, A. C.; Sifuentes, L.; Wottrich, L. H. & Silva, R. C. (2013). História de mulheres: heroínas de uma narrativa melodramática. *Revista Intexto*, 28, 1, 100-117.
- Estanque, E. (2013). A “classe média” como realidade e como ficção. Um ensaio comparativo Brasil-Portugal. In D. D. Bartelt (org), *A “Nova Classe Média” no Brasil como conceito e projeto político*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll.
- Gil, J. (2007). *Portugal Hoje – o Medo de Existir*, Lisboa: Relógio de Água. (11ª edição).
- IBOPE (2010) A classe C urbana do Brasil 2010. Disponível em http://www4.ibope.com.br/download/Classe_C.pdf. Acesso em 17.03.2014.
- Leal, O. F. (1986). *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes.
- Lopes, M. I.; Borelli, S. H. & Resende, V. (2002). *Vivendo com a telenovela*. São Paulo: Summus.
- Lopes, M. I. (2003). Telenovela brasileira: Uma narrativa sobre a nação. *Revista Comunicação & Educação*, 26, 17-34.
- Lourenço, E. (1978). *O Labirinto Da Saudade - Psicanálise Mítica Do Destino Português*. Lisboa: D. Quixote,
- Magalhães, S.i.; Cerqueira, C. & Bernardo, M. (2012). ‘Media and the (Im)permeability of Public Sphere to Gender. In M. Nunes da Costa (org), *Democracia, Mass Media e Esfera Pública. Democracy, Mass Media and Public Sphere* (pp. 35-52). Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus.
- Neri, M. (2008). *A nova classe média*. São Paulo: FGV/IBRE- CPS.
- Ronsini, V.; Depexe, S.; Schnorr, J.; Scherer, F. & Gelain, G. (2013). *Aspirações femininas: modelos da televisão e da vida*. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Processos de Interpretação, Uso e Consumo Midiáticos do XXII Encontro Anual da Compós.
- Vargas, F. G. (2013). *Ranking de Felicidade Futura*. Disponível em <http://fgvprojetos.fgv.br>

Memórias e sexualidades: mulheres e narrativas da telenovela Gabriela

ISABEL FERIN CUNHA & JOSEFINA (FINA) DE FÁTIMA TRANQUILIN-SILVA

barone.ferin@gmail.com; finatranquilin@yahoo.com.br
Universidade de Coimbra – Portugal; Universidade de Sorocaba/UNISO – Brasil

Resumo

Esta comunicação tem como objetivos analisar a memória cultural, que envolve a ideia de memória cotidiana e memória comunicativa e discutir as questões que giram em torno do erotismo, a partir das narrativas de mulheres portuguesas e brasileiras, de 45 a 60 anos, receptoras da telenovela *Gabriela* (Rede Globo, 1975/77 e 2012), que visionaram a primeira versão e o remake. Assim, pretende-se apreender os sentidos negociados em dois momentos das vidas das entrevistadas. Partiu-se de dois pressupostos: que a memória funciona como estrutura conectiva das sociedades, permitindo uma grande seletividade de arranjos sociais em função dos contextos coletivos, grupais, familiares ou individuais; e que a telenovela *Gabriela* possui em sua estrutura narrativa o erótico como um dos principais territórios de ficcionalidade, o qual auxilia nas estruturas conectivas da memória.

Palavras-Chave: Memória; consumo; sexualidade; erotismo; territórios de ficcionalidade

INTRODUÇÃO

A pesquisa, em andamento, *Memória da Telenovela Gabriela: Estudos de Recepção Brasil/Portugal*, iniciou-se no final do ano de 2012, início de 2013. Tem como objetivo apreender e compreender as formas de recepção da Telenovela *Gabriela* (Rede Globo, 1975/77 e 2012) em Portugal e no Brasil. Com este propósito foram realizados, por enquanto, nove inquéritos e entrevistas semidirigidas a mulheres de “meia idade”.

Duas versões, dois momentos sociopolíticos diferentes, uma geração de mulheres em fases diferentes de vida, movem esta pesquisa no sentido de compreender como funcionam os mecanismos de recepção, no que tange as questões de gênero, memória e erotismo. Deste modo, dois desafios se colocam na pesquisa em curso: O primeiro é comparar aquilo que as memórias das receptoras guardam relativamente à visualização dos anos 70, com a atual. O segundo desafio é confrontar as recepções das entrevistadas brasileiras e portuguesas.

PROTOCOLO METODOLÓGICO

No caminho de tentar chegar a uma interação entre o produto *Gabriela* e as apropriações que as receptoras brasileiras e portuguesas fazem desta narrativa, é que se optou pela pesquisa de recepção. Para isso concentrou-se as teorias dos *Estudos Culturais* (Hoggart, 1973; Brown, 1994; Thornham, 2007; Williams, 1969) e

a *Teoria das Mediações* (Martín-Barbero, 1997)¹. Para tal recorremos aos conceitos de memória cultural, que envolve a ideia de memória quotidiana e memória comunicativa (Assmann, 1995), às discussões sobre as representações da Mulher e do Gênero nos Media (Scott, 1995; Colling, 2004; Carter, Steiner, 2004;), e por fim à construção dos discursos dessas mulheres a cerca de algo intangível como o erotismo (Foucault, 1988; Guiddens, 1993; Paz, 1995; Morin, 1987; Bataille, 1998).

A pesquisa de campo ocorre através de um inquérito e entrevistas individuais em profundidade, semidirigidas, com seis mulheres em Portugal e doze no Brasil². O protocolo envolve três partes distintas: a identificação e contextualização familiar, social e profissional; a caracterização do espaço de recepção e dispositivos mediáticos e digitais disponíveis e, na última parte, as entrevistadas são incentivadas a discorrer e a comparar de forma livre as duas versões da telenovela.

CONTEXTOS HISTÓRICOS

A exibição de *Gabriela*, em 1975, coincide com o início do lento processo do fim da ditadura militar e democratização do Brasil. A ditadura militar inicia-se com o golpe de Estado em 1964 e finaliza-se em 1985, com as eleições indiretas para presidente da República. Na década de 60 no Brasil, a televisão começa a se delinear. No regime militar o momento é de reorganização da ordem pública e da economia brasileira, o que se reflete em termos culturais no fortalecimento da indústria cultural. Na década de 70 o hábito de ver TV instaura-se. Em 1968, o presidente Médici endurece a repressão, censurando todos os meios de comunicação e artísticos. Em 1974, o presidente Geisel inicia o lento processo de redemocratização do país. Em 1979, o general Figueiredo toma posse prometendo acelerar o processo de democratização. Em 1985, o congresso escolhe o primeiro presidente civil. É o fim do regime militar, e o Brasil caminha para a globalização. De 1990 a 2000 o quadro da soberania das telenovelas globais permanece até o final dos anos 80 e muda nos anos seguintes, quando o receptor passa a ter outras opções diante da oferta dos vários canais. Em 2012 a chegada da camada popular ao consumo e o fenômeno das redes sociais consolidam os produtos mediáticos. Neste contexto, a Globo volta a exibir sua quarta telenovela: primeiramente a refilmagem de *O Astro*³ e, posteriormente, a de *Gabriela*, ambas neste mesmo horário.

Em Portugal a exibição da *Gabriela*, em 1977, coincide com os anos finais da Revolução de 25 de Abril de 1974, o PREC (Processo Revolucionário em Curso) e o início do processo de normalização democrática. Nesse período, o panorama mediático nacional caracteriza-se pelo monopólio estatal de televisão e pelas nacionalizações dos órgãos de comunicação. Em 1977 a situação política encontra-se em

¹ Uma densa pesquisa sobre a recepção de telenovela brasileira – *A Indomada* – que foi elaborada por Lopes, Borelli e Resende (2002), dando origem ao livro *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade, serviu, aqui, de guia para a elaboração do protocolo metodológico.*

² A pesquisa conta ainda com a investigadora Veneza Ronssini Mayora: Universidade Federal de Santa Maria; Pesquisadora do CNPq - Brasil. venezaz@gmail.com

³ Escrita por Alcides Nogueira e Geraldo Carneiro e dirigida por Mauro Mendonça Filho

acelerada mudança com vista à estabilização democrática. O público está saturado de programas políticos, e a derrocada do império colonial, bem como a chegada dos *retornados*, envolve nostalgias identitárias que encontram ecos nos conteúdos e nas formas da indústria cultural brasileira. O panorama mediático televisivo em Portugal, nos anos setenta, assenta-se no monopólio estatal de televisão, em 387.512 aparelhos de televisão registados (Barreto, 1996) e nos dados de audiência da empresa de sondagens Norma, que em 1970 calculava que 78,8% da população portuguesa que possuía televisão assistia regularmente às emissões. Começava a desenhar-se um consumo de massas associado à televisão e uma programação vocacionada para este público. Quando em 17 de Maio de 1977 inicia-se a exibição da telenovela *Gabriela*, havia já um público que era frequente consumidor de diversos produtos da indústria cultural brasileira, principalmente da obra literária de Jorge Amado. A chegada a Portugal de um contingente de intelectuais brasileiros exilados da ditadura veio também dinamizar esta aproximação. Em 2012 o panorama mediático em Portugal é completamente diferente. Salientamos a existência de um mercado aberto, o crescente domínio do cabo e a concorrência entre as duas grandes empresas televisivas, SIC e TVI. Estes canais abertos disputam desde o início do milénio o prime-time, focando-se na ficção seriada televisiva. Se na década de 90 a SIC dominou este período exibindo telenovelas brasileiras da Rede Globo, a partir de 2000 a TVI, investindo em produção e num *star system* português, captou a preferência de uma percentagem significativa da audiência nacional.

ENQUADRAMENTO TEÓRICO⁴

Gabriela, o romance de Jorge Amado, com suas múltiplas transposições para a televisão, é uma destas obras de ficção que propiciam aos leitores ou receptores experienciar pensamentos e emoções congruentes com os eventos representados. O conceito de memória funciona como “estrutura conetiva das sociedades” (Olick e Robbins, 1989:105), permitindo uma grande seletividade de arranjos sociais em função dos contextos coletivos, grupais, familiares ou individuais. A leitura do romance ou as visualizações da ficção seriada *Gabriela* num determinado período da história do Brasil ou de Portugal, ou num momento específico da trajetória individual, tem o poder de evocar nas audiências diferentes fatos, ambientes ou fontes – as memórias – abrindo janelas para múltiplas leituras coletivas e individuais.

A memória é primordialmente um processo seletivo de fontes que transmite conhecimentos práticos do passado, a história contida em objetos e instituições sociais, bem como sentidos e referências culturais. Nem sempre o processo de construção da memória coletiva – que é grandemente feita a partir de cima, isto é, das instituições dominantes – é coincidente com a memória individual e autobiográfica assente nas percepções e experiências seletivas individuais. As entrevistas realizadas

⁴ Esclarecemos que para esta comunicação somente discutiremos as questões relacionadas à memória (recepção em Portugal) e ao erotismo (recepção no Brasil).

nesta pesquisa apreendem as memórias individuais que são comunicadas no cotidiano e apresentam por isso um alto grau de desorganização, não especialização, flexibilidade de papéis e identidades, assim como instabilidade temática (Assmann e Czaplicka, 1995: 125). Nesta comunicação do cotidiano a memória compõe-se de uma mediação social relativa a um grupo que concebe a sua imagem como dentro de um passado comum (por exemplo, família, vizinhos, grupos profissionais, partidos políticos, associações, etc. ou mesmo nações), mas diversificado em numerosos grupos onde assume numerosas autoimagens e memórias coletivas. Por outro lado e dada a proeminência dos Media, principalmente da televisão, a memória do cotidiano tende a adquirir uma tessitura de colagem multimídia “mistura de imagens pictóricas, cenas slogans, bocados de discursos, abstrações, falsas etimologias, estátuas, sítios mnemônicos e construções [...]” (Kansteiner, 2002: 179-197), caracterizada pela primazia da memória visual.

Por exemplo, as mulheres brasileiras e portuguesas que assistiram à primeira *Gabriela* na década de setenta, quer no Brasil quer em Portugal, tendem a constituir uma percepção coletiva, matizada pela trajetória individual, inerente à geração que pertencem. Os dados exploratórios recolhidos neste artigo demonstram a memória de uma geração que viveu um período de ditadura no Brasil e de uma revolução democrática em Portugal, contextos que são matizados pela trajetória individual e pela nostalgia dos “anos dourados” da juventude.

A comparação entre as duas obras de ficção seriada *Gabriela*, nos anos setenta e em 2012, deverá ser por isso enquadrada na ideia de nostalgia, um processo ou sentimento que preenche funções existenciais, sendo um exercício na busca da identidade e do sentido, bem como uma ferramenta de confrontação interna com dilemas existenciais, para além de um mecanismo de reconexão com contextos e afetos (Sedikides, Wildschut e Baden, 2004: 200). A recepção destas obras está em harmonia com o *self* (eu mesmo), carácter central e definidor da experiência da nostalgia.

Quando a análise se volta às questões do erotismo temos que ter em mente que estamos falando, também, de subjetividades construídas de forma sociocultural e histórica. Para Foucault (1988), a sociedade moderna transformou a prática do erotismo em discursos e classificações científicas e religiosas. Dessa forma, exige-se de seus indivíduos que a sexualidade seja confessada (Foucault, 1988), catalogada (Paz, 1995): Não erotizada. Portanto, na análise de recepção tem-se que levar em conta que o erotismo pressupõe extravasar, extrapolar as regras sociais e adentrar ao mundo mágico do imaginário, do sensível. A narrativa erótica conta principalmente com o indizível (Calvino, 1993). Dessa forma *Gabriela* pode ser considerada um local da representação dos detalhes da cerimônia erótica.

MEMÓRIAS: DISCURSOS DAS MULHERES PORTUGUESAS

Os dados que apresentamos referentes a Portugal decorrem da realização de quatro entrevistas em profundidade, realizadas em Lisboa, com mulheres com mais de 50 anos. Estas mulheres integram as classes médias (cabeleireira, secretária,

educadora de infância e professora) e eram adolescentes⁵ e jovens adultas⁶ quando assistiram à Gabriela em 1977. Nas quatro entrevistas salientamos em primeiro lugar o papel da memória geracional, isto é, um conjunto de lembranças comuns situadas no espaço e no tempo articuladas em torno da ideia de “antigamente, naquele tempo, na altura” e do “hoje, agora, na atualidade”. Essa memória geracional não é tanto uma memória coletiva da história, como seja a Revolução do 25 de Abril de 1974, mas situa-se ao nível da memória do cotidiano, organizada como se fossem “Ilhas” ancoradas no tempo e no espaço da vida (Assmann & Czaplicka, 1995).

Todas as entrevistas referem com maior ou menor intensidade que Gabriela surgiu num momento de grandes mudanças na sociedade, sobretudo, na família. Não é por acaso que todas evocam Malvina como sendo a personagem com quem mais se identificaram na primeira exibição da Gabriela: “porque não se importa com o que as pessoas pensavam [...] e ainda hoje as mulheres têm que ser ‘muito Malvinas’ (P); algumas opções da minha própria vida aproximavam-se da personagem da Malvina (H); ‘sabe o que quer e luta [...]’ (N); ‘é determinada e não aceita as convenções’ (I). Há ainda uma nostalgia pelo passado associada à melancolia por um tempo que passou e não volta mais, na casa dos pais (P e I) ou início de uma vida adulta (H, vivendo maritalmente, N, casada e com uma filha pequena). Essa nostalgia é uma saudade imaterial de um tempo que foi presente e que se encontra irremediavelmente perdido, simplesmente porque o passado é irreversível, e se registaram bons momentos: “na casa dos meus pais víamos a Gabriela todos juntos com a minha mãe” (I) “Eu não tinha televisão em casa, mas ia ver a Gabriela com os meus irmãos e primos” (H), ou quando se recorda com certa dor e após uma trajetória de vida longa a juventude passada: “[...] a Doroteia acho uma personagem muito boa, credível, não me lembro dela em 1977, e ela não é só uma alcoviteira ou beata, ela representa uma certa inveja ou vingança das mulheres velhas relativamente as mulheres novas, pois é o sentimento que o que era bom, bonito passou para sempre” (H).

Neste sentido a nostalgia é uma fonte de identidade promovendo um sentido forte de individualidade e a unidade do eu. Ela reúne um conjunto de pedaços do passado vivido e incrementa a habilidade para lidar com o presente ao restaurar a autoestima, pelo menos momentaneamente, e ao recorrer a um passado idealizado (Sedikides; Wildschut; Baden, 2004).

A memória do cotidiano no contexto da *Gabriela* de 1977 traz, também, as relações familiares. Refletindo sobre as práticas culturais desses dois tempos que vivenciaram, as mulheres vão construindo a sua identidade como, por exemplo, num dos depoimentos em que uma das entrevistadas, filha de militar, explica que o pai “era um pouco coronel” e que, quando era jovem, havia um tratamento diferenciado para filhos e filhas:

⁵ Destas entrevistas uma era cabeleireira (P) e outra educadora de infância (I), ambas casadas, respetivamente com 50 e 51 anos.

⁶ Destas uma era secretária (N) e outra professora (H), ambas viúvas, respetivamente com 65 e 69 anos.

O meu pai tinha também algumas ideias feitas sobre o papel da mulher na sociedade, por exemplo, os meus irmãos podiam apresentar todas as namoradas, mas eu, como mulher, só aceitou que apresentasse o meu namorado e atual marido, depois de muitos anos de namoro, avisando que só levasse lá à casa o namorado quando fosse para casar (I).

Contrapondo passado e presente há todo um trabalho de memória instrumental que tende a apagar determinados fatos e a salientar outros: “quando era jovem havia muitos pais autoritários, tínhamos horários. Tínhamos muitas regras para entrar em casa. Eu dou mais liberdade às minhas filhas, hoje há mais liberdade” (P).

Muito do que é valorizado no presente decorre não só de constrangimentos culturais de uma sociedade, de memórias preservadas pela sociedade, como das escolhas individuais face ao passado (Olick & Robbins, 1998). Deste modo todas as inquiridas demonstram manter outro tipo de relação familiar ao assistirem à telenovela em companhia da filha e do marido (P), da filha e do pai (N), e do filho (I). Se relativamente aos anos setenta não são referidas atitudes censórias das famílias relativamente à visualização e aos conteúdos, no presente há cumplicidades entre os membros que desfrutam em conjunto da novela, sem constrangimentos verbalizados, mesmo que as quatro mulheres considerem o remake mais “ousado”.

Abre-se, deste modo, a discussão das questões de gênero e de sexualidade. Convém referir que os estereótipos da masculinidade e da feminilidade estão bem presentes nesta ficção, onde “um verdadeiro homem” é o que tem força física e a demonstra, sendo que a violência é a forma de confirmar as credenciais da masculinidade. Enquanto que os estereótipos da feminilidade são a beleza, a emoção, a timidez ou o desejo de encontrar um homem. Estes estereótipos articulam ainda de forma clara os papéis sexuais, primeiramente limitando a mulher a uma esfera privada e doméstica, que corresponde a um estatuto social inferior ao homem, enquanto os homens são normalmente retratados sobretudo na esfera pública, o que lhes dá um estatuto superior (Carter; Steiner, 2004: 11).

A memória das questões de gênero relativas à exibição de 1977 está bastante atenuada, as evocações estão associadas ao “poder dos coronéis”, à “subjugação das esposas”, da “rebeldia das meninas” ou da “capacidade de sobrevivência das mulheres do Bataclã”. Estas lembranças funcionam como ilhas discursivas ancoradas em memórias visuais episódicas, construídas e reconstruídas através dos anos por pedaços de outras imagens e discursos alusivos ao mesmo objeto (a novela *Gabriela*) ou a objetos correlatos (outras novelas) (Kansteiner, 2002).

Em 2012 há algumas situações consideradas por todas as mulheres como muito chocantes no grau de violência exercida pelos homens, tais como “as cenas da D. Sinhazinha quando está com o marido, que lembra mais uma violação [...]” (I), aquela em que a “Marinalva é abusada pelo Beto, vestida de noiva” (H) ou quando “o Melk bate na mulher quando não gosta do que a filha faz” (N). As cenas são na afirmação das entrevistadas “chocantes”, mas não deixam de suscitar comentários como: “há ainda muita violência doméstica e há muita proximidade à vida real, apesar de serem períodos muito diferentes” (I).

EROTISMO: DISCURSOS DAS MULHERES BRASILEIRAS.

A pesquisa para esta comunicação envolveu cinco entrevistadas, com mais de 45 anos, na cidade de Sorocaba/SP⁷. Primeiro detalhe que nos chama a atenção nos discursos das receptoras brasileiras, em relação à sexualidade é que todas as entrevistadas atrelam ao gênero feminino os elementos socialmente atribuídos como característicos do erótico: Quando perguntamos sobre a sensualidade que cria a atmosfera desta telenovela, todas as receptoras citaram Sonia Braga e não a personagem Gabriela. “a Sonia Braga, que na época era um mulherão, era aquela coisa sensual, né? (M). “Sônia Braga, né. Eu achei que ela... Até hoje eu penso, né, ela ficou muito mais sensual” (Ma). Em uma análise preliminar podemos dizer que as receptoras, concordam que no “ser erótica” (Morin, 1987) existem elementos da cultura objetiva de gênero (Simmel, 1993). Neste caso, a sensualidade é tão fortemente aproximada ao feminino, que as características das personagens passam a pertencer à atriz.

Quando perguntamos se na telenovela existiam cenas que elas classificariam como eróticas, as respostas foram: “Ah, eu acho que em Gabriela tinha sim cenas eróticas... principalmente no Bataclã. Eu acho que a dança delas [...] as ‘roupa’, o jeito que elas [...] que olhavam pra cama [...]” (M); “O Bataclã era um lugar sexual. Eles iam lá, transavam. Mas eles também eram apaixonados por aquelas mulheres. (...) o erotismo é o ‘transo, mas com sentimento’ (C). Percebemos que para as receptoras o erotismo está vinculado há vários elementos e que estes, necessariamente, estão alocados em um espaço privado para que as cenas eróticas efetivamente ocorram. Como salienta Morin (1987), um dos componentes do erotismo é a relação oscilante e equilibrada entre “tabus sexuais e a licença que corrói esses tabus” (p. 123). Parece que o Bataclã é espaço onde as receptoras dão seus consentimentos para as cenas eróticas ocorrerem.

Pedimos às receptores que tecessem considerações a respeito das cenas mais marcantes. Todas se lembraram daquelas que envolveram o Coronel Jesuíno (José Wilker) e sua esposa, Dona Sinhazinha (Maitê Proença). Perguntado o porquê, as falas foram: “porque eu achava ridículo, [...] Eu amo o José Wilker⁸, mas [...] Eu ficava assistindo com a minha sobrinha, [...] ela falava: ‘tia do céu, eu quero matar ele, imagine fazer um negócio desse’... Aquele jeito que ele tratava a mulher... que raiva!” (M). E a explicação para esse sentimento foi: “mesmo em 75 já ‘tava’ uma coisa bem mais liberal, [...] Esse negócio de ‘mulher tinha que ficar ali’, então... Essa parte... E coronel Jesuíno, eu gostava, mas eu não acreditava no que ele fazia com a mulher, até que levou um chifre bem grande, e eu achei ótimo” (M). Em uma análise preliminar

⁷ (M) manicure/classe média baixa/pouco grau de escolaridade/ um filho/esteio de família junto ao marido aposentado/59 anos; (Ma) professora de humanas no ensino superior/classe média/mestranda/bolsista CAPES/solteira/1 filho/ 45 anos; (Sol) professora da área de exatas no ensino superior/Classe média alta/solteira/sem filho/56 anos; (C) professora de economia em ensino superior/ empresária/classe alta/mestranda/solteira/sem filhos/51 anos e a (D) diarista/camada popular/viúva/4 filhos/56 anos.

⁸ Vele lembrar que a atuação de José Wilker foi tão perfeita que a personagem passou a fazer parte do cotidiano das pessoas, no Brasil, inclusive se tornando *meme* nas redes sociais.

podemos dizer que as receptoras aceitam o prazer sexual feminino. Essas mulheres percebem que é possível viver, hoje, uma sexualidade que se “liberta da regra do falo, da importância jactanciosa da experiência sexual masculina” (Giddens, 1993: 10), e assim, através da recepção de Gabriela, as receptoras brasileiras vão questionando seus destinos, suas sexualidades, desejos, fantasias e seus papéis sociais como mulher.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Muitas questões ainda estão em aberto e demandam aprofundamento para que possamos pensar em um resultado: existem diferenças entre as concepções de sensualidade, erotismo, feminilidade entre mulheres portuguesas e brasileiras? Por que ao definirem a sensualidade e o erotismo as entrevistadas parecem se concentrar mais em Gabriela e no *Bataclã*, enquanto outras personagens femininas também poderiam servir para a discussão da liberdade ou da ausência de liberdade sexual? Enfim, essas e outras demandas pretendem ser discutidas quando finalizarmos a pesquisa *Memória da Telenovela Gabriela: Estudos de Recepção Brasil/Portugal*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assmann, J. & Czaplicka, J. (1995) Collective Memory and Cultural Identity. *New German Critique. Cultural History/cultural Studies*, 65, 125-133.
- Bataille, G. (1988). *O erotismo*. Lisboa: Antígona.
- Barreto, A. (1996) Três décadas de mudança em Portugal. In *Portugal 45-95, nas Artes, nas Letras e nas Ideias*. Lisboa: Centro Nacional de Cultura.
- Borelli, S. & Priolli, G. (org) (2000). *A deusa ferida: por que a rede globo de televisão não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus Editorial.
- Borelli, S.; Priolli, G.; Tranquilin-Silva & Figueiredo, G. (2009). *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Globo.
- Calvino, Í. (1993). *La Machine littérature*. Paris: Seuil.
- Carter, C. & Steiner, L. (2004). *Media and gender*, Maidenhead: Open University Press.
- Colling, A. (2004). A construção histórica do feminino e do masculino. In M. N. Strey; S. T. L. Cabeda & D. R. Prehn, *Gênero e cultura: questões contemporâneas*. Porto Alegre: EDIPUC.
- Cunha, I. F. (2004). Telenovelas brasileiras em Portugal: indicadores de aceitação e mudança. In M. I. V. Lopes, *Telenovela: internacionalização e interculturalidade* (pp. 169-204). São Paulo: Ed. Loyola.
- De Souza, E. & Baldwin, J. (2000). A Construção Social dos Papéis Sexuais Femininos. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 13(3), 485-496.
- Foucault, M. (1988). *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Giddens, A. (1993). *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Unesp.

- Hoggart, R. (1973). *As Utilizações da cultura: aspectos da vida da classe trabalhadora com Especiais referências a publicação e divertimento*. Lisboa: Presença.
- Kansteiner, W. (2002). Finding meaning in memory: A methodological critique of collective memory studies. *History and Theory*, 41, 179-197.
- Lopes, M. I. V.; Borelli, S. H. S. & Resende, V. R. (2002). *Vivendo com a telenovela: medição, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus Editorial.
- Lopes, M. I. V. & Mungioli, C. (2012). A “nova classe média” e as redes sociais potencializam a ficção televisiva. In *Transnacionalização da ficção televisiva nos países Ibero-Americanos: anuário OBITEL 2012*.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Morin, E. (1987). *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo. Neurose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.
- Olick, J. K. & Robbins, J. (1998). Social Memory Studies: From “collective Memory” to the Historical Sociology of Mnemonic Practices. *Annual Rev. Sociology*, 24, 105-40.
- Ortiz, R. (1988). *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense.
- Paz, O. (1995). *A chama dupla: amor e erotismo*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 20, 2.
- Sedikides, C.; Wildschut, T. & Baden, D. (2004) *Nostalgia: conceptual Issues and Existential Functions*. In J. Greenberg, *Handbook of Experimental Existential Psychology*, Guilford Publications.
- Simmel, G. (1993). *Filosofia do amor*. São Paulo: Martins Fontes.
- Williams, R. (1969). *Cultura e sociedade*. São Paulo: Ed. Nacional.

A identidade em tempo de crise. A perda de soberania dos estados, os apelos ao patriotismo e a incerteza do futuro

VÍTOR DE SOUSA

vitordesousa@gmail.com
Universidade do Minho (Braga, Portugal)

Resumo

A crise tende para a naturalização na vida social o que se precipitou com a falência da visão do mundo como uno, por via do incremento da velocidade e da subversão do conceito de tempo e a consequente fragmentação (Martins, 2011). Uma mudança que se alastrou ao plano identitário através da ruína dos referentes que davam aos indivíduos estabilidade no mundo social (Hall, 1992). A disseminação da globalização, encurtou as distâncias, muito embora sublinhasse as assimetrias. Não obstante, o Ocidente está a perder protagonismo (Huntington, 1996; Morris, 2010), e os estados dos países mais vulneráveis, em perda progressiva de soberania, vão apelando ao patriotismo, numa atitude que contrasta com o curso dos acontecimentos. A crise venceu a incerteza sobre o futuro, bem como consolidou a ideia de apocalipse, condicionando a ideia de 'esperança'.

Palavras-Chave: Identidade; crise; globalização; fragmentação; Estado

AS VÁRIAS FACES DA CRISE

O conceito de crise, cuja etimologia da palavra é apontada por qualquer dicionário como estando ligada a um 'momento de decisão', de 'mudança súbita', ou a um momento 'decisivo e difícil', tende a naturalizar-se na vida social. O conceito ganhou lastro quando foi posta em causa a ideia de unidade aristotélica, nomeadamente com a descontinuidade do conceito de tempo. As sociedades contemporâneas têm vindo a distanciar-se da lógica da unidade e da linearidade que determinava a existência de uma "ordem", para passarem a pautar-se pela incerteza, pela flexibilidade e pela fragmentação: "As redes globais da informação, propulsadas pelas tecnologias da informação, aceleraram o tempo histórico e mobilizaram a época, total e infinitamente, criando o mercado global" (Martins, 2014).

Uma qualquer referência à "crise" implica, por conseguinte, a utilização da palavra no plural. Há "crises" e não apenas uma única crise. Na área da Medicina, por exemplo, a crise refere-se à perspetiva de cura ou de morte de uma qualquer enfermidade, enquanto na Economia é balizada entre a prosperidade e a depressão. Se bem que o sublinhado da crise seja feito, na atualidade, como consequência da falência do capitalismo, coincidindo com a queda de um dos pilares da civilização contemporânea, a sua amplitude vai muito para além da lógica financeira, desemboçando em problemáticas ligadas à identidade cultural, um termo ainda mais problemático do que a própria ideia de crise.

Para Moisés de Lemos Martins (2011), o ocidente foi feito sob a égide da cultura da unidade, em que o pensamento daí decorrente se contraporía ao pensamento da multiplicidade, determinando que a metafísica da unidade fosse escatológica. Na época dos Descobrimentos, por exemplo, que correspondeu a uma ‘fase germinal’ da globalização (Robertson, 1997), foi seguida a lógica de uma verdade única, com um propósito voltado para o futuro, e em que a história assentava numa génese e num apocalipse. Essa definição clássica, determinada pela existência da totalidade de um caminho – incluindo um princípio, um meio, e um fim (que pressupunha um Deus criador) –, foi posta em causa, transformando-se em separação, fazendo com que se valorizasse não o propósito nem a perspectiva, mas o presente, verificando-se, por conseguinte, a deslocação do futuro para o quotidiano (Martins, 2011: 17-21). Trata-se de uma lógica mobilizada para o presente, para a emoção, em que se refaz a ordem, sem que se torne necessário recompor a desordem, o que significa que existe uma crise sem retorno, como dá conta Moisés de Lemos Martins no livro “Crise no castelo da cultura” (2011).

Segundo Claude Dubar, o que entrou em crise desde o final do século XIX e que se prolongou até 1973, com um sublinhado de prosperidade a acontecer desde 1945, “foram as maneiras de pensar, de dizer e de fazer do que se denomina por primeira modernidade”, que coincidiu com o progresso, com a emergência dos estados nacionais e do estado social, em que o paradigma dessa modernidade em crise era “o indivíduo abstracto” (Dubar, 2010: 179). Desde os anos 60 do século XX que se vive numa era que Robertson (1997) apelida da ‘incerteza’, por via do desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação, com o conseqüente incremento da velocidade e da alteração do conceito de tempo.

IDENTIDADES

José Mattoso (2008) propõe algumas pistas explicativas para a atribuição de significado e de valor ao conceito de identidade, introduzindo-lhe as dimensões geográficas, políticas e sociais. É, no entanto, no campo da Sociologia que a definição mais comum de identidade é mais contestada, nomeadamente no que se refere ao aspeto relativo àquilo que é idêntico e permanece, numa continuidade que se não descaracteriza ao longo do tempo. Tudo por causa do facto de a identidade se não cingir “à mesmidade-continuidade, sem dar conta da sua dimensão relacional, estratégica e de poder” (Ribeiro, 2011: 33).

A fragmentação resultante da descontinuidade temporal repercutiu-se sobre o plano identitário, sublinhando, como refere Stuart Hall (2005 [1992]), uma “crise de identidade” que integra um processo mais amplo de mudança, que abalou os quadros de referência que davam aos indivíduos estabilidade no mundo social. Da identidade tida como ‘definitiva’, passou-se à constatação de identidade não tipificada, o que levou ao questionamento das ideias preconcebidas sobre a noção de si próprio, sobre o outro e sobre o mundo (Dubar, 2010), numa rotura de escala cultural, domínio onde a crise de paradigmas se desenvolve.

A referida fragmentação determinou que os padrões culturais também se alterassem, como salienta Stuart Hall para quem “a cultura não é uma ‘arqueologia’”, mas sim “uma produção” já que “tem a sua matéria-prima, os seus recursos, o seu ‘trabalho produtivo’” (Hall, 2003 [1999]: 44). Para além disso, a globalização vem “desenredando e subvertendo cada vez mais seus próprios modelos culturais herdados essencializantes e homogeneizantes”, deitando por terra as verdades tidas por absolutas decorrentes do “Iluminismo” ocidental (Hall, 2003 [1999]: 44).

Claude Dubar refere ser necessário colocar em confronto dois discursos aparentemente opostos e inconciliáveis, mesmo que a sua proveniência seja coincidente: um sobre a crise atual, “uma crise ordinária, econômica e cíclica”, e outro, sobre a crise na qual estamos mergulhados há muito tempo (“uma crise global, extraordinária, histórica e rara” (Dubar, 2011: 176-176). Mas será que ambas as crises implicam estar a falar-se da mesma coisa? Como refere, Edgar Morin, para compreender o que se passa e o que vai acontecer no mundo, “é preciso ser sensível à ambiguidade”, conceito que diz traduzir-se na ideia de uma realidade, indivíduo ou sociedade “se apresentar na forma de duas verdades diferentes ou opostas, ou de revestir duas faces, sem que se saiba qual delas é verdadeira” (Morin, 2011 [2010]: 11). Embora defenda ser necessário estar sensível às contradições, sublinha haver que obviá-las através da razão, eliminando eventuais equívocos, pelo que se torna necessário “assumir e ultrapassar as contradições” (Morin, 2011 [2010]: 13). Não obstante, destaca uma dificuldade acrescida que está relacionada com a fragmentação das disciplinas o que “inviabiliza a apreensão da complexidade”.

AS IDENTIDADES EM CRISE

Alain Touraine refere-se ao facto de uma crise como a atual separar a economia do resto da sociedade, assinalando que “a vida social é não só posta à margem, mas transformada pela crise, ao ponto de até suscitar medos e revoltas contra as instituições” (Touraine, 2012 [2010]: 12). Para além disso, “a crise acelera a tendência a longo prazo para a separação do sistema económico, incluindo a sua dimensão militar, e dos actores sociais”, também eles fustigados pela crise que os transforma em desempregados, excluídos ou aforradores arruinados, “todos incapazes de reagir politicamente, o que explica o silêncio actual das vítimas da crise ou a sua exclusão social (Touraine, 2012 [2010]: 12).

Claude Dubar sublinha que a crise não se deve, apenas, à passagem de um momento do ciclo económico a outro, mas tem que ver com as novas maneiras de viver em conjunto no mundo “as quais não sejam mais simplesmente guiadas pelas instituições, mas também construídas pelas interações criativas de militantes e vítimas de crises, em torno das questões de reconhecimento mútuo”, que coloca em evidência “as ideias preconcebidas sobre o outro, sobre si e sobre o mundo”, o que equivale a dizer que a crise é, simultaneamente, de longa duração “na qual está em jogo uma civilização nova e uma sucessão de crises económicas ordinárias” (Dubar, 2011: 184).

Stuart Hall (2005 [1992]) avança com três concepções de identidade: a do Iluminismo, centrada no indivíduo; a do sujeito sociológico, traduzida na crescente complexidade do mundo moderno, na interação do indivíduo com a sociedade; e a identidade do sujeito pós-moderno, que encerra a fragmentação do sujeito e as suas várias identidades, que não são permanentes nem fixas.

A PERDA DE SOBERANIA DOS ESTADOS E OS APELOS AO PATRIOTISMO

Tal como observa Stefan Berger, tendo por base a ideia de que a segunda metade do século XX foi testemunha de movimentos de sentido pós-nacionalista, as historiografias e a escrita histórica permanecem firmemente estruturadas ao longo das linhas nacionais. Se alguém se referir ao revivalismo do paradigma nacional na Europa ou ao surgimento de uma narrativa pós-clássica nacional após 1989, “as histórias nacionais ainda formam a maior parte do que os historiadores escrevem sobre a atualidade e que tem uma relevância mais ampla para além dos limites da academia” (Berger, 2006: 3). A europeização e a globalização questionam o sentido das narrativas puramente nacionais, mas os mesmos processos também têm causado uma reação defensiva para muitas pessoas que se apegam às “suas” narrativas nacionais, na esperança de combaterem os efeitos de tais tendências. Isso é mais visível nos movimentos radicais de direita em toda a Europa, que “estão a tentar instrumentalizar as versões das histórias tradicionais e familiares nacionais para reforçar as suas aspirações políticas” (Berger, 2006: 3). No entanto, não é só a direita radical que utiliza a história nacional na busca de objetivos políticos e de apoio, com os partidos de centro-direita e de centro-esquerda tradicionais a também fazerem uso de passados nacionais.

Philippe C. Schmitter constata que no atual cenário de crise há uma combinação de fatores que poderá levar a uma nova ressurreição do neocorporativismo, “provavelmente ao nível sectorial e especialmente em países europeus de pequena dimensão, relativamente homogêneos e internacionalmente vulneráveis” (Schmitter, 2013: 291). Com a atual recessão a poder tornar-se numa depressão longa, “com o desemprego a atingir os níveis da década de 30 e com a produção global a demorar mais de uma década a recuperar”, recorda que este foi o contexto no qual as experiências iniciais com negociações macrocorporativistas foram levadas a cabo de forma voluntária, citando os casos da Dinamarca, da Noruega, da Suíça e da Suécia. Não obstante, refere ser importante não esquecer que este foi o mesmo contexto em que estruturas corporativistas estatais “foram impostas sobre a totalidade do sistema de intermediação de interesses por parte de regimes autoritários”, como nos casos de Itália, de Portugal, de Espanha (Schmitter, 2013: 291).

Segundo Igor Primoratz (2009), no artigo sobre patriotismo que assina na Enciclopédia de Filosofia *online* da Universidade de Stanford, o termo é definido através de quatro dimensões: i) sentimento especial pelo país; ii) identificação pessoal com o país; iii) preocupação com o bem-estar do país; e iv) capacidade de sacrifício para promover o bem do país. Ou seja: não basta dizer-se que se ama o país

(conceito mais comum) para se ser considerado um patriota. Já Eduardo Lourenço refere que, “como todo o verdadeiro amor, o patriotismo é, por assim dizer, ‘silencioso’. Silencioso, mas activo. A devoção ao bem comum que nele se incarna só os actos que exteriorizam lhe conferem conteúdo e significado” (Lourenço, 1989: 4), pelo que defende tratar-se de um sentimento em princípio positivo, ao contrário do nacionalismo, visto geralmente como uma forma exacerbada de patriotismo e com efeitos perversos como a xenofobia.

Desde o momento em que iniciou funções, em 2011, o Governo português decidiu avançar com a reformulação da imagem do executivo, uniformizando-a através de um processo de identidade lançado em novembro desse ano. No *briefing* que lhe deu origem, escreve-se que a imagem do Governo de Portugal “assume as cores e os símbolos nacionais; representa um país e as suas instituições, e não um governo em particular permitindo por isso o prolongamento da sua utilização”. O que significa tratar-se de uma “arquitetura de marca monolítica onde o protagonismo é sempre dado ao Governo de Portugal e a construção das sub-marcas é feita através da extensão do emissor da comunicação à base comum - Governo de Portugal”¹. De forma contrastante com o ciclo político atual, em que Portugal se encontra sob assistência financeira externa, o que se observa é o apelo generalizado ao patriotismo², com os responsáveis políticos, transversalmente, a salientarem que o povo português precisa que as políticas a seguir sejam patrióticas. A isso não será alheio o facto de a maior parte dos membros do Governo exibirem o *pin* da bandeira portuguesa na lapela dos seus casacos.

Mas, o fim das grandes narrativas, apanágio da pós-modernidade, provocou algumas clivagens decorrentes da rotura de escala devido queda dos paradigmas anteriormente aceites. José Gil, por exemplo, fala da falta de presente, no caso concreto dos portugueses, que estão “a tornar-se os fantasmas de si mesmos, à procura de reaver a pura vida biológica ameaçada, de que se ausentou toda a dimensão espiritual”. Culpa o atual Governo por esse estado de coisas, que acusa de “[nos] transforma[r] em espantalhos (...) desapropriar-nos do nosso poder de ação” (Gil, 2012a: 20). O filósofo refere-se a Portugal como “um país desconhecido” em que, “por baixo da informação tangível, dos números e das estatísticas, correm fluxos de acontecimentos inqualificáveis e que, no entanto, condicionam a nossa vida” (Gil, 2012b: S/P). Debruçando-se, especificamente sobre a “Crise e a identidade”, Gil refere que “o debate sobre a perda da soberania provocada pela crise resume-se à afirmação

¹ Informação constante no dossiê “Breve descrição do processo Identidade Governo de Portugal”, datado de novembro 2011, por nós solicitado aos serviços da Presidência do Conselho de Ministros e que nos foi remetido em versão digital, via e-mail.

² No texto “‘Reconstrução nacional’ e ‘patriotismo’, a propósito do congresso do PSD”, a historiadora Irene Pimentel faz uma referência a alegados tiques fascistas decorrentes da terminologia utilizada pelo líder do PSD, Passos Coelho, primeiro-ministro português [Informação disponível em <http://jugular.blogs.sapo.pt/3189195.html>, acedida em 25/3/2012]; Francisco Louçã, ex-líder do Bloco de Esquerda, referia-se à perda de soberania devido à assistência financeira externa, acuando a ‘troika’ de agiotagem [Informação disponível em http://www.dn.pt/politica/interior.aspx?content_id=2877753&page=-1, acesso em 10.11.2012]; O PCP, através do seu líder, Jerónimo de Sousa, defendia uma convergência para um “governo patriótico e de esquerda” [Informação disponível em <http://vermelhos.net/index.php/pais/1280-jeronimo-de-sousa-defende-convergencia-para-governo-patriotico-e-de-esquerda>, acesso em 9.2.2012].

do possível ‘desaparecimento’ de Portugal”, culpando o Governo por ter transformado o português num “homem mínimo”, que se fechou no seu “eu”, que considera o “último reduto ilusório da sua identidade” (Gil, 2013: 38). Manuel Maria Carrilho, no texto intitulado “Nunca é possível salvar aquilo que se destruiu”, defende que se vive “atordoado por uma crise cuja natureza e amplitude não [se] quis prever e não [se] soube compreender. E que, agora, não [se] vislumbra como [se] há-de superar”. Observa que “mais do que de um ‘roubo do presente’”, como refere José Gil, “é de uma condenação ao presente que na verdade se trata”, que pode colocar em causa o pluralismo (Carrilho, 2013: 10). Boaventura Sousa Santos refere-se à democracia portuguesa como estando “basicamente suspensa” assemelhando-se o momento atual “à luta antifascista” (Nova, 2013: S/P).

A INCERTEZA DO FUTURO

Gilles Lipovetsky é de opinião que, “mais do que uma crise de valores, vivemos um problema de inteligência”³, enquanto Zygmunt Bauman observa que, enquanto o poder se globaliza, a política permanece local, sendo que o carácter especial da atual crise reside neste “divórcio” (Fernandes, 2013: 5). Defende estarmos unidos “no desentendimento, mas ainda é um protesto emocional a que falta um pensamento e um propósito minimamente consensual”, embora isso não signifique tratar-se do “fim do mundo”, uma vez que “ainda não chegamos ao ponto de não retorno”. Há, no entanto, “um velho mundo a morrer, e o novo ainda não nasceu” (Belanciano, 2013: 9). Immanuel Wallerstein segue no mesmo trilho de Bauman, salientando que a saída para a crise não está para breve, sendo necessário criar uma alternativa política para criar um novo “sistema-mundo”, que não se sabe qual é (Gaspar, 2013: 30).

Mesmo que a expectativa seja a de que, depois de se bater no fundo, haver sempre a esperança de se poder subir, a existência ou não dessa “esperança” é que pode fazer toda a diferença, já que a rotura de paradigmas, mobilizando a vida para o presente, faz do futuro um verdadeiro enigma. E a confusão começa, desde logo, a partir do que Edgar Morin refere ser a existência de uma ética da compreensão que, desde logo, nos pede se compreenda a própria incompreensão: “A incerteza é o nosso fado, não só na acção como no conhecimento” (Morin, 2011 [2010]: 15). Sendo que a condição humana está marcada por duas grandes incertezas: a cognitiva e a histórica, “quando se registam tantas interações e interferências não é possível “ter uma certeza absoluta” (*idem*, 16), ainda por cima, quando “o provável é catastrófico” (*idem*, 20).

Uma vez que “o futuro nunca está antecipadamente jogado”, Edgar Morin defende a ideia de que “talvez tenhamos chegado a um momento de rotura” (Morin, 2011 [2010]: 21), até porque “um primeiro desvio do curso das coisas torna-se uma tendência e, depois, uma força histórica” (*idem*, 22). É contrário, no entanto, à resignação, não obstante evidenciar que “a estratégia [se deva opor] ao programa”,

3 Informação disponível em http://www.jn.pt/multimedia/video.aspx?content_id=3165966. Acesso em 15.4.2013..

acreditando “numa política regenerada”. E, mesmo tendo presente que ser realista significa ser utópico, sublinha que “é preciso agir” (Morin, 2011 [2010]: 23-25).

A partir da ideia de que uma crise económica consiste na rotura de um sistema económico e social, Alain Touraine defende que a resposta que pode ser dada assenta na “reconstrução das relações entre os atores económicos, a formulação dos seus valores comuns e novas intervenções públicas” (Touraine, 2010: 175). Nesse sentido, observa estar na altura de reconhecer que uma crise “é muito mais do que uma avaria” e que é o estado geral da vida social que contribui, quer para o seu agravamento, quer para a reconstrução da vida social e económica, o que sublinha o papel da própria democracia: “conquistadas as liberdades, há que defendê-las”, muito embora advogue a criação de um movimento que “volte a dar vida ao mundo político ao mesmo tempo que o controla” (*idem, ibidem*).

REFERÊNCIAS

- Belanciano, V. (2013). A Europa à procura da sua Primavera. *Público*, 5/4/2013, 5-9.
- Berger, S. (2006). National Historiographies in Transnational perspective: Europe in the Nineteenth and Twentieth Centuries. *Storia della Storiografia*, 50 3-26.
- Carrilho, M. M. (2013). Que Valores para 2013?, Ensaio (8), Sem Bússola, no divino Mercado. *Público*, 9/1/2013, 10-11.
- Dubar, C. (2011). Entre crise global e crises ordinárias: a crise das identidades. *PLURAL*, Revista do Programa de PósGraduação em Sociologia da USP, 18.1, 175-184.
- Fernandes, J.A. (2013). Crises políticas avançam na Europa: chegou a vez da França. *Público*, 14/4/2013, 5.
- Gaspar, M. (2013) O futuro da crise é a crise do futuro. *Público* (2), 17/3/2013, 30-33.
- Gil, J. (2013). Crise e identidade. *Visão*, 19/12/2013, 38.
- Gil, J. (2012a). O roubo do presente. *Visão*, 20/12/2012, 20.
- Gil, J. (2012b). ‘vazio das não-notícias. *Público*, 5/3/2012. Disponível em <http://www.publico.pt/media/noticia/editorial-o-vazio-das-naonoticias-1536364>. Acesso em 5.3.2012.
- Hall, S. (2005) [1992]. *A Identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. (2003). Pensando a Diáspora (Reflexões Sobre a Terra no Exterior). In L. Sovik (org), *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais* (pp. 25-50). Belo Horizonte: Editora UFMG/Brasília: Representação da Unesco no Brasil.
- Lourenço, E. (1989). Patriotismo e Nacionalismo. In Instituto de Defesa Nacional, *Nacionalismo e Patriotismo na Sociedade Portuguesa Actual* (pp. 1- 9). Lisboa: Instituto de Defesa Nacional.
- Martins, M.de L. (2014). *Língua Portuguesa, Globalização e Lusofonia*, (aprazado para abril de 2014, no II CONFIBERCOM, a realizar na Universidade do Minho, em Braga).
- Martins, M. de L. (2011). *Crise no castelo da cultura*. Coimbra: Grácio Editor/CECS-UMinho.

- Mattoso, J. (2008). *A Identidade Nacional*. Lisboa: Fundação Mário Soares/Gradiva.
- Morin, E. (2011) [2010]. Compreender o mundo que aí vem. In E. Morin & P. Viveret, *Como viver em tempo de crise?*. Lisboa: INCM.
- Nova, R. (2013). Portugal tem a democracia 'basicamente suspensa', diz Boaventura de Sousa Santos. *Público*, 11/5/2013. Disponível em <http://www.publico.pt/politica/noticia/portugal-tem-a-democracia-basicamente-suspensa-defende-boaventura-de-sousa-santos-1594099>. Acesso em 11.5.2013.
- Primoratz, I. (2009) Patriotism. In E. N. Zalta (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2009 Edition)*. Disponível em <http://plato.stanford.edu/archives/sum2009/entries/patriotism>. Acesso em 10.3.2013.
- Ribeiro, R. (2011). *A Europa na Identidade Nacional*. Porto: Afrontamento.
- Robertson, R. (1997). Mapping the Global Condition. In A. Sreberny-Mohammadi *et al.*, *Media in Global Context, A Reader* (pp. 2-10). Londres: Arnold.
- Schmitter, P. C. (2013). Poderá a actual crise ressuscitar o Sísifo neocorporativista?. In C. Gaspar; F. Patriarca & L. S. Maros, *Estado, Regimes e Revoluções. Estudos em homenagem a Manuel de Lucena* (pp. 283-294). Lisboa: ICS.
- Touraine, A. (2010). *Depois da Crise*. Lisboa: Instituto Piaget.

OUTRAS REFERÊNCIAS

<http://www.dn.pt>

<http://www.jn.pt>

<http://jugular.blogs.sapo.pt>

<http://vermelhos.net/>

Abordagem ao projeto de investigação: comunicação e lusofonia - representações sociais da identidade no cotidiano dos universitários lusobrasileiros

ALINE BAZZARELLA MERÇON

alinebmercon@hotmail.com
Universidade de Aveiro / Universidade do Minho

Resumo

O presente artigo apresenta um recorte do projeto de investigação do doutoramento em Estudos Culturais, em andamento. Nosso principal objetivo é investigar como são construídas, em torno das questões da comunicação e da lusofonia, representações sociais recíprocas da identidade entre os estudantes brasileiros e portugueses das Universidades de Aveiro, Coimbra e Minho, na perspectiva de compreender repercussões culturais de eventos como, o cancelamento das bolsas do programa Ciências sem Fronteiras (CsF) para Portugal, pelo governo brasileiro, na mídia digital lusobrasileira.

A relevância deste estudo é perceber a forma como se manifesta a comunicação, o conhecimento e o pensamento recíproco entre estes alunos e como se desenvolvem as suas relações socioculturais, no contexto acadêmico português. Tal investigação é de caráter qualitativo, baseado na técnica da análise de conteúdo. A metodologia conterá três etapas: no primeiro momento, pretendemos analisar os debates na mídia online e os comentários levantados sobre o evento citado; no segundo momento, utilizaremos o recurso do *focus groups*, que será aplicado aos alunos brasileiros e portugueses das universidades mencionadas; e por último, faremos entrevistas com alunos brasileiros selecionados, que participaram em anos anteriores do programa (CsF), nas instituições portuguesas citadas. Tais resultados farão parte do corpus da pesquisa.

Palavras-Chave: Comunicação, lusofonia; representações sociais; identidade

INTRODUÇÃO

O presente projeto, justifica-se a partir do princípio da interculturalidade, pois a reflexão sobre a educação e a diversidade não diz respeito unicamente ao reconhecimento do outro como diferente, constitui pensar a relação entre o “eu” e o “outro”. Neste sentido, o contexto universitário é visto como um espaço sociocultural em que as diversas presenças se encontram. Além do cariz econômico da internacionalização do ensino superior, cabe ressaltar os aspectos culturais, identitários e relacionais que envolvem a comunicação e as experiências pessoais destes estudantes.

Ao abordar assuntos da contemporaneidade, inevitavelmente necessitamos compreender os efeitos do fenômeno da globalização, desta forma, somos conduzidos a pensar numa sociedade em rede e compreender como esse processo contribui para a consolidação do campo da Comunicação. Segundo Castells (2002), a sociedade em rede, fundamentada no suporte digital, encontra-se vinculada ao cotidiano e as nossas interações com o mundo.

A partir destas questões, verificamos a associação dos conceitos das Ciências Sociais, que podem servir como norteadores, nas análises das Ciências da Comunicação. É neste propósito e para a aproximação do nosso objeto de estudo, que compartilhamos a ideia de Pena (2005), “o jornalismo está longe de ser o espelho do real. É antes, a construção de uma suposta realidade. (...) Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la” (p. 128-130). Logo, nos interessa estudar as realidades contemporâneas por meio da mídia e do jornalismo online.

Segundo Jodelet (1989), Serge Moscovici defende e explica os fenômenos cognitivos partindo das divisões e interações sociais. Tal teórico insiste particularmente sobre o papel da Comunicação Social por muitas razões. Para Moscovici, “a comunicação tem um papel fundamental nas trocas e interações que contribuem para a instituição de um universo consensual” (Jodelet, 1989: 12).

Ao entendermos a noção de representações sociais (RS), que define-se como o conjunto de conceitos, explicações, proposições e opiniões que compreendem os relacionamentos, “circulam, cruzam-se e se cristalizam quase incessantemente, através de uma fala, um gesto, um encontro, no universo cotidiano” (Moscovici, 1978: 41), é possível perceber como os acontecimentos são transformados pois, diariamente, somos invadidos por demasiadas informações que nos chegam através de processos comunicativos midiáticos e informais, onde naturalmente nos posicionamos a partir daquilo que nos aproxima ou já conhecemos. Ao procurarmos explicações para determinados fatos, comportamentos e atitudes, desenvolvemos julgamentos. Consequentemente, estas interações sociais constituem “universos consensuais”, ou seja, estas novas representações serão produzidas, manifestadas e transmitidas a partir de um universo que se apresentará não mais como meras opiniões, mas sim como teorias do senso comum (Mazzotti, 2008).

Ao nos identificarmos enquanto lusófonos, tal designação pode ter significados variados dentro de um espaço plural que partilha a mesma língua, necessitamos perceber que somos ligados por laços diferentes. O nosso estudo procurará compreender como as identidades que envolvem Brasil e Portugal podem ser consideradas um cruzamento de identidades difusas, estáveis ou instáveis, construídas ou em construção (Cunha, 2011).

Nesta perspectiva, atentamos para a ideia de lusofonia que se configura como ponto central para a compreensão do significado das identidades sociais. Este debate virá contribuir para avançarmos com o discurso do estatuto de parceiros – Brasil e Portugal – que tem como vantagem o fato de possuírem uma língua em comum. Todavia, no plano cultural, a língua abarca complexidades, pois ela tanto une quanto pode separar (Soares, 2003).

O conceito de lusofonia é considerado amplo e complexo pois nele estão enraizados componentes culturais e religiosos, sendo explicado, de igual forma, como um conceito político-linguístico. Esta abordagem é discutida através de diversas perspectivas, não sendo consensual. Tal conceito é questionado por se tratar da ideia de uma *fonía* comum onde exclui os que, neste vasto território, não falam a língua

portuguesa. Alguns autores sustentam que a lusofonia pode vir a ser uma versão camuflada do colonialismo português. Neste cenário, de “reencontro” dos países falantes da língua portuguesa, deve-se ter em conta as diversas facetas da história experimentadas pelos povos em questão.

Neste sentido, busca-se compreender duas questões que correspondem à problemática desta investigação.

- Como a comunicação e a lusofonia podem contribuir na construção de representações sociais recíprocas da identidade, entre os estudantes brasileiros e portugueses do ensino superior português?
- Como o debate na mídia digital lusobrasileira sobre o cancelamento das bolsas do programa (CsF) para Portugal, pelo governo brasileiro, podem ter induzido a tais construções?

COMUNICAÇÃO E LUSOFONIA

De acordo com Gomes (2006), a noção de mediatização é definida como a “reconfiguração de uma ecologia comunicacional” (p.121). O autor justifica que a partir do processo da mediatização é possível compreender o funcionamento da mídia e da sociedade. Ainda dentro deste cenário mediatizado, Sanchotene (2009) esclarece a partir da visão de Mata (1999), que “a centralidade da mídia nos processos socioculturais foi adquirindo reconhecimento como fonte que informa, entretém e constrói imaginários coletivos, constituindo espaços identitários” (p. 254). Deste modo, torna-se relativamente natural obter informações e partilhar conhecimentos interativamente como, ler jornais na internet e até mesmo comentar tais notícias.

Num tempo marcado pela globalização assistimos a possibilidade de estender as relações, em tempo real, entre espaços físicos distantes. Deste modo, a comunicação foi facilitada entre os falantes da língua portuguesa dos mais longínquos pontos do planeta. A atual “sociedade em rede”, que inclui os países lusófonos, permite esta aproximação não apenas por falar-se o português mas pelo fator identitário que a língua promove. A partir das novas tecnologias, os universos entrelaçados através de uma afinidade histórico-cultural são capazes de resgatar sentimentos, modos de vida e questionamentos em torno de temas variados e interesses comuns, entre tais indivíduos.

Neste cenário, é inevitável perceber que nesse grande espaço plural as discussões são diversas e contraditórias. A ligação e a missão de solidariedade entre tais povos é, por vezes, transformada numa tarefa complexa e desafiante, o que exige a compreensão sobre o significado da globalização e do interculturalismo. Neste espaço plural, a ideia de pertença identitária está implícita no fato dos povos falarem a mesma língua, bem como nas diversas realidades nacionais presenciadas nestas regiões. O sentido de partilha, de relacionamento e até mesmo de competição da língua portuguesa com outras línguas locais, remete ao quadro político-cultural de tal comunidade e da lusofonia (Martins, 2004).

A lusofonia se define como uma comunidade alargada de países falantes da língua portuguesa que abraça a população dos seguintes Estados, Angola, Brasil, Cabo

Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste, como também os falantes de Macau (China), Goa, Damão e Diu (Índia). A lusofonia enquanto comunidade imaginada num espaço internacional configura uma ideia que pode ser entendida sob vários pontos de vista. O significado de “espaço lusófono” compreende muito mais do que uma construção onde assume-se uma abordagem linguística e geográfica, tal conceito, expressa uma dimensão política, histórica e cultural.

Como bem explica Eduardo Lourenço, as figuras da lusofonia e da comunidade lusófona devem remeter-se a múltiplos imaginários lusófonos, isto é, um imaginário das pluralidades e das diferenças.

Por essa razão, se quisermos dar sentido à “galáxia lusófona”, não podemos deixar de a viver como inextricavelmente portuguesa, brasileira, angolana, moçambicana, guineense, cabo-verdiana, são-tomense ou timorense. (...) Ou seja, o espaço cultural da lusofonia é um espaço necessariamente fragmentado. E a comunidade e a confraternidade de sentido e de partilha comuns só podem realizar-se pela assunção dessa pluralidade e dessa diferença e pelo conhecimento aprofundado de uns e de outros (Lourenço, 1999: 112).

O simples fato da língua portuguesa ter-se mesclado intimamente com as diversas línguas locais dos africanos, ameríndios, asiáticos e ainda, no caso do Brasil, com os outros imigrantes europeus faz desta uma língua de mestiçagem cultural. Portanto, ao se pensar num espaço lusófono é necessário compreender e reconhecer as multiplicidades envolvidas. Neste aspecto, o mais importante é tratar das questões da lusofonia não apenas a nível político e econômico, mas sim numa perspectiva que valorize o espaço de liberdade linguístico-cultural.

IDENTIDADE E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

O sujeito pode assumir identidades diferentes ao longo da vida, em diferentes momentos, transformando-se de acordo com a multiplicidade de identidades possíveis que nos aproximam e nos reconhecemos, sendo um processo de construção contínuo. As identidades correspondem aos modos de identificação referente a diversas categorias que dependem tanto do contexto social, como variam de acordo com o percurso histórico coletivo e da vida pessoal.

Muitos autores, como Anthony Guiddens, defendem a perspectiva que envolve a ideia de identidade pessoal orientada a partir do nível psíquico e das subjetividades modernas, que por sua vez, estendem-se ao núcleo do eu. Outros, como Stuart Hall e Zygmunt Bauman, percebem e discutem o sentido de identidade de forma coletiva, sendo compreendida como culturalmente formada, onde o caráter de tal representação e da identidade são entendidos como um conjunto de significados partilhados. Segundo Rosa (2008), tais posturas não se opõem, pois existe uma interdependência entre elas, “o nível coletivo das identidades culturais está diretamente relacionado com o nível das escolhas pessoais e subjetivas” (*ibidem*, p. 29).

Diante desta abordagem, cabe esclarecer sobre o significado das identidades. De modo geral, a identidade é compreendida tal qual nos representamos, ou seja, como nos definimos e nos reconhecemos. Cada pessoa é única pois possui

particularidades que as distingue dos outros sujeitos. Logo, podemos dizer que o conceito de identidade se constrói a partir das experiências de vida associada as características da personalidade do indivíduo.

A identidade pode ser definida “como um fenômeno subjetivo e dinâmico resultante de uma dupla constatação de semelhanças e de diferenças entre si mesmo, os outros e alguns grupos” (Deschamps & Moliner, 2009: 01). Para os autores, a identidade não existe sem a alteridade, sendo concebida a partir da articulação, organização e síntese dos aspectos pessoais e sociais dos indivíduos.

Falar de identidade cultural evoca a sua abordagem tal como é percebida na contemporaneidade, portanto, podemos discuti-la a partir de vários aspectos. Do ponto de vista de Stuart Hall e Guilherme Carvalho da Rosa, as identidades culturais estabelecem uma relação entre os quadros de referência constituídos no interior dos discursos e o construtivismo compreendido na identidade cultural através da perspectiva das diferenças, das relações de conflito e das negociações, a partir de uma conexão dialógica e não-definitiva. Tal fenômeno nos permite compreender as diferenças individuais, o sentimento de pertença e a tendência à preservação da cultura grupal pelos sujeitos (Hall, 2006).

Neste sentido, reconhecemos a função das *representações sociais* que remete para a ideia e percepção de uma realidade comum sobre a construção da identidade social e das relações interpessoais e intergrupais.

A partir da década de 60, numa perspectiva sociopsicológica, Serge Moscovici analisa o conceito de representação social (RS) e questiona as ideias anteriormente propostas por Émile Durkheim. Moscovici critica a distinção feita por Durkheim e reconhece o individualismo como uma representação coletiva na sociedade. Logo, Moscovici defende o carácter das representações como um fenômeno e não como um conceito estático e irredutível de representações coletivas (Martins, 2008).

Para compreender a dinâmica das RS necessitamos acompanhar a forma como o pensamento e o conhecimento se manifestam. Estes são revelados através das expressões de interação e comunicação do ser humano na sociedade e, como tal, transformam-se através do tempo, onde se classifica e reclassifica a realidade. “As representações sociais são conceptualizadas como uma modalidade de conhecimento socialmente elaborada e compartilhada, contribuindo para a percepção de uma realidade comum a um determinado grupo” (Cabecinhas, 2009: 51). Estes comportamentos surgem do interesse de certos grupos por um assunto ou circunstância específica.

Desta forma, a teoria das RS se justifica a partir da decodificação de uma informação ou situação através dos modos de referência dos indivíduos que os permitem agir de acordo com que julgam ser a realidade (Martins, 2008).

1.3 METODOLOGIA

Por ser um estudo de cunho exploratório é justo o caracterizarmos com uma metodologia qualitativa. A pesquisa qualitativa consiste num conjunto de ações

interpretativas que ressaltam o modo como a experiência social é criada e significada pelos sujeitos (Sampieri *et al.*, 2006). A partir de tal metodologia, buscaremos compreender, através das experiências dos alunos brasileiros e portugueses do ensino superior português, as problemáticas de ordem sociocultural que caracterizam e afetam a comunicação e a construção da lusofonia entre os mesmos.

Com o propósito de atingir os objetivos desta investigação, recorreremos a abordagem técnica da análise de conteúdo. Segundo Bardin (1977), “a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações” (p. 31).

Deste modo, tal procedimento abrangerá três fases fundamentais: no primeiro momento, pretendemos analisar os debates levantados na mídia digital lusobrasileira, referente a artigos publicados em plataformas de jornais online, blogs de notícias relacionados, grupos do facebook e comentários sobre o cancelamento das bolsas do programa CsF para Portugal, pelo governo brasileiro; no segundo momento, utilizaremos o recurso do *focus groups*, que será aplicado aos alunos brasileiros e portugueses das Universidades de Aveiro, Coimbra e Minho; e por último, faremos entrevistas individuais com alunos brasileiros selecionados, que participaram em anos anteriores do programa (CsF), nas instituições portuguesas mencionadas.

A primeira fase da pesquisa (1ª etapa) funcionará como uma abordagem disparadora, onde será analisado o debate na mídia digital lusobrasileira: artigos online, blogs e grupos do facebook, relativamente ao evento citado, como fonte construtora de conhecimento compartilhado no meio digital, ou seja, como fonte primária de dados. Neste sentido, teremos como missão buscar dados que serão submetidos à análise, pretendemos também formular hipóteses para a elaboração de indicadores do roteiro de entrevista que permitirá explorar as questões de discussão do *focus groups*. Nosso objetivo nesta primeira fase é buscar indícios e perceber os debates em torno do sentido da Comunicação e da Lusofonia, além de ter uma visão inicial sobre os relacionamentos e identidade no cotidiano dos alunos brasileiros e portugueses do ensino superior.

A técnica de pesquisa do *focus groups* dedica-se à coleta de dados por meio das interações e da discussão objetiva em grupo, tendo como propósito debater sobre um tópico específico (decisão *a posteriori*) e reunir informações necessárias para a exploração do tema escolhido. Esta modalidade apoia-se no desenvolvimento das entrevistas grupais (Gondim, 2003).

O uso do *focus groups* favorece a recolha de uma vasta quantidade de informações qualitativas num curto espaço de tempo, podendo ser empregado para analisarmos determinados aspectos de um dado objeto. Essa técnica é sustentada por Morgan (1997) que adota perspectivas distintas para classificar os *focus groups*. Deste modo, em nossa pesquisa, a análise do material recolhido na imprensa digital lusobrasileira servirá de estudo preliminar para a análise dos grupos.

A técnica do *focus groups* ocupa uma posição entre a observação participante e as entrevistas em profundidade (Veiga e Gondim, 2001) e neste caso, representará um recurso para compreender o processo de construção das comunicações, percepções, estereótipos, representações sociais e identidade do grupo de universitários brasileiros e portugueses.

Para a aplicação do *focus groups* (2ª etapa) o público-alvo constituir-se-á de alunos brasileiros (público-alvo 1) e portugueses (público-alvo 2), de todos os níveis de ensino, independentemente de possuírem bolsa de estudo, das Universidades de Aveiro, Coimbra e Minho (amostras intencionais).

Para tanto, constituiremos grupos de seis a doze participantes, de cada uma das instituições (1º Universidade de Aveiro, 2º Universidade de Coimbra e 3º Universidade do Minho). Planeja-se a formação de três grupos: um constituído apenas por brasileiros, outro apenas por portugueses e por último, um terceiro grupo misto. O principal critério para a seleção intencional, isto é, para a formação destes grupos, será a disponibilidade e a colaboração, assumindo a possibilidade de ser necessário a utilização de outros critérios, posteriormente estabelecidos para esse efeito.

As sessões ocorrerão num local apropriado, preferencialmente nas próprias universidades, durante um período que varia entre uma e duas horas, podendo acontecer duas ou três reuniões, para cada grupo selecionado, em cada uma das instituições. Trabalharemos com o programa de suporte à análise qualitativa de dados para categorização e codificação dos dados qualitativos, constituindo um meio de classificar os dados descritivos recolhidos.

Ainda nessa segunda etapa, discutiremos algumas das conclusões ou das relações significativas reveladas na análise anterior, de forma a complementar qualitativamente a pesquisa. O nosso propósito com esta discussão focalizada em grupo será dialogar sobre o tema dos objetivos apresentados, além de debater sobre o modo de estar e pensar dos sujeitos envolvidos. Com esse estudo, pretendemos aprofundar a análise sobre as relações socioculturais e detectar possíveis estereótipos do cotidiano, a fim de responder ao objetivo geral e a problematização desta investigação.

Desta forma, tanto a técnica do *focus groups* como a entrevista individual (estudo exploratório) funcionarão como recursos facilitadores na investigação sobre as representações sociais recíprocas das identidades, no cotidiano dos universitários brasileiros e portugueses, do ensino superior português, no âmbito da comunicação e da lusofonia.

Na terceira e última fase desta pesquisa (3ª etapa) faremos entrevistas individuais, com alunos brasileiros selecionados, que participaram em anos anteriores do programa (CsF), nas Universidades de Aveiro, Coimbra e Minho.

Como ferramenta para a recolha de dados sobre os alunos brasileiros do programa CsF e com o propósito de selecionar os alunos que participarão da entrevista individual, será utilizada uma enquete virtual, via grupo do facebook - como instrumento de identificação de sujeitos e dos aspectos gerais que serão recolhidos para as entrevistas individuais.

Tal entrevista virtual\individual, via skype, será aplicada a dois alunos brasileiros, retornados de Portugal para o Brasil, de cada uma das universidades citadas, totalizando seis alunos brasileiros, que participaram em outras edições do programa CsF. O objetivo desta entrevista individual, é compreender o significado das relações socioculturais, aprendizados ou dificuldades, vivenciadas por estes alunos, naquele período, bem como responder a problemática desta investigação.

O propósito desta última etapa da pesquisa é favorecer o processo de discussão, compreensão e interpretação dos resultados representados anteriormente, facilitando o desenvolvimento das conclusões.

CONCLUSÃO

A fim de alcançar os objetivos dessa investigação, não dispensamos a ideia que a figura de lusofonia continua a significar um forte referencial identitário para os países falantes da língua portuguesa. Logo, vale ressaltar que a lusofonia é um conceito em processo de construção e mediante as estratégias de interesses mútuos projeta-se para o futuro, onde pretende transportar consigo os povos que partilham esta mesma experiência (Medeiros, 2006). Compreender tal princípio, nos permite enxergar os diferentes contributos e perceber a importância da valorização do encontro dos povos africanos, ameríndios, orientais, europeus, entre outros, para a unidade de sentimento e a troca cultural na civilização “lusotropical” comum (Martins, 2004).

A partir do exposto, percebemos que o ciberespaço convoca a utilização e serve como um novo lugar da lusofonia, onde falantes da língua portuguesa se comunicam e interagem através de redes virtuais. Neste espaço digital, os indivíduos podem se servir de informações, conhecimentos e discutir assuntos da atualidade, como por exemplo, o fato proposto como foco disparador de nossa pesquisa empírica.

O despontar do ideal interculturalista assume a posição global de evitar conflitos culturais, como o racismo e a xenofobia, a fim de promover “a plenitude dos direitos, a igualdade de oportunidades e a reciprocidade de relação para todos os cidadãos, todos os grupos, todas as comunidades” (Rocha-Trindade, 1995, cit. em Martins, 2008: 33). A aproximação intercultural é essencial para o encontro entre o universal e o individual, visa buscar o autoreconhecimento, a troca e a participação dos sujeitos em outras culturas.

A efetivação da interculturalidade através da educação, constitui pensar sobre o encontro do outro em sua universalidade, desenvolvendo no indivíduo a capacidade e o sentimento de transformação. É nesse sentido que nos interessa compreender como se desenvolvem a comunicação, os relacionamentos e as representações sociais recíprocas no cotidiano dos estudantes brasileiros e portugueses, do ensino superior português.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

- Cabecinhas, R. (2009). Investigar representações sociais: metodologias e níveis de análise. In M. M. Baptista (ed), *Cultura: Metodologias e Investigação*. Lisboa: Ver o Verso Edições.
- Castells, M. (2002). *A sociedade em rede. A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*. São Paulo: Paz & Terra.
- Cunha, L. (2011). Letras que desenham identidades: interseções lusófonas na narrativa literária. In M. de L. Martins; R. Cabecinhas & L. Macedo (eds), *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona - Lusofonia e Cultura Mundo*. Braga: Universidade do Minho e Grácio Editor.
- Deschamps, J.-C. & Moliner, P. (2009). *A Identidade em Psicologia Social: dos processos identitários às representações sociais* (L. M. E. Orth, Trans.). Petrópolis: Editora Vozes.
- Gomes, P. G. (2006). *A Filosofia e a ética da comunicação na mediatização da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos.
- Hall, S. (2006). *A Identidade cultural na pós-modernidade*. 11ª ed. Rio de Janeiro: DPN&A editora.
- Jodelet, D. (1989). Représentations sociales: un domaine en expansion. In D. Jodelet (ed), *Les représentations sociales* (pp. 31-61). Paris: PUF.
- Lourenço, E. (1999). *A Nau de Ícaro seguido de Imagem e Miragem na Lusofonia*. Lisboa: Gradiva.
- Martins, A. S. (2008). *A escola e a escolarização em Portugal - Representações dos Imigrantes da Europa do Leste*. Lisboa: Relações Interculturais.
- Martins, M. L. (2004). *Lusofonia e Luso-tropicalismo. Equívocos e possibilidades de dois conceitos hiper-identitários*. Paper presented at the Conferência X Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa - Lusofonia, São Paulo.
- Mazzotti, A. J. A. (2008). Representações Sociais: Aspectos teóricos e aplicações à Educação. *Revista múltiplas leituras* 1, 1, 18-43.
- Medeiros, P. C. P. (2006). Lusofonia: discursos e representações. *Revista Electrónica dos Programas de Mestrado e Doutorado do CES/FEUC/FLUC*, 1.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus group as qualitative research* (2ª ed.). London: A Sage University Paper.
- Moscovici, S. (1978). *A Representação Social da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores.
- Pena, F. (2005). Teoria do jornalismo. *Contexto*, 125.
- Rosa, G. C. d. (2008). *Identidade cultural em comunidades de usuários e desenvolvedores de software livre: o caso Debian-RS*. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Sampieri, R. H.; Collado, C. F. & Lucio, P. B. (2006). In F. C. Murad; M. Kassner & S. C. D. Ladeira, *Metodologia de Pesquisa*. São Paulo: McGraw-Hill.
- Sanhotene, C. R. S. (2009). A mediatização como processo de reconhecimento, legitimidade e prática social. *Emancipação - UEPG*, 249-258.
- Soares, M. d. L. (2003). Eduardo Lourenço e as labirínticas relações Brasil-Portugal. *Revista Letras*, 59, 215-223.
- Veiga, L. & Gondim, S. M. G. (2001). A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político. *Opinião Pública*, 2, 1-15.

La producción de contenidos en los medios escolares, un asunto complejo

JUAN CARLOS CEBALLOS SEPÚLVEDA

juan.ceballos@upb.edu.co
Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia)

Resumen

Desde la perspectiva de las mediaciones comunicacionales, propuesta por Martín Barbero (1998) la comunicación deja de ser vista como un asunto instrumental y divulgativo, centrado en el medio, y adquiere un matiz cultural, porque da cabida a la vida cotidiana y a la circulación de los conocimientos propios de las personas que habitan en una comunidad. Además de lo anterior, se reconfigura la idea del emisor, como el privilegiado que selecciona, elabora y trasmite un mensaje dirigido a un receptor (pasivo) a quien le llega esa información que le envían. Desde este concepto de las mediaciones, el emisor y el receptor adquieren igual importancia, porque este último se constituye en un “productor de significaciones”, es decir, genera unos mensajes o contenidos alternativos, porque son elaborados a partir de los contextos más cercanos en donde se desenvuelve.

Este enfoque ayuda a su vez a reconfigurar los medios de comunicación que se publican en diferentes instituciones educativas, en la que prevalece un enfoque divulgativo/instrumental en este tipo de experiencias. Por eso, desde las mediaciones comunicacionales y bajo la perspectiva de reconfigurar a los estudiantes (en este caso) como “productores de significaciones”, los medios de comunicación escolar tienen un reto: formar productores críticos de mensajes.

Palabras Clave: Instrumental; mediaciones; comunicación/cultura; producción de contenidos



Ilustración: D.G. Isabel Cristina Zabala

La tarde de un viernes de agosto del año 2012 estaba destinada a la grabación de las presentaciones para el programa de televisión. Los chicos y chicas del proyecto Extracurricular del Colegio se reunieron con la Comunicadora en un salón, ella les entregó un papel con dos líneas escritas. Debían memorizarlas y grabarlas luego ante una cámara. Era un trabajo en parejas. Después de varios minutos, los chicos repitieron los textos que les correspondían y luego se reunieron con el practicante de Comunicaciones, quien iba a grabar las presentaciones. En varios espacios del Colegio (un patio, los pasillos, una zona verde) hicieron este trabajo y la dinámica fue la misma: repetir el texto de memoria que la Comunicadora les entregó al principio. *¿Quién escribe estos textos? los hago yo con la coordinación de la comunicadora, dice el practicante*¹.

Este suceso sirve de ilustración de cómo se realizan la producción contenidos de los medios de comunicación, en algunas instituciones educativas que cuentan con ellos. Los resultados, aún parciales, se analizan a partir del trabajo de campo realizado en dos instituciones educativas en la ciudad de Medellín, Colombia, del que emergen los datos para la construcción de la tesis doctoral “Medios de comunicación escolar, educación y ciudadanía. Una mirada desde las Mediaciones”². Esta ponencia se construye con las opiniones y reflexiones que aportan los actores de estos trabajos: maestros y estudiantes.

APROVECHAR LOS TELEVISORES Y LOS COMPUTADORES

Repetir los textos que los comunicadores escriben para que sean memorizados por los estudiantes, escribir un trabajo en clase para que sea evaluado y escogido por el maestro con la posibilidad de ser publicado en el periódico del colegio o escribir acerca de un tema propuesto por un profesor son prácticas que empiezan a limitar la producción de contenidos, en las que prevalecen las ideas de los adultos, más no de los niños y jóvenes. Por su parte, la publicación de los medios de comunicación se realiza en colegios (públicos y privados) donde predominan modelos tradicionales de educación, lo cual incide tanto en los contenidos que se publican, como en la forma de elaborarlos.

Para comprender la producción de contenidos bajo esta perspectiva, hay que tener en cuenta varios factores: por qué se crea el medio de comunicación, quiénes lideran los proyectos, qué temas se privilegian, cómo consiguen la información y quién elabora los contenidos (textuales, audiovisuales o hipertextuales).

Por eso, hay que conocer de dónde nace la idea de tener un proyecto de medio de comunicación en el colegio y con qué propósito. En la institución privada, a la

¹ Observación, agosto 10 de 2012

² Esta tesis se adelanta para obtener el título de Doctor en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, dirigida por la Doctora Beatriz Elena Marín Ochoa de la UPB, Medellín, Colombia. El trabajo de campo al que se refiere se adelantó en el segundo semestre de 2012 en dos instituciones educativas de la ciudad de Medellín, Colombia, una de ella privada, con doce años de producción ininterrumpido de un periódico (publicado cada dos meses) y de un programa de televisión (emitido cada mes a estudiantes y maestros); el segundo es una institución pública con una experiencia de cinco años de trabajo con diferentes medios: periódicos, blogs, televisión. Se destaca por la permanente exploración y experimentación de trabajo con medios de comunicación, como una alternativa comunicativa y educativa que permita a los jóvenes tener otras posibilidades de formación diferente a la educación tradicional.

que llamaremos Colegio ¹, la misma surgió para aprovechar un recurso tecnológico existente y como un apoyo a la docencia: “en la institución ya se había adelantado el proyecto de instalar televisores en las aulas, como un recurso que complementara las labores del quehacer docente... el rector que llegó para entonces le pareció muy interesante poder aprovechar los televisores con un proyecto de televisión, como una especie de un programa institucional... aprovechar los televisores como un recurso didáctico”³. Y además, como una estrategia para “afianzar la parte de valores”, en el que se cimenta la propuesta educativa de la institución⁴. Por su parte, en el Colegio 2, institución educativa pública, la experiencia con los medios de comunicación inició como un proyecto de aula, que luego pasó a ser un periódico virtual, para aprovechar las salas de computadoras con las que cuenta la institución, dado que el colegio pensó la virtualidad y la tecnología como ejes transversales de trabajo académico⁵. Esto muestra que prevalece una idea instrumental de la comunicación, como una herramienta para el logro de la eficiencia y eficacia educativa (Valderrama 2010: 282), o en términos de Huergo (2000: 63) como apoyo, refuerzo o soporte a la educación. Esa idea instrumental de la comunicación está asociada a la transmisión y divulgación de datos e informes. En el caso de los colegios descritos, más en el primero que en el segundo, el trabajo está concentrado en la divulgación de los acontecimientos más relevantes y en el refuerzo de la filosofía institucional, por medio de campañas, es decir, se conciben como instrumentos para transmitir información oficial, con el propósito de mantener al tanto a la comunidad educativa de los eventos más representativos, incluidos los padres de familia.

CÓMO SE GENERAN LOS CONTENIDOS

Teniendo los medios disponibles, es necesario pensar en los temas que serán publicados y elaborarlos. Para ello se llamará fase de emisión aquel momento en el que se definen los temas, los enfoques y las intenciones de los mismos, y, por supuesto, la elaboración de los mensajes. En estas experiencias se identifican los siguientes elementos:

- ¿Quién propone los temas? (Colegio 1) Existe un Comité de Comunicaciones conformado por maestros y la comunicadora: “con ellos es que yo hablo las temáticas a tratar”, dice la comunicadora⁶ y también discuten las propuestas que plantean los estudiantes: “el Comité mira y analiza las cosas; ellos no lo sesgan, ni dicen cosas; están siempre abiertos”⁷. (Colegio 2) La responsable de este trabajo es la maestra de Lengua Castellana. Es ella quien tiene la iniciativa de presentar los temas, porque los estudiantes no tienen esa iniciativa y ellos aceptan lo que les propone. Esto muestra

³ Entrevista profesores, septiembre 12 de 2012.

⁴ Entrevista comunicadora, agosto 17 de 2012

⁵ Entrevista profesora, agosto 27 de 2012

⁶ Entrevista comunicadora, agosto 17 de 2012

⁷ Entrevista comunicadora, noviembre 21 de 2012

que los contenidos temáticos están bajo la perspectiva de los adultos, no de los estudiantes, replicando así un modelo de educación tradicional, cuyo propósito es la trasmisión de conocimientos, en este caso, de datos e información (Kaplún, 1998: 22). ¿Qué resultados consecuencias puede tener esto? Pasividad en los estudiantes, el poco desarrollo de la capacidad de pensar por cuenta propia y proponer temas de interés para los alumnos, además la falta de compromiso para construir en equipo un espacio comunicativo entre pares que le den otras perspectivas comunicativas y educativas a este tipo de proyectos y de relacionamiento, condiciones necesarias en la formación básica o para la vida.

- ¿Qué temas se privilegian? (Colegio 1) Los contenidos del periódico o del programa de televisión están centrados en los eventos institucionales, así lo expresa la comunicadora: “todo lo sacamos de acá, es un colegio que proporciona demasiada información en muchos aspectos”⁸. En este sentido, los medios son utilizados para divulgar los acontecimientos del colegio: fechas conmemorativas, actos cívicos, culturales, deportivos y religiosos son los temas que se resaltan. El propósito fundamental es mantener informada a la comunidad educativa, sobre todo de los eventos más relevantes, personajes, noticias administrativas privilegiando así una comunicación de corte institucional y que circula al interior del colegio. (Colegio 2). Es una institución donde se celebran eventos académicos, deportivos y culturales y ello da pie para que sean divulgados: “en la institución nos volvimos expertos en cubrir los eventos y los chicos tienen mucha apropiación en ese sentido, pero también es un pretexto para traer las historias que ellos tienen”⁹. Si bien coincide con el Colegio 1 de publicar información sobre los eventos, se abre la posibilidad de plantear temas propios del contexto social del que hace parte la institución educativa.
- ¿Quién produce los contenidos? (Colegio 1) Si lo que predomina es la imposición de los temas por parte de los maestros (adultos), también sucede lo mismo con la producción de los contenidos, algo evidente en la experiencia del programa de televisión. Como consecuencia de esa pasividad promovida por los maestros, los estudiantes aceptan que sean ellos quienes elaboren los contenidos: “la comunicadora se encarga de darnos el tema y el texto que debemos decir. Solo en algunos casos extraños, si se puede decir así, nos dice que debemos copiar nuestra nota, que tenemos que hablar de tal cosa, pero que debe tener mucha coherencia y que debe ser que siempre dé la idea del tema”¹⁰. En este sentido, los estudiantes cumplen con una función de “emisores replicadores”, es decir, que repiten lo que otros (maestros y comunicadora) han elaborado para que ellos digan. De ahí que se

⁸ Entrevista comunicadora, agosto 17 de 2012

⁹ Entrevista profesora, marzo 26 de 2012

¹⁰ Entrevista estudiantes, septiembre 21 de 2012

existe una doble figura de emisor: el “realizador” que propone los temas y elabora los contenidos y el “repetidor” de los mensajes que otros prepararon. En cuanto al periódico, la producción de textos se da ya sea porque un estudiante quiere escribir algo, pero le dan el tema: “Yo les doy el tema, les digo en este periódico vamos a tratar de esto, hálame usted de tal cosa, por ejemplo, así es como se consiguen los temas” o como producto de un ejercicio de clase: “Los mismos profesores en clase que trabajan un tema y les hacen un texto, ellos me pasan el texto y se les monta en el periódico como una forma de reconocer trabajo que hacen en clase los muchachos”¹¹. Así, el estudiante elabora sus informes pensando en el maestro, en la calificación que logre y en la publicación de la misma, pero no en que su informe sea de interés para la comunidad educativa y que el mismo puede generar reflexiones o espacio para la discusión y el diálogo entre quienes accedan al mismo. Predomina la idea del maestro de la educación tradicional que impone sus ideas y en últimas decide lo que puede ser o no de interés, según su criterio. De esta forma se promueve la pasividad y la sumisión del estudiante. Siguiendo a Kaplún (1998: 23) este tipo de prácticas impiden desarrollar una capacidad de razonamiento y conciencia crítica.

- *El papel de los estudiantes.* (Colegio 1) Es así que los estudiantes aceptan que sean los maestros quienes lideren este tipo de proyectos, entre otras razones por la falta de tiempo: “si yo por ejemplo me adueñara de una sección, sinceramente no tendría tiempo de hacer una nota del programa de televisión”¹² y en esto incide también que sea un espacio extracurricular en el que se realice este tipo de actividades, en el sentido, que no hace parte de un proceso académico central, sino que es una actividad extra. Además los estudiantes no asumen las responsabilidades que conlleva producir una nota, por eso, es más cómodo que los maestros u otros profesionales hagan ese trabajo: “esa es la parte más dura para ellos, que adquieran información cualquier día de la semana que no sea clase (...) la parte de investigación si es durita con ellos y les da pereza”¹³. Y a lo anterior se suma el verdadero interés que mueve a los estudiantes de participar en este tipo de experiencias: “el sueño de ellos cuando entran a la extracurricular es presentar en el programa de televisión”¹⁴, es decir, obedece más a un interés personal e individual de ser reconocido, porque “aparece” en los televisores del colegio cuando se emite el programa de televisión cada mes. (Colegio 2) La producción de contenidos en el colegio público fue casi nula, excepto unas entrevistas realizadas con los estudiantes que se publicaron en Facebook. Dice la maestra que lidera la propuesta: “a ellos les interesa

¹¹ Entrevista comunicadora, agosto 17 de 2012

¹² Entrevista estudiantes, septiembre 21 de 2012

¹³ Entrevista comunicadora, agosto 17 de 2012

¹⁴ Entrevista comunicadora, agosto 17 de 2012

(el proyecto de los medios), pero les falta compromiso y los muchachos de este sector tienen grandes dificultades desde el orden del contenido y en la parte conceptual”¹⁵; pero además “fallan aspectos de responsabilidad de los chicos, porque esto es una actividad extracurricular y por esto hay que contar con la buena voluntad de ellos, y a veces hay buena voluntad pero falta responsabilidad. Y lo otro es que a los chicos les falta rigor académico, en esta comunidad hace falta mucho rigor académico”¹⁶. Pero además existe un reconocimiento entre los estudiantes de sus fallas: “para mí lo que faltó es compromiso, faltó responsabilidad, porque si está bien, a mi me gusta informar y yo quiero informar, pero resulta que a veces no me queda tiempo, o simplemente y sencillamente no me quiero quedar”¹⁷.

Es así que bajo un modelo tradicional de educación, la experiencia de los medios de comunicación se asume como un asunto instrumental y divulgativo; predomina la visión de los adultos que marcan las agendas, es decir, los temas que se publicarán para la comunidad educativa y, también la elaboración de los contenidos o la validación de los mismos cuando son presentados por estudiantes como producto de trabajo de aula. Bajo estos parámetros más que hablar de producción de contenidos, es evidenciar que existen unas prácticas de selección, elaboración y recolección de información para divulgar unos contenidos con carácter informativo en los medios de comunicación de las instituciones educativas. Esto favorece anteponer una posición “neutra” (Saintout, 2003: 81) enmarcada en esa lógica de la transmisión de informaciones, a la posibilidad de construir un espacio con los niños y jóvenes, en el que tengan una participación más activa, de manera que los contenidos que circulen estén relacionados con los contenidos que realmente sean de su interés y desde los cuales se propicien otras posibilidades de reflexión, diálogo y discusión.

EXPLORAR OTRAS APUESTAS

La primera invitación para la escuela es reflexionar sobre lo qué entienden por Comunicación, para mirar más allá de esas ideas instrumentales con las que abordan el trabajo con medios. De ahí que sea necesario generar unas rupturas desde la comunicación, que permitan abordar estas experiencias desde otras perspectivas. Jesús Martín Barbero (1998: 257) sostiene que es necesario pasar de los medios a las mediaciones, esto es, dejar de pensar la comunicación desde el (objeto) y centrarse en el sujeto y sus posibilidades de expresión. Esta concepción de la comunicación tiene además en cuenta la vida cotidiana y las múltiples solidaridades (1998: 258) y plantea además que a la comunicación hay que mirarla desde la cultura, por eso, la misma no puede quedarse en unos reduccionismos tecnológicos, sino que debe apuntar a un “proceso productor de significaciones y no una mera circulación de

¹⁵ Entrevista profesora, noviembre 7 de 2012

¹⁶ Entrevista profesora, agosto 27 de 2012

¹⁷ Grupo focal estudiantes, noviembre 7 de 2012

informaciones” (1998: 291). Y siguiendo en esta línea apunta a algo esencial, relacionado con el papel que tienen los estudiantes en este tipo de proyectos: “el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también” (1998: 291).

Considerando las experiencias expuestas al inicio y estos planteamientos teóricos, es necesario que las instituciones educativas abran los espacios de los medios a otro tipo de “conocimientos” propios de las experiencias de vida y de la cotidianidad que los estudiantes llevan a la escuela; esto es la cultura experiencial (Pérez, 1998: 199) fundada en los significados y comportamientos que los alumnos han adquirido en sus contextos, en su vida previa y paralela a la escuela; por eso, permitir que los “otros” temas surgidos a partir de esa “cultura experiencial” empiecen a circular en las páginas impresas o virtuales, en los programas de televisión o de radio, en los periódicos murales, es posibilitar que estos espacios comunicativos adquieran otro sentido.

¿Y publicar qué? Ya no se trata solo de transmitir informes, datos, eventos, sino de llevar a la escuela aquellos temas que sean de interés para estudiantes y niños, aquello que viven cotidianamente y que los interpelan, los cuestionan y los hacen reflexionar. Se trata entonces de producir contenidos “significativos”, en la medida que deben convocar y provocar a otros a hablar de ellos, reflexionar, debatir y dialogar en torno a lo que comuniquen. Diferente a esa figura de “emisor repetidor” (que memoriza lo que otros producen para él y luego debe replicarlo), se busca que el estudiante se asuma como “productor” de sus contenidos. Y esto implica reflexionar sobre el tema, investigar, preguntar a las personas, leer el “texto social” que lo rodea y hacer visible sus propios saberes a partir de su experiencia de vida. Se trata de construir una historia de interés para muchas personas, sean o no de la institución educativa, en la que se aporten otras ideas y otros conocimientos.

En esta medida, abrir la perspectiva de los medios de la escuela desde esta concepción de la comunicación posibilita: uno, conectar la escuela con el contexto social, de manera que se pueda dar cuenta del mismo y establecer relaciones más cercanas entre escuela y contexto; dos, más que divulgar información el reto es producir contenidos pertinentes y relevantes para la comunidad educativa y personas del contexto; tres, los estudiantes deben asumirse como responsables de la producción de los contenidos, tener una participación más activa y propositiva, diferente a la sumisa y pasiva que surge en las experiencias expuestas. Los estudiantes tienen la posibilidad de narrar su mundo, su cotidianidad fuera de la escuela y en ella, en últimas, es posibilitar que asuman la palabra para proponer otros sentidos y significaciones, con los cuales se generen espacios de reflexión y de circulación de ideas.

Es importante que las instituciones educativas con experiencias de medios comprendan que la comunicación más que un asunto instrumental es de sujetos, seres humanos, en esa medida se establece una relación de comunicación/cultura, en la que es posible ver al estudiante, en este caso, no como un sujeto reproductor, sino en su capacidad de creación (Saintout, 2003: 82). ¿Y existen experiencias de medios en que se hagan evidentes estos planteamientos?

MUCHAS HISTORIAS POR CONTAR

En el Colegio 2, público, el periódico virtual sirvió para que los estudiantes que participaban en la experiencia publicaran diferentes historias del barrio e incluso criticaran la gestión de las directivas del colegio. Es por ello, que la maestra que lidera la propuesta afirma que el barrio es el tema del que preferían escribir: “los muchachos tienen muchas historias que contar, aquí hay muchas historias en este barrio, entonces es apropiarse de su contexto” y resalta el papel de los estudiantes como “productores”: “Es tratar que lo que ellos escriben, las imágenes que toman sean de ellos, para que de verdad sean significativas”¹⁸. Así, las historias de los estudiantes son válidas y además posibilitan lo que la maestra indica, apropiarse del contexto, para leerlo, entenderlo y comunicarlo. De esta manera se empieza a construir otro tipo de contenido desde los intereses y la vida de los jóvenes, que los compromete y responsabiliza con lo que comunican y la manera como lo comunican, dejando de lado la neutralidad propia de la transmisión de información.

Asumirse como productores de contenidos permite, además de enriquecer las formas de relatar, posibilita nuevos acercamientos y conocimientos sobre lo que sucede en el barrio y que para los maestros es desconocido, invirtiendo así los roles: los estudiantes productores comparten sus contenidos con los maestros que no saben acerca de lo que sucede en el barrio: “A través de crónicas y perfiles podemos saber cuáles son las dificultades con el agua que tiene el barrio, podemos saber las dificultades de alcantarillado que es de las cosas más complicadas; la parte de desplazamiento, el origen del barrio, un perfil de un personaje que para ellos es muy significativo y lo traen acá. El año pasado hicieron entrevistas audiovisuales de raperos, de egresados que están saliendo adelante, son historias de afuera que a nosotros nos están enriqueciendo acá (en el colegio)”¹⁹. Historias basadas en las experiencias de vida de los estudiantes que las llevaban a la escuela y las compartían en el periódico del colegio, como dijo uno de los egresados que participó en esa experiencia al preguntársele por qué tenía valor esa experiencia: “porque les dábamos a conocer a los muchachos lo qué estaba pasando en el barrio, lo que estaba pasando en el colegio”²⁰.

Experiencia en un medio de comunicación “escolar”, porque era construido de manera colectiva con los estudiantes y en el que estos tenían un papel protagónico, en el que aprendían otras manera de acercarse a su realidad, como lo expresa el egresado: “yo me iba a hablar con la gente, tomaba fotos, investigaba, hacia un proceso de investigación y conocía las partes opuestas, (...) luego hacía un análisis de la noticia e iba copiando lo que la gente me iba contando y sacaba las cosas positivas y las que no, y colocaba él dijo y ella dijo, hacia todo un proceso de investigación”. Pero lo más interesante de toda experiencia fue la consciencia que logró

¹⁸ Entrevista profesora, marzo 26 de 2012

¹⁹ Entrevista profesora, marzo 26 de 2012

²⁰ Entrevista egresado, septiembre 3 de 2012

este joven sobre la importancia de la información y del conocimiento que estaba generando en los estudiantes del colegio: “yo le decía a la profesora: el que tiene el conocimiento tiene el poder y si ellos se informan y ellos conocen qué está pasando van a tener mejor educación, van a tener más habilidades para afrontar las cosas después”²¹, es así como desde estas prácticas se generan otras dinámicas comunicativas de interrelación entre el colegio y el contexto social donde está asentado.

CONCLUSIÓN

Bajo los enfoques divulgativos de la información las experiencias de medios de comunicación en la escuela se reducen a la trasmisión de datos y limitan su accionar a mantener informados a una comunidad educativa. En cambio, bajo una mirada de comunicación/educación fundamentada en las mediaciones comunicacionales de Martín Barbero es posible modificar la perspectiva de trabajo de los medios de comunicación en la escuela, en la que no solo se invierte el rol de los participantes, sobre todo de los estudiantes, quienes se asumen como “productores” de contenidos, basados en sus experiencias de vida, en la cotidianidad, en los temas que son de su interés y que no necesariamente pasan por la aprobación de un maestro, al contrario, este se vuelve en un destinatario de esas historias para conocer y comprender el mundo social en el que viven sus estudiantes. Como lo plantea Huergo (2010: 96) es reconocer el mundo cultural del otro (el estudiante) entendiendo la cultura como el campo de lucha por el significado de la experiencia, de la vida y del mundo. Y en este sentido, la experiencia de los medios escolares se transforma y se densifica, adquiere más sentido y valor, más compromiso, además porque desde la producción de significaciones el comunicar los temas de los estudiantes deja de ser una actividad o una replicación de los mensajes que otros elaboran, adquiere otro matiz más comprometedor se constituyen en conocimiento. Los estudiantes convierten sus temas en conocimiento en la medida que construye y elabora personalmente sus informes (Kaplún, 2010: 52). Y adquiere mayor sentido cuando estos conocimientos circulan en la institución educativa y, sobre todo, cuando pasan las barreras de la misma y se convierten en temas que propician reflexión, discusión y procesos dialógicos en las personas que reciben esos contenidos. Es ahí cuando la experiencia adquiere sentido, porque saben que escribirán para ser leídos, hablarán para ser escuchados, crearan imágenes para que sean vistos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Huergo, J. (2010). Una guía de comunicación/educación, por las diagonales de la cultura y la política. En R. Aparici (coord), *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp.65-104). Barcelona: Gedisa.
- Huergo, J. & Fernández, M. (2000). *Cultura escolar, cultura mediática/intersecciones*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

²¹ Entrevista egresado, septiembre 3 de 2012

- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación. In R. Aparici (coord), *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 41-61). Barcelona: Gedisa.
- Martín Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Pérez, Á. (1998). *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Madrid: Ediciones Morata.
- Saintout, F. (2003). La ruptura. Un campo en movimiento. En F. Saintout (ed), *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico* (pp. 75-83). La Plata: Ediciones de Periodismo y Educación N° 23. Fac. de Periodismo y Comunicación Social UNLP.
- Valderrama, C. (2010). Ciudadanía y formación ciudadana en la sociedad de la información. Una aproximación desde la comunicación. En R. Aparici (ed), *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 281-305). Barcelona: Gedisa.

Diante da tela: caminhos epistemológicos e metodológicos possíveis para a pesquisa de recepção de telenovela

IARA GOMES DE MOURA

iaragmoura@gmail.com
Universidade Federal Fluminense

Resumo

Este trabalho compõe nosso percurso de pesquisa de mestrado e debruça-se sobre dois objetivos fundamentais, a saber: 1. apresentar os caminhos possíveis para a execução de pesquisa de recepção de telenovela e 2. refletir sobre o lugar e a importância das categorias classe social e gênero nesse tipo de investigação. Nossa pesquisa gira em torno da telenovela *Cheias de Charme* exibida pela Rede Globo no horário das sete durante o ano de 2012. Compreendemos que este objeto está atrelado à conjuntura político-econômica brasileira de suposta ascensão da “nova classe C” e a uma estratégia de mercado que confere legitimidade aos hábitos de consumo e estilo de vida atribuídos às mulheres desse estrato social - no caso, chamamos atenção para o protagonismo das empregadas domésticas. Problematisamos, a partir dessa premissa, a representação das classes populares na novela e os sentidos emergentes da relação das telespectadoras com o produto midiático em questão.

Palavras-Chave: Telenovela; recepção; classe social; gênero

ENTRE O MASSIVO E O INTERATIVO: COMO PENSAR A TV DOS NOSSOS TEMPOS?

O advento tecnológico de novas plataformas e a emergência de formatos, gêneros e maneiras de interação com os telespectadores vem modificando o entendimento já consolidado que tínhamos a nível de senso comum e da própria Ciência da Comunicação do ato de assistir TV. Se antes a definição do meio esteve circunscrita sobretudo ao campo da técnica, ou seja, assistir TV significava estar diante de um aparelho receptor ligado a uma antena por onde eram captadas as ondas eletromagnéticas, hoje, a profusão de novas telas possibilita a mobilidade espacial, temporal e marca de maneira contundente a experiência do assistir.

Concomitante a esta mudança de ordem tecnológica e cultural, pesquisadores que se dedicam aos estudos de recepção tem se voltado à reflexão e à construção de modelos possíveis de pesquisa com vistas a dar conta dos fenômenos contemporâneos, dentre eles, notadamente, o espraio de uma cultura participativa nas redes virtuais, da audiência ativa das comunidades de fãs e da exploração de plataformas transmídia pelas emissoras de televisão. Neste trabalho, momento reflexivo de nossa pesquisa de mestrado, buscamos nos aproximar da discussão em torno dos aportes teóricos e caminhos metodológicos que têm sido utilizados para o confronto de objetos adjacentes ao campo descrito acima.

Em primeiro lugar, faz-se necessário compreender os processos de recepção como parte de um conjunto social mais amplo caracterizado de diferentes maneiras

por pesquisadores como Muniz Sodré (bios midiático), Manuel Castels (sociedade de rede) e Martín-Barbero (ecossistema comunicativo). O preceito teórico basilar neste sentido implica um olhar para os meios de comunicação que reúne além de uma preocupação com os conteúdos, os efeitos e os usos do receptor, uma atenção para com o próprio dispositivo e as subjetividades emergentes da relação entre ele e os receptores. Isto não significa, todavia, um retorno a uma pesquisa de cunho tecnicista mas como propõe Sodré aponta para uma visão da sociedade midiaticizada e a ética, política e subjetividade emergentes dela (Sodré, 2008). Pesquisar a recepção de programas de televisão pressupõe uma mirada também nos outros meios técnicos (ou outras telas) que servem de suporte, complementam e acompanham a recepção deste ou daquele programa.

No caso da telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 2012) destacamos algumas situações que nos obrigam a expandir o olhar para além da situação usual de recepção, ou seja, extrapolam o ato de assistir ao folhetim no aparelho televisor domiciliar. Na trama, três empregadas domésticas tornam-se ricas cantoras após um videoclipe caseiro delas ser postado na internet. No episódio em que o clipe da música *Vida de Empreguete* “cai” na rede, as personagens assistem pela tela do computador enquanto na tela da TV aparece um letreiro com o endereço do site onde os espectadores podem ter acesso ao mesmo. Num jogo de narrativa e marketing, a emissora lança o vídeo no site comercial antes de levá-lo ao ar na TV aberta. O clipe acumulou mais de um milhão de visualizações nas 24 horas que antecederam sua exibição na televisão e foi compartilhado nas redes sociais, enquanto a música foi disponibilizada como toque de celular e passou a compor a grade de programação de emissoras de rádio populares.

Apesar de não ser objetivo deste trabalho explorar as ferramentas transmidiáticas e os modos de interação com o objeto em questão, as situações citadas nos são úteis no momento para ilustrar a importância de se compreender a televisão neste cenário comunicativo emergente. Assim, parece-nos vital superar a dicotomia que baseou durante tanto tempo as pesquisas sobre a mídia que opunham meios massivos - verticais, unidirecionais, dirigidos à grandes audiências, de meios interativos - horizontais, multidirecionais, dirigidos a gostos pessoais. Compreender os processos de recepção da TV atual é, neste sentido, permitir-se imbricar-se neste fluxo de informação entre os diversos meios e entre a lógica massiva e a experiência pessoal.

RECEPÇÃO: COTIDIANIDADE E SUBJETIVIDADE NA RELAÇÃO ENTRE TELENOVELA E ESPECTADORES (AS)

Percorrendo rapidamente os paradigmas das pesquisas em comunicação reunidos na sistematização proposta por autores como Lopes (2005) ou Polistchuk e Trinta (2003) percebemos os diferentes entendimentos acerca do campo da recepção: desde as pesquisas que encaram o receptor como sujeito amorfo, facilmente manipulável, passando por aquelas que enfatizam o aspecto técnico com vistas à anulação do ruído, outras cujo foco são os elementos textuais e simbólicos do texto

mediático ou os processos de manipulação ideológica engendrados pelos meios de comunicação até o destaque para as respostas de uma audiência ativa e/ou contra-hegemônica.

No ambiente midiático descrito no tópico anterior, os processos comunicativos se complexificam de tal maneira que fica difícil engessar os elementos componentes destes processos num ou noutro polo. Neste sentido, nos é útil explorar e retomar o “mapa noturno” proposto por Barbero (2004) num caminho que privilegia os “entres”, os fluxos, as mediações na busca de aclarar questões advindas da interação comunicacional.

Com relação à pesquisa de recepção de telenovela, Lopes (2013: 16) aponta a urgência de se recuperar o acúmulo teórico das teses em torno da hipótese de audiência ativa como forma de empreender uma análise integrada dos textos das novas mídias e das audiências televisivas. Tal perspectiva adota como pressuposto o papel central da telenovela na conformação das imagens que as pessoas têm de si e do mundo e na incidência desta no agendamento e na própria organização social de maneira mais ampla. Neste sentido, nos permite pensar, por exemplo, a concomitância do processo econômico de ascensão do poder de consumo das classes populares no Brasil e a proliferação de telenovelas ambientadas em comunidades pobres e com protagonistas como jogadores de futebol e empregadas domésticas, como é o caso de *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil*. Reiterando a tese de Heloísa Buarque de Almeida (2001), a telenovela atuaria, neste íterim, como instrumento de uma pedagogia do consumo, incutindo hábitos de compra e estilos de vida condizentes com o aumento de renda das classes populares.

Para abarcar este processo, Lopes, Borelli e Resende (2002) defendem a adoção de uma perspectiva multimetodológica concreta combinando seis técnicas: questionário de consumo, entrevista temática, história de vida, história de vida cultural, grupo de discussão e observação etnográfica.

Apoiada na mesma premissa descrita acima, Ana Carolina Escosteguy (2013) aponta outro caminho possível de investigação adotando como foco privilegiado as narrativas identitárias e seu confronto com as matrizes melodramáticas e com um *ethos* heróico. Corroborando com a premissa de que vivemos numa cultura saturada pela mídia onde não é possível separar os efeitos de uma mídia particular, Escosteguy opta por uma perspectiva teórico-metodológica com foco em entrevistas biográficas. Observa-se que o conceito de mediações, cunhado por Martin-Barbero e caro às pesquisas de recepção latino-americanas, é direcionado para a análise da interação e das transformações que se processam individualmente na relação dos espectadores com os meios e não mais preponderantemente no papel dos media na ordenação geral da vida social.

Compreendemos que a impossibilidade de aferir precisamente os efeitos das mensagens midiáticas na vida das pessoas advém, sobretudo, da dificuldade de separarmos tais mensagens de um conjunto mais amplo de fatores que moldam a cultura de uma maneira geral. A orientação que segue nossa pesquisa de mestrado,

qual seja, compreender como a representação social da chamada nova classe C nas telenovelas influencia ou promove mudanças nos hábitos de consumo e consequentemente de vida de trabalhadoras empregadas domésticas, prescinde da reflexão acerca das mediações sociais que se incorporam ao processo comunicativo. No caso em questão, duas mediações parecem-nos fundamentais para a compreensão deste processo: o lugar de classe e as relações de gênero. Sobre isso refletimos no tópico a seguir.

CLASSE SOCIAL E GÊNERO COMO MEDIADORES DA PESQUISA DE RECEPÇÃO

Conforme destacamos em trabalho anterior (Moura, 2013), a ênfase da economia política marxiana na questão da produção, das condições reais de existência do homem com vistas a construir uma filosofia capaz de influir na transformação social por vezes é interpretada como um apagamento ou submissão da superestrutura à estrutura. Ainda que a obra citada remonte ao jovem Marx, a suposta preponderância da superestrutura sobre a estrutura social vai resultar num recuo nas pesquisas que se detém sobre a relação de produção e consumo midiático alegando-se o suposto reducionismo imbricado na definição. Murdock nos diz:

(...) em muitos escritos sobre mídia e cultura, as variáveis condições de produção apareciam em segundo plano, quando mencionadas. A atenção foi fixada de maneira firme na dinâmica do consumo concebido principalmente como um sistema de sinais que criou novos espaços simbólicos para experimentos em identidade. Isto, por sua vez, desviou a atenção das possíveis ligações entre posição de classe e consumo para questões sobre as relações entre conveniências e autoexpressão, uma mudança refletida pelo movimento paralelo dentro da pesquisa de mercado, de identificar segmentos por classe e outras variáveis demográficas para mapeá-los usando categorias psicográficas com base nas peculiaridades e disposições pessoais do consumidor. (Murdock, 2009: 44-45).

Na contramão deste movimento e utilizando-se dos aportes lançados por Barbero (2003) através de sua Teoria das Mediações várias pesquisas no âmbito dos estudos de recepção e mais amplamente dos estudos culturais vêm reiterando que o meios de comunicação ocupam lugar central nas disputas simbólicas entre as classes sociais. Além disso, pesquisas de cunho etnográfico apontam que o “lugar de classe” determina modos diferenciados de se relacionar com as mensagens midiáticas. Essas perspectivas buscam contrabalancear o recuo de classe apontado acima fazendo frente, sobretudo, a uma visada relativista das relações de poder e dominação levada a cabo por análises centradas no consumo e na questão identitária.

Nesta direção, Ronsini (2012) propõe um modelo teórico-metodológico que conjuga a perspectiva interdisciplinar latino-americana das mediações e o modelo encoding/decoding desenvolvido por Stuart Hall. A pesquisadora propõe:

levantar dados para uma análise sociocultural do consumo de mídia com uma análise formal do texto televisual e das falas dos receptores para a compreensão do papel da televisão na reprodução ideológica e no sentido que os receptores dão às codificações hegemônicas da mídia (Ronsini, 2011: 374).

A dificuldade em estabelecer o pertencimento de classe é outro entrave à utilização da categoria. Na era do capitalismo de mercado, a complexificação das relações de trabalho torna nebulosa a antiga divisão clássica entre proletários e trabalhadores. Mesmo abrindo a mão da discussão filosófica sobre a questão da classe em si ou classe para si, a tarefa de determinar se este ou aquele grupo pertencem à classe alta, média ou baixa é ainda espinhosa. Neste contexto, o consumo emerge como mais um fator complicador, uma vez que oferece a possibilidade ilusória de escolha e construções identitárias as mais diversas.

No Brasil atual, o aumento do poder de consumo das classes populares também têm causado discussão sobre as diferenças entre classe baixa e classe média e, mais ainda, entre a antiga classe média e emergente “nova classe média”. Segundo pesquisa empreendida pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), de 2003 a 2011, 40 milhões de brasileiros passaram das classes D e E para a C no Brasil. O debate em torno dos critérios empreendidos para a classificação deste grupo como pertencente à classe média vem tomando contornos públicos com a veiculação de notícias e a publicação de diversas pesquisas acadêmicas sobre o tema.

No âmbito das pesquisas acadêmicas há uma crítica recorrente aos estudos e pesquisas que se centram apenas num critério de renda e/ou poder de consumo para estabelecer o pertencimento de classe. Nesse sentido, corroboramos com a crítica feita por Jessé de Souza (Souza, 2012: 22) e Marcio Porchmann (Porchmann, 2012: 11) às visões pouco aprofundadas que propagandeiam a ascensão deste estrato sem, contudo, lançar olhar sob os diversos fatores estruturais que se interpõem à extinção da desigualdade social. Segundo a perspectiva apresentada por Bourdieu, existem valores imateriais em disputa no processo de reprodução das classes sociais os quais determinam as possibilidades reais de ascensão ou permanência dos indivíduos em determinados estratos. Concordamos com a premissa de Klaus Eder (2001) de que “a classe não é um fato social, mas é – além de uma construção teórica – uma construção social. Isso obriga ao abandono de qualquer idéia de existência natural da classe”.

Além da questão da classe outras tantas se interpõem no fluxo comunicacional, dentre elas: geração, etnicidade e gênero. No nosso caso, importa destacar a maneira como as relações de gênero se interpõem na relação das telespectadoras empregadas domésticas com a telenovela.

Tomar a telenovela e a representação das espectadoras empregadas domésticas como objeto de estudo situa-nos num campo epistemológico quem vem se desenvolvendo desde a década de 1960, nascido da inquietação de grupos feministas com a representação das mulheres na mídia. Interessava-lhes investigar como os meios de comunicação, sobretudo aqueles voltados ao público feminino (revistas, livros e soap operas) difundiam valores e comportamentos que corroboravam com a submissão feminina ao campo doméstico e à organização societária patriarcal. Esse tipo de investigação foi influenciada, a priori, pela análise do poder da indústria cultural cara aos pesquisadores da Escola de Frankfurt.

Segundo esta corrente, supõe-se que as imagens construídas pela mídia têm um sentido evidente e direto de reforço de noções e construções de gênero, ou papéis femininos e masculinos, que reproduzem as desigualdades geradas pelo patriarcalismo. Esta concepção matinha o foco da investigação nas mensagens e alcançou seu auge na América Latina na década de 1970. Em meados da década seguinte, os estudos culturais ingleses iriam influenciar de maneira marcante a pesquisa em comunicação na região. Entretanto, apesar da categoria gênero começar a ser disseminada, o que se observa nas pesquisas brasileiras do período é que o gênero é citado como uma característica biológico-social servindo como indicador e não propriamente como categoria de análise.

Ainda assim, esse tipo de análise oferece uma abertura para o confronto de questões como o as representações, as identidades e a própria relação de prazer e identificação construída entre as telenovelas e as espectadoras. Rosalind Gill (2007) aponta três momentos principais que marcam a pesquisa de recepção, a saber: 1. Pesquisas que se baseiam no modelo encoding/decoding, 2. Pesquisas com foco nos prazeres e usos da audiência e 3. Estudos que se voltam para os usos cotidianos das tecnologias de mídia. O primeiro momento é marcado pelo modelo de decodificação de Stuart Hall com trabalhos sobre as leitoras de revistas femininas e programas de TV. No segundo momento, observa-se uma tentativa de ampliar o foco de análise e compreender os processos de recepção na perspectiva de circuito entre produção, distribuição, texto e audiência.

No terceiro momento, o espaço doméstico vira lócus de investigação e a etnografia passa a ser largamente utilizada. As relações de gênero são colocadas com eixo central de organização familiar e doméstica e busca-se compreender como estas relações demarcam os diferentes usos e apropriações dos meios e suas mensagens. Multiplicam-se pesquisas sobre a TV e o rádio e a chegada de diversas outras tecnologias domésticas¹.

Apesar da entrada da perspectiva de gênero nos estudos de comunicação a partir desse período, percebe-se que mídia e gênero ainda é um campo de estudo recente no Brasil e por isso mesmo ainda pouco consolidado. Num levantamento realizado entre os anos 1984 e 2009, compreendendo 96 pesquisas empíricas publicadas nos mais importantes periódicos da América Latina, Frankenberg, Losano e Jacks, (2009) constata que as mulheres e as crianças figuram como os menos estudados em detrimento dos jovens e adultos do sexo masculino..

Com este breve panorama, procuramos evidenciar o escopo teórico-metodológico através do qual buscamos respostas às nossas perguntas de pesquisa. No próximo tópico, sistematizamos alguns apontamentos sobre a representação que *Cheias de Charme* faz das classes populares, atendo-se, sobretudo, às situações que tematizam a situação de classe e as relações de gênero.

¹ Sobre isso vê: GILL, Rosalind. Gender and the media. USA: Polity Press, 2007.

A NOVA CLASSE C ASCENDE À TV: REPRESENTAÇÕES DE CLASSE E GÊNERO EM CHEIAS DE CHARME

Concomitante à ascensão do poder de consumo das classes C e D, caracterizada acima, chama atenção o movimento de ampliação da representação destes grupos sociais nas telenovelas brasileiras nos últimos anos. Os enredos têm destinado especial atenção aos personagens pobres e aos territórios onde eles vivem – como no caso da “Comunidade do Borralho” de *Cheias de Charme* ou a “favela do Divino” de *Avenida Brasil*. O lugar de fala desses estratos, anteriormente um lugar ligado à margem, à periferia, passa a ser um lugar privilegiado de visibilidade e legitimidade como é o caso da minissérie *Entre Tapas e Beijos* e do programa de auditório *Esquenta!*, todos parte da programação da Rede Globo, empresa líder de audiência no país.

Em *Cheias de Charme*, trama dirigida por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, opõem-se os núcleos das protagonistas formados pelas três empregadas Maria Aparecida, Maria do Rosário e Maria da Penha e das antagonistas com suas respectivas patroas Chayenne, Sônia e Lígia. Os ambiente onde se desenrola a história também marcam a oposição de classes. O bairro fictício que abriga os personagens das classes populares chama-se de Borralho, numa alusão ao conto infantil da gata borralheira, enquanto o condomínio de luxo onde vivem as famílias ricas chama-se Casa Grande, numa referência à moradia dos antigos senhores de terra do Brasil escravocrata descrita na obra *Casa Grande e Senzala* do antropólogo Gilberto Freyre.

Maria do Rosário, Maria da Penha e Maria Aparecida passam a ser valorizadas e aceitas socialmente a partir do momento em que adquirem, com a fama e o enriquecimento, status de vida próximos aos das classes A e B. O ápice das empregadas domésticas não é alcançado através da conquista de direitos como a assinatura da carteira, aumento salarial ou assistência do estado referente à conquista da casa própria, etc. A música *Vida de empregue*, hit do fictício trio, delimita claramente a centralidade do consumo enquanto elemento de diferenciação identitária:

Todo dia acordo cedo, moro longe do emprego, quando volto do serviço, quero meu sofá. Tá sempre cheia a condução, eu lavo pano, esfrego o chão, a outra vê defeito até no que não há. Queria vê a patroinha aqui no meu lugar, eu ia rir de me acabar (...) Eu levo vida de empregue eu ego às sete, fim de semana salto alto e vê no que vai dá, um dia compro apartamento, viro socialite, toda boa vou com meu ficante viajar. (Compositor: Quito Ribeiro)

Segundo Ronsini, a telenovela opera com base na ideologia do rendimento ocultando as desigualdades e retratando a mobilidade social como decorrente do esforço individual e do acaso fortuito. Neste escopo, a representação da dita nova classe média envolve o destaque a personagens “batalhadores” que saíram da condição de pobreza por esforço próprio e que travam uma luta ambígua entre abandonar o passado ligado aos estratos D e E e manter-se fiel, em alguma medida, ao estilo de vida da periferia.

A atribuição de peso às qualidades individuais, ao desempenho pessoal, ao acaso fortuito e, em última instância, à resolução dos conflitos por meio das relações

personais afetivas compõe uma matriz ideológica que a um só tempo confere publicidade e legitimidade aos modos de ser das classes populares enquanto encobre os elementos estruturais que sustentam a sociedade de classe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho procuramos refletir sobre o campo teórico onde se localiza nosso objeto de pesquisa no mestrado apontando aportes teóricos fundantes e confrontando modelos teórico-metodológicos de destaque para a pesquisa de recepção de telenovela. Para nós, empreender este tipo de pesquisa requer antes de tudo um esforço em compreender a relação entre as mensagens midiáticas e os receptores como parte de um sistema mais amplo que Martín-Barbero denomina de ecossistema midiático.

A partir desta percepção buscamos apontar caminhos possíveis para a execução de pesquisa deste cunho no Brasil a partir principalmente dos trabalhos desenvolvidos por Lopes (2013) e Escosteguy (2013) em suas pesquisas mais recentes publicadas em periódicos. Observamos que o estudos de recepção e gênero, ou de uma maneira mais ampla, mídia e gênero são ainda um campo carente de consolidação no país embora venham sendo apresentadas modelos teóricos consistentes e inventivos para o tipo de questão a que nos lançamos. Escosteguy (2013), por exemplo, propõe a utilização de entrevistas biográficas com as telespectadoras no intuito de a partir das narrativas identitárias construídas estabelecer nexos possíveis entre estas e a matriz melodramática e o ethos romântico proeminente em ficções televisivas. Destacamos ainda a caracterização que Lopes (2009) empreende da telenovela enquanto recurso comunicativo, ou seja, elemento de compartilhamento simbólico comum que atravessa classes e gêneros e através da qual consolida-se no Brasil uma narrativa de nação.

Neste íterim, retomamos a discussão sobre a Teoria das Mediações proposta por Martín-Barbero (2003) e a centralidade das categorias de classe e gênero neste modelo teórico. Para nós, que objetivamos compreender os sentidos emergentes na relação de espectadoras empregadas domésticas com a telenovela, torna-se central a presença do lugar de classe e das relações de gênero na interpretação dos resultados. Como dito no início, este trabalho compõe o nosso percurso de pesquisa de mestrado e apresenta reflexões iniciais acerca do nosso campo teórico. Desta forma, nossa reflexão ainda carece de resultados empíricos a serem colhidos ao longo da produção da dissertação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, H. B. (2001). *Muitas mais coisas: telenovela, consumo e gênero*. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. São Paulo.
- Barbero, J. M. (2001). *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac.
- Barbero, J. M. (2004). *O ofício do cartógrafo*. São Paulo: Edições Loyola.

- Barbero, J. M. (2003). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Barros, C. (2012). Representações do serviço doméstico na ficção televisiva. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 11, 22.
- Barros, C. (2007). *Trocas, hierarquia e mediação: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas*. Tese de Doutorado em Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Instituto COPPEAD de Administração.
- Berg, T.; Torres, R. & Silva, E. (2011). A miséria do amor dos pobres. In *A ralé brasileira - Quem é e como vive*. Belo Horizonte: UFMG.
- Borelli, S. H. S.; Lopes, M. I. V. & Resende, V da R. (2002). *Vivendo com a telenovela*. São Paulo: Summus.
- Chauí, M. (1983). *O que é ideologia?* Brasília: Brasiliense.
- Engels, F. & Marx, K. (1987). *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Hucitec.
- Escosteguy, A. C. (2013). Histórias de vidas exemplares: heroísmo e melodrama em ação. In *Compós: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação*. Disponível em <<http://encontro2013.compos.org.br/anais/comunicacao-e-sociabilidade/>>.
- Elliott, R. & Jankel-Elliott, N. (2003). Using ethnography in strategic consumer research. *Qualitative Market Research*, 6, 4.
- Frankenberg, L.; Losano, J. C. & Jacks, N. (2009). Audiências televisivas latino-americanas - 15 anos de pesquisa empírica. *Matrizes*, 1.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. USA: Polity Press.
- Klaus, E. (2001). A classe social tem importância no estudo dos movimentos sociais?. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 46, 5-26.
- Leal, O. F. (1986). *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes.
- Lopes, M. I. V. (2005). *Pesquisa em Comunicação*. São paulo: Edições Loyola.

Hip-Hop português e sua identidade: Uma leitura a partir do álbum *Entre(tanto)* de Sam The Kid

DAVIDE GRAVATO

davidegravato@gmail.com
Universidade do Minho

Resumo

Como muitos estilos musicais, o rap espalhou-se pelo ocidente e acabou por chegar a Portugal. Por ser um movimento essencialmente urbano, inicialmente aconchegou os jovens das periferias do Porto e Lisboa, ramificando-se depois. Oriundo de um movimento cultural que começou a globalizar-se na década de 1980, o Hip-Hop português começou a solidificar as suas fundações nos anos 90, com o lançamento de vários álbuns nacionais e com a ascensão de nomes que ainda hoje são referência do chamado “movimento underground” no país. As construções promovidas por esses rappers acabaram por se confundir com o movimento, num processo de transferência de identidade do artista para o próprio conceito do “hip-hop tuga”, e o consequente surgimento de um sentimento de pertença colectiva entre os apoiantes e seguidores do Rap nacional. Neste estudo iremos observar parte da obra de um dos pioneiros e mais proeminentes rappers portugueses, Sam The Kid, a partir de uma análise do seu primeiro álbum – *Entre(tanto)*, lançado em 1999. Desta forma poderemos perceber parte da essência do hip-hop português, cujo contributo do rapper em questão tem sido fundamental, e perceber as lógicas de comunicação que envolvem a formação regionalizada de um movimento cultural global.

Palavras-Chave: Hip-Hop; rap; tuga; português; Sam the Kid; *Entre(tanto)*; identidade

INTRODUÇÃO

Muitos questionarão a minha escolha quanto ao MC¹ destacado, no sentido de o usar para falar da identidade do Rap português. Ou porque o seu pseudónimo (Sam The Kid), ou nome artístico se preferirem, é composto por palavras estrangeiras, o que gera um contra-senso quando falamos da identidade do rap nacional; ou ainda porque o álbum em questão foi lançado no final dos anos noventa, quando o movimento “hip-hop tuga” já tinha dado os primeiros passos por essa altura. Mas aqui está, provavelmente, fragmento da problemática de catalogação dentro da música e os seus estereótipos. Por outro lado, se abordamos algo como música, temos de entender a sua característica orgânica e “mutante”, assim não nos prenderemos a fórmulas uma vez que estar ou não correcto, não é aqui uma questão.

De facto, Sam The Kid contribuiu para solidificar as bases do hip-hop tuga², e a partir do ano 2001, assim como outros rappers como Valete³ que levaram o

¹ Mestre-de-cerimónias, conhecido pelo termo rapper.

² Este termo é várias vezes apresentado dentro de aspas (“”), mas será sensato não o fazer uma vez que é exactamente assim, e bastante comum, que os artistas e apoiantes de Hip-Hop português se pronunciam para identificá-lo.

³ O álbum “Educação Visual” de Valete, lançado em 2001, é aclamado como um dos maiores marcos no rap nacional.

movimento a galope, sentiu a repercussão do seu trabalho. Refere-se aqui o seu primeiro álbum – Entre(tanto) – lançado em 1999 com qualidade caseira do Quarto Mágico⁴. Este estudo foca-se em duas premissas, a) abordando a contribuição do primeiro álbum de STK, de que maneira, e até que ponto, este transporta sua identidade para o hip-hop tuga ainda a dar os primeiros passos depois do estado embrião?; b) conhecendo seu posicionamento, que lógicas de comunicação musical o STK utilizou? Perceba-se que este é um estudo representa uma pequena parte do que é a identidade do hip-hop português. Em primeiro lugar, estamos a utilizar apenas um trabalho de um músico específico, em segundo, como (sub)cultura, o hip-hop não pode ser apenas identificado usando separadamente a vertente do MCing⁵. Assim, este trabalho apresenta-se como meio para apuramento, e não para conclusão.

ENTRE(TANTO) NO PANORAMA NACIONAL

Este foi o primeiro álbum do MC, gravado no seu quarto, reconhecido em maior grau anos mais tarde, quando lançou “Beats vol.1: Amor”, assinando também pela Loop Recordings de Rui Miguel Abreu.⁶ Como grande parte do seu trabalho, encaiamo-nos com música em que facilmente uma abordagem autobiográfica, ou pelo menos em perspectiva pessoal, é utilizada.

“Quem me dera ver agora um sorriso,
porque lágrimas eu agora já não preciso/
nem economizo todas as minhas tristezas,
(...)”
Sam the Kid – Lágrimas

Em semelhança com um dos maiores motivos porque o rap nascia em Bronx (Nova Iorque), a alegada necessidade de expressão, Sam The Kid usa vários espaços na sua música para lançar pensamentos, opiniões e preocupações relativas à sua vida pessoal.

“O que escrevo é reflexo daquilo que faço,
O que escrevo é reflexo daquilo que passo/
O que escrevo é reflexo daquilo que vivo,
Sam The Kid, o puto, real e agressivo!”
Sam the Kid – Reflex

Não iniciado pelo Sam, mas bastante defendido, este tipo de posicionamento na música realçará a essência do purismo do rap nacional, mas não só. Um MC pode escolher o tema e abordagem que entender, mas o conhecimento de causa deve partir do que ele experienciou. Assim, como na sua origem, um movimento

⁴ Quarto Mágico é na realidade o quarto de Samuel Mira. O nome surgiu de um comentário de um amigo quando referiu que naquele quarto acontecia magia (sendo magia a música criada).

⁵ O Hip-Hop é uma (sub)cultura constituída por várias vertentes. As consensualmente aceites como pilares são: MCing – o rap como parte cantada do hip-hop; DJing – as técnicas de scratch, mistura e outras por parte dos DJs; Graffiti – a vertente que expressa o hip-hop pela arte visual (pintura); B-boy – conhecido comercialmente como breakdance, completa a cultura ao nível da dança;

⁶ Reconhecido no panorama nacional como alguém entendedor de Hip-Hop; Várias vezes ligado ao site Blitz.

rap underground ganhará mais força e irá naturalmente resistir à globalização mainstream, que transformará o Hip-Hop cada vez mais numa marca. Isto pode ser entendido no momento que analisámos as possíveis reacções face à globalização: hibridismo, resistência e tendência homogénea.⁷ Como defensor do rap português com realidade portuguesa, como um “reflexo”, Sam promove então uma mentalidade de rap nacional, e podemos incluir este álbum na fórmula. Num momento em que o panorama nacional está ainda a assimilar os primeiros álbuns⁸, que vão afirmando as suas bases, podemos arriscar dizer que a fundação do rap tuga é produto de trabalhos, em grande parte sob perspectiva pessoal dos MCs, como o caso de Sam. É feita assim uma transposição de identidade do artista para o movimento geral, mas sem imposição e sim, com o incentivo direccionado aos demais para “imitarem” o padrão, a ponto de reflectirem para o “mundo verbal”⁹ o que lhes pertence e é real.

CAMINHOS DE COMUNICAÇÃO

Depois de vários álbuns, Sam continua activo prometendo acabar a palavra “especial”, de onde cada letra inicia cada um dos seus álbuns.¹⁰ Prossegue a deixar impressões digitais pelo rap português desde *Entre(tanto)*, onde contribui largamente para o movimento underground. A partir deste álbum tentaremos agora identificar os pontos que marcam a passagem da sua mensagem, na sua transposição de identidade que servirá como um dos exemplos modelo a nível nacional.

A primeira faixa trata-se de um instrumental, com o mesmo título do álbum, de carácter introdutório onde podemos entender que Sam, talvez esteja a transmitir ao ouvinte suas capacidades como sampler¹¹ e produtor. Na segunda faixa – *Pelas Rimas* – Sam adverte os músicos para fazerem seu trabalho de uma determinada forma. Ele diz “só tu é que te ajudas a ti próprio; e tens de fazer a música o teu hobbie” seguido de “...a ganância não é nenhuma qualidade; e faz aquilo que te dá mais vontade”. Estes versos transmitem o que o artista considera ser o posicionamento de quem faz música. Mais no final aconselha “vêm com guita e com grande vocabulário; segue o teu caminho e não sejas otário”, o que reflecte ainda hoje o movimento mais purista, que mantém ou uma postura independente ou underground.

Segue-se uma música sobre “ódio” de carácter subjectivo o qual não parece, à partida, reposicionar de qualquer modo a identidade do rap tuga. A quarta faixa é o que normalmente se chama “som de skills” ou “som de dicas”, onde os MCs abordam ou temas gerais ou nenhum em concreto, mostrando a sua qualidade como “liricistas” ao nível do esquema rimático entre outras áreas mais técnicas. Mesmo assim, podemos ver como Sam the Kid prossegue com os conselhos:

⁷ Hall (1991)

⁸ *Rapública* foi um álbum lançado pela Sony em 1994; Oficializa até certo ponto, o começo do Rap português.

⁹ Na faixa “Vício”, Sam utiliza o termo para se referir aos outros MCs e pessoas relacionadas com o Rap;

¹⁰ *Entre(tanto)*; *Sobre(tudo)*; *Pratica(mente)*

¹¹ Dá-se o nome de Sampler àquele que através de um processo de corte entre outros cuidados, extrai e recontextualiza o sample numa nova música.

“...sê original e faz cenas que ninguém tenta,
boy inventa, inova e prova que consegues.
tenta alcançar o respeito que persegues
(...)
as críticas aceita, mas não dês a receita,
o oceano é muito grande e peixes há aos milhões
mas temos de ter cuidado lá com os tubarões
aqui no hip-hop não há camisolas amarelas
Sam aqui o puto, represento chelas.”
Sam the Kid – Xeg & Sam

E mais tarde:

“...não é pela roupa que vais ser avaliado
o talento não se reflecte no espelho
caga na aparência, este é o meu conselho...”
Sam the Kid – Xeg & Sam

Mesmo neste tipo de faixa, Sam não pára de lançar conselhos de comportamento para com o rap, e introduz também a ideia de pertença local – represento Chelas – sendo um dos MCs que mais reputação obtém desta dinâmica, tendo até orgulho de ainda viver na mesma casa que sua mãe.¹²

Na sequência podemos ouvir o som “Reflexo”, sobre o qual já falamos um pouco, e onde o refrão comunica basicamente a ideia central da faixa. Mas aqui reflectir o quanto Sam escreve sobre esta questão de como deve ser comportamento dentro do movimento. Depois de cinco faixas, onde uma é instrumental, apenas uma – Ódio – não se pronuncia sobre este tipo de regulamento comportamental que Sam parece criar. E para mais assentar esse conceito, depois da música “Tempestade” que cobre variados pensamentos do artista, o “7º Céu” recaptura a mesma temática:

“mundo alternativo, foi isso que eu dei
e jurei ser real pra mim até ao infinito
fazer o que gosto sem pensar no guito
não é bonito ser um produto, ser um boneco
e nesse aspecto eu nunca peço, (porque)
é a força da minha mente que me mantém ágil,
mentalmente doente mas não frágil”
Sam the Kid – 7º Céu

“A caixa” é uma história e o tema “Verdade” fala de sua integridade, mas menos como artista, dando mais foco ao seu lado pessoal. “Estranha forma de vida” é um tema particular, onde o MC fala de sua vida, acompanhado com um sample de Dulce Pontes, o que lhe garante um rótulo mais nacional, uma vez que contempla e funde ao rap, esta atmosfera fadista. As três faixas que se seguem são algo vagas, com algumas excepções em “Vício”, e não se focam na dinâmica do comportamento, que Sam habitua ao longo de seu álbum. Assim encerra o disco com “Lágrimas”, já referenciado, um som algo sentimental como o nome indica, e com um remix de “Verdade”.

¹² Entrevista no programa “Gente da minha terra”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de repetidas reproduções do disco em questão e alguma pesquisa, foi-me impossível não captar este conceito, o qual gostaria de chamar, de regulação comportamental no rap (um pouco estendido para artistas em geral, não se ficando apenas pela música). Este tipo de ideologia mais purista do processo de fazer música, por si mesmo, sem grandes produções no sentido artificial, será levado incontestavelmente por outros rappers desta altura, e facilmente reflecte a cena underground, muitas vezes inimiga directa do comercial (mainstream).

Sam the Kid faz assim a sua parte, na posição de um dos rappers proeminentes no cenário nacional, transferindo um ideal purista sobre o processo de criação musical, para um movimento hip-hop que por esta altura ainda se vai formando. Para tal, nas suas músicas, adapta um posicionamento de alguém que está a aconselhar o ouvinte, comunicando assim através de frases directas e de fácil interpretação.¹³ Este tipo de concepção não foi originado ou apenas carregado por Sam, mas no momento em que o vemos a surgir como um dos pesos pesados no rap desde o final da década de noventa, torna-se seguro arriscar em dizer que foi influência directa, para a construção colectiva do rap. Não só directa mas também de grande importância, quando ao lado de outros, transformou crenças pessoais em um código purista no movimento português.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hall, S. (1991). *The cultural identity in postmodernity*. D&P Publisher, 10th edition.
- Rodrigues, T. (2012). Chelas, o “sítio”: O lugar como referência na identidade e na obra de Sam the Kid. *Revista Estúdio*, 3, 66 – 73.
- Simões, J (2008) *Redes, Internet e hip-hop: redefinindo o espaço dos fluxos*. VI Congresso Português De Sociologia.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Sam the Kid – *Entre(tanto)* (1999 Loop Recordings).
- Entrevista no programa “Gente da minha terra”, Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=HB-X4NFPbEY>. Acesso em 13.02.2014.
- Entrevista no programa “Bairro Alto”. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=D5PKG6m86kU>. Acesso em 13.02.2014.
- Entrevista no programa “Curto Circuito”. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=tGMRIASS6pl>. Acesso em 13.02.2014.
- Entrevista no programa “Última Ceia”. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=AVmIA362UAo>. Acesso em 13.02.2014.

¹³ Defensor da simplicidade como refere em “Reflexo” – “se pudes meter o simples lá no complicado”

Capoeira Science: um estudo de caso sobre as transformações da capoeira na mídia digital

MARIANA DE TOLEDO MARCHESI

nanatm@gmail.com
Universidade de São Paulo – ECA/USP

Resumo

O presente trabalho é parte da dissertação de mestrado “A roda em rede: as transformações culturais da capoeira nos ambientes midiáticos digitais”. A pesquisa, desenvolvida entre 2010 e 2012 na Universidade de São Paulo, pretendeu investigar as transformações da capoeira enquanto cultura a partir de sua digitalização e sua presença nas redes digitais da Internet. Neste artigo, relataremos um dos casos estudados na pesquisa: o “Capoeira Science”, criado pelo capoeirista escocês Andy Cientista e composto por duas interfaces principais: um blog/site e um canal no Youtube, onde são postados vídeos de rodas de capoeira, acrobacias e tutoriais de movimentos. Este exemplo evidencia algumas características do processo de digitalização da capoeira identificadas na pesquisa, especialmente a emergência do vídeo como forma expressiva e pedagógica. Andy coloca na rede vídeos-tutoriais que alimentam o aprendizado de muitos capoeiristas como ele. O objetivo de seus vídeos é analisar – no sentido etimológico “separar em partes” – cada movimento, torná-lo inteligível, racionalizável e reproduzível; é um belo exemplo de tradução das linguagens e saberes da capoeira, cultura tradicional afro-brasileira, para o mundo ocidental globalizado e universos culturais muitas vezes distantes de suas práticas.

Palavras-Chave: Capoeira; digital; vídeo; tradução

INTRODUÇÃO: CIBERCULTURA E CULTURAS NO CIBERESPAÇO

Pierre Lévy utiliza o termo cibercultura para descrever essa já consolidada cultura do digital. “Cibercultura especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Levy, 1999: 17). Entre seus valores principais, podemos destacar a interatividade, a interconexão e a colaboração, todos eles calcados nas possibilidades inerentes ao próprio meio, como procuramos expor.

A interatividade diz respeito à informação e ao outro, às possibilidades de produzir ou interferir no conteúdo, como também de construir e manter laços e relacionamentos, fortes ou fracos, com os outros habitantes da rede, que compartilham o ciberespaço de maneira síncrona ou assíncrona. As interfaces desempenham aqui um papel fundamental, determinando o grau e os modos de interação permitidos. De um modo geral, interfaces e plataformas têm preconizado cada vez mais a interatividade, que se torna rapidamente o paradigma do “estar em rede”, especialmente após a explosiva popularização das plataformas de redes sociais.

A interconexão, valor subjacente ao da interatividade, é o princípio que guia não só a construção do hipertexto, mas também a produção do conteúdo, a agência dos indivíduos na própria construção do ciberespaço e a agregação em redes e comunidades virtuais que podem ser inclusive desvinculadas do território geográfico.

Mas além da cibercultura propriamente dita, a cultura do ciberespaço, há uma crescente presença de culturas no ciberespaço. Trata-se de culturas do mundo, muitas delas deslocadas ou em deslocamento, habitando os fluxos globais das mediascapes, constituídas por um complexo e intrincado ecossistema midiático onde diversas tecnologias comunicativas coexistem. Essas culturas, a exemplo da capoeira, estão atravessando essas tecnologias midiáticas, habitam todas ao mesmo tempo, mas se transformam na passagem, como no meio do rio de Serres (1993). São midiaticamente mestiças. O que está acontecendo especificamente na passagem para o digital, na conquista do ciberespaço? O que acontece quando a cibercultura e as culturas se encontram?

É impossível responder a essa pergunta sem antes analisar resultados empíricos. No entanto, nos atreveremos a especular sobre a existência de uma imbricação entre a cibercultura e as culturas no ciberespaço, em que as segundas absorvem grande parte dos valores da primeira. Um indício que reforça esse pensamento é, por exemplo, a grande quantidade de vídeos didáticos sobre capoeira encontrados no Youtube. Trata-se de contribuições voluntárias de capoeiristas do mundo todo, ensinando desde a execução de um movimento até os toques do berimbau. Nesses casos, a natureza já fortemente colaborativa do ensino e aprendizado da capoeira vai ao encontro da natureza colaborativa da rede, ganhando proporções inéditas que resultam na formação espontânea e descentralizada de um grande arcabouço acessível e compartilhado de conhecimentos e saberes da capoeira na rede.

O estudo de caso apresentado a seguir, embora breve, exemplifica algumas das características mais representativas da capoeira enquanto cultura no ambiente digital do ciberespaço.

CAPOEIRA SCIENCE: A CIÊNCIA DA ARTE DA CAPOEIRA

Criadas pelo capoeirista escocês Andrew Eadie, conhecido nas redes como Andy Cientista, as paisagens digitais que compõem o Capoeira Science são baseadas em duas interfaces principais: um blog/site¹ e um canal no Youtube², onde são postados vídeos de rodas, acrobacias e tutoriais de movimentos com abundantes recursos de edição e efeitos, tornando-o uma referência na rede para esse tipo de conteúdo.

Apesar da pequena quantidade de *uploads* de vídeo em seis anos de existência, o canal coleciona números bastante impressionantes em termos de visualização: com mais de 5,1 mil usuários inscritos, seus vídeos foram assistidos mais de 12 milhões de vezes. Nenhum vídeo tem menos de 20 mil visualizações, e alguns dos mais antigos, embora deixem a desejar em qualidade de imagem, superam 500 mil visualizações.

¹ Disponível em <http://www.capoeirascience.com>. Acesso em 6.08.2012].

² Disponível em <http://www.youtube.com/user/capoeirascience>. Acesso em 6.08.2012.

O primeiro vídeo postado³ no canal do Youtube, datado de março de 2006, mostra Andy realizando acrobacias variadas. Os primeiros vídeos do canal foram gravados com baixa qualidade em termos de definição de imagem, mas já apresentavam requintes de edição, como a intercalação de vários pontos de vista e a utilização de recursos como o *rewind* e a câmera lenta, diferenciais que continuam presentes nos vídeos posteriores e mais sofisticados produzidos por Andy.

O vídeo já apresenta, em sua descrição, um link para o site, indicando que as duas paisagens eram contemporâneas e que foram criadas mais ou menos ao mesmo tempo. O primeiro registro do site, arquivado pelo *Internet Archive*⁴, data de abril de 2006 e consiste numa página web muito simples, e com visual bastante diferente de sua forma atual.

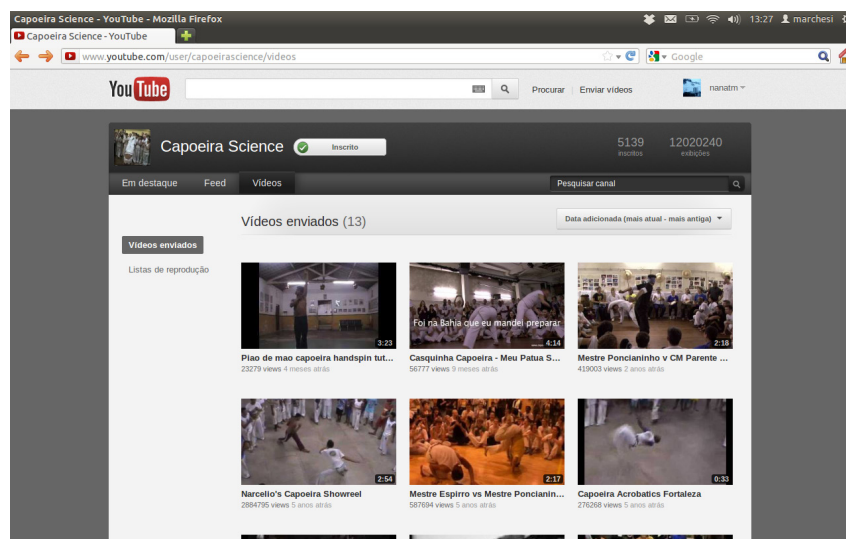


Ilustração 1: Canal *Capoeira Science* no Youtube. Captura de tela em 15 de julho de 2012



Ilustração 2: Site *Capoeira Science* em abril de 2006. Captura de tela em 15 de julho de 2012

³ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=qE8EkQEzw08&feature=plcp>. Acesso em 6.08.2012..

⁴ Disponível em <http://wayback.archive.org>. Acesso em 6.08.2012..

A versão atual do site, bem mais sofisticada que a inicial, possui seções dedicadas a fórum, artigos sobre capoeira (incluindo um glossário de termos), músicas, movimentos e uma área de blog, com postagens de Andy e de outros colaboradores do site. Registrando-se no site, o usuário passa a ter uma ID (identificação) e tem acesso a todos os tipos de conteúdo, podendo comentá-los e interagir com outros usuários.

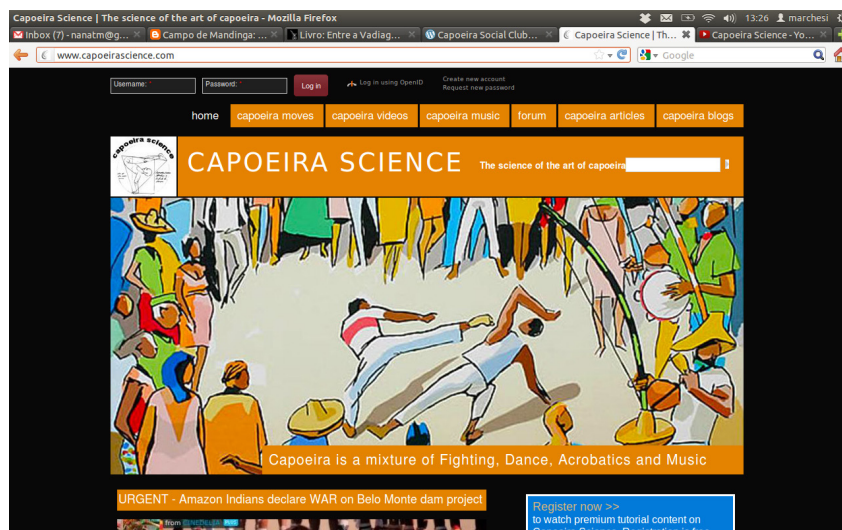


Ilustração 3: Home atual do site *Capoeira Science*. Captura de tela em 15 de julho de 2012

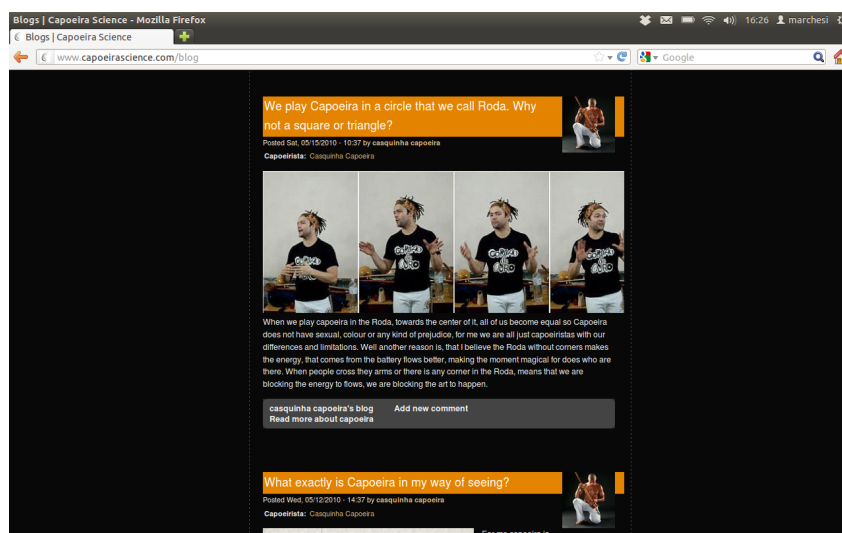


Ilustração 4: Posts do colaborador Casquinha Capoeira no blog do site *Capoeira Science*. Captura de tela em 15 de julho de 2012

Um rápido passeio pelo site, entretanto, revela a centralidade do vídeo em praticamente todos os tipos de conteúdo: as postagens do blog⁵ e os artigos frequentemente trazem um vídeo incorporado à página; a seção “*Capoeira moves*”⁶ traz tutoriais curtos em vídeo demonstrando movimentos da capoeira, em sua maioria

5 Disponível em <http://www.capoeirascience.com/blog>. Acesso em 6.08.2012..

6 Disponível em <http://www.capoeirascience.com/capoeira%20moves.html>. Acesso em 6.08.2012..

acrobáticos; a seção “*Capoeira music*”⁷ exibe as músicas em formato de vídeo, com as letras na tela (como é muito comum encontrarmos no Youtube) – além da letra na íntegra em português e uma versão traduzida para o inglês. Todos os vídeos postados no canal *Capoeira Science* no Youtube podem ser encontrados no site, na seção “*Capoeira Videos*”⁸, mas o site traz também alguns vídeos que não estão no canal ou que estão hospedados em outros canais.



Ilustração 5: Seção “*Capoeira Music*” no site *Capoeira Science*. Captura de tela em 15 de julho de 2012

A primazia do vídeo nas paisagens digitais do *Capoeira Science* indica que a linguagem audiovisual ocupa um espaço privilegiado nas dinâmicas contemporâneas de aprendizado da capoeira no mundo todo. Além disso, o audiovisual se relaciona também com a própria trajetória de Andy como capoeirista.

Meu contato com Andy deu-se no site *Capoeira Science*, por meio do qual lhe enviei uma mensagem, e continuou via e-mail. Embora ele tenha concordado com a entrevista, consegui apenas as respostas das primeiras perguntas que lhe enviei. Contudo, elas já fornecem informações interessantes sobre a iniciação e história de Andy na capoeira, história muito representativa de como se deram esses processos no exterior, durante a disseminação da capoeira pelo mundo.

Andy Cientista tem 36 anos e é natural de Edinburgh, Escócia. Começou a treinar capoeira em 1997 na cidade de Leeds na Inglaterra e, após passar por diversos grupos, fixou-se no grupo Cordão de Ouro de Londres, ligado ao mestre Poncianinho.

Entretanto, Andy havia conhecido a capoeira muito antes de começar a treinar, em 1997.

Haha, como muitas pessoas que começaram a capoeira mais ou menos ao mesmo tempo - meu amigo viu *Only The Strong* e ficou louco pelo filme. Eu não vi até que ele conseguiu uma fita, não tínhamos internet naqueles dias. Então todos nós

⁷ Disponível em <http://www.capoeirascience.com/capoeira%20music>. Acesso em 6.08.2012..

⁸ Disponível em <http://www.capoeirascience.com/content/capoeira-videos>. Acesso em 6.08.2012..

costumávamos experimentar movimentos (...) Nós tentamos copiar os movimentos a partir do filme, aú batido... era inconcebível para mim. Eu ansiava por um Mestre, ansiava por treinar. Eu tinha 18 anos então. Com o tempo o sonho desvaneceu-se da vida dos meus amigos, mas eu nunca desisti dele. Eu consegui fazer um pouco de capoeira aqui e ali com um mestre visitante ou em um workshop de dança. Finalmente, quatro anos depois me mudei para Leeds, na Inglaterra, encontrei um professor, então criei um grupo para ele ensinar, entreguei para ele de bandeja. A partir daí eu me mudei para Londres, depois para o Brasil por dois anos e quando voltei pouco a pouco fui atraído para o CDO Londres.⁹

O interesse de Andy pela capoeira foi despertado pelo filme *Only The Strong*, que representou realmente um marco na difusão da capoeira entre jovens do mundo todo, como destaca Nascimento (2011):

Um dos melhores exemplos de difusão da capoeira através dos meios audiovisuais foi o filme *Only the Strong*, lançado em 1993 e que no Brasil ganhou o nome de Esporte Sangrento. Visto em todo mundo, por milhares de jovens, o filme inspirou uma geração de praticantes que, não tendo acesso ao ensino formal da capoeira, deram início à sua prática através do filme. (Id., ibid.: online)

Entretanto, Andy sentia a necessidade de pertencer a um grupo e de estar ligado a um mestre para desenvolver-se como capoeirista. Antes que isso fosse possível, seu aprendizado foi como o de muitos aprendizes da capoeira fora do Brasil nesta época: imitando os movimentos do filme a fazendo treinos ocasionais em *workshops* de mestres visitantes.

Em meados dos anos 2000, Andy aderiu ao grupo Cordão de Ouro, ao qual pertence até hoje. Em 2006, com uma câmera na mão e dispositivos para a edição e o processamento de vídeos digitais, ele passou a colocar na rede vídeos-tutoriais que alimentariam o aprendizado de muitos capoeiristas como ele. Os tutoriais de movimentos são bastante comuns entre vídeos de capoeira disponíveis no ciberespaço. Com o uso de recursos como animações, câmera lenta, pausar e voltar, os tutoriais produzidos por Andy alcançam outro patamar. Ele procura colocar em prática a ideia contida no slogan de seu site – “*the science of the art of capoeira*” [a ciência da arte da capoeira] – e do símbolo que discretamente adorna a página – um movimento de capoeira desenhado e esquadrinhado à maneira do “Homem Vitruviano” de Da Vinci. O objetivo de seus vídeos é analisar – no sentido etimológico “separar em partes” – cada movimento, torná-lo inteligível, racionalizável e reprodutível; é um belo exemplo da tradução da capoeira para o mundo ocidental.

O melhor exemplo disso é um vídeo postado em março de 2012: “*Piao de mao capoeira handspin tutorial with Tico*”. Um dos mais elogiados pelos usuários do canal, o vídeo desfila ao longo de seus três minutos aspectos muito interessantes da capoeira na internet – e das suas negociações com outras línguas, linguagens e formas de pensamento.¹⁰

⁹ Trecho traduzido da entrevista realizada por e-mail com Andy Cientista, entre 24 de abril e 8 de maio de 2012. Para ver a entrevista na íntegra e original em inglês, ver Anexo 7.

¹⁰ Os trechos a seguir foram adaptados do post “Handspin Tutorial”, publicado em meu blog em 15 de março de 2012. Disponível em <http://mestrado2010.wordpress.com/2012/03/15/handspin-tutorial>. Acesso em 6.08.2012.



Ilustração 6: Vídeo no Youtube, com alguns comentários. Captura de 19 de julho de 2012

SOBREPOSIÇÃO DE IDIOMAS

Intercalando idiomas com maestria, o vídeo reflete uma capoeira que tem muita intimidade com as traduções semânticas, linguísticas e fonéticas. Começando pelo título (“Piao de mao [sic] capoeira handspin with Tico”) e pela descrição: “*Learn handspin aka Piao de mao aka 1999 with Tico (pronounced Chico) as he takes us step by step through this beautiful acrobatic capoeira move*” [aprenda *handspin*, também conhecido como Pião de mão ou 1999, com Tico (pronunciado como Chico) enquanto ele mostra passo a passo esse belo movimento acrobático da capoeira].

Normalmente, vemos o nome dos movimentos e golpes em português, ainda que o texto em si esteja em outro idioma. Mas aqui, já temos as duas formas: o original (Piao de mao), mas adaptado a outras interfaces de teclado (sem o ~), as *known as* (aka) *handspin*, sua tradução quase literal para o inglês. O nome do capoeirista também ganha uma dica de pronúncia: em inglês, Tico = Chico, embora em português isso resulte muito diferente.

SABERES TRADICIONAIS E DESTERRITORIALIZADOS

Embora o vídeo seja um “*in depth tutorial*” [tutorial em profundidade] apresentado por um instrutor – e assim sendo, uma possibilidade de aprendizado desterritorializado e desenraizado – logo no início ele nos coloca um aviso: “*Always practice capoeira with expert supervision. It is very easy to injure yourself and injuries could be fatal*” [sempre pratique capoeira com supervisão especializada. É fácil se machucar, e lesões podem ser fatais].

Desterritorializando o saber do instrutor Tico, o vídeo nos coloca a possibilidade de aprender o movimento por nossa própria conta. Mas nos alerta para os riscos físicos dessa prática, lembrando da importância de ter a supervisão de um especialista (embora não se refira diretamente ao mestre, contramestre ou professor).

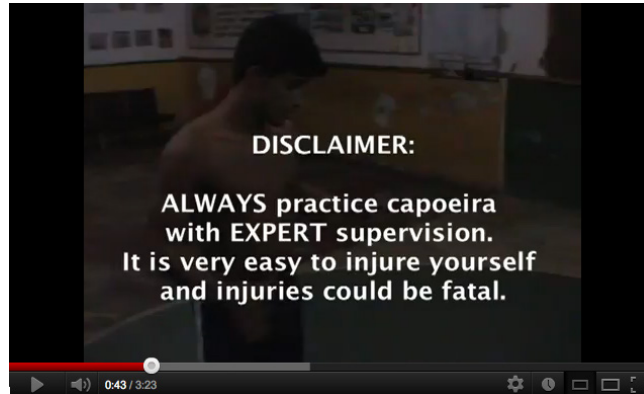


Ilustração 7: Frame do vídeo. Captura de tela em 19 de julho de 2012

HIBRIDISMOS ENTRE O ORAL E O AUDIOVISUAL

Tico nos mostra o Pião de mão repetidas vezes, explicando sumariamente o movimento enquanto o executa. Provavelmente, é assim que ele ensina a seus alunos na aula, e as ferramentas de aprendizagem do aluno são as tradicionais da capoeira: a observação, a mímese e a repetição. O tempo de apreensão do movimento é o seu tempo de execução, e é preciso vê-lo muitas vezes para conseguir enxergar os seus detalhes.

Mas já dizia Walter Benjamin (1975) que o mundo que fala à câmera é diferente do mundo que fala ao olho, e que a câmera lenta dilata os tempos. O vídeo usa e abusa do recurso da câmera lenta (*slow motion*), para que nos segundos dilatados possamos enxergar os detalhes e os macetes que, apenas após muita repetição e muitas perguntas aos mais velhos, descobriríamos.



Ilustração 8: Frame do vídeo. Captura de tela em 19 de julho de 2012.

HIBRIDISMOS ENTRE A LINGUAGEM DA TRADIÇÃO E A LINGUAGEM CIENTÍFICA

O slogan do site aparece durante poucos segundos no início do vídeo: “*the science of the art of capoeira*” [a ciência da arte da capoeira]. Vejamos como essa mistura de ciência e arte se expressa no vídeo. No minuto 1:01 do vídeo, Tico diz: “A perna faz isso”, demonstrando com o próprio corpo o restante da mensagem. A voz anglófona de Andy por trás da câmera traduz: “*The legs come together, and the head comes next to the arm which is locked straight*” [as pernas juntam-se, e a cabeça se aproxima do braço firmemente fixo].

Tico continua: “Aí você vai lá... Vai entrar...” Traduzido como: “*You’re gonna come in with one hand, opposite hand*” [você vai entrar com uma mão, com a mão oposta]... “E gira”. “*Open and close the legs and twist*” [abra e feche as pernas e gire].

Andy narra o movimento passo a passo, como num manual. Mas a análise não pára por aí: o *slow motion* da câmera é complementado com uma edição que interrompe o movimento a cada etapa – o que seria impossível durante sua execução – decupando os passos, um de cada vez, numerados em um quadro que aparece no canto da tela. Outros recursos de infografia são utilizados, por exemplo para mostrar a área da palma da mão que deve ser utilizada.



Ilustração 9: *Frame* do vídeo com infografia. Captura da tela em 19 de julho de 2012.



Figura 10: *Frame* do vídeo com infografia do passo a passo do movimento. Captura da tela em 19 de julho de 2012

Andy Cientista é um tradutor, e não apenas de um idioma para o outro, mas de uma linguagem para outra, de uma lógica para outra. Talvez isso explique, em grande parte, o grande sucesso dos seus poucos vídeos.

NÓS, O OUTRO E O ENTRENÓS

Ao invés de simplesmente dublado ou legendado, o vídeo é traduzido simultaneamente pelo *camera man* Andy, enquanto ele grava a performance e as explicações de Tico, em um barracão do grupo Cordão de Ouro de Natal (RN). Ele não apenas não disfarça sua presença (como normalmente faz a câmera anônima que pretende ser olho), como participa e intervém. A cada fala, Tico faz uma pausa e espera que o colega traduza o que ele acabou de dizer. Andy chega mesmo a mostrar sua mão no quadro, tocando a mão de Tico para nos mostrar como ela se apoia no chão.

À primeira vista, é fácil constatar que o vídeo foi gravado no Brasil. Porém, a intervenção do olhar estrangeiro – não só quanto à nacionalidade, mas em outros

sentidos – que faz a tradução entre os idiomas e entre diferentes linguagens, e que se faz presente ali, evidenciando uma situação de interação com o contexto, faz com que a determinação do contexto territorial do vídeo seja mais complexa. Ele habita um terceiro lugar, um lugar mestiço, atópico (Di Felice, 2009), entre os fluxos das *mediascapes* (Appadurai, 1996) pelas quais viaja a capoeira no mundo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da experiência de Andy Cientista e das interfaces digitais por ele criadas indica que o digital faz emergir ao mesmo tempo o local, o território, o global, o mundo, o nomadismo e o enraizamento – não simples dicotomias, mas em uma configuração híbrida e intrincada de difícil compreensão.

Essa complexa e muitas vezes conflituosa articulação entre o global e o local foi explorada por Robertson (2000), autor do neologismo “glocal”, com o qual visava dar conta da relação intrínseca entre o mundo globalizado e a localidade como uma prerrogativa para a existência, buscando oferecer uma alternativa à interpretação simplista que opõe global e local, homogeneização e diversidade.

O global não é em si e por si contraposto ao local. Ao contrário, o que geralmente se entende por local está geralmente no contexto do global. Neste sentido globalização, entendida aqui no seu sentido mais geral como a compressão do mundo como um todo, envolve a conexão de localidades. (Id., *ibid.*: 260)

A partir desse excerto, podemos inferir que as amálgamas possíveis não se fazem apenas entre os micromundos locais e o macromundo global, mas também se expressam, no digital, como a articulação entre micromundos – locais – geograficamente distantes mas conectados em rede. Esses micromundos, como nos lembra Appadurai (1996), muitas vezes são comunidades “sem senso de lugar”, habitantes não mais simplesmente de uma localidade em um mundo globalizado, mas de um lugar outro, um lugar atípico, que encontra no ambiente digital o seu acolhimento.

Esse lugar tem a ver com a terceira forma de habitar descrita por Di Felice (2009) – o habitar atópico. “Atopos” é uma palavra de origem grega que significa lugar atípico, estranho, paradoxal. Di Felice utiliza essa palavra para descrever essa condição habitativa contemporânea, intimamente relacionada ao ambiente digital. No habitar atópico, território e redes informativas entrelaçam-se em uma trama coesa que invalida qualquer tentativa de diferenciar o real e o virtual:

(...) o espaço virtual não se opõe ao ‘real’, mas flaqueia-se. (...) Portanto, uma metaterritorialidade que não é cópia, mas alteridade irmã, extensão identitária, elevação à potência, continuidade”. (Id., *ibid.*, p. 236) As duas cidades, a ‘real’ e a ‘virtual’, em lugar de se contrapor, convivem um dentro da outra, realizando continuamente sinergias e pontes, hibridando-se e contaminando-se, gerando novas ‘velocidades’ e novas formas de cidadanias”. (Id., *ibid.*: 239)

A experiência atópica do habitar reside na interação não só com a arquitetura física, mas principalmente com as arquiteturas digitais e seus fluxos de informação, fazendo do território um lugar múltiplo e mutante. Di Felice (*Ibid.*) fala sobre a

importância das interfaces nessa interação, uma vez que elas permitem, viabilizam e estabelecem as condições para a interação com o digital. Mais do que barcos para navegar o ciberespaço, as interfaces tornam-se o verdadeiro *genius loci* – as divindade ou espíritos que os antigos romanos acreditavam conferir as características de cada lugar.

As formas comunicativas do habitar definidas por Di Felice (Ibid.), especialmente a forma atópica, colocam as *mediascapes* de Appadurai (1996) em lugar de destaque.

Mediascapes se referem tanto à distribuição das capacidades eletrônicas de produzir e disseminar imagens (jornais, revistas, estações de TV e estúdios cinematográficos) (...) quanto às imagens do mundo produzida por essas mídias. “(...) elas proveem (...) repertórios de imagens, narrativas e ethnoscapes para espectadores pelo mundo todo nas quais o mundo das mercadorias e o mundo das notícias e política estão profundamente misturados. (Id., ibid.: 35)

Aliás, devemos seriamente nos perguntar se, na atopia, toda paisagem não seria necessariamente uma *mediascape*. É difícil imaginar a experiência habitativa e as dinâmicas culturais atuais sem a hibridação com algum tipo sistema informativo virtual. “Assistimos, então, à passagem do mundo objetivo e arquitetônico para os mundos plurais e interativos feitos de pós-geografias informativas que determinam a superação da cidade e o advento das paisagens pós-urbanas” (Di Felice, 2009: 240).

Além disso, a disponibilidade e democratização dos dispositivos de produção de imagens - como a câmera na mão de Andy Cientista, cujos vídeos alimentam ao mesmo tempo os fluxos globais de imagens e o aprendizado de capoeiristas conectados pelo globo - as *mediascapes* tornam-se muito mais densas no contexto digital e assumem cada vez mais um aspecto fractal, tornando-se um mosaico mutante e vivo, produzido descentralizadamente por milhares de pessoas dispersas pelo globo, mas conectadas por meio dessas paisagens midiáticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Benjamin, W. (1975). *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial.
- Di Felice, M. (2009). *Paisagens Pós-Urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Ed. Annablume.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34.
- Nascimento, R. (2011). Fabricando uma estética da capoeira: uma visão do documentário Fly Away Beetle. *Portal Capoeira*, 31/08/2011. Disponível em <http://portalcapoeira.com/Publicacoes-e-Artigos/fabricando-uma-estetica-da-capoeirauma-visao-do-documentario-fly-away-beetle>. Acesso em 7.08.2012.
- Robertson, R. (2000). *Globalização: teoria social e cultura global*. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Serres, Michel (1993). *Filosofia Mestiça*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

O samba caipira como processo comunicacional

JÉSSICA DE ALMEIDA BASTIDA RASZL

jessica.raszl@prof.uniso.br
Uniso-Universidade de Sorocaba

Resumo

O artigo é dedicado à pluralidade do Samba Paulista, especificamente sobre o Samba Caipira e o processo comunicacional exercido pelo estilo, que consegue, com suas apresentações tradicionais, manter o gênero em diálogo com a atualidade. A partir de ideias de Flusser, Lotman e Pross, procura-se avaliar o samba como processo comunicacional e de troca cultural.

Palavras-Chave: Samba; pirapora; samba paulista; trocas culturais; hibridização; comunicação e cultura

UMA BREVE HISTÓRIA DO SAMBA NO BRASIL, EM ESPECIAL, O SAMBA PAULISTA

Animação, excitação e alegria são adjetivos que podem ser relacionados ao samba. Tanto em Luba, cidade da Guiné Equatorial, capital da província de Bioko Sur, como em outras línguas bantas, em Luanda o samba ainda é dançado assim. Ao som de tambores, o samba passa a se chamar umbigada, exatamente pelos africanos dançarem com os corpos juntos e umbigos próximos.

Os sambas são compostos com frases menores, sem repetição, e o estilo veio como gênero musical para o Brasil por volta da segunda metade do século 19, com suas descendências africanas.

Como esclarece Silva (2010), a cultura, portanto, além de um sistema de signos, forma um grande texto que se auto-regula, *autodescreve* e é composto por séries de outros textos diversificados, o que forma uma Semiosfera, o cosmo *signico* de cada cultura. Novos textos se formam por meio de contaminações esponjosas nas fronteiras da semiosfera, nos encontros dialógicos de culturas, na mestiçagem.

Assim, o ritmo passa a tomar corpo pelo Brasil e fazer uma comunicação em forma de música com os brasileiros, o samba que conhecemos hoje, com as informações que foram trocadas em diferentes regiões, sendo assim, o samba deixa sua marca cultural, agora hibridizada com a cultura brasileira e absorvendo os elementos culturais de cada estado e se transformando em cada região.

Segundo Flusser (2007), a comunicação humana é inatural, pois armazena informações adquiridas de geração em geração. Conforme foi evoluindo, o homem encontrou truques para conseguir acumular informações adquiridas. Para um cristão, tudo é arte e obra de Deus, já para um filósofo do século XVIII tudo é natureza. A diferença entre essas naturezas depende do posicionamento de cada pesquisador.

Do ponto de vista natural, esse armazenamento de informações é um processo de acúmulo de informações: um epiciclo. Já visto do ponto de vista da existência ou formal, é uma tentativa de negar a natureza lá fora como também a natureza do homem. No humanístico, é um fenômeno de liberdade.

De acordo com Flusser (2007), a comunicação dialógica acontece para que sejam produzidas informações, os homens trocam diferentes elementos disponíveis com o intuito de sintetizar uma nova informação. Já na comunicação discursiva, para preservar e manter a informação adquirida, os homens compartilham informações existentes na esperança de que, quando compartilhadas, possam resistir ao efeito entrópico da natureza. Nenhuma existe sem a outra.

A diferença entre elas, segundo Flusser, é que para que surja um diálogo, é preciso que sejam colhidas informações de discursos anteriores. E cada discurso é parte de um diálogo. Não existe falta de comunicação, existe falta de diálogos efetivos. Trocar informações com o propósito de gerar novas informações.

Com o samba, como um processo comunicacional, não é diferente, pois este está sujeito às transformações dialógicas e discursivas.

O conceito Lotmaniano de texto artístico é como se fosse um sinônimo de signo poético, segundo Silva (2010). Lotman entende a linguagem como uma complexa forma de relação, caracterizada sempre pela troca. O samba faz esse intercâmbio, entre a linguagem e a cultura. Como resultado desse intercâmbio de linguagem e cultura, novas configurações de códigos são absorvidas na memória do sistema.

Quando a música afro, o semba¹ chega ao Brasil, a cultura então, além de ser um sistema de signos, forma um grande texto que é composto por séries de outros textos e a partir disso, novos textos se formam por meio de contaminações esponjosas. O samba deriva dessas contaminações, por meio de outras linguagens, outros signos.

O corpo como meio de comunicação realiza uma ligação entre um emissor e um receptor (ambos podem estar em uma única pessoa). Assim, entende-se o samba como uma forma complexa de comunicação, estruturada como um texto artístico, no qual o corpo é o fundamento.

Quando a palavra samba é citada, principalmente quando se fala de seu surgimento, logo o Estado da Bahia é pensado como berço ou o Rio de Janeiro, percorrido por vezes como anfitrião por sua festa mundialmente conhecida que é o carnaval.

Em São Paulo, os primeiros sambas de que se tem notícia nasceram quando da importação de escravos do nordeste brasileiro para trabalhar nas lavouras de café, no século XVIII, e, posteriormente, no bairro da Barra Funda, onde muitos negros trabalhavam como carregadores de café na linha do trem, sendo essenciais para o nascimento do Samba Paulista.

Esses batuques que tiveram grande importância para a formação do samba de bumbo estavam situados em alguns locais específicos:

¹ Semba é um dos estilos musicais mais populares de Angola. A palavra semba significa umbigada em quimbundo (língua de Angola).

Os batuques que deram origem ao Samba de Bumbo, por sua vez, estarão concentrados na região centro-oeste do Estado, ao longo das antigas rotas bandeirantes – rio Tietê (hoje em dia, relativamente margeado pela Rodovia Castelo Branco), caminho de Goiás (atual Rodovia Anhangüera) e caminho de Mato Grosso (atual Rodovia Washington Luís) (Manzatti, 2005: 82).

O ritmo se popularizou em meados de 1920, após a gravação em vinil de “Pelo Telephone”, composta por Donga (Ernesto Joaquim Maria dos Santos, compositor e violonista) e Mauro de Almeida, sendo um marco dentro da história do samba por ser considerada a primeira composição a alcançar sucesso com a marca de samba, cooperando para a popularização do gênero.

“Foi o definitivo reconhecimento, o sucesso de uma música de negros, que ainda pelas palavras do autor, entende-se que pelo preconceito sofrido ainda precisava ser maquiada para ser aceita” (Siqueira, 2012: 106)

Segundo Siqueira, Donga denominou sua música como tango-samba carnavalesco para que a música não fosse censurada e se adaptasse aos padrões da época.

“Conta o cronista Vagalume que, ao perguntar a Donga o que este desejava, ele teria respondido: Apenas uma notícia que acabo de compor um tango-samba carnavalesco, com letra de Mauro” (Siqueira, 2012: 106).

O assunto ainda é tema polêmico quanto a seu surgimento, porém, o samba “Pelo telephone” diferente de outras melodias que haviam sido gravadas anteriormente não tinham as características do ritmo samba.

Siqueira (2012) afirma que, a palavra samba que até 1917 era usada para indicar agrupamento ou até mesmo uma festa, passou a dar nome a um gênero de música. [...]

Ora discriminado e tido como manifestação negativa, hoje pode ser reconhecido como comunicação transformadora daquela época, que permitia, através das suas letras, que os seguidores e apreciadores pudessem conhecer a diversidade cultural existente no País.

EM PIRAPORA

“Eu era menino mamãe disse *vamo* embora você vai ser batizado no samba de Pirapora”²

Por muito tempo, o Samba Paulista manteve sua cultura extremamente preservada nos sambas rurais. Conhecido como samba de roda, ora samba de bumbo, ora de samba-lenço e também como samba rural, ficou popularmente conhecido apenas como batuque. E isso foi o bastante para o ritmo tornar-se marca cultural da cidade de Pirapora.

No interior de São Paulo e nas regiões mais periféricas, o branco e o negro caipira realizavam suas festas movidas a samba. Normalmente eram festas religiosas,

² FILME, Geraldo. Batuque de Pirapora.

especialmente as celebradas em homenagem a São João, Santos Reis, Nossa Senhora Aparecida, Bom Jesus e também São Benedito.

Depois da celebração religiosa, as festas eram regadas de bebidas alcoólicas e alimentos, além de movimentos culturais e religiosos, por vezes profanos, e o Samba de Bumbo sempre se fazia presente. Esses elementos foram importantes pois demonstravam fatores de resistência daquele povo que queria continuar a cultivar a cultura afro por meio de suas danças e também de enraizar uma possível troca cultural entre essas distintas culturas, mas que juntas poderiam formar um grande movimento.

A cidade de Pirapora do Bom Jesus é bastante visitada por estudantes, tanto de escolas de Ensino Médio quanto de Universidades, por jornalistas, repórteres e profissionais da imagem e som, todos interessados, de alguma forma, em realizar pesquisa sobre o samba de bumbo na cidade. Há, portanto, por parte dos sambadores e responsáveis por ajudar estes interessados em seus trabalhos, um repertório pronto sobre o samba de bumbo na cidade, o qual tende a indicar poucas pessoas legitimadas para falar do samba, sejam estes sambadores ou representantes da prefeitura local.³

Pirapora foi ponto de encontro de grandes sambistas no final do século XIX e início dos anos XX, onde grupos de sambadores se reuniam na festa de São Bom Jesus.

Bairros rurais da cidade, que ligavam Campinas à cidade de São Paulo, foram locais de grande significado desses grupos, formados em sua grande maioria por mulheres, que usavam o corpo como mídia primária, como forma de comunicação e meio de transmissão.

De acordo com a teoria de Harry Pross, o corpo é o primeiro meio de comunicação do ser humano e conforme sua evolução, mesmo em contato com outros corpos pode ser classificado como primário.

[...] toda comunicação humana parte da mídia primária, na qual os participantes individuais se encontram cara a cara e presentes em um mesmo momento, e toda comunicação humana retorna a esse ponto (Pross, 1971: 128).

Pode ser considerada também, como mídia primária, segundo Pross, pelos gestos com a cabeça, com as mãos, com os ombros e o do corpo. Além da risada, movimento dos cabelos, olhos ou cicatrizes e todos os movimentos que o corpo remete constantemente.

A relação entre corpo e espírito é expressa através de gestos, e é capaz de produzir uma impressão nos outros. Expressão e impressão podem ser conscientes ou inconscientes, de modo que aquele que expressa frequentemente não saiba a razão de ter passado certa impressão, e o impressionado pode vir a reagir de alguma forma, sem saber o que o levou a tal reação (Pross, 1971: 129).

As sambadoras de Pirapora se utilizam até hoje de suas saias rodadas e floridas para tornar esses rituais ainda mais alegres, podemos considerar a partir disso, segundo Pross, uma mídia secundária.

³ Na batida do bumbo: um estudo etnográfico do samba na cidade de Pirapora do Bom Jesus - SP / Fernanda de Freitas Dias. - São Paulo

Pross (1971) classifica a mídia secundária como aqueles meios de comunicação que transportam a mensagem de um emissor para um receptor, sem que este necessite de um suporte para captar o significado da mensagem, portanto são Mídia Secundária a imagem, a escrita, o impresso, a gravura, a fotografia, a carta, o panfleto, o livro, a revista, o jornal (...).

A mídia secundária acontece quando o emissor usa de um suporte para atingir sua mensagem. No caso o emissor é a dançarina e o suporte a vestimenta. E se esse corpo está sendo utilizado para passar uma mensagem, ele passa a ser mídia.

Pirapora em tupi-guarani quer dizer “peixe que pula”, mas infelizmente, hoje, com a poluição do Rio Tietê, a comprovação do nome é impossível de ser reconhecida. Mas quando se conhece os sambadores de Pirapora, o “peixe que pula” é reconhecido através desses personagens.

Segundo a antropóloga Von Simson (2009), os grupos se apresentavam em Pirapora dançando uma variedade do samba rural que diferia de samba de umbigada ou batuque, pois nessa performance não acontecia a tradicional umbigada.

O samba, como uma linguagem de intercâmbio entre a linguagem popular e oligarquia da época, não foi formado apenas por negros, escravos e pobres. Teve também a participação de “[...] jovens da classe média, brancos letrados a um ambiente marginalizado, negro, semiletrado, mas puro”.

Sendo contrário às origens do samba, que começou como um gênero predominantemente do sexo masculino, com a gravação de “Pelo Telephone” por Donga, ou com a presença de Cartola, Ataulfo Alves, Noel Rosa, Adoniran Barbosa, Candeia, Wilson Batista, Nelson Cavaquinho, Paulinho da Viola e muitos outros homens que conseguiram nos dias atuais tornar o samba um símbolo de identidade nacional, elegendo até um dia oficial⁴ como só seu e que é comemorado em dois de dezembro, uma interprete feminina representa o samba e o sexo feminino em Pirapora, a sambadora central do Samba de Pirapora, Dona Maria Esther de Camargo Lara.

O samba de Pirapora tem até hoje Dona Maria Esther que, com seus 83 anos, deixa clara a presença mítica, assumindo um papel como um personagem do Samba de Pirapora, uma estrela. É um mito da mídia samba e faz parte da indústria do entretenimento da Cidade, adquirindo assim fama e sobrevivendo graças à sua exposição midiática e feminina quando rodopia sua saia rodada e envolve aos espectadores com sua voz estridente e sua maquiagem exagerada. Dona Maria Esther é a mais conhecida personagem desse grupo.

A validade que seu personagem tem e o papel que os textos culturais desempenham – os do mito e os da mídia, no caso os da sambadora e os do samba – conseguem, por meio de metáforas, contar histórias, contar estrelas e contar fatos.

E também, quando afirmam textos acadêmicos como Na batida do bumbo: um estudo etnográfico do samba na cidade de Pirapora do Bom Jesus – SP, de Fernanda de Freitas Dias ou o vídeo documentário Samba e Roda, Samba Caipira de Pirapora de Bom Jesus, exibem uma representante do grupo que anseia que seja apenas ela a

⁴ Foi instituído em várias cidades do Brasil, inicialmente em 1940 em Salvador, mas se tornou nacional em 1963.

fonte oficial para quem quiser saber mais sobre o tema. E quando isso não acontece, ela faz questão de não se manifestar:

Ao falar de seu não comparecimento na entrevista marcada, Dona Maria Esther alegou ser muito procurada, e por isso mesmo sem muito tempo para conversas, o que, de certa forma, evidenciou um certo despeito da sambadora, conhecida por sua personalidade intempestiva, pelo fato dela não ser a única integrante do grupo ouvida pela pesquisadora. Devido a estes percalços não foi possível a gravação de nenhuma entrevista com a sambadora.⁵

Existem diversos artigos acadêmicos, como *Em Uma Leitura do Samba Rural ao Samba urbano* na cidade de São Paulo, do Geógrafo Márcio Marcelino que usa a trajetória do samba se baseando em como ele foi geograficamente modificado. A cada região em que o samba foi sendo inserido, com a emancipação dos negros em diferentes regiões do Estado de São Paulo, do Rio de Janeiro e da Bahia o Samba Caipira passa a se tornar urbanizado.

As composições passam a ter uma linguagem cotidiana, com fatos e acontecimentos corriqueiros das cidades. A urbanização passa a fazer parte também do Samba Caipira.

Como já foi citado anteriormente, o Samba paulista deriva da imigração de negros, que foram escravizados para trabalharem nas lavouras de café do Estado de São Paulo. Sendo assim, existe vasta biografia sobre o assunto. Samba Paulista, do centro cafeeiro à periferia do centro: estudo sobre o Samba de bumbo ou Samba Rural paulista, é o tema da dissertação de Marcelo Manzati e o texto fala especificamente do surgimento do samba e é dedicado aos grupos de Samba Caipira que até hoje representam o samba como é desde seu surgimento. E faz, uma análise dos grupos de bumbo da cidade de Pirapora e também das cidades periféricas, onde o Samba Rural ainda permanece em evidência e é cultuado por grupos de estudo e dança dessas cidades e também, além de ser a porta de entrada de Pirapora para o restante do interior de São Paulo.

Na Cidade de Bom Jesus de Pirapora, existe um Museu do Samba Paulista, que contém registros de que o samba nasceu em Pirapora. O originário do Samba de Bumbo, Roda ou Umbigada, passa a ser um código na cidade e sempre que é falado de Samba Caipira, a cidade é lembrada como território inicial.

Uma marca cultural da cidade começa a ser formada com a mistura de bumbos africanos, batuques do candomblé, maquiagens fortes e vozes femininas estridentes.

Após a abolição da escravidão, os ex-escravos e seus descendentes continuaram a frequentar Pirapora durante as Romarias e datas festivas. No começo do século 20, foram construídos dois barracões para abrigar os romeiros que não tinham onde se hospedar, os negros ficavam nestes barracões e ali mesmo realizavam o samba. Eram negros provenientes de São Paulo e do interior paulista, municípios como Campinas do samba Campineiro, Tietê, Capivari, Piracicaba, Sorocaba, Tatuí e outras cidades faziam de Pirapora o seu ponto de encontro.⁶

⁵ Na batida do bumbo: um estudo etnográfico do samba na cidade de Pirapora do Bom Jesus - SP / Fernanda de Freitas Dias. - São Paulo

⁶ O samba nasceu em Pirapora. Disponível em <<http://www.piraporadobomjesus.sp.gov.br/historia/o-samba-paulista-nasceu-em-pirapora>>. Acesso em 12.06.2013..

Algumas músicas cantadas pelo Grupo são de autoria da cantora Maria Esther e contam a história de Pirapora, que sempre em suas apresentações começam com uma oração para agradecer as apresentações do Grupo. Além disso, a sambadora também coloca em suas letras melodias que provocam a política e a polícia da cidade, feitas quando o samba era proibido.

Neste sentido, ressaltam-se como um processo dialógico de comunicação, carregado de respostas contra a ideologia dominante na época, produzindo uma espécie de contracultura. Em um dos vídeos utilizados para essa pesquisa, “Samba e Roda: Samba Caipira de Pirapora de Bom Jesus”⁷ que tem o apoio da Funart - Fundação Nacional das Artes, Dona Maria Esther conta que chegou a ser presa em uma das apresentações, porém, conseguiu fugir e “pular a cerca do quartel”, como ela mesmo conta. Pendurada na cerca, para afrontar o policial, disse que fez um refrão que até hoje é cantado nas apresentações. Assim: “Se o senhor soubesse, o valor que o samba tem, largava a delegacia e vinha sambar também”.

Os corpos das dançarinas, como mídia em evidência, passa a ser a mídia fundamental como objeto para exaltação. Como mídia primária, os corpos, nessa extensa troca de informação entre grupo e público, explode como comunicação de todo esse cenário, gerando capilaridades.

O samba, como é feito hoje na cidade de Pirapora, continua relatando em suas letras a vida cotidiana, que é compreender o comum, às pessoas comuns. A vida cotidiana, por ser muito complexa e de difícil explicação, pode ficar mais fácil quando manifestada em forma de poesia ou música. E isso, os sambadores de Pirapora sabem como fazer.

O grupo de Pirapora de Bom Jesus ainda mantém a tradição do Samba Caipira e mantém em seu repertório um pouco de ritmo africano, dança e louvor ao santo padroeiro.

O grupo utiliza linguagem verbal em suas canções faladas com um português simples e de fácil entendimento. Relatam os acontecimentos do dia a dia e normalmente as músicas vêm compostas por frases ligadas à religião, à amizade, à cidade de Pirapora e também ao relacionamento interpessoal e até mesmo sexual, porém relatado de forma branda ou com dosagem de humor. A linguagem utilizada em suas canções, permite traduções do Samba Caipira para a linguagem do samba atual e da vida atual, apesar das músicas terem sido compostas há décadas, porém, sem autoria estabelecida ou reconhecida. Desta forma, o samba é ele mesmo uma mídia, capaz de relatar, explicar, registrar e perenizar o cotidiano.

A coisa tá feia
A coisa tá preta
Quem não for filho de Deus
Tá na unha do Capeta
Quem não é filho de Deus
Tá na unha do capeta

⁷ Samba e Roda, Samba Caipira de Pirapora de Bom Jesus. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=MB4HDE-zIMc>. Acesso em 02.09.2013..

Quem não for filho de Deus
Tá na unha do Capeta
Ou sambas que tentam resgatar a identidade do samba caipira, assim:
Eu Venho Vindo
Chegando Agora
Vim Visitar meu Bom Jesus de Pirapora
Oieeee Eu vim visitar
Bom Jesus de Pirapora
Eu vim visitar
Bom Jesus de Pirapora
Oieeee eu vim mata saudade
Bom Jesus de Pirapora⁸

O OLHAR DE MÁRIO DE ANDRADE SOB O SAMBA RURAL

O escritor Mário de Andrade, em 1937, fez um estudo na cidade sobre esse tipo de samba. Ele cita nessa carta como foi a reunião dessas pessoas na maioria negros e os descendentes que se reuniam para dançar o samba.

Segundo Andrade (1937), eram formados cordões que davam noção de coletividade, um grupo ou associação de indivíduos de ambos os sexos com seus instrumentos e que eram liderados por um chefe, o chamado “dono do samba”. Mas chefe no sentido de comandar e não mandar ou obrigar a alguma coisa, já que os dançadores estavam ali por gostarem de estar. O autor cita os instrumentos tocados pelo grupo e a partir disso é possível perceber a influência da cultura africana sobre o “ritual”. Toda a apresentação passa a ser um cenário particular e com participação ativa da cultura local na qual o corpo em evidência, ganha uma dimensão fundamental como mídia primária (Pross) e como um texto cultural (Lotman).

O dono do samba se mantém sempre no centro da fila dos instrumentistas e ele que determina o início de cada dança, segundo Andrade (1937).

As mulheres são apenas dançarinas no Samba de Pirapora, quando Andrade (1937) escreveu a carta. Diferente das sambistas de agora em que o fato de serem mulheres não é mais um obstáculo e que são aceitas por todo tipo de público como é o caso de Beth Carvalho, Leci Brandão, Alcione além da Jovelina Pérola Negra, Ivone Lara e a Clara Nunes. Mas na época do surgimento do samba de bumbo, as mulheres nunca tocavam.

Já os homens, além de tocar qualquer instrumento podiam troca-los entre si e os passavam um para o outro, assim como as bebidas alcoólicas ou simplesmente “pinga” como cita o autor, que era passada pelo “dono do samba”, que circulava entre os sambadores com uma garrafa e um copo de pinga.

Andrade cita também os integrantes e suas figurações, pois estes os levavam em suas costas um chifre enorme que continha dois litros e meio de cachaça. Além disso, os instrumentistas segundo o poeta se aglomeravam em torno do chifre para exaltar seu conteúdo e tudo isso fazia parte do sistema do samba.

⁸ O samba acima é de autoria da sambadora oficial do Grupo Maria Esther.

As participações dos sambadores, apesar de serem ministrados por um “dono”, um sambador responsável por puxar o samba. São importantes também, pois o solista canta a todo momento, improvisando, e o coro responde à música ou à pergunta feita pelo sambador oficial e o bumbo é sempre forte e estridente. Esse diálogo acontece a todo o momento, assim como as dançarinas no centro da roda, que rodopiam suas saias coloridas feitas de tecido simples.

A carta escrita por Andrade em 1937 foi baseada em uma noite do dia 14 de fevereiro de 1831 e o autor afirma que a dança coletiva era uma coreografia que colocava em evidência os corpos e assim, a sexualidade. Cita inclusive um casal de sambadores, e o momento em que o tocador e a dançarina se olham com ar sensual.

Nunca senti maior sensação artística de sexualidade, que diante daquele par cujo contato físico era no entanto realizado através dum grande bumbo. Era sensualidade? Deve ser isso que fez tantos viajantes e cronistas chamarem de indecentes os sambas de negros. (Andrade, 1937).

No final do texto, o autor cita a terminologia da palavra samba que designa, segundo ele, as danças da noite e especificamente as danças daquela noite presenciada por ele.

E finaliza usando a terminologia utilizada entre os negros presentes que adotam a palavra samba como a dança acontecida naquela noite. Assim: “Tanto se diz “ontem o samba esteve melhor” como “agora sou eu que tiro o samba.”

Um dos maiores compositores do Samba Paulista, Geraldo Filme, que desde criança frequentava a festa de Bom Jesus com seus pais, após quase morrer quando criança, acometido por uma grave doença, seus pais fizeram uma promessa ao Santo de Bom Jesus de Pirapora. Assim, se ele mesmo se curasse, os pais vestiriam o menino de anjo e fariam a procissão pela cidade. A promessa não pôde ser cumprida, mas anos mais tarde virou samba (como já foi visto na citação da introdução deste capítulo).

Hoje, na cidade de Pirapora existe um Centro de Memória do Samba Paulista, chamado de Casa do Samba, em que consta um acervo sobre o ritmo, além de se apresentar no local grupo de Samba Caipira. O grupo mantém a tradição do Samba Rural para que os moradores da cidade conheçam a história do Samba Paulista e também os visitantes sejam recebidos acaloradamente pelos sambadores e suas histórias, estórias, poesias e alentos.

O que se pode considerar, é que o samba revela a importância do corpo como mídia, em um processo comunicacional que enfatiza as trocas culturais, nos gestos, cantos e expressões das sambadoras, bem como da mídia secundária, a roupa que utilizam e que permitem uma constante reatualização das raízes brasileiras, mestiças desde sempre.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, M. (1933). Samba rural paulista. In E. Carneiro (org), *Antologia do Negro Brasileiro*.
- Dias, F. de F. (s/d). *Na batida do bumbo: um estudo etnográfico do samba na cidade de Pirapora do Bom Jesus*. SP / Fernanda de Freitas Dias. - São Paulo.

- Flusser, V. (2007). *O que é Comunicação. O Mundo Codificado*. Ed. Cosac Naify.
- Leandro, A. (2003). Samba na Fazenda do Brasão Geraldo de Resende. *Olhares. Revista SARAÓ*, 1, 6.
- Lotman, I.M. (1996). *La Semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Cátedra.
- Manzatti, M. S. (2005). *Samba Paulista, do centro cafeeiro à periferia do centro: estudo sobre o Samba de Bumbo ou Samba Rural Paulista*. Dissertação de Mestrado. Departamento de Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Siqueira, M. B. (2012). *Samba e Identidade Nacional das origens à Era Vargas*.
- Silva, M. C.C. (2010). Em Contribuições de Iuri Lotman para a comunicação: sobre a complexidade do signo poético. In G. M. Ferreira; A. Hohlfeldt; L. C. Martino & O. J. de Moraes (orgs), *Teorias da comunicação: trajetórias investigativas*. Porto Alegre: EdIPUCRS.
- Sukmam, H. (2013) Análise: Briga entre sambistas traduz mudança no gênero em sua saída do gueto. *Folha de S. Paulo*, 12.06.2013. Ilustrada, E1, p.E1
- Von Simson, O. R. de M. (2009). *O Cupinzeiro: o samba paulista e suas histórias: textos, depoimentos orais, músicas e imagens na reconstrução da trajetória de uma manifestação da cultura popular paulista*. Centro de Memória, UNICAMP.

Personagens femininas na publicidade de cerveja: uma narrativa masculina

HELOISA HELENA DE SOUSA FRANCO OLIVEIRA & ASDRÚBAL BORGES FORMIGA SOBRINHO

heloisadesousa@hotmail.com; asdru_bal@uol.com.br
Universidade de Brasília

Resumo

Por utilizarem a personagem feminina de forma recorrente, para vender seu produto, a publicidade de cerveja é o objeto de estudo deste artigo, focado na análise da campanha publicitária Skol Folia, lançada durante o carnaval 2013. O objetivo central é observar a construção da personagem feminina, por meio da análise de conteúdo qualitativa dos vídeos veiculados em rede de televisão e internet e de algumas outras peças. Partindo do pressuposto de que a construção de personagens na publicidade é importante para gerar identificação com o público, buscamos discutir que estratégias foram empregadas com esta finalidade, observando como os códigos culturais vigentes na sociedade são utilizados nesta construção e analisando a representação das relações de gênero, no contexto da publicidade de cerveja.

Palavras-Chave: Relações de gênero; publicidade; estudos culturais; personagem

PRESENÇA DA PERSONAGEM FEMININA NA PUBLICIDADE

A presença das mulheres na publicidade é um recurso comumente utilizado desde o surgimento dos meios de comunicação de massa. Edgar Morin (1969) refletiu sobre essa presença, discutindo a ligação entre a publicidade e a promoção dos valores femininos.

Nos últimos anos, o conceito de gênero tem se consolidado como um instrumento analítico importante para dar visibilidade ao caráter histórico e sociocultural dos papéis e dos espaços masculinos e femininos, o que tem contribuído para desnaturalizar a opressão feminina e revelar as bases materiais e simbólicas das desigualdades entre homens e mulheres.

Isto porque:

As justificativas para as desigualdades precisariam ser buscadas não nas diferenças biológicas (se é que mesmo essas podem ser compreendidas fora de sua constituição social), mas sim nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação (Louro, 1997: 20-21)

Apesar de todas as transformações ocorridas ao longo do século XX, a condição feminina na sociedade ainda é marcada pela discriminação tanto na esfera pública, como na privada. Diante disso, numa sociedade fortemente mediada pelos meios de comunicação de massa torna-se importante analisar os produtos dos *media* como permeados de significações sociais e pela cultura.

Na publicidade, imagem e texto constituem uma narrativa que tem como objetivo proporcionar aos consumidores uma leitura clara e objetiva a respeito do produto anunciado, além disso, precisa dialogar com o público a que se destina. Por isso, agenciam representações sociais e trabalham com os códigos culturais presentes na sociedade, no intuito de gerar identificação com os receptores. Este público ao se identificar, produz novas significações, que reproduzem ou reforçam as representações midiáticas. De acordo com Sabat (2005: 94), “cada elemento que compõe um anúncio publicitário é um signo que nos permite ler a imagem de acordo com os códigos que carregamos e/ou construir outros”.

Portanto, para entender as práticas culturais presentes nos *media*, os Estudos Culturais se tornam um referencial importante na medida em que esta tradição pensou nas relações envolvidas no processo de comunicação de massa como expressão dos códigos culturais presentes na sociedade. Ao mesmo tempo em que os *media* se alimentam da cultura para construir seus conteúdos, esses conteúdos também geram significações culturais para os receptores.

OS ESTUDOS CULTURAIS

Os Estudos Culturais deram sua contribuição à Comunicação, principalmente no que se refere à relação entre os meios de comunicação de massa e o público. Essa tradição parte da premissa de que o público não é desprovido de referências, ele tem um passado essencialmente cultural e, por essa razão, lê as mensagens midiáticas com um referencial cultural semelhante.

Os Estudos Culturais surgem em Birmingham, na Inglaterra, no início dos anos 1960, e são institucionalizados em 1964 com a criação do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS). Seus precursores foram Richard Hoggart (1957), Raymond Williams (1958) e Edward Palmer Thompson (1963). Stuart Hall, apesar de não fazer parte do trio fundador, também foi fundamental no desenvolvimento desses estudos.

Nos estudos de comunicação, esta tradição se debruçou em entender a interação *dos media* com a sociedade, tendo como pressuposto a diversidade cultural do receptor frente aos produtos da indústria cultural. A grande questão dos estudos culturais foi analisar, diante da diversidade cultural dos públicos, como eles se apropriavam dos conteúdos difundidos pela mídia.

Os estudos culturais nascem entrelaçados ao marxismo, mas se distanciam, por buscar explicar como diferentes pessoas e classes sociais, inclusive as mais exploradas e pobres, produzem cultura. Isso os aproximou do pensamento de Gramsci, que resgatou as contribuições de Marx, acrescentando a categoria da cultura para entender as relações de poder presentes na sociedade e chegando ao conceito de *hegemonia*. Com esta perspectiva, a cultura passou a ser vista do ponto de vista da diversidade. A partir disso, surgiu a dificuldade, a priori, de seguir um marxismo ortodoxo, onde a infraestrutura (o nível econômico) é um nível mais profundo que produz e determina todos os outros da superestrutura (Estado, instituições políticas e cultura).

Os *cultural studies* e o marxismo nunca se encaixaram na perfeição em momento algum. Desde o início (...), já pairava no ar a sempre pertinente questão das grandes insuficiências, teóricas e políticas, dos silêncios retumbantes, das grandes evasões do marxismo – as coisas de que Marx não falava nem parecia compreender, mas que eram o nosso objeto privilegiado de estudo: cultura, ideologia, o simbólico (Hall, 1999: 68-69).

Assim, para os culturalistas, não importa estudar cada um dos pólos envolvidos no processo de comunicação de massa, separadamente, mas sim, entender o processo de comunicação a partir da significação da mensagem, seja no receptor ou em seu próprio conteúdo, observando as práticas culturais vigentes na sociedade, seus diálogos e trocas simbólicas.

DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Levando em consideração que os estudos de gênero e culturais são importantes para entender o diálogo entre produto comunicacional, neste caso, entre peças publicitárias de cerveja e os códigos culturais presentes na sociedade, propomos analisar a construção da personagem feminina na campanha Skol Folia 2013, por meio da análise de conteúdo qualitativa dos vídeos Skol Folia e Skol Tributo aos nossos guerreiros, procurando responder como as mulheres são representadas nesta narrativa.

Primeiramente é importante dizer que a campanha Skol Folia 2013 foi elaborada depois das modificações das normas do Conselho de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), realizadas em 2008. Se analisarmos a campanha Skol Folia sem articular esta narrativa com todo o contexto de narrativas publicitárias de cervejas, perdemos em entender que a personagem feminina foi um recurso presente em campanhas anteriores. Fato que levou o CONAR a regulamentar a utilização de mulheres na publicidade.

eventuais apelos à sensualidade não constituirão o principal conteúdo da mensagem; modelos publicitários jamais serão tratados como objeto sexual;(...)
(CONAR, 2008).

Isto ocorreu depois que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária tentou restringir a publicidade de cerveja em 2007. Assim, em 2008, o CONAR tomou algumas providências reformulando o código e decidindo pela não utilização de animais neste tipo de peça publicitária, nem de personagens tomando cerveja, porque estimula o desejo de beber. Também ficou vedado, como citado anteriormente, exibir modelos em eventuais apelos à sensualidade e os *sites* de marcas de cerveja passaram a ter filtros de acesso para menores de 18 anos. No entanto, o CONAR não tem força de lei, pois autorregulamenta a publicidade por meio de códigos éticos.

Por isso, com o intuito de articular esta narrativa publicitária com o contexto em que elas estão inseridas historicamente, iremos mostrar alguns cartazes do início do século XX e também apresentar como eram algumas peças publicitárias, entre os anos 2000 e 2003, antes das modificações do CONAR em 2008. Desse modo, iremos dividir o corpus da pesquisa em: antes das modificações do CONAR (peças

dos anos 2000 e 2003) e depois delas (Operação Skol Folia 2013), estabelecendo as seguintes categorias de análise para a personagem feminina, com base no critério de *personagens e suas relações* apresentados por Todorov (1976): *personagem feminina corporificada*, *personagem feminina icônica*, *relação entre personagens feminino e masculino*.

PEÇAS DO INÍCIO DO SÉCULO XX – PRESENÇA DA PERSONAGEM FEMININA CORPORIFICADA

Neste período era comum a presença das mulheres em peças publicitárias de cerveja. As mulheres nos materiais gráficos enfeitavam e contribuíam para vender cervejas, há bastante tempo. A seguir, alguns exemplos de campanhas de marcas variadas do início do século XX, que marcam a presença do recurso persuasivo da personagem feminina como protagonista, a ponto de integrar um repertório conhecido pelo público.

Podemos verificar que, mesmo em campanhas publicitárias mais antigas, as mulheres já apareciam marcadas como uma personagem e como recurso ilustrativo.



Figura 1 - Cartaz 1891.
Fonte: Memória da propaganda

No final do século XIX, a propaganda brasileira sofria influência da *Belle Époque* e da *Art Nouveau*, numa tentativa de aproximação das tendências europeias. Era comum a utilização de desenhistas, ilustradores e pintores na criação destas peças. Na figura 1, temos o anúncio considerado o primeiro ilustrado veiculado pela Companhia Antarctica Paulista, em 1891, que, por sinal, já exibia a figura de uma mulher.

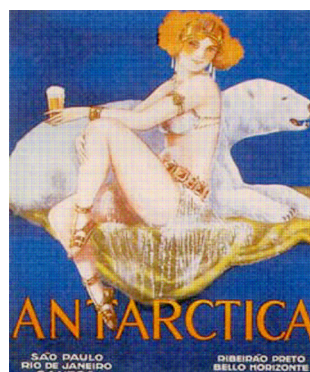


Figura 2 - Cartaz ,1926.
Fonte: Memória da Propaganda

Na figura 2, a mulher está em primeiro plano, com o copo de cerveja na mão e trajas de dançarina. Ela é a protagonista da imagem. Apesar de o urso polar está logo atrás da imagem da mulher, num cenário que remete ao frio, ela tem o corpo desnudo.



Figura 3 – Cartaz 1918
Fonte: Memória da Propaganda

Na figura 3, a mulher quase bebe a cerveja, mas sorri e projeta o corpo para frente num movimento que parece nos acompanhar.



Figura 4: Cartaz de 1954.
Fonte: Memória da Propaganda

A mulher da cerveja Portuguesa está em aparente desequilíbrio. Ela aparenta ter pouca autonomia, pois com uma das mãos segura a cerveja, que é quase do seu tamanho, enquanto a outra mão é puxada por um homem que não aparece, ou seja, a portuguesa “vai com você”.

É importante ressaltar que as imagens apresentadas nos cartazes, de certa maneira, tornam-se coerentes com a mentalidade da época do início do século XX, segundo a qual as mulheres tinham pouca autonomia e viviam para agradar seus maridos. No entanto, a associação entre bebida e mulheres já tendia a uma sensualidade, como no caso da dançarina da figura 2 e da figura 3. Já no cartaz de 1954, na figura 4, percebemos no slogan que a mulher *vai com você*, numa associação entre a compra da cerveja com a ida da mulher.

PEÇAS ANTERIORES ÀS MUDANÇAS DO CONAR DO SÉCULO XXI (ANTES DE 2008) – PRESENÇA DA PERSONAGEM FEMININA CORPORIFICADA

Podemos observar como, cada vez mais, o corpo da mulher vai sendo mais descoberto, ficando mais à mostra. Isso pode ser explicado pelo fato de o período posterior à Segunda Guerra ter sido marcado pelo aumento da força de trabalho das mulheres, o que as transformou em agentes econômicos e sujeitos políticos. Além disso, os anos 1970 e 1980 foram marcados pela luta das mulheres pela liberdade sexual, que veio a refletir, mais fortemente a partir dos anos 1990, na publicidade.

No entanto, a exploração da imagem das mulheres pela publicidade parece ir de encontro ao que Simone de Beauvoir disse, numa entrevista a *John Gerassi*, em 1976:

Por causa da publicidade, a palavra “libertação” está na ponta da língua de cada homem, estando eles cientes ou não da opressão sexual que as mulheres sofrem. A atitude generalizada dos homens agora é “bem, já que vocês foram libertadas, vamos para a cama”.



Figura 5 – Cartaz Sou da Boa, 2003.
Fonte: AlmapBBDO



Figura 6 – Cartaz Brahma - 2000.
Fonte: Memória da Propaganda

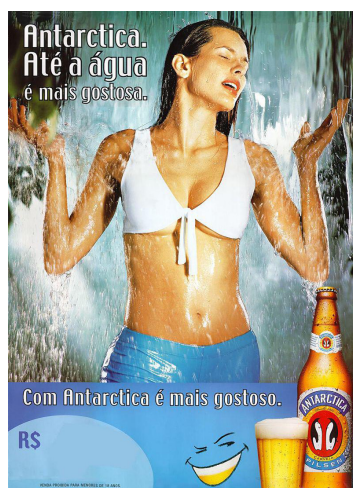


Figura 7 – Cartaz Antarctica Até a água é mais gostosa – 2003
Fonte: AlmapBBDO

Nas figuras 5, 6 e 7, as mulheres aparecem como personagem principal dos cartazes, tendo seu corpo mostrado com ênfase em seios, pernas e barriga. Os *slogans* também são associados a elas: boa, gostosa.

É possível perceber a padronização do corpo das mulheres, caracterizados por curvas e magreza e exibidos quase desnudos. Há a predominância também, nesses cartazes, da mulher branca.

*CAMPANHA PUBLICITÁRIA SKOL FOLIA 2013 – PRESENÇA DA PERSONAGEM
FEMININA ICÔNICA X PRESENÇA DA PERSONAGEM CORPORIFICADA X
RELAÇÃO ENTRE A PERSONAGEM FEMININA E MASCULINA*

A Skol foi criada em 1967 e, segundo pesquisa Interbrand¹ realizada em 2012, ocupa a 5ª posição entre as marcas brasileiras mais valiosas de 2012 e também é a quinta cerveja mais valiosa do mundo, valendo mais de 8 milhões de reais. Hoje é fabricada pela AmBev e comercializada nos tipos Pilsen, *beats*, chope claro e escuro. Lançou a primeira cerveja em lata do Brasil (1971) e também foi pioneira nos formatos lata de alumínio (1989), *long neck* com tampa de rosca (1993), latão (1993), Skol litrão (2008). A estratégia da Skol esteve focada na inovação dos produtos e aprimoramento do design das embalagens, uma forma de se diferenciar das demais marcas de cerveja e associar o visual do produto à singularidade de quem a escolhe.

A campanha *Skol Folia 2013* foi criada pela agência publicitária F/Nazca Saatchi & Saatchi, que tem a conta da Skol há 16 anos. Foram produzidos dois vídeos para a campanha: *Skol Treino*, veiculado entre os meses de janeiro e fevereiro, com 1 minuto de duração; e *Skol Tributo aos nossos guerreiros*, exibido no mês de fevereiro, com duração de 30 segundos, que iremos descrevê-los seguir:

¹ Pesquisa Interbrand Marcas Brasileiras Mais Valiosas 2012, disponível em <http://www.rankingmarcas.com.br/marcas/5-skol>. Acesso em 07.04.2013..

3.3.1 – VÍDEOS PUBLICITÁRIOS DA CAMPANHA SKOL FOLIA 2013 - PRESENÇA DA
PERSONAGEM FEMININA ICÔNICA X PRESENÇA DA PERSONAGEM CORPORIFICADA
X RELAÇÃO ENTRE A PERSONAGEM FEMININA E MASCULINA

a . Descrição do vídeo Skol Treino:

Helicópteros no céu, som deles se aproximando, sob uma trilha sonora tensa. Câmera de desloca para o solo e foca no comandante que diz: *Tira o pé do chão*. É exibido um cenário de guerra. A trilha muda para um ritmo de samba. Soldados correm, gritando e carregando a bandeira da Skol. Num aparente treino militar, soldados pulam corda, caem na lama com um isopor de cerveja e ensaiam uma marcha parecida com uma dança. A trilha sonora muda novamente para trilha de guerra, misturada com um samba, e outros soldados fazem marinheiro com isopor de cerveja nas costas, fazem agachamentos dançando, enquanto o comandante grita: *Vai até o chão!*. Mais soldados atravessam o rio, com grades de cerveja na cabeça. Outros soldados batem palmas acima da cabeça, enquanto o comandante joga confetes de carnaval, gritando: *Mais animação! Pula!*. Aparecem soldados beijando sacos de boxeador com desenhos de mulheres e homens e o comandante grita: *Beija, Beija!* Os soldados beijam os sacos onde as mulheres estão desenhadas. Aparece outro soldado de capacete camuflado, dentro de um lamaçal. Surge outro soldado agarrado com 3 cervejas *long necks*. O comandante, com megafone, diz: *Pede água?*. O soldado responde: *Não Senhor!* e mergulha no ofuror. Soldados passam embaixo de um arame farpado, com latinhas de cerveja na mão. Um soldado mexe numa radiola e cessa a música. Os soldados param, agacham-se e, num sinal do comandante, correm ao ataque, gritando. Um dos soldados tropeça em armadilha e cai, mas não derrama o copo de cerveja que estava segurando. Entra uma nova trilha alegre e um narrador fala: *Começou a operação Skol Folia*, enquanto alguns soldados jogam lata de cerveja para os colegas e outros soldados beijam manequins na boca (no treino). O narrador continua: *Esse ano você pode ser um general dos melhores carnavais do Brasil*. Enquanto ele fala, os soldados ficam dançando, com o dedo indicador pra cima, sob o olhar do general. Enquanto soldados treinam agarrando-se com manequins, passa uma soldado mulher e bate com um chicote na mão do soldado que escorreu a mão pelo bumbum da manequim. O Narrador continua: *Entre no site e arrisque-se na promoção*. Enquanto isso, soldados dançam dando pulos, enquanto um deles dá um salto mortal. A trilha sonora muda para suspense e entra em cena um soldado com roupas e equipamentos antibombas. Com alicate na mão, ele tenta tirar um sutiã da manequim, que acaba explodindo, e encerra com o narrador, dizendo: *Se for dirigir, não beba*. A frase se repete numa tarja azul, no meio do quadro.

b – Descrição do vídeo Skol Tributo aos nossos guerreiros:

Música lenta remetendo a um estado lúdico de homenagem, com as mesmas imagens do vídeo *Skol Treino*, mas editadas em 30 segundos. Entra narrador: *Esta é uma homenagem a você, bravo soldado que desceu até o chão, jogou as mãozinhas para cima e mostrou toda a malevolência do nosso jovem baronero. Obrigado nobre guerreiro! Foi uma honra servir ao seu lado. Se for dirigir não beba*.

ANÁLISE DOS FILMES PUBLICITÁRIOS DA CAMPANHA SKOL FOLIA 2013:

A narrativa deste comercial faz uma alusão à Guerra do Vietnã, utilizando uma trilha sonora de uma música clássica, A Cavalgada das Valquírias, composta por Richard Wagner. Utilizando um recurso bem conhecido da Publicidade, a Skol apresentou nesta campanha o bom humor para falar de carnaval como uma guerra. Ou poderia ser da guerra como um carnaval? Trata-se de uma estratégia capaz de conquistar o consumidor, já que o recurso do humor extrapola os códigos vigentes da moral e isso pode levar o público a liberar-se dos padrões sociais, desprender-se da realidade e criar uma ligação mais fácil com o que está sendo anunciado. Além disso, a campanha foi veiculada no período do carnaval, festa do ano caracterizada pela diversão, onde tudo é permitido e relativizado.

Os filmes publicitários tanto apresentam a *personagem feminina icônica*, na forma de manequins e desenhos em sacos de pancada, como a *personagem corporificada*, na situação em que aparece uma soldado mulher que chicoteia a mão do soldado que desliza a mão pelo bumbum da mulher-manequim, quanto a *relação entre personagens feminino e masculino*. Nestes vídeos, mesmo as manequins sendo seres inanimados, os soldados (personagens masculinos) as beijam como treino para o carnaval.

O vídeo publicitário começa como um treino de guerra no qual a força e a capacidade de resistência dos soldados são testadas sob o ponto de vista do carnaval, da dancinha, da cerveja. Por outro lado, se as mulheres aparecem como seres inanimados, elas não treinam para o carnaval. Já os homens aparecem como os personagens soldados, que estão se preparando para a diversão do carnaval num cenário de guerra, que pela história da narrativa, parece ser integrado pela cerveja e pela possibilidade de beijar mulheres e estar em conjunto com os amigos. Entretanto, segundo a própria narrativa, é preciso treinar para ganhar resistência. Trata-se de uma história coerente com o cenário do carnaval que remete à abstração do cotidiano e à diversão.

Nesta narrativa, também fica evidenciada a representação do personagem masculino, que, por um lado, desempenha um papel extremamente ativo no treino e, por outro, relaciona-se com uma personagem feminina icônica, passiva, impossibilita de corresponder ou reagir às carícias. Na história podemos perceber que o carnaval é uma festa onde o personagem masculino age, enquanto o feminino é imóvel. Na única *corporificação da personagem feminina*, ela reprime a diversão ou o treino do personagem masculino. O carnaval, segundo Bakhtin (1987), “ajuda a liberar-se do ponto de vista dominante sobre o mundo”, no entanto, a relação entre o personagem feminino e masculino, nesta narrativa publicitária, é baseada na distinção de funções, de modo que o feminino aparece, ao longo da história, como uma personagem coadjuvante, que pouco participa, e o masculino aparece ativo e comandando o carnaval. Trata-se de uma representação homóloga aos padrões tradicionais presente na sociedade, onde há hierarquias entre classe, gênero e etnia. Para encerrar a narrativa, a *personagem feminina icônica* é explodida. Todo o treino e a operação dos generais parece ter tido como objetivo tentar tirar o sutiã

da manequim que explode. Operação Skol Folia teve o trabalho perdido? Ou no carnaval o que se quer é a explosão?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela composição dos personagens masculinos e femininos percebe-se que as campanhas publicitárias de cerveja são concebidas para atingir principalmente o público masculino. Note que as expressões utilizadas no texto, como “gerais”, “obrigado a você jovem baronero” são direcionadas a um público masculino. A despeito disso, não se pode ignorar que o público feminino também consome cerveja e, muito embora não seja o alvo principal das campanhas, também é impactado pela mensagem à medida que apresenta personagens femininas.

Outra questão que não pode deixar de ser mencionada é que a presença de personagens femininas na publicidade de cerveja é um recurso utilizado desde 1891, portanto uma análise histórica articulada com a de conteúdo, pode elucidar o percurso, modificações e continuidades da construção dessa personagem e as *regras de ação* atribuídas a esta personagem na narrativa, construindo uma espécie de repertório nacional, que de forma geral, criou uma associação quase que automática entre mulher e cerveja.

No caso específico da campanha Skol Folia 2013, a relação *entre personagem feminino e masculino* se configura através da história um personagem masculino em atividade constante de treino para o carnaval enquanto *a personagem feminina icônica* não se move. Já no momento em que surge a personagem da soldado (*personagem feminina corporificada*), apesar de ter a mesma “função” de soldado dentro da história, ela não treina, mas fiscaliza quem treina. Neste sentido, o que Bakhtin (1987: 8-9) fala a respeito do carnaval, “da libertação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de relações hierárquicas, privilégios e regras”, parece ter validade apenas para o personagem masculino.

A campanha Skol Folia 2013 apresenta um enredo relacionado ao carnaval, onde a fantasia, o humor e a irreverência fazem parte da narrativa, no entanto, o mais inquietador é que ela trata o carnaval sob o ponto de vista meramente de ação masculina, onde o personagem masculino pode ir para a guerra do carnaval e a personagem feminina tem uma função meramente coadjuvante, trabalhando com os códigos culturais vigentes homólogos a realidade social brasileira, ainda marcada pelas desigualdades sociais e de gênero. Daí a necessidade que apontamos, inicialmente no texto, de utilizar os Estudos Culturais para enxergar nas peças publicitárias, algo muito mais complexo do que apenas um produto, mas os indícios de relações sociais inscritas dentro das práticas cotidianas vigentes, que tanto servem para gerar identificação com o público, como num outro movimento, reforça papéis, gerando processos de significação, junto aos receptores, de *dominação*, *negociação* ou *oposição*, à mensagem (Hall, 1980).

Desse modo, a publicidade parece está contribuindo para a manutenção/ recriação/ ressemantização da diferenciação sexual, cultural e historicamente construída, conforme aponta Lauretis (1994: 209).

Assim, consideramos que o mais inquietante em Skol Folia 2013 não é exatamente o olhar sobre as mulheres de coisificação, mas sim uma perspectiva de fórmula de sucesso, em que as mulheres são apresentadas como uma personagem coadjuvante utilizada segundo a fala masculina, a partir de uma perspectiva de papéis definidos, onde o masculino comanda e o feminino não reage.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bakhtin, M. (1987). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento, o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, Brasília.
- Gerrassi, J. (1976). *O Segundo Sexo 25 anos depois: entrevista com Simone de Beauvoir*. Disponível em <http://www.wagnercampelo.com/simonedebauvoir/artigos_p02.htm>. Acesso em 30.06.2013.
- Gramsci, A. (1989). *Concepção dialética da história*. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Hall, S. (1980 [1973]). Encoding/decoding. In S. Hall *et al.*, *Culture, media, language*. London: Routledge.
- Hall, S. (1999). O legado teórico dos cultural studies. *Revista de comunicação e linguagens*, Lisboa: Universidade Nova.
- Hoggart, R. (1970). *La culture du pauvre*. Paris: Les Éditions de minuit.
- Lauretis, T. (1994). As tecnologias do gênero. In H. B. Holanda (org), *Tendências e Impasses – o feminismo como crítica da cultura* (pp. 206–242). Rio de Janeiro: Rocco.
- Louro, G. L. (1997). *Gênero, sexualidade e educação - Uma perspectiva pós-estruturalista*. 2 ed. Petrópolis: Vozes/CNTE.
- Morin, E. (1969). *Cultura de Massas no Século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense.
- Sabat, R. (2005). Imagens de gênero e produção da cultura. In S. B. Funck & N. Widholzer (orgs), *Gênero em discursos da mídia* (pp. 93–118). Florianópolis/Santa Cruz do Sul: Editora das Mulheres/Edunisc.
- Thompson, E. P. (1987). *A formação da classe operária inglesa*. Rio de Janeiro: Paz & terra.
- Todorov, T. (1976). As categorias da narrativa literária. In R. Barthes *et al.*, *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis: Vozes.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- CONAR (2008). *Código de Autorregulamentação Publicitária*. Disponível em www.conar.com.br. Acesso em 07.04.2013.
- Memória da Propaganda (1997). *A história da publicidade de cerveja no Brasil*, 4-19.

As duplas colonizações: brasileiras em busca do sonho europeu

MARIA LUIZA MARTINS DE MENDONÇA

mluisamendonca@gmail.com
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Resumo

Nesse texto procuramos refletir sobre a dupla colonização de mulheres brasileiras em um contexto de expectativa de realização de desejos de melhoria de vida a partir do contato sexual/afetivo com estrangeiros. Nos referimos aqui aos estrangeiros que vêm ao Brasil a realizar turismo sexual e da busca de mulheres, prostitutas ou não, de um parceiro europeu. Utilizamos, para isso os depoimentos colhidos pelo diretor Joel Zito Araújo no documentário *Cinderelas, lobos e um príncipe encantado* (2008) e do Filme *Deserto Feliz* (2007) ficção dirigido por Paulo Caldas.). Não se trata aqui da realização de análise fílmica, mas de discutir, por meio das falas das mulheres entrevistadas, questões como a introjeção da subalternidade e o vislumbre de sua superação por meio de alianças com o branco/europeu. Nesse sentido, usaremos as contribuições teóricas de autores que adotam a perspectiva dos estudos culturais e das contribuições de autores ligados ao pensamento contra-hegemônico, para discutir a possibilidade de fala e de ação de indivíduos e grupos não hegemônicos. Sobre tudo discutir as possibilidades de fala do Outro, em resposta, contraposição ou adesão à posição hegemônica representada aqui pelo homem branco europeu.

Palavras-Chave: Mulheres; cinema; imaginário; pós-colonialismo

CULTURA E SUBJETIVIDADE

Neste texto pretendo colocar em discussão algumas questões relacionadas aos processos objetivos e subjetivos que levam à migração de brasileiras para terras estrangeiras, sobretudo países europeus, em busca de uma vida mais digna e de um acolhimento físico e emocional capaz de satisfazer as demandas por afeto, segurança e estabilidade.

Em termos teóricos parto do princípio que a esfera da produção e circulação de sentidos, o campo da produção simbólica, é um espaço extremamente importante para a disseminação e fixação dos significados sociais, em especial aqueles que acontecem no esfera da cultura. Esta perspectiva analítica permite assumir a existência, especificamente no âmbito das diferentes narrativas de mecanismos complexos e dinâmicos nas formações discursivas. Assim sendo, podemos pensar a inserção das narrativas (aqui concebidos como falas ou possibilidade de falas como atualização de modos de pensar e conceber o mundo e a vida) no interior da formação discursiva tanto como reprodução, a partir do momento em que as falas individuais repetem fórmulas consensuais ou refletem o ideário hegemônico, como também prever as possibilidades teóricas e objetivas do surgimento das discursos discordantes ou contestadores, que podem transformar os significados periféricos ou inaceitáveis em legítimos e mesmo incorporá-los à formação discursiva.

Em relação à constituição de subjetividades o processo acontece a partir de matrizes que se amparam em narrativas totalizantes e razoavelmente estáveis que passam pelos relatos históricos e pelas diversas modalidades de produção cultural (literatura, pintura, artes em geral). São essas também as matrizes do que se reconhece como identidade – individual e coletiva. Em síntese, esses processos eram (e ainda são) fortemente amparados pela produção simbólica e discursiva. Assim, é no interior dessa dinâmica cultural que se dá o aprendizado e a aquisição de sentidos das relações sociais, das formas de sociabilidade e se constroem visões de mundo. A cultura é, também, núcleo gerador de identidade para indivíduos e grupos à medida que oferece modelos com os quais os indivíduos se reconhecem e com os quais se identificam.

A produção da subjetividade não é, portanto, centrada no indivíduo; é um processo social em que estão presentes também, além das falas oficiais, hegemônicas, os espaços independentes de articulação e de circulação de discursos dissidentes ou apenas emergentes. É na esfera da cultura que circulam os diferentes discursos que vão construir subjetividades e onde os indivíduos podem tomar consciência de suas reais condições de vida, suas possibilidades, anseios e ilusões.

Nas sociedades capitalistas contemporâneas, graças ao desenvolvimento tecnológico e à expansão das indústrias culturais, a cultura assume um caráter ainda mais central, pois se encontra presente em todos os recantos da vida social e interpela continuamente os indivíduos. Por essa razão, não pode ser considerada como uma variável qualquer, secundária ou dependente, mas como algo fundamental, constitutivo, e que determina tanto a forma como o sentido daquilo que move o mundo, como bem apontou Hall.

O dinamismo das indústrias culturais possibilita a circulação mundial não apenas de capitais, mas de idéias, comportamentos, estéticas e estéticas, maneiras de olhar, conhecer e apreender o mundo, difundindo estilos de vida, valores e significados. A indústria da cultura e do entretenimento torna-se, portanto, responsável por parte significativa (em termos quantitativos e qualitativos) das narrativas e das construções simbólicas, da difusão dos novos valores e dos novos “estilos de vida”, para os quais o mercado provê abundância de mercadorias e de certa forma é capaz também de aprisionar e colonizar as razões.

Entretanto, interessa mais aqui perceber a produção cultural como um dos elementos centrais para compreender as sociedades contemporâneas, em especial no que diz respeito aos processos de constituição de subjetividade, na tentativa de identificar as formas como os dispositivos midiáticos podem operar com instâncias geradoras de sentido e na construção de imaginários que habitam corações e mentes. Nesse caso particular, duas narrativas fílmicas, um documentário e uma ficção, servirão como um roteiro a partir do qual se pretende enfocar algumas inquietações sobre a constituição de subjetividades, às formas de representar realidade e as alteridades nessas sociedades na tentativa de articular, em um movimento confrontador, imaginário e realidade.

Assim, os discursos e narrativas construídos para mulheres ou sobre mulheres¹ acabam por tornar-se importantes indicadores sobre as formas como está sendo pensado e colocado na esfera pública o debate sobre temas e questões que permeiam o difícil cotidiano de grande parte delas, bem como mapear as construções de sentido predominantes em uma dada sociedade. De forma semelhante, os discursos para não-brancos ou sobre não-brancos (difícil saber que é branco no Brasil, se é que isso importa) acabam por tornarem-se importantes indicadores sobre as formas como estão sendo pensadas e socialmente colocadas as possibilidades de inserção social desse segmento da população.

CINEMA, IMAGINÁRIO E REALIDADE

Tomo como referência, em primeiro lugar, os depoimentos colhidos pelo cineasta Joel Zito de Araújo mostrados em seu documentário “Cinderelas, lobos e um príncipe encantado” (Araújo, 2007). Ressalto que não se trata de análise filmica, portanto não pretendo realizar nenhuma apreciação sobre a qualidade técnica da produção, as possibilidades e os usos dos cortes, edições, tomadas de cena entre outros recursos técnicos. Entretanto não posso deixar de ressaltar que o cinema pode dar margem a reflexões sobre diversos aspectos da realidade em que vivemos à medida que mostra aspectos dessa realidade que quase sempre permanecem invisíveis para a maioria dos cidadãos.

No documentário o diretor entrevista mais de dez jovens, a maioria mulheres que, a partir de sua vivência cotidiana, relatam a relação com o sexo, a prostituição, com estrangeiros europeus e com o sonho de migrar para uma vida melhor via casamento europeu².

No Brasil são também entrevistados alguns turistas, homens. Desnecessário dizer que a sua vinda ao Brasil deve ao conjunto sol, samba, sexo. Regados a caipirinha e com algum contato com o futebol. Isso é Brasil, na imagem construída por esses indivíduos. Diferente das européias, que segundo eles são muito exigentes, aqui encontram-se mulheres doces, cordatas e com uma sexualidade bastante livre e intensa. A pouca roupa cobrindo parcamente corpos torneados e sobretudo jovens. O encanto e o calor das negras e das “mulatas”. A sedução da brasileira. “O jeitinho”.

Do ponto de vista de algumas dessas mulheres, o “jeitinho” nada mais é do que uma estratégia para conquistar o seu “gringo”: paga mais, é mais carinhoso e, como não está em sua própria casa, pode “assumir” a companhia. Os homens brasileiros não são vistos como portadores das mesmas possibilidades de ascensão que os estrangeiros, até porque seu machismo mais aparente e mais assumido não permite a criação de ilusões. Deserto Feliz (Caldas, 2007) narra a trajetória de Jéssica jovem que vive no interior do estado de Pernambuco, nordeste do Brasil. Abusada sexualmente pelo padrasto, que comercializa ilegalmente animais silvestres, foge de casa em

¹ De forma semelhante, não se pode falar em negros, abstratamente, mas em parcelas específicas da população negra que possuem desejos, necessidades e formas de articulação política diferentes.

² Vale destacar que trata-se de jovens prostitutas negras e pobres da região Nordeste, uma das mais procuradas por turistas sexuais. Em outras regiões ou segmentos socioeconômicos a perspectiva pode ser outra.

busca de dias mais felizes e parte para o Recife. Interessa ressaltar, em um filme de poucos diálogos e muitos silêncios, que a música cantada várias vezes pela protagonista fala em alguém que está “em um barco à deriva, à procura da terra prometida”. Sem nada possuir além de seu corpo jovem vai se prostituir em bares freqüentados por turistas estrangeiros. Seu sonho, revelado à uma amiga consiste em casar com gringo, branco, levar vida de madame. Não quer morrer como brasileira. Na praia, conhece Mark um turista alemão que a leva com ele. Sonho realizado? Não parece: as imagens na Alemanha são inverniais, frias e ela confinada à vida doméstica experimenta total solidão. Seus conhecidos são umas cabras, animais comuns no nordeste brasileiro e com quem ela mantém alguma relação de proximidade. Sonhos roubados, ilusões perdidas.

Assim como o Sul e, nesse caso específico o Brasil, foi construído no imaginário europeu como terra prometida, de imensas riquezas, muito sol e fertilidade, habitado por animais exóticos, povoado por seres gentis e dóceis, dotados de uma sexualidade intensa e livre, também da Europa nos foram oferecidas belas representações. Cultivada no imaginário brasileiro como terra de refinamento e de riqueza, de cultura, de civilização em contraste com a selvageria tropical, o pensamento eurocêntrico percebe a região de uma perspectiva que a vê como “origem única dos significados, como o centro de gravidade do mundo” (Shohat & Stam, 2006: 20). Mais recentemente essa idéia se reforça com o surgimento de novos aparatos tecnológicos que colocam à disposição dos consumidores do Norte bens e serviços indisponíveis ou de baixa qualidade quando existentes aqui. Afinal, o crescimento do fluxo de informações em termos de profundidade e alcance; os meios de transporte cada vez mais rápidos e mais acessíveis, além da presença física do turista (sexual) alimentam o imaginário com benesses que em geral fazem parte dos períodos dedicados ao lazer e aproximam mundos e culturas diferentes, tornando familiar aquilo que é desconhecido. Esse conjunto de fatores alimenta o desejo dessas mulheres de migrar em busca das possibilidades que lhes são negadas aqui, não apenas materiais, embora essas tenham enorme peso, dada à miséria experimentada por todas ou quase todas, mas também são movidas pela necessidade de afetos que lhes são desconhecidos desde a infância. Para complementar a preferência que brasileiras revelam ter pelo homem apontam as dificuldades de lidar com o machismo do brasileiro, bem como com sua inferioridade social e econômica.

Porém, quando na Europa, as entrevistadas relatam sonhos desfeitos, ilusões perdidas, um trabalho duro, relacionamentos congelados e fracassados, solidão e a admissão de alguma necessidade de se ver obrigada a vender o corpo quando a renda torna-se insuficiente para cobrir as necessidades. Os empregos são ligados ao uso do corpo: dançarinas, em sua maioria³. Há um único relato de tráfico e a única “cinderela” do filme casou-se com um alemão, não trabalha e se diz feliz com a vida que leva.

³ Convém deixar claro que se trata exclusivamente das entrevistadas no documentário. Impossível fazer generalizações para a maioria das mulheres migrantes, embora grande parte das mulheres brasileiras que vivem no exterior sobrevive de trabalhos braçais.

O CINEMA QUE FAZ PENSAR

Ao colocar as narrativas e experiências de segmentos subalternos como protagonistas do documentário, o diretor Joel Zito de Araújo, *Cinderelas* desloca o lugar de fala e, ao invés de falar por ou falar sobre, permite que esses indivíduos se expressem em seus próprios termos. E os termos dessas narrativas mostram-se contraditórios, conservadores e simultaneamente transgressores, assim como seus os comportamentos.

Já *Deserto Feliz*, ficção, não destoa das narrativas das mulheres entrevistadas no documentário. Tanto em um como em outro estão presentes a miséria, o corpo como meio de sobrevivência e de ascensão social, o sonho do casamento salvador com um “gringo”. Sempre presente no imaginário dessas garotas a convicção de que um casamento pode retirá-las da pobreza e da prostituição a que são levadas quando a única coisa que possuem para vender é seu próprio corpo, pois a remuneração pela sua força de trabalho, na condição de assalariadas, não permite uma vida digna, nem para elas e nem para seus familiares. Pobreza, baixa escolaridade, drogas, pequenos delitos são parte de um cotidiano que deve ser deixado para trás. Em todos os relatos a pobreza, a violência doméstica, o desamor, a decomposição das famílias, a falta de oportunidades são apontados como elementos que as empurram para as ruas e das ruas para o mundo. Além disso, a posse de bens, as novidades divulgadas nos media atingem e alimentam mesmo aqueles indivíduos situados à margem do mercado consumido e criam uma disjunção que frustra cotidiana e permanentemente a relação entre o desejo e sua realização.

As narrativas construídas por esses dois filmes fazem emergir à primeira visada pelo menos duas questões importantes para compreender parte dos processos socioeconômicos e subjetivos que levam essas mulheres a buscarem a prostituição, a sedução, o casamento e a migração. A permanência de duas tradições complementares que permeiam o imaginário brasileiro: a primeira trata da vigência de uma razão colonial que aprisiona o indivíduo mestiço, do Sul colonizado, periférico, na condição de inferioridade em relação ao branco, europeu, colonizador, superior. A segunda trata de uma dupla colonização: a das mulheres que mesmo em seu país de origem são consideradas seres de inferiores, mais ainda quando mestiças e pobres, carentes de representação e de reconhecimento dignos e que tem, como único capital, o corpo e a juventude. Trata-se em ambos os casos de estereótipos historicamente construídos e ainda mantidos pelo pensamento colonial, racista e patriarcal (daí a dupla colonização feminina).

O uso do corpo revela algumas características da sociedade brasileira fortemente enraizadas tanto no imaginário colonial quanto na existência de uma altíssima desigualdade econômica, social e cultural rege as relações sociais de maneira sutil. Darcy Ribeiro, antropólogo brasileiro, ao descrever as condições das classes subalternas no Brasil, em especial no diz que respeito às dificuldades de ascensão social, afirma, em relação ao negro que a “luta mais árdua do negro africano e de seus descendentes foi, e ainda é, a conquista de um lugar e de um papel de

participante legítimo na sociedade nacional” (Ribeiro, 1995: 220). E essa luta desigual faz com que a esfera cultural seja propícia à valorização, o reconhecimento e uma forma de inclusão deste segmento social, uma vez que, “o negro aproveita cada oportunidade que lhe é dada para expressar o seu valor. Isso ocorre em todos os campos em que não se exige escolaridade. É o caso da música popular, do futebol e de numerosas formas menos visíveis de competição e de expressão” (Ribeiro, 1995: 223) inserção e ascensão social. No Brasil o corpo assume um papel fundamental, desde os primórdios da conquista, para pretender privilégios e reconhecimento.

Mais recentemente, Mirian Goldenberg, também antropóloga e pesquisadora do universo feminino brasileiro afirma que “O corpo, no Brasil contemporâneo, é um capital, uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas medias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. É fácil perceber que a associação ‘corpo e prestígio’ se tornou um elemento fundamental na cultura brasileira (...).o corpo, no Brasil, é um verdadeiro capital físico, simbólico, econômico e social” (Goldemberg, 2007: 13)

O que nos leva a supor que aquilo que na visão de Ribeiro se aplicava ao negro ou ao “mulato” – a possibilidade de ascensão via habilidades físicas – associa-se o estereótipo da “mulata sensual” entre outros. No que diz respeito à participação dos media nessa mesma construção, temos uma ampla grade de programação que reforçam a tese do “bom uso” do corpo.

Os dois filmes citados como referências para essas reflexões mostram claramente como as mulheres assimilaram esse discurso que lhes atribuem lugares e funções sociais, apontam um entranhado de tradições, estereótipos fixados tanto no imaginário feminino brasileiro quanto no europeu sobre as características das brasileiras que a hierarquia e as relações de poder aí existentes não são sequer percebidas como tais. É assim que as coisas são; ou seja, naturais e imutáveis.

DA NECESSIDADE DA CRÍTICA CULTURAL

A partir dessas considerações acredita-se que uma das tarefas da crítica cultural deve ser realmente a de identificar e compreender o funcionamento e as dinâmicas dos processos comunicativos e sua participação na construção de visões de mundo. As suas bem elaboradas articulações de informações, as escolhas apontadas como possíveis e desejáveis, a ênfase em determinados assuntos e a omissão de outros, a escolha de temas e ângulos em que serão mostrados, com especial atenção aos estereótipos repetidos, encadeados e enraizados que atuam na atribuição de sentido às coisas do mundo, da constituição das subjetividades e nas formas como são percebidas e experimentadas as relações sociais.

Da perspectiva de autores ligados ao pensamento pós-colonial esses estereótipos podem ser vistos como formas fixas de representação que negam ou ignoram as diferenças e, por meio desse jogo, impedem o reconhecimento das diferenças e das desigualdades e conseqüentemente seus possíveis questionamentos (Bhabha, 1998). Questionamento que poderia impulsionar outras formas de luta simbólica por reconhecimento e dignidade.

Num ponto de vista que privilegia a noção de reconhecimento, Jessé de Souza (Souza, 2003) insiste que o reconhecimento requer um respeito social e uma dignidade cujo sentido deveria ser socialmente compartilhado, independentemente da classe social a que pertencem os indivíduos. (Esse reconhecimento infra e ultrajurídico está, segundo o autor, em estreita relação com a eficácia social da igualdade e da “moderna noção de cidadania” e pressupões que a “percepção da igualdade na vida cotidiana esteja efetivamente internalizada” (Souza, 2006: 166). O reconhecimento também vincula-se à ideia de inserção produtiva na sociedade capitalista por meio de “qualificação, posição e salário”, em que o trabalho considerado digno assegura “identidade, auto-estima e reconhecimento social”. Os excluídos desse sistema produtivo seriam seres descartáveis, excessivos, tais como as mulheres mostradas nos filmes. Invisíveis, excluídas e desclassificadas não são tratadas com os mesmos critérios valorativos obtidos e compartilhados pelos demais segmentos sociais, numa espécie de “acordo implícito” que naturaliza a desigualdade em seus diferentes formatos, neste caso de gênero, de etnia, de posição social e de nacionalidade. Essas formas de exclusão vivenciadas cotidianamente incidem na subjetividade dos indivíduos e provocam feridas profundas na auto-estima que pode ser identificada na “aceitação da precariedade como legítima e até merecida e justa, fechando o círculo (...) da “naturalização da desigualdade” (Souza, 2006: 179) .

Assim é forçoso admitir que o lugar de fala desses personagens é o lugar das narrativas do subalterno que assimilou o discurso naturalizado das falas hegemônicas/coloniais/patriarcais que inferiorizam a mulher, pobre, não-branca, validam uma visão de mundo específica como universal, natural e imperceptível para aqueles que estão presos pela razão discriminatória. As noções já construídas de um “Nós” (brasileiras) perante um “Outro” (europeu) reconhecíveis e localizáveis permanecem e os filmes citados descortinam isso. O que é necessário, do ponto de vista do pensamento pós-colonial é compreender a relação colonial/colonizado, tanto epistemologicamente, no que diz respeito aos saberes e formas de vida do Sul, quanto em seus desdobramentos concretos. E os filmes mostram isso: o desdobramento concreto de uma forma outra de pensar, a partir de nós mesmos, a relação com o Outro. A produção cultural, dessa forma, pode reposicionar os lugares privilegiados de fala e, de alguma maneira, indicar que sim, o subalterno fala.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bhabha, H. (1998). *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Goldemberg, M. (2007). *O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. Barueri, S. Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Hall, S. (1997). A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação e Realidade*, 22, 2, 15-46.
- Ribeiro, D. (1999). *O povo brasileiro*. S. Paulo: Cia das Letras.

Souza, J. (2006). *A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte: Ed.UFMG.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Araújo, J. Z. (2008). *Cinderelas, Lobos e um príncipe encantado*. Documentário, Brasil, 107'.

Caldas, P. (2007). *Deserto Feliz*. Drama, Brasil, 92'.

La representación de la mujer en el ámbito político-laboral dentro de la telenovela mexicana *Infames*

SARA ELIZABETH PÉREZ MORALES

nikkita01@gmail.com
Universidad de Guadalajara

Resumen

Considerando que en la actualidad el papel de las mujeres en el ámbito laboral y político ha devenido en una transformación de roles y dinámicas sociales, los medios de comunicación estarían comprometidos a mostrar en sus contenidos imágenes de la mujer que expresen estos cambios. Las telenovelas contribuyen a la circulación o el establecimiento de significados o dicho de otra forma, de valorizaciones y creencias sobre el entorno social. Así, la posición de las representaciones de la mujer en la pantalla aspiraría a ser coherente con la emergencia de las transformaciones sociales. En México, las telenovelas han incorporado discursos sociales en boga en sus producciones; sin embargo, es escasa la presencia de personajes femeninos que trabajen y/o participen en el escenario político.

Infames es una telenovela mexicana que se transmitió en el 2012 y sus protagonistas son personajes femeninos que laboran en un escenario político ejerciendo un rol dominante. Por ello, esta ponencia pretende exponer la representación de la mujer en el ámbito político-laboral y la presencia de valores y prácticas sociales que se esgrimen a partir de esta telenovela.

Palabras Clave: Telenovela; representación femenina; mujer

INTRODUCCIÓN

Considerada como una industria cultural, la telenovela induce a pensar en problemáticas sociales a partir de su producción y consumo. Articulando discursos, este formato de ficción televisiva plantea prácticas sociales, ideologías, pautas de comportamiento que estructuran la sociedad. Como productos de ficción, las telenovelas no necesariamente reflejan la realidad social, pero sí permiten identificar tendencias culturales y sociales en boga interpelando al espectador y posibilitando un reconocimiento a partir de la cotidianidad que da sentido a la trama. Es el escenario de lo cotidiano el que muestra las transformaciones de la sociedad, su historia y su presente, sus costumbres y tradiciones, el individuo y sus múltiples interacciones, la familia, los amigos, el trabajo, los afectos, los deseos y todo aquello donde discurre la vida diaria. Es precisamente en esta cotidianidad donde la telenovela, aún con el distintivo de entretenimiento, se legitima como industria cultural demostrando su alcance mediático en la producción del sentido social.

La telenovela mexicana se ha caracterizado por ser un producto bastante rentable en términos de mercadeo, lo cual la designa como una de las principales y más exitosas industrias televisivas en América Latina. A manera de intervención en

lo cotidiano y como rasgo distintivo de los cambios en la estructura de la trama, la telenovela ha presentado en el desarrollo de sus contenidos anuncios comerciales, publicidad de empresas que la patrocinan, hasta devenir en la promoción de partidos políticos, candidatos presidenciales y la inclusión de políticas de gobierno. Y aunque esta tendencia de incluir políticas públicas en la narrativa de la telenovela no es nueva, si es relevante la paulatina incorporación de problemáticas actuales. De tal manera que la unión entre instituciones políticas, culturales y la industria televisiva, que también es una institución, ha permitido la reconfiguración de la ficción y realidad a partir de sus diversas representaciones.

Es principalmente el tema de las representaciones el asunto que se aborda en este trabajo y cuya problemática en el formato de las telenovelas es posible distinguir. Partiendo de la concepción de la telenovela como agencia en la producción, distribución, circulación de significados y la teoría de las representaciones sociales, el interés de este trabajo radica en dilucidar las representaciones de la mujer en el escenario político-laboral que se muestran en una telenovela mexicana, *Infames*.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA MUJER

En México, la investigación en torno a las representaciones de la mujer ha devenido en múltiples abordajes, desde los que cuestionan la condición social de la mujer en la actualidad hasta aquellos que plantean perspectivas del género desde la sexualidad. La presencia activa de las mujeres como partícipes de una economía y un desempeño laboral han propiciado cambios en la valorización de la mujer, dando lugar a que la mujer mexicana sea percibida en función del desempeño de una multiplicidad de roles, así como por sus expectativas laborales, sociales y profesionales (Zabludovsky, 2007).

Las condiciones económicas, sociales y culturales han favorecido la participación de la mujer en otros ámbitos como el laboral y el político, de manera tal que la mujer actualmente se desenvuelve en una dinámica donde se vincula el hogar y el trabajo, modificando con ello sus expectativas profesionales y de vida. El reconocimiento de la mujer en el rubro social durante este siglo ha derivado de aquellas grandes pugnas por la autonomía de la mujer y la igualdad de género.

A partir de que organismos internacionales como la OMS, UNESCO e incluso la ONU han presentado estrategias que forman parte de programas y proyectos culturales que implican el vínculo entre los medios de comunicación y la mujer, el tema de la representación de la mujer en los medios ha sido objeto de diversos análisis respecto a las formas en que éstas son representadas.

Por ejemplo, como parte de los Objetivos del Milenio, la ONU promueve la igualdad de género y la autonomía de la mujer; donde una de las metas a lograr es que los puestos o cargos políticos sean proporcionales en género. Es a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) donde se establece como meta la igualdad de género y empoderamiento de la mujer en todos los ámbitos posibles. Es por ello que la representación de la mujer en los medios

de comunicación ha tomado relevancia en investigaciones de diversas áreas del conocimiento a partir de los últimos años. Así, como iniciativa para la presencia femenina en el rubro político y laboral, las instituciones mediáticas han propiciado la apertura en sus espacios para generar imágenes variadas de la mujer y alejarse de estereotipos que provoquen efectos negativos (Berganza, 2002).

A través de los años, la televisión ha mostrado a las mujeres dentro de una sociedad reproduciendo modelos culturales, siendo una característica de los medios masivos la incidencia en las representaciones sociales. La imagen femenina que ha sido exhibida en la pantalla, aunque no refleja la realidad sí presenta propuestas de sentido que expresan un significado social. De esta manera, existe una correspondencia entre las representaciones que se han hecho de la mujer y las transformaciones sociales desde la aparición de la telenovela en México. La televisión, como medio de comunicación, entre una de sus características participa en la producción política y sociocultural de las sociedades (Ricoy, 1999).

La ficción televisiva es un género que ha permitido mostrar esas transformaciones en las representaciones femeninas y con ellas los cambios culturales y el contexto social en el cual están enmarcadas. La ficción televisiva funciona como texto de identidad que reescribe la realidad en su narrativa, compartiendo y reasignando significados (Buonanno, 1999). Un género de la ficción televisiva son las telenovelas, las cuales representan la industria cultural latinoamericana por antonomasia.

LA TELENNOVELA EN MÉXICO

En sus inicios las telenovelas en nuestro país, que aparecieron en 1957, presentaban situaciones relacionadas con las pasiones humanas, enfocadas principalmente en una estructura narrativa característica del cuento. En la década de los 70 surgen las Telenovelas de Refuerzo de Valores Sociales con efecto informativo (Aguilera, 1994), proporcionando un servicio a la audiencia mediante técnicas de aprendizaje, modificando y reforzando opiniones y actitudes respecto a un valor socialmente deseable.

Hasta mediados de los noventa las telenovelas mexicanas transmitidas en las dos televisoras principales mantenían la estructura narrativa tradicional en sus tramas, la historia de amor semejante a cuentos de hadas, que posteriormente se convertiría en el modelo Televisa. Incluso TV Azteca, también televisora mexicana, proponía en sus telenovelas una narrativa similar en el contenido. Es en 1996 cuando se genera la nueva telenovela mexicana, definida así por las transformaciones en la narrativa melodramática. Es en ese año cuando la Productora Argos trae a la pantalla la Telenovela Mirada de Mujer, la cual es transmitida por la televisora TV Azteca (Orozco, 2006). Esta telenovela genera nuevas concepciones y valorizaciones a partir de cómo es presentada la figura femenina en las ficciones televisivas. La mujer, principal foco de audiencia, se representa en escena como el personaje que busca la independencia, que se reconoce a sí mismo como sujeto capaz de desempeñar otras funciones fuera del espacio doméstico y en lucha por el dominio de sus propias emociones y sexualidad. Sin embargo, la aparición de esta propuesta en la

representación femenina no significa que se haya suprimido el esquema tradicional de la mujer como ama de casa, sujeta a la voluntad masculina y a disposición de la normatividad patriarcal, siempre pasiva, siempre ausente a su propia acción.

A partir de esta producción (*Mirada de Mujer*) y considerando una telenovela antecesora (*Nada Personal*), la unión de Argos y TV Azteca rompe el monopolio de la ficción mexicana (Obitel, 2012). Estas producciones vanguardistas, en tanto acercan la ficción a la realidad del país, proponen en sus temáticas problemáticas que no se habían abordado antes. El paulatino cambio de las telenovelas, acercándolas a mostrar a la mujer en otras dimensiones como el aspecto laboral y político es relevante en tanto que exige una ruptura con el cliché de la mujer que espera ser rescatada por el incólume caballero y vivir como la perfecta esposa y adorable madre. Si bien, aunque existen estos cambios, la representación de una mujer que trabaja o que se desenvuelva en el ámbito político no es clara aún puesto que es sólo una insinuación a pensar que la mujer puede hacer algo más que dedicarse a las labores del hogar y sin mayor expectativa que esperar pacientemente al galán de la telenovela. Aún permanece el dominio de la mujer en ámbito privado; aunque trabaja no es suficiente, pues sus aspiraciones e ideales de vida se recrean en la búsqueda del ser amado y en la plenitud del amor.

Para el año 2010 Argos Comunicaciones se une a la televisora Cadena Tres, produciendo conjuntamente una serie de telenovelas con contenido social más cercano a la realidad o al contexto social del país, también con problemáticas de carácter transgresor. A partir de entonces la consigna es mostrar la ficción con mas complementos de la realidad, específicamente en las representaciones femeninas, produciéndose entonces telenovelas como *Las Aparicio* (2010), *El Sexo Débil* (2011), donde las protagonistas gozan de una imagen transgresora al canon tradicional. En el 2012 se transmite la telenovela *Infames* cuyo contenido, como es característico de la propuesta del productor Epigmenio Ibarra, pretende modificar las representaciones de la mujer en la pantalla.

Es por ello, que la emisión de una telenovela cuya temática principal es la mujer trabajando en el ámbito político y cuyo slogan es “Ellas controlan al poder” posibilita la representación de la mujer desde una perspectiva diferente dado que es un producto de Argos Comunicaciones. La insistencia de Argos a presentar mujeres alejadas de los roles clásicos, daría lugar a suponer que en esta telenovela las mujeres reflejarían (tal vez no fielmente) concordancia con la realidad social. Sin embargo, es posible que a pesar de la relevancia del ámbito político como escenario de la mujer trabajadora, perduren o se generen imágenes de la mujer que caen en los estereotipos y donde no se integre el talento, la inteligencia o la capacidad profesional para el desempeño laboral.

LA TELENOVELA *INFAMES*

¿Hasta dónde es capaz de llegar una mujer para conseguir para conseguir lo que quiere? La emperatriz Carlota corrió por unas escaleras como éstas para suplicarle a Benito Juárez que le perdonara la vida a su adorado Maximiliano. Carlota

fue la última mujer que intentó ser una verdadera reina en palacio y en el intento, enloqueció. Así, con estas palabras enunciadas por la protagonista de la telenovela *Infames*, inicia la historia de Dolores Medina.

Dolores Medina es una mujer que se ha visto sometida a injusticias causadas por la corrupción del sistema político mexicano. Condenada a la cárcel por un asesinato que no cometió, se despoja de su rostro y su nombre para situarse en una alta esfera política en búsqueda de la venganza. Ella, como justiciera, no escatimará esfuerzos para conseguir lo que quiere. Cuando enuncia la primera frase resume su destino: el cuestionamiento de las acciones que tomará en el cumplimiento de su propósito, el sometimiento a una visión romántica de la mujer que haría todo por amor aún cuando es necesario despojarse de sí misma para lograrlo y el desconocimiento de las tribulaciones a las que se enfrentará para lograr el empoderamiento en un lugar donde no se le ha reconocido antes.

Su entrada. Tacones que avanzan firmemente hacia unas escaleras dentro del Palacio Federal. Ella va en busca de empleo, un alto puesto dentro de la jerarquía política. Vestido azul entallado que resalta su belleza. Miradas masculinas que la siguen. Mujeres perdidas en un mundo de hombres, ocultas bajo atuendos opacos emulando la figura masculina. Así, la primera escena conduce al espectador al interior de una estructura pétrea, un edificio histórico donde se concentra el poder político: el Palacio Federal. Un lugar antaño dominado por hombres que, con el paso del tiempo y circunstancias sociales ha permitido paulatinamente el ingreso al género femenino.

Infames es una producción televisiva de Argos Comunicaciones para Cadena Tres, transmitida durante el periodo que va del 13 de febrero al 12 de agosto de 2012. Las emisiones fueron continuas, un capítulo diario de lunes a viernes, con una duración aproximada de 50 minutos cada uno. *Infames* es una serie-telenovela cuya trama versa sobre mujeres y su relación con el poder en un escenario de carácter político, así como vínculos con el narcotráfico. La historia acompaña al televidente en el proceso electoral que se vivió en México durante el 2012, dado que dentro de esta telenovela se desarrolla también un proceso electoral; narrándose en ella la política mexicana envuelta en situaciones de corrupción acorde al modo realista propuesto por el productor Epigmenio Ibarra.

En *Infames* los personajes protagónicos son femeninos, mujeres que laboran en un escenario político, un tema escasamente abordado en telenovelas mexicanas. En este espacio laboral usualmente dominio del hombre, la estructura normativa se vincula con el ejercicio del poder. Y es precisamente en este contexto donde se desarrolla la trama de la telenovela.

a) Las reinas de Palacio

Los personajes que constituyen la telenovela *Infames* son cinco mujeres, mejor conocidas en la historia como las Reinas de Palacio, pues ellas tienen el control para ejecutar muchas de las acciones políticas, asimismo una pieza clave en el gran juego de póker que es el poder político.

- Dolores Medina es el personaje desde el cual se desencadena la trama. Ella llega a Palacio buscando vengar la muerte de su prometido Daniel Herrera;

se infiltra con una falsa identidad. Su nombre era Sara Escalante y finalizaba la maestría en Derecho, cuando asesinan a su novio y la culpan por ese delito. Durante el tiempo que permanece en la cárcel conoce a Maria Eugenia Tequida, una narcotraficante que la ayuda a escapar y le proporciona lo necesario para cambiar de identidad. Sometiéndose a una cirugía plástica facial se convierte en Dolores Medina.

- Ana Leguina se define como Reina de Reinas, Coordinadora de Asuntos del Congreso. También pertenece a una familia de narcotraficantes y su nombre real es Ana Preciado.
- Yalda Adams es la asistente y amante ocasional de Porfirio Cisneros, jefa de Dolores Medina.
- Casilda Barreiro es la publrrelacionista encarga de comunicación en Hacienda. Proviene de familia acomodada, mantiene una adicción a la cocaína. Se relaciona sentimentalmente con otro periodista.
- Sol Fuentes es también asistente de Porfirio Cisneros, parece afable y tonta.

Todos esos personajes laboran en el Ministerio de Hacienda, que es el escenario principal donde transcurre la historia, bajo el mando del Secretario que busca la presidencia del país. La búsqueda por la obtención del poder es lo que define la trama y desentrañar la corrupción de la política mexicana es la finalidad de algunos de los personajes en la telenovela. Estas mujeres trabajan en esta institución política y se muestran las funciones laborales y practicas a las que recurren para cumplir con su labor. Son mujeres preparadas profesionalmente para desempeñar labores políticas, ejerciendo el poder de forma peculiar.

b) Los temas

En la narrativa de la telenovela se pueden apreciar grosso modo algunas de las líneas temáticas en las que transcurre la historia de *Infames*.

1. *Masculinización de la mujer*. Sin duda un elemento que no puede pasarse por alto es que la participación de la mujer en la política no es del todo equitativa, puesto que para permanecer en este medio tiene que modelar su conducta o asumir características masculinas. El control de las emociones o sentimientos es una constante en las acciones de los personajes, emular la templanza que habitualmente caracteriza al hombre.
2. *Mujeres y Poder*. Con el leitmotiv “Ellas controlan al Poder”, *Infames* plantea un escenario político actual donde las mujeres que se desenvuelven en ese medio ejercen un rol dominante de carácter manipulador y cuyo principal instrumento de dominación es el sexo. La vivencia de la sexualidad como ejercicio del poder y la seducción como una herramienta de manipulación son dos elementos a considerar.
3. *Normalización de narcotráfico*. Se aprecia en la telenovela una reiterada mención a estos grupos de violencia con las mujeres al mando de éstos. La

- presentación del tema se esboza como libre de valorización alguna, es decir, se adhiere a una normalidad de la realidad mexicana que no es penalizada.
4. *Belleza como principal atributo*. Es la belleza considerada el factor más importante para mantenerse en el poder, se le confiere mayor valor que alas capacidades intelectuales que pueda poseer la mujer.
 5. *Sexo utilitario*. No es prostitución, pero se le parece. Por medio de favores sexuales las mujeres que trabajan en la política resuelven negociaciones o desempeñan su trabajo.
 6. *Ámbito laboral*. La propuesta de la telenovela *Infames* muestra a estos personajes femeninos únicamente en el ámbito político-laboral, desplazando de cierta forma a otros espacios para la trama. Es relevante señalar que hay ciertas características a considerar a partir de esta temática, tales como:
 - *Las relaciones laborales* ya sea presentándose como disputa hegemónica de género, esto es las relaciones laborales que se establecen entre hombre y mujer, como compañeros de trabajo o en un rango de subordinación jefe-empleado. También se muestra la relación que se establece entre mujeres que trabajan, como congéneres en un espacio laboral.
 - *Reconocimiento de capacidades profesionales*. Las mujeres de *Infames* son profesionales que han obtenido sus cargos a veces por sus méritos académicos, pero también por su belleza.
 - *Intimidación*. La dinámica que se establece en el ámbito laboral con el doméstico, llamémosle así al aspecto privado, evidencia conflictos de una mujer que trabaja y busca equilibrar lo profesional y lo íntimo. La maternidad frustrada es un tema que surge constantemente en la telenovela, así como la dificultad de establecer una relación amorosa fructífera.

c) Política y ficción

La telenovela *Infames* se produjo en un momento político bastante álgido, puesto que en el país se libraba una contienda electoral donde los medios de comunicación juegan un papel importante. En un país donde los medios de comunicación ostentan gran poder y la necesidad de figurar en ellos es una necesidad para la cúspide gubernamental, la aparición de la política en la televisión se ha convertido en una constante y es relevante señalar el auge del discurso político en los formatos de ficción (Obitel, 2012). En las series y telenovelas se ha optado por incluir a partir de escenas, temáticas, algunos elementos que inducían alguna tendencia política, ya sea para promocionar o fijar la agenda. Con motivo de las contiendas electorales, desde el año 2011 se ha marcado esta tendencia de propaganda integrada en la televisión, principalmente en las televisoras TV Azteca y Televisa. Una alianza entre el poder mediático y el poder político se ha conformado con el fin de afrontar la violencia que acaecía en el país durante la lucha contra el narcotráfico.

El año 2012 era un periodo electoral donde se disputaba la Presidencia de la República y los principales contendientes eran dos candidatos: Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador, el primero avalado por el Partido Revolucionario

Institucional y el segundo por el Partido de la Revolución Democrática. Aunque oficialmente las campañas inician seis meses antes de las elecciones, la propaganda política y difusión de candidaturas se mostró desde meses antes, incluso años en el caso de Enrique Peña Nieto mientras era gobernador del Estado de México. Dicha propaganda aparecía en la pantalla televisiva comúnmente en los noticieros, donde se incluían notas informativas sobre el gobierno o algún otro dato. Asimismo se autopromocionaba el Gobierno de la República y sus diversas instituciones oficiales en series o telenovelas, como *El Equipo* (2011) o *La Fea Más Bella* (2006), entre otras, donde incluso algunas se financiaban con recursos federales. Esta estrategia de publicidad en época de elecciones se mostraba como una opción ante la restricción del Instituto Federal Electoral de promocionar partidos políticos en un determinado tiempo y hora, a través de los spots. Sin embargo, los productos de ficción o entretenimiento quedaban fuera de la reglamentación, la ficción como terreno libre de normatividad y vigilancia, donde podían mostrarse contenidos como parte de la narrativa, explícita o subliminalmente (Obitel, 2012).

En *Infames*, como en el contexto mexicano, la contienda electoral se vislumbraba entre dos candidatos principalmente, el representante político de izquierda y el candidato oficial. Se puede apreciar en la telenovela cómo los colores marcan un distintivo para los personajes, siendo el color amarillo para el candidato de izquierda y el color rojo para el oficial. Las referencias constantes a la realidad vigente posibilitan la identificación de algunos personajes de la política mexicana, tales como el desplome de un helicóptero donde viaja un secretario de gobernación, escándalos políticos, relaciones con el narcotráfico, impuestos a medicamentos, la asignación de la agenda política en medios de comunicación, entre otros elementos de marketing político que definen el término *ficción a la carta* (Obitel, 2013). En pocas palabras, muestra la política mexicana como parte de un juego entre la realidad y la ficción, donde el espectador va de un lado a otro tratando de encontrar las relaciones existentes.

CONCLUSIONES

La telenovela ofrece nuevas posibilidades de visualizar en la mujer en la pantalla, sin embargo, aunque presentar a la mujer como actante política se acerca a la realidad mexicana, difiere de la propuesta acerca de no estereotipar a la mujer. Si bien es de reconocerse esta aparición de la imagen femenina que trabaja en un ámbito laboral, las características en las que aparece representada se alejan de una visión favorable. El mundo político, tal como se muestra corrupto y patriarcal, obliga a presentar a la mujer política ejecutando toda labor participando de las características masculinas y sólo remarcando la belleza y manipulación a través del sexo como un atributo femenino.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aguilera, F. J. (1994). *Telenovelas, televisión y comunicación*. México: Ediciones Coyoacán.

- Berganza, M. R. (2002). *Mujer y medios de Comunicación. La mujer en un mundo globalizado*, p. 14. España: Universidad de Navarra.
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. España: Gedisa.
- Orozco, G. (2006). La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia? *Comunicación y Sociedad*, 11-36.
- Ricoy, M. T. (1999). Mirada de género en el aroma de las telenovelas. *Iztapalapa*, 261-278.
- Zabludovsky, G. (2007). Las mujeres en México: trabajo, educación superior y esferas de poder. *Política y Cultura*, 9-41.

Género y comunicación, una relación desde los estudios culturales

NATALIA IX-CHEL VÁZQUEZ GONZÁLEZ; GUILLERMINA DÍAZ PÉREZ & ARACELI PEREZ DAMIÁN

nataliaix@yahoo.com; diaz.guillermina@yahoo.com.mx; aracelidamian03@hotmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

El género es una construcción social en donde los sujetos aprenden a desempeñar el rol que socialmente se le ha asignado acorde a su género por la interacción que tienen con ambos sexos en los distintos contextos en los que se desarrollan. El objetivo de este trabajo, es reflexionar sobre las aportaciones que desde los estudios culturales, con categorías como las prácticas sociales, la vida cotidiana, las subjetividades y los espacios, se hacen a los estudios de género en aras de comprender las realidades sociales, como estructuras de significado, que dan cuerpo a las prácticas sociales que reproducen las diferencias de género.

Palabras Clave: Estudios culturales; estudios de género; comunicación y subjetividades

INTRODUCCIÓN

Uno de los ejes que se ha ocupado para estudiar la relación entre el género y la comunicación es a partir del análisis de los discursos mediáticos; sin embargo, recuperar desde los estudios culturales dicha relación permite comprender las prácticas y discursos sociales que conllevan a la construcción de la identidad genérica y con ella la reproducción de relaciones equitativas o inequitativas que se legitiman como naturales o lógicas, es decir, cómo se van construyendo los sentidos sociales de la identidad genérica y los roles sociales que derivan de ello.

Esta última idea es fundamental cuando se observa que el género es una construcción social en donde los sujetos aprenden a desempeñar el rol que socialmente se le ha asignado acorde a su género por la interacción que tienen con ambos sexos en los distintos contextos en los que se desarrollan. Por una parte, la reproducción del individuo depende, en general, de la reproducción cotidiana de su identidad genérica; por otra, el discurso cotidiano, hace visible las relaciones de género. De igual forma, uno de los tipos de violencia de género más invisible, pero más presente en la realidad social, es la simbólica (Bourdieu) o cultural (Galtung), la cual sólo puede comprenderse si existe un acercamiento a las prácticas sociales que la reproducen. Desde el ámbito cotidiano de los sujetos es relevante estudiar las relaciones de género y cómo éstas pueden tender a la equidad e igualdad o por el contrario a las inequidades hasta llegar a la violencia. De ahí que el objetivo de este trabajo, sea reflexionar sobre las aportaciones que desde los estudios culturales, con categorías como las prácticas sociales, la vida cotidiana, las subjetividades y los espacios, se hacen a los estudios de género en aras de comprender las realidades sociales, como

estructuras de significado, que dan cuerpo a las prácticas sociales que reproducen las diferencias de género.

Partimos del supuesto de que incorporar los estudios culturales a esa relación de género y comunicación, permitiría tener visibilización de las producciones culturales de las mujeres, es decir, del abanico de significaciones que se producen en contextos y tiempos determinados; cuestionar los roles y las identidades genéricas que reproducen las desigualdades, a la ruptura de las lógicas “naturales” de las interacciones sociales; una recuperación del papel de los procesos socio-históricos y políticos, en la constitución de las subjetividades, identidades y sexualidades, estudiados en contextos específicos. Para ello, en un primer momento se planteará un recorrido, de manera general, sobre los estudios de género, para que en uno segundo se pueda reflexionar sobre las intersecciones y aportaciones de los estudios culturales, la comunicación y los estudios de género.

GÉNERO: UN MAPA PARA SU ESTUDIO

Entre los antecedentes de lo que en la actualidad conocemos como estudios de género destacan diversas aportaciones teóricas feministas, entre las primeras que se tiene registro se encuentra Mary Wollstencraft, quien en *Vindicación de los derechos de la mujer* (1792), afirma que el sexo no determina la inferioridad de las mujeres, sino la educación que reciben hombres y mujeres. Por otra parte John Stuart Mill en *Ensayos sobre la igualdad sexual* (1869) resalta la importancia de la educación para lograr un cambio en la situación de discriminación hacia la mujer. Olimpe de Gouges inconforme con la exclusión de las mujeres de los Derechos del Hombre y del Ciudadano proclamados en 1789, los reescribió en versión femenina, cuestión que le costó la vida.

A mediados del siglo XX, en *El Segundo Sexo* de Simone de Beauvoir señala que no es la naturaleza a través del sexo quien asigna los roles a los géneros sino las costumbres, afirmando que “No se nace mujer: llega una a serlo. Ningún destino biológico, físico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; la civilización en conjunto es quien elabora ese producto intermedio entre el macho y el castrado al que se califica como femenino” (De Beauvoir, 1989: 15).

En el marco de una nueva ola feminista que se produce a finales de los años sesenta en Reino Unido y los Estados Unidos de América y setentas en América Latina así como en otras latitudes, por primera vez se utiliza el término *género* como categoría de análisis en las ciencias sociales, así como en la psicología. Desde entonces se comienzan a observar los papeles que marcan las diferencias en la participación de hombres y mujeres en las instituciones sociales, económicas, políticas y religiosas, pero que también incluyen las actitudes, valores y expectativas conceptualizados socialmente.

El resurgimiento de las reivindicaciones femeninas se plasman en *La Mística de la Feminidad* (1974) de Betty Friedan, quien acuña el término de hetero-designación, aludiendo a la designación de una identidad a las mujeres desde afuera, desde lo

que posteriormente Gayle Rubín (1975) denomina sistema de género patriarcal. Por primera vez en Ciencias Sociales, Rubín acuña los términos género y sistema de género patriarcal en *The traffic in women: notes on the political economy of sex*, no obstante en 1985 se generalizan estos términos, así como la perspectiva de género como una nueva visión teórico – metodológica.

Kate Millet (1975) en *Política Sexual* afirma que el patriarcado socializado ha invisibilizando la violencia que ejerce, misma que reproduce el sistema de desigualdad sexual. A partir de ella, la violencia contra las mujeres deja de ser un problema personal para considerarse como estructural afectando al colectivo femenino.

En el ámbito de la antropología social las inquietudes académicas eran sobre las relaciones de dominación que ejercía el hombre sobre la mujer y que se constataban en los estudios etnográficos¹, posteriormente las antropólogas feministas realizan estudios sobre las relaciones de género como resultado de la estructura cultural de la sociedad que forma parte de la violencia simbólica que legitiman las diferencias y las consecuentes relaciones desiguales de poder (Gregorio, 2006:82).

Joan Scott afirma que han sido básicamente tres posturas teóricas las que han desarrollado las historiadoras feministas para realizar análisis del género, siendo estas:

1. Explicando los orígenes del patriarcado
2. Desde el marxismo buscando un compromiso con las críticas feministas
3. A través de las escuelas del psicoanálisis (francesa y angloamericana) explican como las y los sujetos producen y reproducen la identidad de género (cfr Scott, 1996:273).

Bordieu (2000), en *La dominación masculina* considera que a través de la historia se ha realizado un trabajo constante de división genérica al que hombres y mujeres han estado sometidos, asimismo aborda los mecanismos estructurales que las instituciones han perpetuado en las relaciones de dominación de los hombres sobre las mujeres lo que se traduce en violencia simbólica.

La psicología diferencial fue la temática inicial en torno al género, abordada por esta área de la ciencia, posteriormente sus temas centrales sobre los cuales se ha teorizado acorde a Esther Barberá aluden básicamente a “el análisis empírico de las diferencias comportamentales entre las mujeres y los hombres y, por otro lado, las repercusiones psicológicas sobre tales diferencias. (...) la complejidad que implica cualquier debate actual sobre el género y a la interdisciplinariedad teórica y metodológica, característica en el estudio de los fenómenos del género” (2006: 61).

De acuerdo con De Barbieri (2004), existen dos posturas fundamentales para definir la categoría género. La primera considera el género como atributo de individuos, y la segunda lo reconoce como ordenador social, construcción colectiva e histórica. Para la primera, subyace la idea de que la sociedad es sólo el conjunto de los individuos que la componen. El género es, por lo tanto, un atributo o característica

¹ Marta Lamas (1996) puntualiza que en sus inicios estos análisis se realizaron desde una perspectiva androcéntrica y/o biologista.

que permite clasificar a los individuos. Para quienes piensan que la sociedad es algo más que el conjunto de los seres humanos que la integran, el género es una dimensión de la sociedad, aquella que surge a partir de la existencia de cuerpos sexuados. El centro de análisis no serán necesaria y exclusivamente los varones y las mujeres, sino también las reglas y normas, los valores, las representaciones y los comportamientos colectivos.

En las ciencias sociales el concepto de *género* ha sido definido como “el sistema prevaleciente de papeles sociales, expectativas y estatus del hombre y la mujer en determinada sociedad o cultura” (Lamas, 1996: 97). Es decir, alude a las relaciones entre seres humanos que emergen de distintas construcciones sociales y culturales, a través de los años en cada sociedad, independientemente de las diferencias biológicas y físicas que existen entre ambos sexos. Para Scott (1999), no sólo es el elemento constitutivo de relaciones sociales basadas en diferencias que distinguen a hombres y mujeres, sino una forma primaria de relaciones de poder.

Así, el género es una construcción cultural y social, que da significado a la feminidad y la masculinidad, y en consecuencia erige los roles que socialmente tienen mujeres y hombres, los cuales determinan su participación en el ámbito familiar, económico, político y cultural; es decir, en la esfera pública y privada. De esta manera varias de las características o atributos que consideramos naturales de hombres y mujeres realmente han sido aprendidos socialmente y, por ende, pueden ser desaprendidos o modificados. En este sentido, el enfoque de género:

[...] permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. Esta perspectiva de género analiza las posibilidades vitales de las mujeres y los hombres: el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros, así como los conflictos institucionales y cotidianos que deben enfrentar y las maneras en que lo hacen (Lagarde, 1997: 15).

LOS ESTUDIOS CULTURALES: UNA MIRADA PARA CUESTIONAR LAS RELACIONES SOCIALES

Identidad y poder son dos conceptos fundamentales para comprender las ciencias sociales (cfr. Wallerstein, 1996). Una de las múltiples miradas que se han tenido para acercarse a ellos, considerando su estudio en el tiempo y el espacio donde se generan, han sido los estudios culturales. Estos últimos se proponen comprender las prácticas culturales y su relación con el poder, comprender la cultura en toda su complejidad de sus formas y analizar el contexto social y político en el que se desarrollan. La comunicación, por su parte, estudia las significaciones sociales y los estudios culturales le han dado gran aporte a la misma al estudiar las interacciones sociales, los espacios, los tiempos, las interacciones, las prácticas y los significados. Sus aportaciones se traducen en los estudios de la producción, la circulación y los consumos culturales entre otros. El género y las relaciones intergéneras atraviesan los procesos comunicativos cotidianos, de ahí que nos interese establecer la relación entre comunicación, estudios culturales y de género.

Si bien es cierto que durante la década de los años 70's y 80's los estudios de género cuestionaban las relaciones de poder, que en gran medida se encontraban legitimada en las estructuras de poder (patriarcado)² y cómo éstas permeaban en las identidades genéricas; sin embargo, poco se estudió las estructuras de significación que le daban sentido a dichos comportamientos. Comienza, entonces, la preocupación de comprender los procesos sociales desde la cotidianeidad, de tal suerte que pudiera dejarse hablar desde su propia experiencia al sujeto. Empezaba la inquietud por comprender cómo se estaba construyendo la subjetividad de las mujeres, construcción que tenía necesariamente que ver con la otredad, y un primer paso fue cuestionar el concepto de la otredad³. A pesar de que pudiera comprenderse la desigualdad y la exclusión en términos macro, faltaban estudios que hicieran visible las elaboraciones de los sujetos (en este caso las mujeres)⁴, su acción en la vida cotidiana y en su interacción con los sectores dominantes, sobre todo cuando las mujeres ocupan una posición subalterna.

Por su parte, los estudios culturales, se posicionaban en los estudios postcoloniales, reconociendo las múltiples voces, miradas y acercamientos de aquellos sectores o grupos cuya identidad no entraba en las dinámicas de lo valioso y pertinente por estudiar y ser estudiado. Existe un tipo de alianzas en el trabajo intelectual amén de visibilizar los estudios lejanos a la narrativa única y sólida planteada desde la mirada eurocentrista (y androcentrista occidental) cuestionando, a la vez, la mirada colonial de la ciencia (cfr. Jameson, 1998). De ahí, que desde dicha perspectiva, la cultura se entienda como un medio por el cual se negocia la relación entre los grupos, recupera la alteridad y sus procesos de negociación, circulación y consumo⁵. La cultura, desde dicha perspectiva, no es una práctica, ni es simplemente la descripción de la suma de los hábitos y costumbres de una sociedad; pasa a través de todas las prácticas sociales y es la suma de sus interrelaciones; es decir, en el concepto de cultura caben significados y valores que surgen y se difunden entre las clases y grupos sociales y se materializan en las prácticas sociales. Por supuesto los medios de comunicación desarrollan una función importante al actuar como elementos activos de estas elaboraciones. En ese entendido, los estudios culturales centran su interés en analizar una forma específica de proceso social, correspondiente a la atribución de sentido a la realidad, al desarrollo de una cultura, de prácticas sociales compartidas, de un área común de significados; consideran las prácticas ideológicas o culturales como relaciones materiales y simbólicas en su forma discursiva y no como condición fija (Valenzuela, 2003).

² José María Tortosa (2012) expone que el patriarcado es violencia estructural y el machismo violencia cultural.

³ "Si bien la alteridad pone en primer lugar la presencia de 'lo otro' en nuestro más cercano entorno, el mismo acto de remarcar la distinción entre lo que somos y aquello considerado 'otro' produce una lógica de relación, que por contraste, nos brinda la ocasión para reconocernos y pensar nuestra propia condición. Teniendo de frente al otro y a lo otro, pareceríamos encontrarnos en condiciones para interrogarnos mejor por lo que somos" (Vázquez, 2012: 85-86).

⁴ Las identidades juegan un papel fundamental, entendidas éstas como espacios de interacción, a partir de las subjetividades y de los procesos de autoreflexión donde los sujetos se diferencian de otros, mediante la autoasignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo (cfr. Giménez, 2007: 60-61).

⁵ En dicha interacción grupal, existen las relaciones entre grupos subalternos y hegemónicos, en las fronteras identitarias entre éstos, puede generarse no sólo los conflictos sino las violencias.

Por su parte los estudios de género, en ese diálogo interdisciplinario para evidenciar las relaciones de poder que se construían desde la cultura, recurrieron a la antropología; sin embargo, en sus inicios, hubo incapacidad de ciertos modelos antropológicos para mostrar a la mujer como sujeto de acción y producción cultural; las mujeres, en ese sentido, seguían figurando como categoría al margen, se dejaba de lado su subjetividad (cfr. Gregorio y France, 2006). Es cuando tiempo después, con la mirada de la etnografía, no sólo como metodología sino como marco epistemológico, se abordan cuestiones relevantes tales como la visibilización de las producciones culturales de las mujeres, como grupo subalterno y la diversidad que éstas proponen; el cuestionamiento de la prelación que incorporan en lo relativo a las diferencias de género establecido entre las categorías hombre y mujer; el extrañamiento, la ruptura con lo obvio, a lo que se le presente como natural; el papel de los procesos socio-históricos y políticos, en la constitución de las subjetividades, identidades y sexualidades, estudiado en contextos específicos, la articulación entre el uso interno y la realidad exterior, entre lo macro y lo micro (cfr. Gregorio y Franzé, 2006). Así, en este diálogo y en las intercesiones que se producen entre los estudios culturales, los poscoloniales y los estudios de género que incorporan dicha mirada, se llevan las necesidades, los temores y las esperanzas de los grupos subalternos, en general y de las mujeres, en particular, a la teoría social. De tal suerte que se puede hablar, por ejemplo, de una violencia simbólica⁶, entendida ésta como la capacidad “de imponer significaciones como legítimas disimulando las relaciones de fuerza en que se funda su propia fuerza” (Bourdieu y Passeron, 1996: 44). Violencia que se comprende a partir de narrar como las subjetividades se convierten en prácticas sociales⁷ y en ellas se materializan los significados y los sentidos sociales.

Dejar hablar a las mujeres desde su propia subjetividad nos permite⁸ comprender los rostros de la violencia, para saberla nombrar y mostrar sus repercusiones en la construcción de las mujeres como sujetos plenos y con capacidades para conducirse por la vida con dignidad; la violencia alcanza las maneras en las que las mujeres se reconocen, se nombran y se constituyen como actores sociales; se instala en la experiencia de vida y la confina a la sumisión, al sometimiento, a la dominación, a la dependencia, a la opresión y al miedo de saberse nombrar y estar en el mundo.

La incorporación de la mirada cultural a los estudios de género, ha permitido que se constituyan en estudios poscoloniales que cuestionan y enriquecen los análisis feministas previos “centrándose en los recursos y limitación presente en las diversas culturas en las que las mujeres luchan contra la supremacía masculina, el imperialismo cultural y el empobrecimiento económico; analizan los efectos mutuamente causales producidos por los cambios en la relación de género y por los cambios en la economía política global; se centran en la manera en que el eurocentrismo presente en las asunciones del Norte exacerba los efectos del

⁶ Galtung, llama violencia cultural a la violencia que se legitima desde la cultura

⁷ Para comprender en un sentido más amplio las prácticas, ver las aportaciones que hace Raymond Williams.

⁸ Se reproduce aquí un fragmento del trabajo previo “Epílogo” en *Rostros y restos de la violencia*, en prensa.

androcentrismo existente en las distintas culturas, deteriorando todavía más los recursos de la mujeres”(Harding, 2006: 24).

Un ejemplo de estudios de género de estas perspectiva, donde se deja claro cómo las mujeres se perciben así mismas en diversas interacciones sociales y narrativas, lo es el trabajo de Castillo, Rangel y Delgado sobre las mujeres prostitutas en Tijuana (México); en dicha investigación se narran sus experiencias, evidenciando las relaciones de poder, económicas atravesadas por la sensibilidad, sueños e historia de vida, de lucha y de dignidad de las mujeres. En dicho trabajo se comprende que las diferencias no explican la desigualdad, sino más bien, la desigualdad produce la diferencia. Que gracias a su intersubjetividad, en lo colectivo, encuentran las razones de su dignidad.

REFLEXIÓN

Las intersecciones entre los estudios culturales, la comunicación y los estudios de género tienen que ver con el poder y con las identidades; una manera de dejarlos hablar desde sus entramados culturales es ocupar el distanciamiento con el objeto, el extrañamiento, cuestionarlo y no asumirlo como natural y lógico, comprender las diferencias y con ello las relaciones de poder y de conflicto que generan.

Los estudios culturales nos permiten analizar los fenómenos desde los tiempos, espacios, grupos, interacciones, prácticas sociales, sentidos, significaciones y símbolos compartidos que reproducen, invisibilizan, construyen asimetrías, desigualdades y dominaciones. La cotidianeidad, aquella que le da sentido a las prácticas y relaciones sociales, se vuelve el lugar por excelencia para cuestionar las reproducciones que legitiman las desigualdades de género que transitan desde el espacio privado al público, de lo subjetivo a lo objetivo, de lo micro a lo macro, de lo individual a lo social.

Las prácticas, los discursos, los relatos y las diversas narraciones cotidianas constituyen los escenarios por excelencia donde se producen y reproducen las identidades de género y, en su caso, desigualdades; estudiarlas es evidenciar las matrices que las reproducen y los sentidos que construyen las subjetividades. Por ello, ese sentido, hay una estrecha alianza entre los estudios de género, los estudios culturales y la comunicación para la construcción unos nuevos lentes para mirar el caleidoscopio del poder y las identidades de género; en todo caso, con ello, encontrar producciones desde lo subalterno que nos hablen de otra mirada para transitar el mundo con mayor equidad de género.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barberá, H. E. (2006). Aportaciones de la psicología al estudio de las relaciones de género. En R. M. Carmen (comp), *Género y currículo. Aportaciones del género al estudio y práctica del currículo*. Madrid: Akal.
- Bordieu (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1996). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de la enseñanza*. México: Fontamara

- De Barbieri, T. (2004). Más de tres décadas de los estudios de género en América Latina. *Revista Mexicana de Sociología*, núm. especial.
- De Beauvoir, S. (1989). *El Segundo Sexo*. México: Ediciones Siglo XX Alianza Editorial
- Debra A. C.; Rangel, M. G. & Delgado, B. (2000). Vidas fronterizas: mujeres prostitutas en Tijuana. En M. Moraña (ed). *Nuevas perspectivas desde/sobre América Latina. El desafío de los estudios culturales*. Chile: Editorial cuarto propio.
- Friedan B. (2003) *La Mística de la Feminidad*. Madrid: Júcar.
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: ITESO- CONACULTA.
- Gregorio, C. & Adela, F. M. (2006). Una mirada desde la antropología social: diferenciaciones de género y mediaciones culturales en los procesos educativos. En R. M. Carmen (comp), *Género y currículo. Aportaciones del género al estudio y práctica del currículo*. Madrid: Akal.
- Harding, S. (2006). Estudios feministas poscoloniales sobre ciencia: recursos, desafíos, diálogos. En R.M. Carmen (comp), *Género y currículo. Aportaciones del género al estudio y práctica del currículo*. Madrid: Akal.
- Jameson, F. (1998). Sobre los estudios culturales. In F. Jameson & S. Zizek, *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Argentina: Paidós.
- Lagarde, M. (1997). *Identidad genérica y feminismo*. Heredia, Costa Rica: Instituto de Estudios de la Mujer, Universidad Nacional.
- Lamas, M. (1996). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: UNAM, Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG).
- Le Breton, D. (2001). *El silencio*. Madrid: Ediciones Sequitur,.
- Millet, K. (1995). *Política Sexual*. Madrid: Cátedra.
- Rubin, G. (1996). El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. En M. Lamas, *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: UNAM-Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG).
- Scott, J. (1996). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Lamas, *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: UNAM-Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG).
- Stuart Mill, J. (2001). *Ensayo sobre la igualdad sexual*. Madrid: Cátedra.
- Tortosa, J. M. (2012). *Desigualdad, conflicto, violencia. Cinco ensayos sobre la realidad mundial*, Ecuador: PYDLOS ediciones.
- Valenzuela, J. M. (2003). *Los estudios culturales en México*. México: FCE-CONACULTA.
- Vázquez, J. P. (2012). Renombrar lo diverso. Reflexiones sobre la alteridad, la formación y la cultura. En A. M. Valle (ed), *Alteridad*. México: UNAM
- Wallerstein, I. (1996). *Abrir las ciencias sociales*. México: Siglo XXI- UNAM

Encontros das línguas - espanhol e inglês - em expressões midiáticas que permeiam a construção da identidade cultural do cubano/norte-americano em Miami

MARIA OGÉCIA DRIGO & LÍGIA BARDOU DE CARVALHO

maria.drigo@prof.uniso.br; libardou@hotmail.com
Universidade de Sorocaba (Uniso); Universidade Paulista (UNIP)

Resumo

Com o propósito de identificar como as línguas - espanhol e inglês – presentes nas expressões midiáticas balizam o processo de construção da identidade cultural do cubano norte-americano, que vive em Miami/Flórida (EUA), vale-se da abordagem etnográfica e exploram-se a noção de estrangeiro, de mundialização da cultura e aspectos do processo de construção da identidade cultural. Das análises dos dados – fotos etnográficas- vêm que as diversas expressões midiáticas, pela presença das línguas mencionadas, podem ser vistas como fios que promovem a costura de duas modalidades de identidades, a vinculada à cultura nacional e outra, à nação que os acolhem. Tratar da questão do estrangeiro - marcada por conflitos e pelas interações propiciadas por expressões midiáticas diversas-, que, nos dias atuais, emerge diante de uma nova ordem econômica e política, em escala planetária, constitui a relevância deste artigo.

Palavras-Chave: Línguas; identidade cultural; expressões midiáticas; abordagem etnográfica

SOBRE A PESQUISA

Este artigo vale-se de resultados de pesquisa sobre identidade cultural dos cubanos/norte-americanos, moradores de Miami, que identifica como as expressões midiáticas balizam o processo de construção de identidade cultural destas pessoas. No âmbito da pesquisa, reportagens de revistas, jornais ou sites, cartazes, peças publicitárias, cardápios de restaurantes, cartões de visitas, objetos - entre eles os *souvenirs*-, *flyers* entre outras constituem as expressões midiáticas, enquanto “nacionalidade cubana/norte-americana” designa a nacionalidade dos cubanos que migraram para os Estados Unidos e receberam a cidadania norte-americana - o que é possível, por lei, um ano e um dia após a data de chegada ao país -, bem como de descendentes destes que nasceram nos Estados Unidos.

Identificar como as línguas - espanhol e inglês - presentes nestas expressões midiáticas participam no processo de construção da identidade cultural do cubano norte-americano, que vive em Miami, constitui o propósito deste artigo. Para tanto, identificam-se expressões midiáticas presentes no local, bem como os canais de comunicação não convencionais e explicitam-se os sentidos latentes em representações visuais (fotos etnográficas e outras coletadas em jornais, revistas, peças publicitárias, panfletos).

No que se refere aos idiomas mencionados, Morales (2003) enfatiza a importância do espanhol para os cubanos, bem como para os latinos que vivem nos Estados Unidos. Eles precisam também do outro idioma (o inglês), uma vez que prestadores de serviços, como médicos, dentistas, corretores e outros nem sempre falam o espanhol. O uso desta língua se difunde, está presente em toda parte, principalmente em lugares de domínio público.

Adotou-se a abordagem etnográfica, fundamentada em Achutti (1997; 2004), Ribeiro (2003) e Trindade (2008) para a coleta de dados, que se deu no primeiro semestre de 2012 e em janeiro de 2013, focando o local que as pessoas frequentam para compras e lazer. Considerando-se que o objeto de estudo se constitui com as relações construídas em determinado local e envolvem tanto as pessoas como os objetos que as rodeiam, fez-se necessário observar todos os elementos presentes no contexto urbano. As fotos foram realizadas após um primeiro reconhecimento dos diversos locais.

As pessoas entrevistadas, na sua maioria, trabalham nos estabelecimentos visitados. O roteiro da entrevista contemplava as seguintes questões: 1. Dados pessoais: idade, escolaridade, local de nascimento, profissão, sendo que a identificação não era necessária; 2. Coleta de fotos: solicitar fotos da pessoa, do local em que vive ou trabalha, incluindo os objetos presentes no local; 3. Descrição da rotina: pedir para a pessoa descrever, contar sobre a sua rotina (quando o entrevistado mencionar alguma atividade diferente - reunião com amigos cubanos, ou alguma atividade que a vincule a Cuba-, fizemos perguntas para tentar verificar o quanto aquilo era significativo para o seu dia-a-dia: Isto é prazeroso para você? Você gosta de fazer isto? Por quê?); 4. Descrição da sua vida em Cuba (como possibilidade); 5. Descrever o local em que vive e 6. Definir Cuba e Miami em algumas palavras.

Os dados foram interpretados pelas pistas, pelos indícios da realidade que estão neles latentes. Concebe-se, portanto, que há uma realidade objetiva e, assim, o intérprete não toma a representação coincidindo com tal realidade, o que implicaria na comunicação “tautista”, conforme menciona Sfez (2007). Assim, cada dado coletado tais como depoimento, reportagem, foto etnográfica, peça publicitária etc. é visto como objeto/signo, cujos significados estão vinculados à realidade.

Nas análises buscaram-se aspectos qualitativos, que envolvem o jogo com cores, formas, movimento, texturas; os referenciais, que conectam o usuário/intérprete à realidade e, por fim, os simbólicos que exibem regras, normas, padrões compartilhados culturalmente. A cultura tende a se espalhar, a alcançar diferentes modalidades de manifestações concretas e entre estas, há as expressões midiáticas. Encontrá-las e inventariar os seus possíveis sentidos constitui uma das etapas do processo interpretativo, no qual se elencam signos interpretantes possivelmente capazes de estabelecer ligações entre as coisas, de produzir sentidos.

SOBRE CULTURA MUNDIALIZADA E IDENTIDADE CULTURAL

Conforme Ortiz (1994), o fenômeno da mundialização está vinculado ao aumento das atividades econômicas devido à extensão geográfica, fato constatado

no transcorrer da história. A globalização, por sua vez, é uma prática mais complexa, voltada ao mercado e às estratégias mundiais.

A cultura constitui-se de um sistema de ideias, crenças, hábitos que vem como consequência de tentativas das pessoas relacionarem-se neste universo de contradições, ambiguidades e de amenizarem a complexidade da realidade sociopolítica. Uma cultura, num contexto mais amplo, uma cultura mundializada, segundo Ortiz (1994: 26), “não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela coabita e se alimenta delas”.

Para Ortiz (1994), com a internacionalização do comércio, os relacionamentos entre as pessoas caminham para além das fronteiras da comunidade de origem. Logo, o conhecimento somente da língua nacional não seria suficiente. O árabe, o francês, inglês, espanhol e russo foram algumas línguas selecionadas. Elas cobrem determinadas áreas geográficas. O inglês talvez venha a ser uma língua mundial, no entanto, para existir enquanto língua mundial ela precisa se adaptar a padrões das culturas particulares. Seria este o caso do espanhol com o inglês, em Miami, que está constituindo uma o “*espanglês*”.

O inglês, segundo Ortiz (1994: 191-192), “perde sua territorialidade americana ou britânica. O inglês falado em outros locais do mundo na realidade é uma variedade linguística, pois o padrão britânico/americano encontra-se distante”. Enfatiza ainda que a falta de domínio desta língua não impede a comunicação, como o que se dá com o *rock*, conforme Ortiz (1994, p.192), “difundido em forma planetária, independente da dificuldade de decodificação enfrentada pelo ouvinte. (...) As pessoas apreciam o que não entendem, escutam porque creem, isto é a legitimidade do inglês”.

Uma cultura-mundo se daria com a utilização da tecnologia, que aproxima cada vez mais as culturas do globo, sintetizando e cristalizando-as algumas vezes, sob a forma de bens materiais. Mas, a síntese que pode se dar não leva a uma descaracterização de seus significados. O que pode ocorrer é uma diminuição da sua complexidade, pois assim é possível aprendê-la em maior escala, ou seja, estes objetos podem gerar sentidos para uma quantidade maior de pessoas.

Neste sentido, a identidade nacional se perderia? Para Ortiz (1994: 117), “apesar das transformações tecnológicas, da globalização da economia, a cultura nacional, enquanto formadora de relações identitárias, estaria incólume às mudanças atuais”.

Contudo, a globalização desloca as identidades centradas e fechadas de uma cultural nacional, ou seja, de acordo com Hall (2001: 87), “tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas”.

Ainda sobre a identidade, conforme Todorov (1993), cada indivíduo é detentor, ao mesmo tempo, de inúmeras identidades, cujas amplitudes são variáveis. Ele destaca, sobretudo, três tipos de identidade: a primeira refere-se à cultura, com um caráter mais sentimental de apego à terra dos antepassados; a segunda, mais presente na esfera cívica, corresponde ao Estado, ao país do qual somos cidadãos; e a terceira diz respeito ao projeto moral e político ao qual decidimos aderir e em

defesa dos quais somos capazes de atitudes intransigentes. Se “qualquer indivíduo é pluricultural” e se “não existem culturas puras; pelo contrário, todas elas são mistas (ou ‘híbridas’, ou ‘mestiças’),” é coerente pensar que a coexistência pacífica entre as diferentes culturas do mundo deva ser possível.

Tais ideias são bem-vindas, assim como as de Hall (2001), para a possível compreensão do processo de construção da identidade cultural dos cubanos/norte-americanos porque, mesmo com a cidadania norte-americana, ou seja, com parte da sua estranheza resolvida, há a língua do país, as suas experiências no país de origem ou os relatos destas histórias que permeiam a vida dos filhos desses cubanos. Há expressões midiáticas que trazem à tona aspectos do país de origem, da cultura deste país, logo, outros elementos se fazem presente nesta busca por uma identidade cultural. Nem tanto cubano, porém nem tanto norte-americano.

O ENCONTRO DAS LÍNGUAS

NO AMBIENTE EDUCACIONAL

Uma jovem entrevistada, que nasceu em Miami, declarou que aprendeu inglês e espanhol na escola que frequentou em Miami. Ela menciona que aprecia se reunir com amigos latinos e que as conversas são, em geral, em “*espanglês*”. Considera-se cubana/norte-americana. Ela faz compras em lojas exclusivamente americanas e adora o clima de integração da cidade, multicultural. Trabalha no *Hurricane Bar and Restaurant*, em Miami.

Segundo Morales (2003), em 1963, foi criado um programa de educação bilíngue (Inglês e Espanhol), que proporciona a transição linguística dos imigrantes para o inglês, bem como o fortalecimento de sua língua materna. Este modelo de ensino foi estendido a outras escolas e a alunos de língua inglesa, o que foi facilitado pela quantidade expressiva de professores cubanos exilados em Miami. Posteriormente, foi adotado por outros estados norte-americanos.

O ensino bilíngue passou por diversos modelos e diversos níveis de demanda, mas, manteve, de modo geral, abertas as possibilidades para que o espanhol permaneça como uma língua viva, tanto para os de origem hispânica como para aqueles que possuem outras línguas. Atualmente, em Miami, as escolas públicas contam com mais de 60.000 alunos norte-americanos que optaram pelo espanhol como uma língua estrangeira. Vale ressaltar que as escolas particulares também oferecem o ensino do espanhol.

Registra-se também a existência “*das escuelas cubanas*” que recebem os filhos das classes operárias de baixa renda, que funcionam em período integral para atender essa classe trabalhadora. Estas escolas mantêm cubanos/norte-americanos tanto no quadro administrativo quanto docente. A língua utilizada é o espanhol e aborda-se a história e a geografia de Cuba, de religião e os ambientes dessas escolas mostram Cuba por fotografias, mapas, bandeiras e o busto de Martí, como exemplos.

Conforme Morales (2003: 213), “durante os primeiros anos os alunos falam apenas em espanhol em todas as atividades extra-acadêmicas, porém a partir do terceiro ano já se começa a ouvir inglês nos intervalos. Ao final da escola primária os alunos são completamente bilíngues.”

Em Miami, há escolas privadas de alto nível que atendem não apenas cubanos ou hispânicos, e nelas o ensino do espanhol também é expressivo. Em relação ao ensino superior, a educação bilíngue e a especialização em espanhol são oferecidas em todo o país, abrangendo graduação e pós-graduação.

Morales (2003) enfatiza ainda que o ensino do espanhol principalmente para os falantes hispânicos tem como objetivo o domínio da língua, embora seja exigência do sistema que haja toda correção em relação ao inglês para os hispânicos, ou seja, a proposta é que os estudantes dominem tanto o inglês quanto o espanhol, na escrita e na fala.

NAS EXPRESSÕES MIDIÁTICAS

Na *Calle Ocho* (Figura 1), no bairro cubano *Little Havana*, pontos de ônibus, *outdoors*, cartazes, vendedores ambulantes e estabelecimentos comerciais: lojas, supermercados, restaurantes, cafés e o *Versailles Restaurant* - um ponto de encontro dos cubanos/norte-americanos - foram observados e fotografados. Revistas, *flyers*, jornais, catálogos de lojas e restaurantes disponíveis nos locais visitados também foram coletados.

Nas ruas do bairro, pulsam novos modos de viver que lembram hábitos, crenças e lugares de Cuba. Nesta rua, concentra-se o comércio local. Há produtos “cubanos”, tais como charutos enrolados à mão - feitos por cubanos, mas com fumo dominicano; farmácias com produtos específicos, frutarias, mercados de carne, lojas de ervas e cafés. Ao caminhar pela rua, podemos sentir o cheiro do café cubano, dos pães frescos e das tortilhas doces e salgadas. Também é possível saborear o cozido de *arroz, feijão preto e carne de porco*, um prato típico dos cubanos.

As cores da bandeira cubana invadem todos os recintos. O som da língua dos “cubanos” paira no ar e há cartazes promocionais, *outdoor*, em adornos dos vendedores ambulantes em espanhol. A vivacidade - que vem com o ajuntamento das cores vermelha, azul e branca -, aliada à simplicidade, dá o tom ao bairro “cubano”.

A livraria, atualmente denominada “*Librería Universal*” (Figura 2), iniciou as atividades de venda de livros, em espanhol, em 1965, com o nome de Distribuidora Universal. No início, o negócio utilizava somente o correio; em 1966, um local de venda ao público começou a funcionar, com o nome de “*Librería & Distribuidora Universal*”, na “*Calle Ocho*” com a Avenida 24. Em 1967, iniciou-se a publicação de livros com o selo “*Ediciones Universal*”. O estabelecimento cresceu e publicou cerca de 1600 títulos, sendo que a maior parte dos livros é de autores ou temas cubanos, isto porque os fundadores, Juan Manuel Salvat e Marta Ortiz Salvat, mantêm firme o propósito de preservar, via livros, os valores fundamentais da cultura cubana. A *Librería Universal* abastece bibliotecas universitárias e atende professores e clientes

hispânicos dos Estados Unidos. Um catálogo de Bibliografia Cubana e de Novidades (novos cubanos) é publicado mensalmente e também disponibilizado *on line*.



Figura 1: Na *Calle Ocho*

Fonte: Painel elaborado por RAMOS, Matheus Mazini, com fotos de Lígia Bardou de Carvalho, coletadas em maio de 2012 e janeiro de 2013



Figura 2: *Librería Universal*

Fonte: Painel elaborado por Matheus Mazini, com fotos de Lígia Bardou de Carvalho, realizadas em maio de 2012 e janeiro de 2013.

O proprietário, Juan Manuel Salvat, de 73 anos de idade, diz: “*Mi negocio me vincula a Cuba, especialmente a sus escritores. Casi todos mis más cercanos amigos son cubanos.*” Ele considera que, atualmente, a situação de Cuba é desastrosa. “*Es un país para un grupo en el poder por más de cinco décadas, que gobierna en forma dictatorial*”, comenta Juan Manuel Salvat. Ainda nas suas palavras:

Las medidas que se han tomado por el régimen de Raúl Castro, son insuficientes y dan muy pocas libertades a los cubanos tanto en el terreno político, social y económico. Pero es un régimen agotado y la mayoría de sus dirigentes son ancianos. Debe ir cambiando a medida que nuevas generaciones asuman más responsabilidad. Pero siempre pudiera haber un estallido social.

Ele não deseja viver em Cuba e diz que poderia ir até lá para temporadas, férias, para desenvolver trabalhos de cooperação, mas não para viver definitivamente, pois, de um lado, seus filhos, netos e amigos moram em Miami. De outro, as necessidades médicas e sociais dos seus familiares são atendidas e em uma cidade agradável e tranquila.

Constatamos também que ele é grato ao país que o recebeu, que lhe dá assistência médica e social. No entanto, o entrevistado manifesta o desejo de estar próximo à sua nação, pois na sua fala, se vale de expressões como: “*nuestra historia*” e “*nuestra falta de madurez como nación*”, o que pode ser visto no seu plano para o futuro: “(...) *desearía escribir mis memorias. Estudiar a fondo la historia de Cuba para escribir sobre ella y las razones de la intranquilidad permanente en nuestra historia. Nuestra falta de madurez como nación.*” Em outro momento, o entrevistado menciona: “*En Cuba tendría la Patria que amo mucho, el idioma español, mi pueblo, las playas que disfruté de niño.*”

O entrevistado enfatiza a convivência com cubanos, na sua própria livraria, na *Agrupación Católica Universitaria*, na *Asociación de Antiguos Alumnos de los colegios jesuitas*. Ele e os cubanos norte-americanos de Miami estão, de certo modo, unidos por várias estações de rádio - *Radio Mambí* e *La Poderosa*, bem como os diversos semanários. Mas, os principais jornais são para todos os hispânicos. Nas palavras de Juan: “*Miami es nuestra Cuba aunque más amplia en sus gentes*” e “*Cuba es una incógnita y siempre un amor.*”

Considerando-se os três tipos de identidade propostos por Todorov (1993), referente à cultura, à da esfera cívica e à relativa aos aspectos morais e políticos, que o estrangeiro adere, constatamos que, de fato elas estão presentes entre os cubanos/norte-americanos. No caso deste entrevistado, há a identidade referente à cultura, que mantém os vínculos com a terra natal; bem como a relativa à esfera cívica, que toma a nação americana (via Miami), como a nação protetora, a que lhe deu cidadania e, por fim, a incansável luta de refletir sobre os caminhos políticos de Cuba, nos remete ao terceiro tipo de identidade, ou seja, a que se reporta ao projeto moral e político que o estrangeiro defende.

Há vendedores informais, vendedores de flores, frutas, sucos e de *suvenir*. A circulação de informações entre os moradores do bairro é intensa. Na *Calle Ocho*, encontramos muitos jornais, revistas, cartões de visitas, praticamente todos redigidos em espanhol e distribuídos gratuitamente. Todos trazem notícias referentes à América Latina e à Cuba.

O Jornal “*La Voz de La Calle*”, de distribuição gratuita, é “*um periódico com sabor popular que comprende y defiende los intereses del Pueblo.*” Este jornal traz informações gerais, anúncios publicitários e notícias sociais dos “cubanos” que vivem em

Miami e, principalmente, no bairro. Os anúncios publicitários relativos aos supermercados ou loja de departamentos aparecem também em espanhol, não só nos jornais como em folhetos específicos.

Em um exemplar deste jornal há a cobertura de eventos sociais – como uma reunião com representantes políticos no “*Versailles Restaurant*”, o culto a São Lázaro, ofertas dos mais diferentes serviços (de restauração de fotos em preto e branco à confecção de cartões de visita), notas de falecimento, coluna de aniversariantes, contos e anúncios do próprio jornal. Pela notícia sobre São Lázaro constata-se o quanto o santo é venerado em Cuba, bem como constatamos que “*El Rincón de San Lázaro*” é substituído por um altar montado nas residências (Figura 3).



Figura 3: Comemoração junto ao altar para São Lázaro

Fonte: Reprodução de parte do exemplar do jornal “*La Voz de La Calle*”, coletado na “*Calle 8*”, em janeiro de 2013.

O jornal “*El Clarin*”, de distribuição gratuita, pode ser considerado “*el periódico de las oportunidades*!”. Trata-se de um jornal apenas com publicidade para serviços em geral e entre eles o de advogados, ciganas, astrólogos, conselheiros espirituais. Há também uma coluna com anúncios de casamentos, na qual os candidatos esboçam o seu perfil e anunciam as características esperadas num possível companheiro.

No que se refere à publicidade de rua, as fachadas, na sua maior parte, apresentam um design simples e sem emprego de recursos tecnológicos, também sugerem familiaridade - há a “*Farmacia Luis*”, bem como barraca de flores e frutas, um tanto quanto improvisada (Figura 4).

Os anúncios publicitários (Figura 5), disponibilizados em diversas modalidades de painéis, apresentam-se desde uma forma artesanal até mais elaboradas, em grandes dimensões e com iluminação. Predomina a língua espanhola, mesmo nas peças de produtos comercializados fora do “*Little Havana*”. Os chamados para “aprender inglês” são frequentes, bem como os anúncios de cursos preparatórios para o trabalho, como a Escola de Beleza, por exemplo. Estas mídias mostram as necessidades imediatas desses estrangeiros em terras norte-americanas.

A “*casa de empeño*” parece um indício de que os cubanos/norte-americanos talvez necessitem recorrer a esta maneira de obter dinheiro, de forma imediata e sem burocracias. Ao chegar à terra estranha, talvez trouxessem com eles, alguns poucos objetos de valor, como joias. Entre os metais preciosos, o ouro e a prata, principalmente, sempre foram utilizados na fabricação de joias, que assim como os metais preciosos, constituem símbolos de riqueza, portanto, também de pobreza e escassez.

Há uma contribuição efetiva dos diversos meios de comunicação, que se valem das duas línguas, como pudemos constatar nas ruas de Miami (Figura 4 e Figura 5). Assim, o espanhol não passa a ser uma língua obsoleta e seus falantes não se converterão em semi-falantes.



Figura 4: Informações nas ruas

Fonte: Painel elaborado por RAMOS, Matheus Mazini, com fotos de Lígia Bardou de Carvalho.



Figura 5: Publicidade nas ruas

Fonte: Painel elaborado por RAMOS, Matheus Mazini, com fotos de Lígia Bardou de Carvalho.

O “Versailles Restaurant” (Figura 6), com café e padaria acoplados, ponto de encontro de cubanos/norte-americanos é um ambiente caloroso, que mistura de sons e sabores. Os ingredientes da culinária cubana aproximam os usuários do

restaurante aos sabores cubanos. Os espelhos multiplicam os gestos, os sorrisos, ao som das vozes e da música cubana.



Figura 6: “Versailles Restaurant”

Fonte: Painel elaborado por Ramos, Matheus Mazini, com fotos de Lígia Bardou Carvalho, realizadas em maio de 2012 e janeiro de 2013.

Os lustres e espelhos tentam agregar requinte ao local e sinalizam para o olhar do colonizado (que se vê sob o olhar do colonizador mesmo na sua ausência), tal como enfatiza Jameson (2006), olhar que talvez permaneça entre os colonizados latino-americanos. Uma espécie de “inveja cultural” os leva a assumir e acolher aspectos do outro (o colonizador – o europeu). Há índices desta espécie de inveja, pelos lustres e espelhos decorados, tal como o palácio de *Versailles*. São fragmentos concretos da cultura do outro que fazem parte do local.

Outro aspecto que remete o usuário à sua antiga pátria é a presença da língua (espanhol) no material promocional, em cardápios e avisos. Em uma das imagens, junto aos petiscos, vem a palavra “*auténticas*”, que considerar como manifestação do desejo de resgatar os verdadeiros sabores da culinária cubana, afinal o bairro pretende ser uma “pequena Havana” e não uma falsa Havana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diversas expressões midiáticas identificadas, nas quais o inglês e o espanhol estão presentes, podem se vistas como fios, que no processo interpretativo, promovem a costura entre posição e contexto ou contribuem para a construção da identidade cultural. Entram como peças que serão costuradas, pelo menos duas modalidades de identidades, a vinculada à cultura e outra, à nação que os acolhe.

De um lado, eles se valem da cultura do país de origem, da tradição, compreendendo que com ao retomar o passado, mesmo que por fragmentos, eles podem se

reconstituir como novos sujeitos. Isto vai ao encontro da ideia de que estamos sempre em processo de construção da identidade cultural. De outro, os cubanos/norte-americanos não se sentem estranhos no local que os acolheu, pois lá, notadamente em Miami, eles consideram-se integrantes de um mosaico cultural, que para o povo cubano se iniciou, em parte, com a dominação espanhola e continuou com a diáspora.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achutti, L. E. R. (2004). *Fotoetnografia da Biblioteca Jardim*. Porto Alegre: Editora UFRGS/Tomo Editorial.
- Achutti, L. E. R. (1997). *Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixo e trabalho*. Porto Alegre: Tomo Editorial: Palmarinca.
- Hall, S. (2001). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A,
- Jameson, F. (2006). *Espaço e Imagem. Teorias do Pós-Moderno E Outros Ensaio*s. Rio De Janeiro: Editora UFRJ.
- Kristeva, J. (1994). *Estrangeiros para nós mesmos*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Maffesoli, M. (2006). *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Morales, H. L. (2003). *Los Cubanos de Miami: Lengua Y Sociedad*. Ediciones Universal: Miami FL.
- Ortiz, R. (1994). *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Ortiz, R. (2012). *Mundialização e Cultura com Renato Ortiz*. Entrevista. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=khuesdd68xu>. Acesso em 10.03.2013.
- Ribeiro, J. da S. (2003). *Métodos e técnicas de investigação em Antropologia*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Sfez, L. (2007). *A Comunicação*. São Paulo: Martins Fontes.
- Todorov, T. (1993). *Nós e os outros: a reflexão francesa sobre a diversidade humana*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Trindade, E. (2008). Recepção publicitária e práticas de consumo. *Revista Fronteiras. Estudos Midiáticos*, X, 11, 73-80. Disponível em < <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/view/5523/5036>>. Acesso em 04.11.2013.

Identidades culturais de jornalistas latino-americanos em redes sociais

EDSON CAPOANO

edson.capoano@gmail.com; edson.capoano@espm.br
Escola Superior de Propaganda e Marketing

Resumo

O artigo apresenta o diálogo cultural e as atualizações identitárias em uma rede de jornalistas latino-americanos, o Curso Iberis. Espera-se debater como redes sociais, especialmente presenciais, contribuem para a humanização e a combinação de narrativas regionais e continentais.

A forma com que o indivíduo monta seu próprio texto cultural, entende e registra a si mesmo, objetiva e subjetivamente, compõe o imaginário e a narrativa da sociedade que faz parte. Em diversas redes de diálogo, ele recombina signos pessoais e coletivos, estimulando a atualização de identidades.

Neste artigo, a formação e atualização de identidades individuais serão analisadas segundo casos de jornalistas latino-americanos que participam de uma rede, inicialmente presencial, o *Curso Iberis para Periodistas Iberoamericanos*.

Palavras-Chave: Identidades; redes; jornalistas; cultura

INTRODUÇÃO

O Curso Iberis é um programa de intercâmbio entre jornalistas que se desenvolve na Espanha, com o intuito de promover o conhecimento mútuo entre os países integrantes da comunidade latino-americana. Desde 2002, 20 jornalistas por ano passam um semestre na Espanha, trabalhando em meios de comunicação locais, a fim de terem experiência de imersão na cultura local espanhola, e ao mesmo tempo que trocam informações com seus colegas latinos, com os quais convivem e vivem juntos. Também é oferecido um programa de capacitação, com professores e especialistas de diferentes universidades e instituições, que ministram sessões para aproximar os participantes à realidade histórica, social, política, econômica, cultural e midiática da Ibero-América.

No término do intercâmbio presencial, os participantes do Iberis geralmente produzem matérias aos jornais espanhóis como freelancers e estabelecem uma rede de relacionamento entre si. Os jornalistas do Iberis são mediadores de representações simbólicas que aprenderam nas redes profissionais. Carregam símbolos identitários dos ethos em que circulam, sejam eles jornais, ONGs, cidades, nações ou outros indivíduos do continente.

A metodologia de pesquisa para este artigo é qualitativa, realizada através de entrevista com jornalistas do Iberis. Neste artigo, devido à limitação de espaço, serão

apresentadas apenas as conclusões das entrevistas, em que se utilizou o método bibliográfico de pesquisa, bem como conceitos teóricos como identidade, redes sociais, influência, afeto e diálogo cultural¹.

IDENTIDADE

Quais processos de atualização da identidade operam sobre jornalistas latino-americanos, relacionados pela rede social presencial Iberis? O que faz mover a identidade individual, no caso dos jornalistas Iberis?

Apesar de suas especificidades, as identidades sofrem influência de matrizes culturais e ethos tradicionais. Segundo MORAGAS SPA (1988: 4), tratam-se das influências geopolíticas, linguísticas, históricas e sociais. São variantes que comportam localidades, regionalidades, nacionalidades e transnacionalidades; expressões idiomáticas, que acessam pontos específicos da cultura; tradições filosóficas, literárias, artísticas e religiosas; contextos espaciais e sua influência nas organizações sociais, tais como os ambientes rural e urbano; e a consequente formação de comunidades modernas, industriais e pós industriais, como os sindicatos, as organizações não-governamentais e as redes sociais.

Mas cada indivíduo encontra sua própria forma de interpretar objetos materiais e simbólicos que lhe compõem. Visões locais e globais dependem de experiências históricas e adaptação ambiental pessoais para que estas gerem elementos simbólicos adaptados a tempos e espaços individualizados, mais dinâmicos que modelos de identidade estratificados, como os provindos do Estado Nação, por exemplo. A identidade cultural, fruto de experiências individuais e coletivas, é um legado móvel, dinâmico e criativo.

Esses textos identitários são fruto da ação individual e coletiva, do dinamismo cultural das sociedades e da participação dos seus membros. Por isso, a identidade não é uma tabela de características individuais, mas a relação entre características de duas ou mais pessoas. A identidade é um texto cultural formado e reconhecido pelo diálogo entre indivíduos. Identidade cultural e diversidade cultural são, portanto, indissociáveis. Se diversidade não é contrária à identidade, então as diferenças simbólicas que os indivíduos trocam entre si aumentam a universalidade de suas identidades.² Identidade é a relação de elementos simbólicos dialógicos, não o consenso ou a homogeneização de visões de mundo.

Como os jornalistas latinos do Iberis são representantes de meios de comunicação do continente, é importante compreender como eles compõem suas identidades. É preciso entender como esses indivíduos equilibram as diversidades simbólicas individuais com as coletivas, as influências dos ethos tradicionais com as dos fluxos das redes sociais, suas experiências pessoais com os interesses profissionais das empresas de jornalismo nas quais trabalham.

¹ Detalhes das entrevistas com os jornalistas serão discutidos na apresentação do artigo no Confibercom 2014.

² "Cultural universality must be understood as a relation between identities, and not as a homogenisation of the world's different local cultures in the interests of one particular local culture." (1988: 4)

Por isso, ao se tratar identidade no jornalismo, é interessante abordar a identidade dos jornalistas. As soluções individuais destes para suas próprias narrativas podem atualizar os textos jornalísticos sobre identidades. Os jornalistas Iberis, ao reconhecerem o diálogo de suas identidades com as demais na América Latina, podem agir contra a homogeneidade simbólica, icônica e linguística no jornalismo de suas redações³.

O reconhecimento da construção e da recombinação de identidades diversas entre indivíduos, representadas neste trabalho por jornalistas latino americanos da rede presencial Iberis, pode alterar os fluxos simbólicos dos conteúdos de mídia do continente. Moragas Spa (1988) refletiu sobre novos equilíbrios de fluxo de informação, em tempos de diálogo simbólico glocal. Pode-se transpor algumas de suas conclusões sobre as empresas de comunicação para o universo das redes sociais presenciais e para a contribuição do diálogo de identidades dos indivíduos.

No diálogo direto entre os membros de uma rede, o equilíbrio entre as trocas simbólicas e o objetivo do diálogo entre indivíduos é definido majoritariamente pelos atores envolvidos. Diferente das empresas de comunicação interpretadas por SPA (1988: 14), os indivíduos necessitam contemplar as localidades e as relações complexas que compõem suas identidades, afastando-se do sistema massivo de produção de informação. Segundo Spa, a diversificação dos níveis de informação determina os diferentes usos sociais da informação. Por isso, as marcas individuais na informação, provenientes dos comunicadores e suas combinações identitárias individuais, contribuem para a diversificação da comunicação.

Novamente, acredita-se que o reequilíbrio entre essas duas pontas pode estar na compreensão das narrativas identitárias dos próprios comunicadores. A percepção das combinações simbólicas individuais dos jornalistas Iberis, no caso deste artigo, podem religar o binômio identidade cultural e comunicação social que Moragas Spà acredita ser o necessário para que as empresas de comunicação voltem a estimular a democracia participativa através da expressão simbólica⁴.

O diálogo de identidades possibilitado pelas redes sociais pode estimular a participação individual e coletiva das comunidades do processo comunicativo, pois é mais democrático na medida em que permite a participação de todos membros na troca de bens simbólicos e na construção de uma narrativa ampliada, dialógica. Redes são ethos de troca e de relações simbólicas, onde é possível reivindicar espaço das culturas locais e das identidades individuais recombina-las com outras identidades e fazer um grande texto global e dialógico.

REDES

Uma das hipóteses do artigo é que jornalistas atualizaram suas narrativas identitárias e compreendam a identidade dos demais latino-americanos através

³ Cultural homogeneity nowadays takes the forms of both linguistic and iconic homogeneity." (Idem: 12)

⁴ "We have asserted that this binomial should be treated as a dialectic between the differences and the relation between cultures. The *raison d'être* of cultural identity can thus be no other than that of making democratic participation possible." (1988: 15)

de redes de troca e diálogo. As culturas locais e regionais podem ser descobertas, discutidas, aprofundadas, intermediadas, transmitidas e potencializadas de forma equilibrada, globalmente. Esta não é uma pesquisa sobre redes tecnológicas, mas como o adensamento das relações locais continentais se potencializa por jornalistas que saibam utilizá-las.

Cremilda Medina, com seus conceitos sobre o diálogo dos afetos, discute uma comunicação mais humana em qualquer suporte de comunicação. O trabalho de Medina (2003), gerado em pesquisas interdisciplinares, afirma sua compreensão de que os afetos são a sustentação dos diálogos e das redes do saber, muito mais que modelos de comunicação funcionalizados ou redes digitais tecnológicas.

Por isso, este artigo reafirma seu objetivo de estudar redes como ambientes de conexões entre indivíduos, que geram textos culturais através do diálogo, da confiança e do afeto, produzindo identidade entre pessoas, povos e culturas.

Redes são relações entre indivíduos, uma forma simples de interpretar um fenômeno comum e imprescindível, que está em todas as esferas da vida. O fundamental do conceito está explicado com a simples palavra redes, não distante do conceito de grupos, de conexões ou de relações: grupos de amigos ou colegas, conexões entre jornalistas ou entre quaisquer trabalhadores ou relações entre latino americanos ou qualquer civilização. Todas as conexões humanas podem ser interpretadas como redes: grupos de pessoas que estão mais profundamente conectadas que nas suas outras relações.⁵

Se os ethos geram identidades, as redes geram conexões. Os ethos tradicionais fazem indivíduos conviverem com gente parecida entre si, com a mesma formação e atuação social. As redes, por outro lado, são escolhas dos indivíduos de se conectarem de forma distinta, independente do espaço físico ou da origem. Enquanto os ethos tradicionais são espaços materiais, as redes não o são necessariamente. Enquanto nos ethos, as pessoas são competidoras, pois tem os mesmos papéis e vão disputar espaço na sociedade, as redes demonstram que papel escolhemos, a partir de alguma carência que temos individualmente. Portanto, as redes influenciam nossa identidade a partir do nosso papel e dos demais no grupo.

A hipótese deste trabalho é que o Iberis é ambiente de aceleração e de aprofundamento de trocas simbólicas entre seus membros. Pois a rede funciona como um espaço criativo, onde o que se cria dentro dela – e também o que se cria fora, mas se transporta a ela – é dividido por todos. E os bens simbólicos que os jornalistas trocam e produzem entre si ficam na estrutura da rede, sob forma de cultura, como as recomendações dos membros antigos aos novos, a percepção de grupo que os professores tem dos Iberis quando dialogam em sala, dos chefes de jornalismo que guardam referências profissionais dos jornalistas latino-americanos. A rede social guarda memória coletiva.

⁵ In a very basic sense, then, a social network is an organized set of people that consists of two kinds of elements: human beings and the connections between them. (2011: 11)

São as relações pessoais que mantém diálogo dentro da rede Iberis. A influência entre os Iberis é maior e duradoura quando os jornalistas se mantiveram próximos, presencialmente. Mas a Rede mantém laços que permitem novos encontros momentâneos ou diálogos sem encontro físico. Vão-se as redes presenciais, ficam as redes de afeto entre as pessoas.

VÍNCULOS EM REDE

As emoções mudaram a maneira de se relacionar na rede do Iberis. Quando os indivíduos conseguem entender a emoção dos outros membros da rede, há uma coesão no grupo, que gera facilitação de se criar laços, sincronização de comportamentos e a troca informativa com qualidade, ou seja, diálogo. Os vínculos pessoais gerados em rede sincronizam indivíduos, fazendo identidades serem mais facilmente compreendidas. Indivíduos sincronizados emocionalmente trocam informações mais rápido e melhor que em palavras ou em discursos racionais⁶.

Os laços pessoais criados entre os jornalistas latinos permitem a criação de um mundo subjetivo em comum. Por esse fenômeno, os jornalistas podem ter mudado seu imaginário sobre a América Latina mesmo estando na Espanha, ou estando em separado, quando cada Balboa voltou ao seu país. Sofrer e sentir-se não-europeu e longe de casa também constituiu parte da nova identidade gerada em rede pelos jornalistas. Imaginar o pensamento dos outros nos faz criar redes de influência com eles. Deixa-se de ver redes apenas como uma teia, mas seus pontos, que são as pessoas. A forma como elas estão interligadas define a influência que tem umas sobre as outras. Basicamente, é a amizade e a afinidade que define esse posicionamento. A troca de experiência entre jornalistas Iberis amigos gera trocas na identidade individual.

Organizações como o Iberis se assemelham mais a redes de confiança, onde nos indivíduos tem mais peso que a superestrutura que os reúne. Na rede que permite mais a confiança entre colegas, profissional e pessoalmente, há o estímulo da troca de dados, fontes e produtos culturais como textos e demais objetos simbólicos, sem a precondição da cobrança ou concorrência intrapessoal, comum nas empresas de comunicação tradicionais. Com essa liberdade dos indivíduos, a rede é mais descentralizada e mais desorganizada, já que os indivíduos usam o Iberis como início de suas práticas em rede, mas não dependem mais da organização quando já se estão autogerindo. Assim, a rede pela confiança mantém o diálogo cultural e o fluxo de trabalho para além da experiência presencial, que culmina no crescimento da influência da rede, mantendo-se o diálogo cultural nas conversas digitais e à distância.

Nos casos estudados anteriormente ao Iberis, outras redes de jornalismo oferecem práticas laboratoriais e pedagógicas aos membros, implantando experiências novas graças ao ineditismo dos encontros internacionais e os altos níveis

⁶ Emotions may be a quicker way to convey information about the environment and its relative safety or danger than other forms of communication, and it seems certain that emotions preceded language. (2011: 37)

de jornalismo que propõem. Destacam iniciativas inovadoras no jornalismo como modelos a serem compreendidos - não reproduzidos- e adaptados as realidades locais dos jornalistas.

Suas oficinas de trabalho estimulam papéis interativos e dinâmicos entre os membros das redes, para que possam se ajudar com fontes e dados quando voltarem às suas redações. A experiência oral que realizam ao trocarem histórias troca modelos e soluções de jornalismo entre os membros. As redes de jornalismo são pequenas iniciativas de vanguarda, mas são centros de capacitação e consolidação do papel de jornalista.⁷

No Iberis, especificamente, percebe-se mais chances de trocas culturais e de diálogos entre identidades que nas demais redes de jornalismo analisadas na América Latina e nos EUA. As demais organizações não mantêm seus membros juntos, presencialmente, por muito tempo. Isso interfere na construção de laços afetivos e de confiança, que facilitam as trocas simbólicas. Além disso, essas redes são mais pragmáticas e funcionalizadas que o Iberis, oferecendo menos tempo e espaço para trocas culturais, graças à sua organização com aulas, palestras, oficinas e trabalho conjunto.

Isso pode se comprovar até mesmo dentro da própria rede do Iberis. Há mais chances de se criar laços entre dois a três Iberis do que entre os 20 integrantes de toda a edição anual. Ou entre os mais de 260 integrantes da rede até 2013 e crescendo a cada ano. Entende-se portanto que os laços de confiança e de afetos são mais pertinentes do que as conexões tecnológicas, profissionais e burocráticas entre os membros.

Pode-se concluir então que o Iberis permite mais chance de gerar uma rede entre amigos que de jornalistas. Há mais chance de seguir adiante com laços afetivos e de confiança do que uma rede profissional sem laços pessoais.

Inicialmente, isso pode parecer um problema, já que não é objetivo de redes profissionais gerar afetos. Mas o fato é que quanto mais frágil é a burocratização da rede social, maior é o espaço para o diálogo e para as aproximações pessoais. A desestruturação burocrática da rede de jornalistas ressalta os laços de confiança entre os membros, gerando uma rede de pessoas e uma identidade na construção simbólica em comum.

O Iberis persiste com apoio da Telefónica S.A., após uma crise financeira que quase encerrou o intercâmbio profissional. Isso aproximou um grupo de jornalistas representantes da rede na América Latina para manutenção da rede. Ou seja, reiteirou-se quem faz parte dos laços de troca e atuação e quem apenas figura na rede como contato potencial. Os membros atuantes tomaram como seus os problemas administrativos do Programa, dividindo não só o mel da experiência na Espanha, mas o fel de manter uma rede de confiança à distância.

⁷ Assim como pede MEDINA, "Seria o caso de acrescentar depoimentos vivos, quando não são possíveis registros por escrito, de experiências marginais. Ao tomar conhecimento de que em tal lugar se faz tal coisa, seria o caso de gravar com o grupo de trabalho um relato da iniciativa." (1982: 292)

É preciso que os indivíduos que compõem a rede assumam participação nos diálogos para a melhora do agora Programa Iberis. Caso contrário, uma rede de afetos e confiança de centenas de jornalistas se tornará apenas um curso de intercâmbio com centenas de ex-integrantes, sem diálogo entre localidades, sem influência na produção jornalística uns dos outros, sem constituição de rede alguma.

CONCLUSÕES

Como objetivo deste artigo, pretendeu-se apresentar processos de formação de identidades contemporâneas, especificamente as de jornalistas latino-americanos, participantes de redes profissionais e presenciais de jornalismo. Outro objetivo foi debater como redes sociais são ambientes locais de troca e diálogo, se influenciam as identidades de seus membros, na sua atualização, na comparação com outras identidades ou na transcrição de novos imaginários. As redes parecem estimular trocas de experiências, gerando uma identidade glocalizada e ampliada.

A questão se justifica pois jornalistas são mediadores de fatos, formadores de opinião e imaginário graças às suas próprias narrativas e combinações simbólicas. Por isso, entender como eles geram seus próprios equilíbrios identitários entre as influências locais e globais de cultura é pertinente.

Despidos de seus papéis locais nas sociedades de seus países, jornalistas em redes presenciais viveram, sentiram e trocaram modos de ser, que foram reconstituídos pelos seus modos de dizer e de se interpretar, mais peculiares e especiais que qualquer análise estatística que muitas pesquisas sobre redes sociais apresentam como conclusões. Neste artigo, isso não foi preciso. A complexidade das identidades foi compreendida dialogando com seus portadores. A profundidade das pessoas foi descoberta ouvindo-as em seus ambientes de origem, suas cidades e seus empregos. Analisaram-se identidades latino-americanas, no plural, de perto.

A identificação entre os jornalistas entrevistados está na intenção de fazerem o diálogo, não apenas no que produzem como jornalistas ou recebem dos interlocutores. Os jornalistas Iberis se jogaram na aventura de descobrir o Outro e, com isso, entenderam melhor o que é a América Latina porque ouviram melhor a si mesmos.

É uma ambiguidade do perto e do longe, do pessoal sobre o profissional, reproduzida no Iberis. Se há uma rede, com tessitura e flexibilidade ao espaço e ao tempo, afinal, hoje os Iberis vivem longe uns dos outros, essa é realizada pelos afetos. Os outros objetivos, profissionais e racionais, são efetuados eventualmente, pela necessidade e possibilidade de acesso a pessoas via tecnologias da comunicação. Ou seja, é qualquer rede de contatos. É a confusão que se faz atualmente entre os milhares contatos das redes sociais e dos amigos de verdade. Se há dúvida, pense nas pessoas com que alguém divide o anúncio de uma doença grave. Sua rede se restringira à uma sala de estar.

Este é o motivo pelo qual redes sociais presenciais serão chamadas na conclusão deste texto como redes de confiança e de influência. O modo como um a um nos influenciemos no Iberis define como entendemos nossa identidade e a dos nossos

interlocutores e o que entendemos por América Latina. Por atualmente não termos relações profissionais diretas, ou seja, não somos chefes ou colegas de trabalho, a influência entre os Iberis tem gradações diferentes das comuns no jornalismo, tais como fontes primárias e secundárias, ou altos cargos nos governos, seguidos de especialistas sobre temas. Há uma cabo de guerra entre os editores dos jornais onde trabalham os Iberis, sua rede de confiança na América Latina e o que quer cada indivíduo para si mesmo e para o continente. Suas identidades definem a combinação do local com o global, não mais de forma imaginada, mas ampliada pelos diálogos da rede de confiança e influência.

As redes sugerem a recombinação de conhecimento e o diálogo horizontal entre os membros. São criados espaços na grade de estudos e tempos livres para o intercâmbio de ideias. Vazios planejados, pode-se dizer. Mas na falta dos cursos presenciais, não há tempo ou espaço para o diálogo entre jornalistas. O que mais ocorre são apresentações e trocas de e-mails para futuro diálogo ou contato.

O Iberis, por estabelecer seis meses de convivência, possibilita diálogo entre os jornalistas. Não que isso seja planejado, pelo contrário. O vazio possibilitado pelos horários de trabalho e pelas aulas apenas em um dia da semana permite o encontro e diálogo entre os jornalistas. Parece que, quanto mais desorganizada, mais liberdade a rede proporciona para seus membros.

A geração de confiança e de afeto entre membros das redes presenciais tende a ser maior. A convivência é preponderante neste aspecto, e a vivência em um país estrangeiro aproxima jornalistas na mesma situação de exílio cultural. A confiança não está na execução das atividades do curso ou nos trabalhos conjuntos em jornalismo, mas na convivência entre colegas, em identidade por serem jornalistas, estão longe de seus países e almejem coisas em comum.

Há relação entre produtividade e treinamento da rede presencial com o tempo livre e o estreitamento das relações. Quanto mais trabalhos, aulas, seminários e oficinas participam os jornalistas, mais forte é a identidade profissional de jornalistas e maior produtividade se tem enquanto a rede se mantém presencial. Por outro lado, nas redes em que há mais tempo e espaço para o diálogo de individualidades, mais forte é a identidade entre indivíduos, a rede de confiança, que perdura para além da experiência presencial.

Nas redes, há interesse em difundir o conhecimento compartilhado na experiência presencial, seja pela atuação do jornalista participante, seja pelo trabalho conjunto entre membros da rede, seja pela reprodução de modelos e técnicas dentro das redações dos participantes.

Redes são capazes de organizar novos espaços de diálogo, não restritos pela dissolução da experiência presencial. A continuidade do funcionamento das redes parece depender dos laços profissionais ou pessoais (principalmente estes) compostos na experiência em conjunto. Os interesses dos membros e redes sociais configuram novas combinações, novas formas de produção social e coletiva.

As identidades pessoais não parecem ser alteradas, mas atualizadas com novas informações e no enfrentamento de diferentes visões de mundo. Já as identidades

profissionais tendem a alterar-se, devido à experiência de campo nas redes e pela troca de casos e exemplos entre membros das redes presenciais.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baitello Junior, N. (1999). *O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia*. 2. ed. São Paulo: Annablume.
- Canclini, N. G. & Molina, S. (2008). *Latino-americanos à procura de um lugar neste século*. São Paulo: Iluminuras.
- Canclini, N. G. & Molina, S. (1999). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora da EdUERJ.
- Canclini, N. G. & Molina, S. (2003). *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras.
- Castells, M. (2000). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Christakis, N. A. & Fowler, J. H. (2011). *Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives*. Hachette Book Group.
- Halbwachs, M. (2008). *A Memória Coletiva*. São Paulo: CENTAURO.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. 10. ed. Rio de Janeiro: DP & A Editora.
- Medina, C. (2003). *A arte de tecer o presente*. Summus, 2003.
- Medina, C. (1982). *Profissão Jornalista: Responsabilidade Social*. Rio de Janeiro: Ed. Forense-Universitária.
- Moragas Spa, M. de (1988). *Cultural Identity, Communication Spaces and Democratic Participation*. XVI IAMCR Conference. Barcelona.
- Morin, E. (1979). *Paradigma perdido: a natureza humana*. 6a ed. Mem Martins: Europa.
- Wainberg, J. A. (1997). *Casa Grande e Senzala com Antena Parabólica*. EDIPUCRS.

Nuevas pantallas para la televisión pública argentina

NORBERTO LEONARDO MUROLO

nlmurolo@unq.edu.ar – leonardomurolo@conicet.gov.ar
Universidad Nacional de Quilmes/ Universidad Nacional de La Plata

Resumen

El trabajo se propone evidenciar los cambios en materia de televisión experimentados en Argentina. Las medidas más importantes son la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la implementación de la televisión digital, el nacimiento de nuevos canales públicos temáticos como Canal Encuentro, PakaPaka, DeporTV, INCAATV, Tecnópolis TV. El trabajo focalizará en la circulación de los canales de televisión digital argentinos en nuevas pantallas: páginas web, redes sociales virtuales y telefonía móvil. Se parte de una contextualización de las políticas públicas argentinas en relación con la comunicación y se expone un marco teórico referencial alrededor de los conceptos de tecnologías y nuevas pantallas. Se realiza un estudio pormenorizado de las nuevas pantallas que hacen uso los canales de televisión digital.

Palabras Clave: Televisión; internet; pantallas; argentina

INTRODUCCIÓN

Las nuevas pantallas como espacios donde es posible la circulación de material audiovisual son plataformas con un creciente consumo. De ello que los medios de comunicación tradicionales como la televisión se valgan de estos espacios para dar la posibilidad de ver o volver a ver materiales realizados para la televisión, como también para acrecentar su visibilidad y compartir otras informaciones.

Entre las nuevas pantallas encontramos, de algún modo, a la propia televisión digital, que se posiciona como una nueva vieja pantalla. Las posibilidades de multiplicación y de interactividad la ubican en la línea de los nuevos medios aunque capitalizando los valores del viejo medio, como la proximidad en los hogares y una educación de la mirada casi generalizada en la población por penetración, tradición y costumbre.

El estadio actual de los medios públicos audiovisuales y su presencia en nuevas pantallas tiene anclajes fácticos en decisiones estatales de trascendencia política, social y cultural. Es por eso que, a modo de partida, consideramos ineludible hacer referencia al contexto político-comunicacional. De ello que proponemos repasar medidas como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la implementación de la Televisión Digital y adopción de la norma y los planes de fomento a la producción audiovisual.

El trabajo explora y se presenta como una categorización de la presencia de los medios públicos en nuevas pantallas como páginas Web y redes sociales virtuales -Facebook, Twitter, YouTube y Flickr. En este recorrido no subrayamos la cantidad de seguidores, amigos o visualizaciones de los espacios y videos ya que no es nuestro

interés evidenciar popularidad o “rating”. Asimismo, no es un dato fiable ya que los canales públicos van apareciendo a lo largo de los últimos años y los de más reciente lanzamiento cuentan con menos popularidad en la Web, dada su novedad. Por ello los números de seguidores, amigos o visualizaciones, cambiantes de modo vertiginoso en la Web, no representaría un índice o un dato necesario y valorado para los fines de este trabajo.

CONTEXTO POLÍTICO-COMUNICACIONAL

LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

La televisión argentina atraviesa por un periodo de transformación. Desde 2003 las implementaciones en materia de comunicación se suceden de manera vertiginosa y contundente. Como piedra angular de este devenir se encuentra la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) 26.522 sancionada el 10 de octubre de 2009, que significa además de una actualización y un cambio en la legislación, un nuevo paradigma a la hora de entender a la comunicación audiovisual como un servicio y un derecho.

La norma reemplaza a la Ley de Radiodifusión 22.285 de 1980, dictada durante la última dictadura militar. Este dato tiene una doble implicancia, primero que se trataba de una ley que no era democrática, por otra parte esta ley estaba obsoleta dados los cambios en el terreno tecnológico y de la comunicación experimentados en los últimos veinticinco años. Es así como mediante foros y jornadas a lo largo y ancho del país se debatió la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. De una indudable raigambre democrática, la ley fue y es resistida por los sectores hegemónicos de los medios de comunicación. La ley promueve entre sus valores la democratización de la comunicación proponiendo una desconcentración de los medios audiovisuales propiciando la entrada como emisores de diversas organizaciones de la sociedad civil, además de la existencia de medios privados y estatales.

En relación a los servicios digitales, en la LSCA se expresa que durante la transición desde lo analógico a lo digital, los titulares de las licencias para servicios abiertos analógicos, conservaran los derechos y obligaciones obtenidas hasta tanto se produzca el apagón analógico.

IMPLEMENTACIÓN DE LA TELEVISIÓN DIGITAL Y ADOPCIÓN DE LA NORMA

La implementación de la Televisión Digital está a cargo del Ministerio de Planificación y Desarrollo y cuenta con un Consejo Asesor que es el encargado de realizar las recomendaciones respecto a aspectos técnicos y de contenido para el desarrollo de las transmisiones. El 15 de marzo de 2010 se promulgó el decreto N° 364/10 complementario del decreto N° 1148/09 por el cual se creó el SATVD-T, el fin es declarar de interés público la Plataforma Nacional de Televisión Digital Terrestre, la cual estará integrada por los sistemas de transmisión y recepción de señales digitalizadas. En la citada reglamentación se recomienda el desarrollo de

la Plataforma Nacional de TDT a la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales Sociedad Anónima – AR-SAT para implementar el SATVD-T.

Al igual que en los orígenes de la televisión, es el Estado el que tiene la iniciativa de desarrollar el sistema de televisión digital, este hecho está ligado a que la digitalización del espectro permitirá un uso más eficiente del canal de transmisión a partir de la comprensión de las imágenes en digital.

En este orden de cosas, la implementación de la norma ISDBT de televisión digital significa un gesto político estratégico al optar en bloque la misma norma que otros países de Sudamérica. La norma japonesa, con modificaciones brasileñas, propicia una oportunidad única para la circulación de contenidos entre países vecinos. Asimismo, la televisión digital supone la posibilidad de la multiplicación de señales en un mismo ancho de banda y la futura posibilidad de la interactividad.

PLANES DE FOMENTO A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

A la luz de la multiplicación de señales tienen lugar los planes de fomento a la producción audiovisual, impulsados por el Estado.

Se plantean mediante concursos implementados a través del Consejo Asesor, el Instituto Nacional de Cine y arte Audiovisuales (INCAA), el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). Estos certámenes son destinados de manera federal a productores con y sin antecedentes en la producción audiovisual propiciando la formación de recursos humanos para la creación de material audiovisual. Desde estos planes se produjeron 400 obras audiovisuales fomentadas por el estado, 1126 horas de contenido audiovisual, 5 mil nuevos empleos, 480 horas programadas ya emitidas y 5 millones de pesos invertidos en nuevo equipamiento tecnológico¹. Asimismo se plantea la posibilidad de producción audiovisual mediante el Programa Polos Audiovisuales².

SOBRE LA TELEVISIÓN Y SUS TECNOLOGÍAS

A la hora de conceptualizar a la televisión Raymond Williams (2011) propone como variables imprescindibles, a los usos sociales, las instituciones que la regulan, las formas de sus contenidos, la distribución y el flujo, los efectos y los usos alternativos.

En este sentido, Williams se distancia categóricamente del determinismo tecnológico al que encuentra bajo dos formas, el determinismo tecnológico que propone que las tecnologías vinieron a nuestro mundo a alterarlo, y la postura “tecnología sintomática”.

¹ Sitio Web de Fomento para la Televisión Digital Argentina: <http://fomento.tda.gob.ar/>

² El Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos es una de las políticas llevadas a cabo por el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Abierta que opera en la órbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Desde allí se busca instalar y fortalecer las capacidades para la producción nacional de contenidos para la TV Digital, promoviendo la igualdad de oportunidades y la disminución de asimetrías entre provincias y regiones, materializando así el artículo 153 de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, que expresa la necesidad de crear nuevos conglomerados productivos para la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional. A partir de la división del país en nueve regiones (Polos), se constituye un sistema federal en red donde las Universidades Nacionales nuclea a los actores del sector audiovisual televisivo de cada comunidad para conformar Nodos. http://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html

La sagacidad de Williams es tal que sus postulados para la televisión, como un desarrollo científico y técnico, pueden ser empleados para comprender fanatismos tecnológicos de principios de nuevo milenio. La televisión en ese momento como Internet, la telefonía móvil y el videojuego en la actualidad (las constantes “nuevas tecnologías”) abren nuevamente el debate acerca de su rol en la sociedad y la capacidad de agencia de los sujetos ante estos aparatos omniscientes, en primera instancia vistos como regulados y prescriptivos.

La televisión no es un objeto ajeno a los acontecimientos políticos y sociales de un país. La televisión como desarrollo tecnológico determina y es sobredeterminada por el devenir cultural, los usos y apropiaciones; en definitiva, por los rituales que alrededor de ella se construyen. La televisión participa de una serie de condicionamientos como la propiedad de los medios, las instituciones que la regulan, la agenda, las audiencias y los modos de ser apropiada. En este marco, el electrodoméstico inteligente tiene su relevancia en ser transmisor de símbolos y de ello, ideología, educación, comunicación, información y entretenimiento. En este sentido, la televisión ocupa un rol privilegiado en la planificación de políticas públicas.

La primera gran nueva pantalla es la televisión digital. La televisión es una vieja pantalla en esta antinomia, pero la digitalización supone nuevos modos de relacionarse, nuevas posibilidades de producción, circulación y decodificación (interactividad, por ejemplo). Las nuevas pantallas como Internet, las narraciones al estilo *YouTube* o *Vimeo*, las redes sociales virtuales, los blogs, la telefonía móvil, la animación y los videojuegos, participan de un cambio epocal y podríamos decir que también identitario en cuanto el nacimiento y la reconfiguración de nuevos modos de realizar audiovisual. De esto que proponemos visualizar cuáles y cómo estos espacios y elementos son empleados por la televisión pública argentina para construir una identidad reelaborada con los elementos tecnológicos con mayor apropiación social en la actualidad.

PENSAR LAS NUEVAS PANTALLAS

El concepto de nuevas pantallas se refiere principalmente a computadoras y teléfonos celulares en un uso de consumo de formatos audiovisuales. El concepto parte de tomarlos como continuidad, o competencia, del cine y de la televisión. En este sentido, el uso se percibe principalmente en la aparición de nuevos formatos específicamente contruidos para nuevas pantallas. Por su parte, algunos formatos televisivos se valen de estas para difundirse, mientras que otros, sin buscarlo, ven potenciada su popularidad gracias a las reproducciones en Internet. En este caso nos interesa ver de qué modos la televisión pública emplea estos espacios digitales.

Las nuevas pantallas son tecnologías de la comunicación digitales que proponen como bondad poder reproducir lenguaje audiovisual, antes circulante en otras pantallas como el cine, la televisión y el video. En diferentes usos de las tecnologías tales como la descarga y la visualización de contenido audiovisual, en las cámaras fotográficas y los posteos de fotografías, en la edición de fotografías y videos,

se presentan las nuevas pantallas como tecnologías con identidad propia, es decir proponiendo usos, narrativas y sintaxis específicas. Con las nuevas pantallas se realizan usos novedosos que con las viejas pantallas no se pueden realizar. Las nuevas pantallas tienen conectividad y con eso un uso a la carta en el momento y en el lugar donde se desee. Asimismo, si bien algunos contenidos migraron de viejas pantallas, el concepto de nuevas pantallas también engloba al contenido específico creado para estas.

En los usos de descargar, compartir y visualizar material audiovisual, discos, software, imágenes y videojuegos como en el uso de redes sociales virtuales, los blogs, los chats y los foros suponen un uso de las tecnologías como la definición de “nuevas pantallas” que proponemos, tomando en protagonismo a la imagen.

MAPA DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN LAS NUEVAS PANTALLAS

TELEVISIÓN DIGITAL ARGENTINA

La *Televisión Digital Argentina (TDA)* engloba a todos los canales digitales. Este espacio cuenta con una página Web, perfil de *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal de *YouTube* y galería de imágenes en *Flickr*. En esta página se encuentra información acerca de la implementación, la norma y la cobertura. Fundamentalmente está dirigida al usuario, por ello se puede encontrar en la página una revista de programación.

La televisión pública argentina se propone encabezar las innovaciones. Mientras los canales privados se digitalizan, el paquete de canales públicos se va multiplicando. Al *canal 7* de televisión de aire o generalista, ahora llamado *La Televisión Pública*, se le suman el *Canal Encuentro*, *PakaPaka* -el primer canal infantil público de Latinoamérica- y *DeporTV* los tres bajo las directivas del Ministerio de Educación de la Nación; *INCAA TV*, el canal del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales; *Tecnópolis TV*, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología, entre otros como *ACUA Mayor*, un espacio audiovisual donde los protagonistas son los adultos mayores y que se encuentra en período de prueba.

LA TELEVISIÓN PÚBLICA

El *Canal 7* de la televisión argentina nació el 17 de octubre de 1951, por voluntad del gobierno de Juan Domingo Perón. Hasta finales de los años 50 fue el único canal de televisión de aire argentino. Luego, con la licitación de *canal 9*, *canal 11* y *canal 13* (posteriormente se sumaría *canal 2* de La Plata) se posicionó generalmente como una emisora con poco encendido, dado que los canales comerciales proponían mayor producción de contenidos en cuanto de entretenimiento se tratara. Las diversas gestiones del canal público fueron manipulando la emisora para transformarla en un canal de gobierno más que una emisora pública. Si entendemos que lo público en un medio público debería estribar en informar de manera completa, tratar temáticas relevantes a la ciudadanía, proveer contenidos que reflejen las identidades y la cultura

nacionales con un profundo sentido federal, difundir las artes nacionales, publicitar los actos de gobierno, promover el debate político, podemos ver estas características en la actual televisión pública, que como canal de aire generalista atiende a su vez a una diversidad de grilla que comprenden las emisiones infantiles, informativas, ficcionales, de debate político, deportivas, entre otros géneros. En este caso nos ocupa visualizar las nuevas pantallas que emplea la televisión pública para su construcción como medio público. Entre los recursos que emplea la *Televisión Pública* se encuentra la página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*.

En cuanto su página Web podemos visualizar que cuenta con la grilla de programación, informaciones específicas de cada envío, información institucional, información de prensa, posibilidad de contacto con la emisora. Además, el empleo para material audiovisual es posible ver el canal en vivo y se hace presente en la *Mediateca*, donde se encuentra un archivo con los programas para ser vistos. Asimismo, existen enlaces que envían a los perfiles de la emisora en redes sociales virtuales externas. Tanto *Facebook*, como *Twitter* se emplean de modo promocional. Es decir, remiten a contenidos que emitirá la programación del canal. Por su parte en el canal en *YouTube* se reproduce contenido relevante ya emitido.

ENCUENTRO

El canal *Encuentro* nació en 2005 dependiendo del Ministerio de Educación de la Nación. Sus contenidos son de temática educativa en el sentido amplio del término, no pretenden ser clases en formato audiovisual, sino que el aprendizaje que pretende producir lo brinda en diversos formatos como el documental, la serie de ficción, las entrevistas, entre otros.

Las temáticas intentan abarcar un amplio abanico de intereses. *Encuentro* se presenta entonces en el escenario mediático como un canal temático, pero a la vez con una amplia gama de audiencias, no es solamente para jóvenes en edad escolar, tampoco es una emisora elitista que entienda la “cultura” en un sentido restringido entre alta y baja, proponiendo construcciones comunicacionales complejas para una audiencia considerada “cult”.

Al digitalizarse la televisión, canal *Encuentro* junto con la *Televisión Pública* eran los únicos canales públicos. *Encuentro* cuenta con una página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*. Estos sitios ofician para promoción de la programación. Asimismo, su programación puede descargarse en la página web Conectate.

PAKA PAKA

PakaPaka puede ser postulado como el primer canal de televisión argentino que también es página Web. Su propuesta no es la misma que los demás canales que también cuentan con una página Web para chequear su programación o informarse acerca de la emisora, sino que *PakaPaka* despliega toda una serie de entretenimientos

y contenidos específicos para la página Web, con plena conciencia de que se trata de una narrativa con identidad propia.

PakaPaka es entonces una nueva pantalla en el sentido amplio del término. Esta autoconciencia se debe a la consideración específica de su audiencia. Los niños y jóvenes son comprendidos como los mayores usuarios de las tecnologías de la comunicación ya que emplean de manera aleatoria la televisión, Internet, el videojuego, los programas de creación y edición de lenguajes, el chat y consultan información de manera instantánea. De ello que *PakaPaka* no solo haga propuestas televisivas con pretensión de interactividad, atendiendo a un decodificador activo, sino que también en su página Web despliega una serie de actividades interactivas. Asimismo, con fines de difusión cuenta con perfil en *Facebook* y canal de *YouTube*.

TECNÓPOLIS TV

Para explicar el proyecto Tecnópolis debemos remitirnos a la creación del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Como política de Estado que otorga un espacio de relevancia a la investigación científica y el desarrollo tecnológico. En este sentido, nació el 14 de julio de 2011 la muestra de ciencia, tecnología, industria y arte Tecnópolis. Una ciudad a escala donde se exponen, de manera atractiva, innovaciones en el ámbito de la ciencia, tecnología, juegos de realidad aumentada, curiosidades, entre otras actividades³. Este espacio de entrada libre y gratuita fue visitado por cientos de miles de personas.

En el marco de la mega muestra, el 19 de abril de 2012 se lanzó el canal televisivo digital *Tecnópolis TV*, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación. En su programación se encuentran envíos que tratan temáticas científicas, ficciones, series animadas, noticieros, y también programas de entretenimientos. El canal se propone generar nuevas vocaciones científicas en los jóvenes. *Tecnópolis TV* cuenta con una página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*.

El diario *La Nación* señala que “La pantalla de TEC-*Tecnópolis TV* se complementará con su Web, que vinculará las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Tic’s), y la página en Internet será un espacio en el que los usuarios podrán enterarse de las novedades científicas y tecnológicas” (*La Nación*, 19 de abril de 2012). Por su parte, los usos de las redes sociales virtuales ofician como canales de difusión de los contenidos del canal.

DEPORTV

Deportv es el canal de deportes del Estado nacional y comenzó sus transmisiones en abril de 2012,. El deporte es entendido como una manifestación cultural. En ese sentido se concibe por parte del Estado al fútbol como parte de la identidad nacional.

³ La muestra Tecnópolis se encuentra emplazada en el Parque del Bicentenario, en el barrio de Villa Martelli, municipio de Vicente López, en el norte del Gran Buenos Aires, sobre la provincia de Buenos Aires, justo en el límite con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La apuesta de *Fútbol para Todos* y *Automovilismo para Todos* implican la gratuidad en la televisación de los partidos de fútbol de los torneos locales y de las carreras de turismo carretera, en este sentido se rompió con la hegemonía mediática que proponía pagar un canon para acceder a los principales acontecimientos deportivos de cada fecha. Asimismo, DeporTV televisa hockey, basket, tenis, entre otros deportes.

En el marco de la digitalización de la televisión nació *DeporTV*. En su página Web señala:

DeporTV es una nueva señal del Ministerio de Educación de la Nación, creada por el Gobierno Nacional para el fomento del deporte como promotor de valores de nuestra sociedad, cuyos contenidos están a cargo de *Educ.ar* Sociedad del Estado.

- Porque el deporte forma parte de la cultura popular de todos los argentinos y, en amplios sectores de la sociedad, es su principal acceso cultural y al divertimento.
- Porque la democratización de la televisación de los deportes que interesan al conjunto de los argentinos obliga al Sistema de Televisión Digital Abierta a ofrecer a los ciudadanos un canal de comunicación específico de la temática, de alta calidad técnica y de contenidos.
- Porque el fomento de las políticas públicas del deporte en los últimos años han demostrado resultados exitosos palpables al conjunto de la sociedad y en el universo del deporte en particular.

DeporTV cuenta con página Web, donde se puede ver el canal en vivo, mediante streaming, ventana de visualización de archivo en *YouTube* –su cuenta se llama *DeporTV Para Todos*–, ventana donde se puede ver su *Facebook* y enlaces a su perfil de *Facebook* y su cuenta en *Twitter*.

INCAA TV

INCAA es el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina. En el canal de televisión encuentra una plataforma donde poner a circular las películas nacionales que se realizan con apoyo del Instituto. En este sentido, además de ciclos de cine extranjero, el canal cumple con el fin de divulgar el cine argentino que no ocupa un espacio protagónico en los canales de aire y en los de cable. A su vez, el INCAA propone la realización de ciclos televisivos mediante concurso, que se emiten por canales de aire. El canal de televisión *INCAA TV* cuenta con una página Web, perfil en *Facebook*, cuenta en *Twitter*, canal en *YouTube*.

CONECTATE

El sitio *Conectate* es una plataforma donde se encuentran los contenidos de canal *Encuentro*, *PakaPaka*, *Ronda* (sección infantil de *PakaPaka*), *Educ.ar* y *Conectar-Igualdad*. Asimismo, en la solapa “En vivo” se puede tener acceso a los canales *Encuentro* y *PakaPaka* con la programación que están transmitiendo en ese momento por televisión, con la salvedad del mensaje: “Por no disponer de los derechos para la

Web, la programación emitida por este medio puede no coincidir con la programación emitida en la televisión”.

Para tener acceso a las temporadas completas de los programas para su descarga los usuarios deben estar registrados mediante un nombre de usuario y una contraseña. Siendo usuario también se puede votar y calificar los programas, que sirve para que se actualice un ranking con los más descargados y otro con los más votados.

BANCO AUDIOVISUAL DE CONTENIDOS UNIVERSALES ARGENTINO (BACUA)

El Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (*BACUA*) es una base de contenidos audiovisuales digitales disponibles tanto para los nuevos espacios de emisión como para los ya existentes, de libre acceso y de distribución gratuita. La renovación tecnológica que representa la TDA supone el desafío y la necesidad de ampliar y federalizar la oferta de contenidos audiovisuales.

Productores independientes de todas las provincias, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales, culturales y señales que cuenten con producciones propias, pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al *BACUA* para ser distribuidos a los canales de televisión de todo el país.

Además, el *BACUA* cuenta con una creciente cantidad de horas de contenidos audiovisuales originales obtenidas a partir de los distintos Planes de Fomento, vehiculizados a través de concursos abiertos para productoras independientes con y sin antecedentes de todas las provincias.

Pueden encontrarse en la base series de ficción y series documentales, unitarios temáticos, cortometrajes.

CONTENIDOS DIGITALES ABIERTOS (CDA)

Contenidos Digitales Abiertos (*CDA*) es una plataforma que integra parte de las políticas de promoción de contenidos audiovisuales digitales que lleva adelante el Estado Nacional, a través del Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre (SATVD-T). La misma, surge a partir de la necesidad de difundir contenidos de producción nacional, cuya dinámica sea lo suficientemente ágil como para cautivar a los espectadores, actualizando e implementando nuevas tecnologías.

CDA ofrece la modalidad video bajo demanda de manera gratuita. Permite acceder a series de ficción, documentales, unitarios, películas, deportes, eventos especiales y contenidos exclusivos entre otros. Esta plataforma se nutre de las producciones ganadoras de los concursos del Plan de Fomento, disponibles actualmente en el (*BACUA*) y de otros actores del sector audiovisual.

De este modo, *CDA* busca promover el diálogo interregional y ampliar las posibilidades de programación, sumando a sus propias producciones las realizadas por otras regiones del país.

En esta plataforma encontramos los contenidos audiovisuales catalogados en: Series-Unitarios, Documentales, Cortos, Micros, y por último, Igualdad Cultural.

Asimismo, este espacio cuenta con perfil de *Facebook*.

Espacio/canal	Nuevas pantallas para la televisión pública argentina Página web y redes sociales virtales donde participa
TDA	Página Web http://www.tda.gob.ar Perfil de Facebook https://www.facebook.com/pages/Televisi%C3%B3n-Digital-Abierta-TDA/126652780729126?fref=ts Cuenta de Twitter https://twitter.com/tvdigitalar Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/tdaargentina Galería en Flickr http://www.flickr.com/photos/tdaanimagenes
TELEVISIÓN PÚBLICA	Página Web (ver en vivo – Mediateca - encuestas) http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/tvpublica Cuenta de Twitter https://twitter.com/TV_Publica Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/TVPublicaArgentina?feature=CAQQwRs%3D
CANAL ENCUESTRO	Página Web (ver en vivo-descargas) http://www.encuentro.gov.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/canalencuentro Cuenta de Twitter https://twitter.com/CanalEncuentro Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/encuentro?feature=results_main
PAKAPAKA	Página Web (videos – juegos) http://www.pakapaka.gob.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/canalpakapaka
TECNÓPOLIS TV	Página Web (videos - encuestas) http://www.tectv.gob.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/TEC.TecnopolisTV Cuenta de Twitter https://twitter.com/Tecnopolis_TV Canal de YouTube http://www.youtube.com/user/tecnopolistvoficial?feature=results_main
DEPORTV	Página Web (ver en vivo) http://deportv.gov.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/deportvparatodos Cuenta de Twitter https://twitter.com/dxtvparatodos Canal de YouTube http://www.youtube.com/channel/UCSmh3DFxBwFurMttT60PQ1g?feature=watch
INCAA TV	Página Web http://www.incaatv.gov.ar/ Enlace a Facebook https://www.facebook.com/IncaaTv Enlace a Twitter https://twitter.com/INCAATV Enlace a YouTube http://www.youtube.com/user/incaatv?feature=results_main
CONECTATE	Página Web http://conectate.gob.ar
BACUA	Página Web http://www.bacua.gob.ar
CDA	Página Web http://cda.gov.ar/ Perfil de Facebook https://www.facebook.com/pages/CDA-Contenidos-Digitales-Abiertos/100636086745161

Cuadro de elaboración propia. Nuevas pantallas para la televisión pública argentina.

A MODO DE CIERRE

La televisión digital es la nueva vieja pantalla. El Estado nacional toma la delantera en la incursión de los medios públicos en la televisión digital y de ello propone una política integral de comunicación digital audiovisual para sus canales televisivos.

En una era donde Internet como medio de comunicación tiene cada vez mayor presencia en la sociedad, sus beneficios también son tomados por medios preexistentes. La televisión adopta tener su propia página Web donde informa su grilla y sus vías de contacto, pero también oficia como canal de imágenes y videos que se pasan por sus emisoras televisivas y como otros inéditos. En este sentido es común ver la posibilidad de ver el canal de televisión en vivo en la misma página, una ventana propia como *Mediateca* en la *Televisión Pública* donde acceder a episodios de archivo de los programas o una ventana de *YouTube*.

Asimismo, la estrategia comunicativa de los canales públicos parece ser también tener presencia en las redes sociales virtuales. Inclusive sus páginas web oficiales tienen enlaces hacia y ventanas donde poder ver la actividad en las redes sociales virtuales. Estos espacios se configuran como lugares de compartimento y opinión por parte de los usuarios, mediante gustos, acuerdos y oposiciones es muy común que los usuarios compartan videos para que sean comentados por sus “amigos” o “seguidores”. De ello que tener presencia en estos espacios en constante dinámica les granjea a los medios públicos una mayor visibilidad, a la vez que intervención en los debates de actualidad con los usuarios y televidentes.

Observamos entonces que es una constante que los canales de televisión digital públicos cuenten con un perfil de *Facebook*, una cuenta de *Twitter*, con un canal de *YouTube* y en algún caso también con una galería de imágenes en *Flickr*. Asimismo, los espacios de *Conectate*, *BACUA* y *CDA* se presentan como sitios específicos donde acceder a la descarga de temporadas completas de contenidos de *Encuentro* y *PakaPaka* (*Conectate*), la visualización a modo de muestrario de las producciones de los planes de fomento estatales (*BACUA*) y la visualización de series completas (*CDA*).

Por último, cabe insistir en que esta estrategia tiene lugar en un contexto comunicacional cambiante y de una profunda raigambre democrática, donde la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es punta de lanza.

Asimismo debemos mencionar la creación de *Futbol para Todos*, la posibilidad de que las asociaciones sin fines de lucro -como las universidades públicas- accedan a tener señales televisivas, la aparición de canales bajo las directivas del ministerio de Educación y del ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación, y los planes de fomento a la ficción y el documental televisivos. Todas estas son medidas necesarias de ser señaladas como posibilidad, más que como contexto, de la implementación de nuevas pantallas para la televisión pública.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Murolo, N. L. (2009). Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos. *Razón y Palabra*, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación, 69 “Deporte, Cultura y Comunicación”. Disponible em <<http://www.razonypalabra.org.mx>>.
- Murolo, N. L. (2012). Nuevas Pantallas: Un Desarrollo Conceptual. *Razón y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología*, 80. Disponible em <<http://www.razonypalabra.org.mx>>.
- Williams, R. (1992). *Historia de la comunicación. De la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Williams, R. (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

OUTRAS REFERENCIAS

- La Nación (2012). La Presidenta inauguró Tecnópolis TV (19/04/2012). Disponible em <<http://www.lanacion.com.ar/1466082-la-presidenta-inaugura-tecnopolis-tv>>.

Um olhar sobre si: a oferta de identidades culturais piauienses nas Caravanas Meu Novo Piauí e TV Cidade Verde 25 anos

LEILA LIMA DE SOUSA

leilasousa.pi@gmail.com
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Resumo

Este trabalho de pesquisa tem como objetivo geral descrever, mapear e analisar a oferta de elementos identitários culturais piauienses viabilizados pelos programas “Caravana TV Cidade Verde 25 anos” e “Caravana Meu Novo Piauí”, compostos por uma série de matérias especiais resultantes de um “passeio” pelos municípios piauienses. As Caravanas foram produzidas pelas emissoras regionais Cidade Verde e Meio Norte, respectivamente, situadas em Teresina, no estado do Piauí, Brasil. A problemática da pesquisa gira em torno do seguinte questionamento: quais as identidades piauienses ofertadas nas Caravanas Meu Novo Piauí e TV Cidade Verde 25 anos? Como suporte teórico faremos uso das proposições dos Estudos Culturais para entender as inter-relações entre os meios de comunicação e a construção de identidades, bem como as modificações que o conceito de identidade vem sofrendo na era contemporânea, marcada pela intensificação do processo de globalização, a desterritorialização das narrativas, o diálogo cada vez mais íntimo e estreito entre o global e o local e o alcance em larga escala dos meios de comunicação. A pesquisa é caracterizada como qualitativa e a técnica de análise utilizada é análise de conteúdo temático categorial (Bardin, 2011).

Palavras-Chave: Televisão; identidades culturais; Piauí; caravanas

INTRODUÇÃO

As identidades piauienses foram construídas na historiografia, internalizadas e naturalizadas no imaginário social fazendo analogia à imagem do vaqueiro, à simbologia do boi e do couro, em referência clara à pecuária que se configurou como importante atividade econômica do Estado durante muito tempo. A identidade cultural criada para o Piauí estava, pois, atrelada ao determinismo econômico, devido ao período da colonização em que a pecuária constituía a principal atividade econômica do Estado. E as tradições locais seguem os elementos desta identidade histórica, fato que pode ser percebido nas brincadeiras infantis, nas cantigas, nas danças e nos nomes das cidades. E muito embora hoje a pecuária já não tenha papel fundamental na economia do Estado esta tradição ainda é muito divulgada pela mídia local e pelos governos como forma de ofertar ao piauiense, um lugar de identificação e perpetuar relações de poder.

No entanto, com as intensas modificações sociais, políticas, culturais e econômicas ocasionadas a partir da década de 60, do século XX, através da intensificação do processo de globalização, faz-se necessário verificar as identidades culturais e sua constituição a partir de uma postura crítica. A globalização trouxe consigo

o desenvolvimento do turismo e o barateamento e aprimoramento dos meios de transporte, fato que possibilitou migrações e a emergência de intensos fluxos culturais, resultantes da troca e do encontro entre diferentes culturas. Podemos dizer que as culturas são cada vez mais híbridas e resultam do diálogo entre o novo e o antigo, o tradicional e o moderno, gerando elementos novos.

O objetivo desta pesquisa é, portanto, analisar criticamente a oferta de elementos identitários piauienses visibilizados nos programas “Caravana TV Cidade Verde 25 anos” e “Caravana Meu Novo Piauí”. Para alcançar o objetivo proposto, inicialmente, procuramos entender as relações entre as identidades piauienses e a cultura sertaneja. Observamos como os estereótipos gerais de Nordeste foram assimilados nas narrativas para definir o Piauí, de modo que este fosse eleito, por ser um dos Estados mais pobres da federação, à imagem e semelhança dos discursos negativos inventados¹ para toda a região. Em seguida, observamos como a mídia local tenta reformular as identidades piauienses levando em consideração discursos positivos sobre o Estado e com a análise de conteúdo das matérias produzidas nas Caravanas, ficou clara a ingerência política nessa tentativa.

Mas, afinal, o que são “Caravanas”? Denominados de “Caravanas”, os programas da TV Meio Norte (Televisão regional – independente) e TV Cidade Verde (afiliada do SBT) são compostos por uma série de matérias especiais resultantes de um “passeio” pelos municípios piauienses. Mensalmente uma equipe jornalística e de técnicos de ambas as Tvs, era enviada para determinada cidade piauiense, e lá narravam a história do local e de seus habitantes, exaltando e apresentado as particularidades e potencialidades de cada localidade, bem como enfocando características marcantes da população. A Caravana Meu Novo Piauí teve a duração de oito meses e percorreu 224 municípios piauienses. Já a Caravana TV Cidade Verde 25 anos, foi desenvolvida no período de nove meses e visitou nove municípios.

A metodologia empregada neste trabalho é a técnica de análise de conteúdo temático categorial de Lawrence Bardin (2011). O corpus desta pesquisa que é constituído por 20 programas, 11 da Caravana Meu Novo Piauí (quantidade total dos programas) e nove da Caravana TV Cidade Verde 25 anos (quantidade total dos programas). O recorte temporal foi o período no qual foram exibidas as Caravanas: Caravana Meu Novo Piauí, julho de 2009 a fevereiro de 2010; Caravana TV Cidade Verde 25 anos, de janeiro a dezembro de 2011.

AS IDENTIDADES PIAUIENSES NA HISTORIOGRAFIA

O Piauí, assim como o Nordeste, também foi “inventado”² com base em discursos e imagens fundadas na tradição e na cultura sertaneja, em elementos como o fanatismo religioso, a figura do vaqueiro e o apego ao lugar de origem. Tais discursos aturam instituindo a memória coletiva para entender esses símbolos como fiéis representantes da cultura local.

¹ Albuquerque Júnior (2006) propõe no livro “A invenção do Nordeste e outras artes” que as representações criadas para a região foram construídas, no século XX, com base em textos literários, midiáticos e nas artes de uma maneira geral.

² Referência feita aos estudos de Albuquerque Júnior (2006) sobre a invenção do Nordeste no século XX.

Na historiografia piauiense³, o primeiro traço percebido na construção das identidades trata-se do determinismo geográfico. Na visão de muitos autores o meio é determinante na formação identitária piauiense. Assim, a ruralidade, a vocação pastoril e o fato do Estado ser banhado por muitos rios iriam determinar muito do que o piauiense seria.

No livro “O Piauí: a terra, o homem e o meio”, Renato Castelo Branco (1970) propõe que a geografia é tão influenciadora que uma vocação natural do piauiense seria a do vaqueiro. Através do meio, da origem e da tradição, a figura do vaqueiro foi constituída e definida como símbolo maior da cultura piauiense. O meio era caracterizado através das particularidades do relevo piauiense composto de campos, caatingas ou chapadas que faziam do Estado dotado de vocação pastoril. Esta atividade econômica era também interessante para o Piauí já que nos períodos da seca podia facilmente ser descolada de uma região a outra, assim que comesçassem a aparecer os primeiros sinais do flagelo (Castelo Branco, 1970).

Também no folclore e na cultura popular a atividade da pecuária está presente. As representações identitárias piauienses tiveram como elemento chave de construção aspectos históricos e econômicos, neste caso, a pecuária, que se consistiu numa atividade econômica de maior peso na economia piauiense. É assim que um dos símbolos mais fortes e ainda propagados da cultura do Estado é o ritual da dança do bumba-meu-boi. Mesmo que a dança folclórica atualmente esteja em processo de esquecimento e sua produção tenha sido marginalizada, durante muito tempo ela foi apresentada no Piauí e em disputas em outros estados por grupos que até hoje tentam manter firme a tradição. Também as festas populares relatam muito da tradição na constituição das identidades piauienses, a exemplo das vaquejadas e farinhadas. Segundo Costa Filho (2010), por conta do isolamento das fazendas e das pessoas, a sociedade da época foi se constituindo como rural e familiar e através dessas festividades que aconteciam durante semanas em uma fazenda ou sítios, as pessoas podiam migrar de suas casas, trocar experiências, conversar. Era um momento de sociabilidade, troca cultural.

Na historiografia as identidades piauienses foram construídas tomando por base estereótipos gerais que mesmo em um período de identidades em transição pelo qual o Estado passa atualmente, ainda vigoram quando se trata de caracterizá-lo. Para Souza (2010), a historiografia a partir do século XIX, teve papel fundamental na construção, ou como propõe o autor, na “invenção das identidades culturais piauienses”. Foi neste período que os primeiros registros da identidade do Estado passaram a ser descritos. As primeiras caracterizações da província Piauí vieram

³ Decerto que nas décadas de 1970/1980 a base das identidades piauienses era a tradição, sobretudo os elementos da cultura sertaneja. No entanto, precisamos fazer a ressalva de que atualmente, através do curso de história da Universidade Federal do Piauí que conta com um Programa de Pós-Graduação, em nível de mestrado, ocorre um esforço para reformular as identidades piauienses na historiografia local refletindo sobre a representatividade das identidades culturais tais como foram pensadas nos discursos fundadores. Nesses estudos, as identidades piauienses recebem um olhar crítico capaz de demonstrar que a repetição dos elementos sertanejos como único traço identitário do estado só ainda persistem por conta de interesses políticos e ideológicos, de manutenção do *status quo*. A população já não se sente representada unicamente por tais traços.

com os historiadores Clodoaldo Freitas, Abdias Neves e Higino Cunha e a interpretação que estes fizeram “sobre as origens históricas e a colonização do Piauí, bem como as suas explicações quanto ao atraso material e intelectual do Estado, atravessaram décadas” (Souza, 2010: 257). Os historiadores citados faziam uso do Darwinismo Social para explicar a condição de pobreza, abandono e isolamento que o Estado possuía, segundo eles, causada pelo determinismo geográfico. Assim, não é de se estranhar que houvesse por parte deles o incentivo ao consumo de culturas importadas para vencer “o complexo de inferioridade econômico, social, político e intelectual” (Souza, 2010: 68).

Através da ideologia da cultura sertaneja, a memória histórica do piauiense é acionada no sentido de observar estes símbolos como autênticos representantes da identidade cultural do Piauí. É fácil perceber que ainda há um esforço de instituições, da política local e da própria mídia para enfatizar a valorização da tradição e dos costumes como elemento definidor da identidade piauiense. Desse modo, as identidades piauienses foram construídas tendo como pano de fundo o sentimento da nação, a comunidade imaginada que oferta aos sujeitos a ideia de estarem aglutinados a experiências comuns, uma espécie de “camaradagem” instituídos como verdade nas mídias nacionais e locais e que garantem, em certa medida, a perpetuação de tradições que já não traduzem mais a realidade (Hall, 2000a; Featherstone, 1997).

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos produtos que compuseram o *corpus* desta pesquisa, que contou com 11 programas da “Caravana Meu Novo Piauí” e nove programas da “Caravana TV Cidade Verde 25 anos”, num total de 20 programas, evidenciou, de modo imediato, a construção de uma narrativa sobre o Piauí como um espaço em desenvolvimento e ascensão econômica, indo de encontro aos slogans políticos usados pelos grupos em exercício na época de realização dos programas. Através da interpretação e quantificação das matérias, chegamos às seguintes categorias: a) Religiosidade b) Desenvolvimento econômico c) Piauí de mudança d) Belezas naturais e) O ‘tipo piauiense’ f) O “outro” na cultura piauiense / Hibridismo g) Bairrismo/diferenciação h) Tradições culturais/ memória/ retorno ao passado

Os textos produzidos, bem como a frequência das categorias de “desenvolvimento econômico” e “Piauí de mudança” que em ambos os programas apresentaram maior quantidade de matérias produzidas, podem comprovar isso. Nas categorias destacadas, para validar a ideia propagada pelos programas que se vive um novo momento econômico e político, as cenas das matérias mostraram pessoas felizes, que se diziam satisfeitas com suas condições atuais. Imagens em contraposição às já cristalizadas no imaginário social sobre os estados da região Nordeste. As imagens de flagelo, seca ou sofrimento, propagadas em filmes, matérias de jornal ou televisão dão lugar a sequência de imagens da natureza em plena vida, dos animais robustos, das fazendas criatórias de caprinos e ovinos contando com as técnicas mais avançadas. Em contraposição a imagem do Piauí como um lugar habitado por gente

iletrada, as Caravanas mostraram os programas do Governo Federal que tem atraído estudantes de baixa renda para terminar os estudos ou dando a eles a oportunidade de chegar a uma universidade.

Além do discurso do economicismo, as duas Caravanas também tentaram usaram de elementos tradicionais da cultura local no sentido de criar a imagem de um Estado coeso, uno. Mesmo em meio a tantas influências dos outros culturais, através da propagação de fluxos culturais globais de maneira instantânea pelos meios de comunicação, sobretudo a internet, os programas ainda apostaram na veiculação de matérias carregadas de sentimento positivo em relação à perpetuação de tradições. Exemplo foram as duas categorias “religiosidade” e “tradições culturais”. Mesmo não apresentando quantidades de matérias superiores às categorias que estavam ligadas à economia do Estado, os elementos tradicionais da cultura piauiense foram reforçados através de matérias com apelo às emoções, à legitimação da prática religiosa católica e a repetição de símbolos referentes à civilização do couro, tão determinante na construção das identidades Nordestinas e também piauienses.

Elementos tradicionais como rezadeiras, a confecção de mortalhas, a crença em santos populares, a tradição de receber a imagem de um santo em casa por um determinado período de tempo, o fanatismo religioso. Tudo isso foi utilizado como exemplo da fé piauiense que tal como foi descrita é fundamentada em rituais e usada como explicação para algumas provas que se necessita passar na terra. Mas, tal como foi exposto nas Caravanas, não é uma característica da falta de senso crítico da população. Já que também é citado exemplos de que a fé pode andar junta com a ciência e por escolha dos fiéis, a primeira muitas vezes sobrepõe a segunda.

Ainda seguindo os elementos tradicionais da constituição de identidades nordestinas nas Caravanas é aberto espaço para a construção de um “tipo piauiense”. A esse tipo são doadas características tradicionais que se fizeram presentes na construção de um tipo sertanejo nordestino e são eleitos novos elementos. O piauiense é retratado pelas Caravanas como homem forte, batalhador e viril. É um povo voltado para o estudo e as tendências mundiais, criativo, que se destaca no empresariado, criando novas perspectivas de vida e aproveitando as oportunidades que aparecem. Mesmo com a resignificação que as características do “tipo piauiense” sofrem, podemos dizer que este ainda é observado tal qual o vaqueiro nordestino. Pois ainda é descrito pelas características da ingenuidade, da fé, do apego à família e a terra de origem. Elementos típicos da cultura sertaneja.

Outro elemento simbolicamente construído como identificador do Nordeste foi usado nas Caravanas de maneira a mostrar que nessa região e, em especial no Piauí, o ‘calor’ humano é o diferencial. Foi assim que se deu o tom da narrativa, por exemplo, quando se tratou da presença do “outro” na cultura piauiense. Não se falaram em embates ou choques culturais, mas sim em aceitação, acolhimento, apaziguamento. Mas qual interesse existe em retratar apenas aspectos positivos nas trocas culturais? Não haveria também relações de interculturalidade? Pelo que foi observado nas matérias as relações com os outros acontecem de maneira

apaziguada, através do diálogo e fazendo valer o multiculturalismo. Não se percebe crise identitária e a tradução cultural (Hall, 2003) acontece sem maiores sacrifícios por parte dos sujeitos envolvidos. E mais uma vez a identidade regional do modo como foi simbolicamente construída na historiografia é reforçada. Nesse sentido, existe um reforço e repetição de uma característica muito propagada como pertencente à identidade piauiense: ser um povo acolhedor. Mesmo sofrendo durante anos com os estereótipos e representações negativas por parte de outros estados brasileiros, o Piauí recebe, segundo as Caravanas, bem o que vem de fora.

A tentativa de criação de uma cultura comum e coesa com base nos elementos tradicionais da cultura sertaneja nordestina é ideológica. Tudo porque em pleno século XXI esses elementos ainda são eleitos como fieis representantes da cultura local. Em muitas comunidades, a tradição foi exposta como uma essência. De modo que certas apresentações de danças populares, por exemplo, param o cotidiano das famílias que se reúnem para manter viva tal prática. Mesmo em menor quantidade de matérias em relação a outras categorias, ao falar em tradição, se abordou a necessidade de validar elementos tradicionais da cultura, tais como o vaqueiro, o bumba-meu-boi ou a festa do reisado como maneira de identificação e de pertença à comunidade imaginada.

O resultado da análise tenciona ao entendimento que a imagem do Piauí moldada nas Caravanas está em sintonia com os discursos políticos locais. Nesse sentido, as identidades construídas pelos programas tem estreita relação com o momento político e econômico pelo qual o Estado estava passando. As Caravanas reforçam os discursos políticos de desenvolvimento e mudança em solo piauiense. Esse reforço acontece principalmente na construção de uma linha do tempo no progresso do Estado, como se agora essa linha alcançasse seu real aspecto positivo. Além disso, os programas tentam criar o sentido de um Piauí coeso, de uma identidade cultural comum, de origem sertaneja. Os elementos da cultura sertaneja foram amplamente usados como estratégias de campanha dos políticos Wellington Dias (PT), ex-sindicalista, de origem humilde que havia derrotado as elites políticas do Estado e Wilson Martins (PSB) que nas eleições de 2010 usa como mote de campanha o vaqueiro sertanejo, como elemento de coesão, identificação e acionamento da memória coletiva.

Também nas Caravanas houve espaço para a propaganda política que foi verificada de forma mais implícita na CMNP e de maneira mais aberta na CTCV. Na CMNP, alguns empresários locais foram entrevistados e a marca de suas empresas apareciam, mas os casos foram pontuais. As marcas dos patrocinadores master's (o Governo do Estado e um grupo comercial regional) foram impressas nos DVDs, que foram distribuídos na rede escolar e usados como auxílio no material didático. O único político entrevistado foi o então governador Wellington Dias (PT) que segundo a repórter, durante texto da matéria, apareceu nos estúdios móveis da Caravana sem avisar.

Já na Caravana TV Cidade Verde 25 anos, as propagandas foram mais explícitas, com marcas dos produtos e entrevistas realizadas com empresários e também,

políticos locais. Mesmo alegando que as Caravanas não estavam atreladas ao poder político em vários programas podemos notar a participação de alguns políticos através de entrevistas em estúdio. Foram os casos das entrevistas com o Governador do Estado Wilson Martins (entrevistado nos estúdios duas vezes: uma em Oeiras e outra em Pedro II), o presidente do banco mundial (que acompanhava o Governador em visita ao município de Pedro II) e com políticos locais, tais como deputados nascidos nos municípios visitados e os prefeitos locais. Durante visita ao município de Piripiri (Programa 6) o Deputado Estadual Marden Menezes (PSDB), natural da cidade, em uma de suas falas, durante entrevista em estúdio, disse que: “a maior riqueza da cidade é o povo. Piripiri é uma cidade em franco desenvolvimento”. Já em Paulistana (Programa 8), um dos entrevistados em estúdio pela CTCV 25 anos foi o Senador João Vicente Claudino (PTB). Sobre a extração de ferro na cidade, o político disse que se tratava de “uma nova realidade, uma realidade de avanço que traz alegria ao povo e valorização humana, além de perspectivas de futuro e otimismo”.

Durante as análises foi possível perceber também, divergências nas duas Caravanas em relação a escolha dos entrevistados. Na Caravana Meu Novo Piauí as entrevistas eram em sua maioria feitas com jovens empresários e estudantes. O perfil dos entrevistados era de uma nova geração de investidores das regiões. Um dos motivos pode ser o fato de que na CMNP, havia a tentativa de desvincular ao máximo possível a influência política no produto. Já a Cidade Verde optou por entrevistas com personagens famosos nas cidades, moradores mais antigos, que segundo as matérias constituem a memória dos lugares. Na CTCV 25 anos, as entrevistas com políticos locais eram mais explícitas, não havia um interesse claro em esconder ou desvincular o produto final da ligação com estes.

Diante do que foi observado na frequência das categorias e na interpretação das matérias que constituíram as mesmas, é notório perceber que a imagem de Piauí nas duas Caravanas tem construções parecidas. Mesmo que em algumas categorias a quantidade de matérias tenha variado, na contabilização e interpretação final, os traços sobre a imagem que se tentou construir sobre o Estado seguiu a mesma diretriz nos dois programas. Outras leituras podem ser possíveis, mas a interpretação a que chegamos foi arquitetada de acordo com os objetivos, problemáticas e hipóteses eleitas para a condução desta pesquisa e já estão delineadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As identidades piauienses verificadas nas duas Caravanas se coadunam na aposta em duas vertentes: de um lado, o discurso do economicismo, de um ‘Piauí novo’. De outro, a tentativa de construção de uma identidade cultural local, baseada em elementos tradicionais da cultura sertaneja. Interessante perceber que esses dois vieses identitários unem-se na construção de um discurso de Piauí coeso, uno.

Acreditamos que a Caravana Meu Novo Piauí preparou, ideologicamente, através dos textos que falavam de desenvolvimento, progresso da economia e mudança de vida em solo piauiense, terreno para a eleição de Wellington Dias ao senado Federal

(PT, ano de 2010). E também para que seu sucessor, o político Wilson Martins (PSB, ano de 2010), tomando por base as estratégias identitárias expostas na Caravana fundamentasse seu discurso e também fosse vitorioso. Já a Caravana TV Cidade Verde é realizada no ano de 2011, no primeiro ano de governo de Wilson Martins (PSB). E pela análise dos produtos podemos observar que os textos dos programas foram bastante parecidos com o da Caravana realizada pela outra emissora. Ou seja, o programa também atuou na legitimação e no reforço do discurso governamental. Uma espécie de validação da continuidade do modelo político adotado pelo Partido dos Trabalhadores e dado prosseguimento pelo sucessor.

Seja criando um discurso de coesão do Piauí levando em conta perspectivas econômicas ou elementos culturais tradicionais, as Caravanas reafirmam a concepção identitária baseada em identidades fixas, na coesão e unicidade piauiense. Se as identidades não podem mais ser vistas como uma essência qual o sentido de eleger elementos culturais como definidores de uma ou outra matriz cultural? Não seria mais interessante ir de encontro à realidade contemporânea de identidades híbridas e heterogêneas? Acreditamos que a necessidade de construir representantes identitários ou uma identidade cultural local comum em meio a uma realidade globalizada, se dê como fundamento para perpetuar os poderes e a atuação de elites políticas e econômicas, tal como já demonstramos no decorrer da pesquisa. Um modo de legitimar determinadas instituições e seus poderes pré-concebidos historicamente. Apostar no entendimento dos sujeitos como seres mais independentes dos poderes públicos, que não se sentem mais representados pelas antigas instituições sociais, e que são mais atuantes criticamente não seria interessante nem para o poder político, nem para a esfera midiática.

Se o hibridismo é o elemento constituinte das identidades contemporâneas é necessário compreender que já não há necessidade de eleger um ou outro símbolo como único representante de uma ou outra matriz cultural. O segredo está em perceber que qualquer elemento cultural pode fazer parte do leque de identidades com as quais os sujeitos irão se identificar. Não se trata de apagar as tradições, mas de entendê-las como um elemento a mais e não como único traço fixo e imóvel das identidades culturais piauienses.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque Júnior, D. M. de (2006). *A Invenção do Nordeste e Outras Artes*. São Paulo: Cortez.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Castelo Branco, R. (1970). *O Piauí: a terra, o homem, o meio*. São Paulo: Quatro Artes.
- Fheasterstone, M. (1997). *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel SESC.
- Hall, S. (2000). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. (2003). *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Said, G. (2003). Dinâmica cultural no Piauí contemporâneo. In R. N. M. de Santana (org), *Apontamentos para a história cultural do Piauí* (pp. 341-353). Teresina: FUNDAPI.

Souza, P. G. de C. (2010). *História e Identidade: as narrativas da piauiensidade*. Teresina: EDUFPI.

Muito prazer: representação de felicidade e prazer sobre o corpo masculino em veículos homoeróticos

MURIEL EMÍDIO P. DO AMARAL

murielamaral@yahoo.com.br
Universidade Estadual Paulista

Resumo

Sai de cena as referências políticas ideológicas e entram as percepções de prazer e felicidade. Esse movimento de representação foi o que marcou a dinâmica da imprensa homoerótica brasileira. Em um primeiro momento, essa qualidade de imprensa teve como proposta o reconhecimento dos homossexuais no espaço social no final dos anos de 1970, bem como a retirada deles da condição de marginalidade. Todavia, essa proposta se enfraqueceu ao longo dos anos e a imprensa homoerótica reverencia os signos de prazer e felicidade. Atualmente, o discurso midiático homoerótico, tanto verbal quanto imagético, se articula para a oferta de prazeres e felicidade, principalmente mediados pelo corpo. Para oferecer subsídios teóricos sobre esse movimento realizado pela imprensa, serão apresentadas as reflexões de Hannah Arendt (1983) sobre o entendimento de felicidade, levando em consideração suas pontuações sobre a concepção de felicidade e as relações envolvendo consumo e capitalismo. Sobre as formas e relações de prazer, será apresentada uma discussão acerca das considerações de Jurandir Freire Costa (2005) quanto ao tema, segundo uma perspectiva psicanalítica. Quanto aos estudos de midiatização, esse trabalho se ampara nas considerações de Muniz Sodré (2006) para a compreensão da interferência dos discursos midiáticos no cotidiano social. Sobre o entendimento do corpo, serão oferecidas reflexões baseadas nas considerações de Michel Foucault (1999) sobre a influência do poder no entendimento do corpo, além de outras referências sociológicas e culturais para a compreensão de como a mídia interfere sobre a representação do corpo, mesclando os signos de verdade e ilusão. Os objetos de estudo dessa pesquisa foram as edições do jornal *Lampião da Esquina* e da revista *Junior*. O jornal circulou entre os anos de 1979 e 1981, sendo considerado o primeiro jornal de conteúdo homoerótico de maior circulação em território nacional. A principal medida adotada pelo jornal era de se articular no reconhecimento dos homossexuais quanto à cidadania e valorização social, segundo o viés ideológico. Entretanto, esse pensamento deixou de ser praticado. A revista *Junior* apresenta uma linha editorial com outro enfoque. As condições ideológicas amenizaram e os discursos de prazer e felicidade se tornaram práticas recorrentes dentro do veículo. O corpo se torna um elo para alcançar as promessas anunciadas: músculos túrgidos, roupas, procedimentos estéticos, roupas de grife, viagens internacionais e cuidados com o corpo são algumas possibilidades que se encontram presentes nessas práticas discursivas. Nessa perspectiva, a cultura atual apresenta outra configuração de sentido: os valores da cultura serão entendidos quanto ao conceito de cultura-mundo, proferido por Lipovetsky e Serroy (2011). Esse conceito contribui muito para a compreensão da representação do corpo masculino em veículos homoeróticos porque perpassa referências de individualismo, capitalismo e tecnologias, signos que compõem o código moral contemporâneo.

Palavras-Chave: Comunicação; corpo; homoerotismo; culturas

INTRODUÇÃO

Muito já se escreveu e pensou acerca da felicidade. As concepções de entendimento desse sentimento já perpassaram significações como o sentido de coletividade para a prática do bem, a reprodução e acompanhamento os preceitos cristãos

ou até mesmo a reconsideração subjetivada individualizada daquilo que pode ser felicidade. Independente da qualidade de felicidade, esse sentimento sempre esteve atrelado com as referências culturais dos códigos morais de cada momento histórico e social. Na contemporaneidade, como será que se articulam os sinais para o entendimento da felicidade? Muito embora a resposta dessa pergunta traga à tona considerações de cunho muito íntimo e pessoal, algumas interferências dialogam com os prazeres oferecidos pelo consumo, seja de bens materiais e simbólicos. Aliás, a felicidade se tornou uma obrigação inexorável na atualidade, uma ditadura outorgada no código moral contemporâneo. Um movimento orquestrado para a realização dos prazeres e oferecer um sentido a mais que a vida maçante e urbana insiste em roubar dos indivíduos. Música, moda, fotografia, cinema e publicidade são alguns dos elementos que se articulam na promoção da felicidade em nome do prazer.

Para esse trabalho, os sinais para desvendar as relações de prazer e felicidade serão os corpos masculinos em veículos de comunicação homoeróticos. Perceber a configuração dessa qualidade de representação do corpo pode-se deferir que houve deslocamento referencial do entendimento do corpo nessas mídias. A necessidade de oferecer uma condição ideológica e combatente de reconhecimento no espaço social condicionou o corpo para a representação da busca pela cidadania e amortecimento da marginalização a que muitos homossexuais se limitavam até o final dos anos de 1970, assim era a proposta do jornal *Lampião da Esquina*. Do corpo ideológico, a cultura vigente o tornou como imaginário, uma referencial de sensorial para o prazer e, consequentemente, a felicidade, como sugere a representação proposta pela revista *Junior*.

CORPO E CULTURA

Mais que uma carcaça orgânica, o corpo se torna um discurso sempre inacabado justamente pela capacidade ser reinterpretado pelas contingências culturais a que é submetido. Essas mudanças não ocorrem apenas no âmbito das considerações individuais, mas também se infiltram pela ordem social que são originadas pelas extensões das ações do homem e passam a assumir uma condição de lei, como apresenta David Le Breton (2006), ou seja, o corpo é um processo inacabado, sempre se reconfigurando e apresentando novas propostas de representação.

Como o corpo se relaciona com as propostas culturais de cada momento social, é nessa perspectiva que atualmente se encontra em diálogo com o consumo, que se torna um código inclusive de cidadania¹. Ou seja, o corpo como sendo um objeto de consumo também se torna um experimento de cidadania, mesmo que hedonista, contrariando os sinais de coletividade que o tema requer, uma práxis recorrente na articulação dos discursos midiáticos.

¹ Desse modo, consumir, independente da qualidade do objeto, até mesmo aquilo que é obrigação de oferta pelo Estado como educação, saúde e segurança, o indivíduo compartilha de signos de cidadania para reconhecimento e pertencimento no espaço social. (Canclini, 2008)

Dessa forma, como se estabelece a relação entre cultura e corpo? Primeiramente, há a necessidade de pontuar que a cultura como sendo um processo de caráter simbólico estabelecida pelo próprio homem

(...) essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície (Geertz, 1978: 15).

Pela relação estabelecida simbólica é que são fundamentadas as representações culturais. Para esse trabalho a significação da cultura contemporânea se edifica nas reflexões apresentadas por Lipovestsky e Serroy (2011). Os autores se posicionaram para conferir os valores daquilo que chamaram de cultura-mundo, uma representação cultural que se significa basicamente em três eixos: consumo, tecnologia e individualismo. São perdidas as noções de coletividade em nome das relações estipuladas pela ordem tecnocapitalista.

Cultura-mundo significa o fim da heterogeneidade tradicional da esfera cultural e a universalização da cultura mercantil, apoderando-se das esferas da vida social, dos modos de existência, da quase totalidade das atividades humanas. Com a cultura-mundo dissemina-se em todo o globo a cultura da tecnociência, do mercado, do indivíduo, das mídias, do consumo (...) impõe-se a cultura ampliada do capitalismo, do individualismo e da tecnociência, uma cultura globalitária que estrutura de maneira radicalmente nova a relação homem consigo e com o mundo. Uma cultura-mundo que não reflete o mundo, mas o constitui, o engendra, o modela, o faz evoluir, e isso de maneira planetária (Lipovestsky & Serroy, 2011: 9-11).

Esse posicionamento oferece condições para perceber a influência da comunicação no cotidiano da vida em sociedade e oferece um alerta acerca no esvaziamento de outras perspectivas que não dialogam com as forças do capital e da tecnociência, ou seja, os discursos que não se propõem a estabelecer essa ponte são condicionados fora dessa cultura são excluídos.

Dentro dessa perspectiva que a valorização do corpo se torna uma prática do contemporâneo. Lucia Santaella (2004) considera o corpo como um sintoma da cultura. Na proposta da autora, ela propõe um diálogo com a Psicanálise ao estabelecer que o sintoma seria uma linguagem que surge na forma de signos que poderão ser decodificados. A leitura desses sinais é o resultado das relações de gozo e recalque, ou seja, aquilo que assegura o prazer e a dor. Por isso o entendimento do corpo imaginário como sendo imaginário (p.144), o gozo desenfreado, sem limites e sem balizas; há a consideração apenas do “eu”, anulando a presença do “outro”; o corpo simbólico (p.145) em que surgem a linguagem e a cultura. Esses elementos se tornam importantes para reter a práticas do prazer, pois oferece condição de percepção do “outro” nos modos de viver².

² Há também o corpo real (p.47) em que pelas capacidades físico-fisiológicas que o corpo obtém o seu prazer, da sua instância que atravessa e medeia o próprio corpo enquanto uma condição biológica, mas também subjetivada por conta

Dentro dessa perspectiva, a autora conclui que “o corpo como sintoma da cultura aponta, em nossos dias, para uma perda social das balizas do gozo” (Santaella, 2004: 151), imperando as relações narcísicas do indivíduo. Essas representações são mais visíveis ainda mais quando o corpo é apresentado pelos discursos midiáticos, mesmo havendo diversas de representações do corpo em outras manifestações discursivas, a construção da qualidade midiática não se altera, permanecendo impávida a despeito de mudanças sociais. Ainda de acordo com Santaella, ela aponta uma reflexão interessante sobre a qualidade do corpo dentro de uma perspectiva midiática sobre a necessidade de refletir das práticas de felicidade e prazer. “Ora, nas mídias, aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo, o corpo reificado, fetichizado, modelizado como ideal a ser atingido em consonância com o cumprimento da promessa de uma felicidade sem máculas” (Santaella, 2003: 125-126).

A valorização do corpo remota ao discurso religioso que a preservação do corpo seria um canal de contato com a divindade. Práticas de exercício, alimentação balanceada e preocupação com saúde e higiene eram alguns dos modos de cuidados de si e que deveriam se tornar hábitos coletivizados.

(...) uma crença, com acentos religiosos e proselitistas, de que uma metamorfose corporal é possível; a idéia de que a salvação individual e a regeneração da nação dependem simultaneamente dessa metamorfose; uma rejeição à instituição médica, acentuada pela vontade de se responsabilizar pela saúde do próprio corpo; e enfim um senso agudo do comércio, que percebeu, desde cedo, que o corpo é um mercado. É sobre o fundo desta genealogia religião-saúde-comércio que se inscreve sempre a racionalidade das práticas contemporâneas do corpo americano (Courtine, 2005: 89).

Com isso, o corpo se torna um capital que é apropriado pelas formas de comunicação de massa como um fetiche a ser alcançado. Christian Ferrer (2010) considera o quanto os veículos de comunicação se esmeram em oferecer um produto espetacular no sentido idealizado por Guy Debord no livro “A Sociedade do Espetáculo” em que são borradas as representações de verdade e visão para o consumo de espetáculos, visando a felicidade obrigatória. Assim, a felicidade se torna um código preponderante na sociedade contemporânea.

PRAZERES E FELICIDADE: RELAÇÕES SENSORIAIS E DE CONSUMO

O prazer e a felicidade se tornam códigos morais imperativos nas práticas contemporâneas. O sofrimento, a dor ou qualquer outra condição que venha desafiar e estremecer a condição de felicidade e de prazer, no sentido freudiano de ocasionar o mal-estar, não apresenta sentido condição de existência na vida, como apresenta Birman

A obtenção do prazer e a evitação do desprazer passaram a ser critérios distintivos para que o indivíduo pudesse atingir o estado supremo de estar feliz. Para isso, no entanto, o registro da alma passou a ser regulado pelo do corpo, na perda

das relações culturais que são estabelecidas pelo homem.

de autonomia daquele, que se processou com a secularização do mundo ético (Birman, 2010: 31).

A necessidade do prazer em diálogo com a felicidade se torna uma prática moral na contemporaneidade. Os valores de satisfação individual, hedonistas e as representações narcísicas. A imagem do corpo concebido dentro do discurso midiático contribui consideravelmente para a consolidação dessa significação. A representação desse corpo propõe condições de “saúde” e “bem-estar”, no sentido de apresentá-lo torneado em músculos, livres das gorduras, rugas, estrias ou quaisquer marcas que possam denunciar a idade. Esses signos quando estampados no corpo podem ser interpretados como o descaso ou desleixo, uma condição aterrorizante para a representação do corpo midiático.

As marcas da cultura atual potencializam o olhar sobre o corpo e sobre a ditadura da “boa forma”. Como exercício empírico da tentativa de adentrar, de modo crítico, a cultura do consumo, do corpo no contemporâneo demonstra sua força material, uma vez que a pedagogia dessa “boa forma” se encontra em alta no mercado de bens e de serviços. [...] A sociedade, cada vez mais, interessa-se pelas mediações que contemplam o consumo exacerbado da preparação do corpo na tentativa (Garcia, 2005: 23).

Dessa forma, a felicidade e o prazer caminham lado a lado no espaço social e nas representações das práticas sociais em nome das referências de prazer e contemplação. Além disso, a relação capitalista também serve de subsídio para a consolidação dos modos de prazer e felicidade. O trabalho também é ponto crucial para Hannah Arendt (1983) estabelecer também relações de felicidade e prazer. De acordo com a autora, com a intervenção do capitalismo como forma de produção, uma nova configuração do trabalho foi estabelecida para a identidade do homem: a passagem do *homo faber*, aquele que fabrica produtos duráveis e resistentes ao tempo dá espaço para a invasão do *animal laborans*, uma representação de um produtor de objetos que precisam ser consumidos o mais rápido possível, sem a necessidade da persistência do tempo. Consumir, comprar, usufruir se tornaram sinônimos de prazer e felicidade na concepção de Arendt. Ter acesso ao consumo afasta as intempéries que a miséria e a dor podem causar. Com a consolidação da sociedade de massa, o capitalismo se estabeleceu como forma de produção e a finalidade dos objetos ofereceu passagem à sensação, ou seja, a utilidade de algo não tem muita importância, mas o prazer que esse algo pode oferecer. Além do prazer que o consumo oferece há paralelamente a necessidade de aniquilar a dor e do sofrimento para a instalação do prazer e, conseqüentemente, da felicidade. Para isso, Arendt considera que a felicidade é

(...) tudo o que ajuda a estimular a produtividade e alivia a dor e o esforço torna-se útil. Em outras palavras, o critério final de avaliação não é de forma alguma a utilidade e o uso, mas a <<felicidade>>, isto é, a quantidade de dor e prazer experimentada na produção ou no consumo das coisas. (...) A <<felicidade>> de Bentham, a soma total dos prazeres menos as dores, e tanto um sentido interior que sente sensações e permanece alheio aos objetos do mundo quanto a consciência cartesiana, consciente de sua própria atividade (Arendt, 1983: 322).

Com isso, o consumo gera sensações de prazer e felicidade para o corpo, enquanto o corpo estiver em atividade para as práticas de consumo, haverá a sensação vitalidade e gozo e, também, do hedonismo, como prazer pela vida através das práticas de consumo. Essa relação entre prazer e dor é uma equação interpretada por Birman (2010) que faz do corpo um canal para felicidade, que, aliás, essa se tornou, na atualidade, um discurso tirânico e obsessivo na sociedade, oferecendo condições até de exclusão no espaço social.

Numa sociedade supostamente democrática, que transformou a igualdade num de seus ideais primordiais e num dos alicerces da cidadania, a aspiração à felicidade passou a ser pleiteada como algo de direito. Com efeito, mesmo que seja de ordem *formal* e não necessariamente *real*, delineado que foi como possibilidade outorgada a todo e qualquer cidadão, o que quer dizer que possa ser igualmente exercido por todos, no real da cena social, de maneira ampla, geral e irrestrita. (Birman, 2010: 28, com grifos do autor).

Com as definições sobre felicidade estabelecidas, para esse trabalho, prazer e felicidade não serão tratados como sinônimos, mas como dois elementos que se articulam mutuamente para se validarem enquanto uma relação de significação. O conceito de prazer será entendido como sendo

(...) o conjunto dos fenômenos afetivos correspondentes ao estado de satisfação. Qualquer pessoa representa a manutenção de uma satisfação obtida ou a incorporação de novas satisfações ao repertório do eu. Sentimos prazer ao preservar ou expandir a área de satisfação à qual temos acesso, e dor ou desprazer ao perder o terreno nesta área. Prazer, em suma, é a posse e guarda de um território de satisfação conhecido ou apropriado de uma nova faixa de satisfação (Costa, 2005: 90-91).

O autor estabelece que as manifestações de prazer podem ser classificadas de acordo com a qualidade e intensidade. Referente à qualidade, os prazeres podem ser considerados como sendo sensoriais, motores, sentimentais ou intelectuais, variando de acordo com a representação e modos de percepção. Do ponto de vista da intensidade, Costa considera os prazeres como sendo extáticos ou mitigados, sendo o primeiro considerado efêmero, “dura exatamente o tempo entre o início e o fim de um processo de excitação crescente” (Costa, 2005: 91), com o alcance do êxtase, e as representações de gozos mitigados são mais duradouros e se estabelecem por longo tempo em estado de excitação estável.³

Para o autor, mesmo reconhecendo que é muito superficial atribuir na sociedade contemporânea a preferência por prazeres extáticos de uma forma muito deliberativa, há uma moral na atualidade que estabelece ligações entre o conceito de felicidade e prazer por manifestações sensoriais extáticas como sendo manifestações mitigadas, deslocando valores e atribuições para os mecanismos de prazer.

A peculiaridade da nova educação dos sentidos é ter posto a fruição sistemática, metódica e regulada dos *prazeres sensoriais mitigados* no topo dos ideais de

³ Costa considera que as representações de prazer extático “o orgasmo sexual; as mudanças fisiológicas induzidas por drogas psicoestimulantes; as experiências místicas; os transe rituais; as atividades esportivas que exigem força e destrezas musculares incomuns; as lutas físicas etc. Exemplos de prazer mitigado são as atividades lúdicas ou esportivas; os sentimentos ternos; o deleite com a criação e a fruição de obras artísticas ou científicas; o conforto, a serenidade, a alegria, o entusiasmo ou a beatitude com emoções de ordem espiritual, moral, cívica, etc. (Costa, 2005: 92).

felicidade. É esta atenção militante, devotada, consciente e autogerida do prazer duradouro com a higidez e a aparência que mais caracteriza o que chamo de moral das sensações, felicidade sensorial ou ideal de prazer sensorial (Costa, 2005: 94, com grifos do autor).

Com as reflexões de Costa, o corpo passou a ser o canal para que as sensações pudessem ser exploradas na promoção de outras formas de ética e moral, acerca do indivíduo e a relação dele com o prazer.

A virada somática da cultura produziu uma verdade revolução na percepção da corporiedade física. O equipamento sensorial, nas dimensões exteroceptivas e introceptivas, deixou de ser a massa opaca e obscura de automatismos cegos ou instintos malsãos para se tornar objeto de curiosidade, admiração e cuidados sutis. Antes visto como matéria bruta para a construção de ideais sentimentais, intelectuais, espirituais ou cívico-morais, agora se reapresenta como o novo *locus* da dignidade ontológica, epistemológica e ética do sujeito. Dignidade ontológica, por que o substrato do sujeito deixou de ser sua “alma”, seus sentimentos, seus pensamentos ou seus atos públicos para ser seu corpo esmiuçado, respeitado, adulado e bem tratado. Dignidade epistemológica por que a chave do conhecimento de si saiu das fechaduras transcendentais para entrar nas fechaduras corporais. (...) Dignidade ética, finalmente, por que o bem-estar físico com a saúde, a beleza, a esbelteza, a juvenilidade, etc.. se tornam indícios de responsabilidade e maturidade na capacidade de se autogovernar (Costa, 2005: 95).

Ainda a esteira do pensamento de Costa, devido à fluidez própria condição do gozo extático em ser representado por sensações que são fluídicas, o indivíduo se coloca em dependência do objeto de estímulo, uma sensação de felicidade que se consome no mesmo momento que o objeto é esvaecido. Dessa forma, há a necessidade constante do “espectro de estimulações sensíveis para sentir que existe aos próprios olhos e ao olhar do outro” (Costa, 2005: 105). O autor faz uma metáfora quanto ao lema moderno proferido por Descartes “Penso, logo existo” para “Sinto, logo sou”, oferecendo condições para acreditar que o corpo estimulado e apropriado de prazer é uma condição de pertencimento no espaço social. O corpo se tornou o canal adequado para estabelecer as condições de prazer e satisfação, mas “Em vez de fundar a identidade no desenrolar temporal de narrativas e ações, procura ancorá-la na expansão sincrônica de coisas e situações” (Costa, 2005: 105).

É a necessidade de sentir. Para o desenvolvimento da qualidade sensória, Costa atribui um papel muito importante desempenhado pela comunicação, em especial, a comunicação de massa pelas imagens e conceitos que são disseminados pela sociedade que ele a considera como sendo “Sociedade do Espetáculo”, se apropriando dos conceitos desenvolvidos por Guy Debord. A clássica obra homônima discorre sobre a valorização dos estímulos sensoriais a que os indivíduos estão submetidos, principalmente ao que se referem às mensagens da comunicação de massa, em nome de prazeres extáticos, almejando a felicidade, oferecendo uma nova ética de compreender as relações e duração dos prazeres e também questões de ordem emocional, intelectual, moral, político, artístico ou espiritual.

O crescimento do papel da mídia na formação de mentalidades mudou essas regras. A mídia reforçou a participação do corpo físico na constituição da

subjetividade de dois modos. Primeiro, pela propaganda comercial de cosméticos, fármacos e instrumentos de aperfeiçoamento da forma corporal; segundo pela identificação de certos predicados corporais ao sucesso social (Costa, 2005: 166).

Com essa colocação, pode-se evidenciar a necessidade de pertencimento no espaço social pelo corpo na contemporaneidade através do discurso midiático. O corpo dialoga com essas práticas discursivas, estabelecendo uma nova ordem ética da moral, ao que Costa considera como sintoma da cultura somática

Em sintonia com a moral do espetáculo, a mídia visa, sobretudo, a tornar visões do mundo particulares plausíveis e convincentes. É assim que a massa dos indivíduos é levada a admirar e a querer imitar o estilo de vida dos ricos, poderosos e famosos. A mimetização, contudo, é mantida em rédeas curtas, dada a dificuldade que a maioria tem de ascender socialmente, até poder ser incluída no círculo dos privilegiados. O único item do mundo “exclusivo” à disposição do indivíduo comum é a imagem do corpo. Possuir um corpo como o dos bem-sucedidos é a maneira que a maioria encontrou de ascender imaginariamente a uma condição social da qual está definitivamente excluída, salvo raríssimas exceções. Assim, a corrida pela posse do corpo midiático, o *corpo-espetáculo*, desviou a atenção do sujeito da vida sentimental para a vida física. Criou-se uma nova educação dos sentidos, uma nova percepção da morfologia e das funções corporais que tornou o bem-estar sensorial um sério competidor do bem-estar sentimental. Cuidar-se de si deixou de significar, prioritariamente, preservar os costumes e ideais morais burgueses para significar “cuidar do corpo físico”. O *cultivo das sensações* passou a concorrer, ombro a ombro, com o *cultivo dos sentimentos*. Estar feliz não se resume mais a se sentir sentimentalmente repleto. Agora é preciso também se sentir corporalmente semelhante aos “vencedores”, aos “visíveis”, aos astros e estrelas midiáticos (Costa, 2005: 166, com grifos do autor).

Pelo ponto de vista do autor, a cultura somática na contemporaneidade do corpo estabelece duas formas de entender o corpo: sendo a primeira pelo remapeamento cognitivo do corpo físico, regulamentando a identidade segundo ordens biológicas, políticas, científicas e tecnológicas médicas e a invasão da cultura pela moral de espetáculo, em que há a interferência dos discursos midiáticos e as representações da vida burguesa ocidental, objetivando prazeres e acúmulo de capital.

Os processos de midiatização é assunto abordado por vários teóricos da comunicação. Muniz Sodré (2002; 2006) acredita que a mídia estabelece uma outra forma de bios⁴ na contemporaneidade para com os indivíduos na sociedade, o chamado bios midiático. Permanece o objetivo da ética como uma prática simbólica e subjetiva para a regulação das identidades coletivas e individuais, todavia há a interferência da tecnologia e as relações de poder no cenário de composição desse cenário cultural, não interpretando a midiatização exclusivamente como um processo técnico, mas aliado aos sintomas de cultura.

(...) a sociedade contemporânea (dita ‘pós-industrial’) rege-se pela midiatização, quer dizer, pela tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de

⁴ Muniz Sodré se apropria dos conceitos de bios apresentados pelo filósofo Aristóteles que afirma que há três formas de existência humana (bios) na Pólis: bios theoretikos (vida contemplativa), bios politikos (vida política) e bios apolaustikos (vida prazerosa) (Sodré, 2006).

determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação (Sodré, 2002: 21, com grifos do autor).

O autor considera, também, a midiaticização como uma relação simbólica para a representação da cultura, assim, a midiaticização é

(...) uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*. Trata-se de dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital (Sodré, 2006: 20-21).

Dessas reflexões do autor, a midiaticização se tornou um código moral contemporâneo, ou seja, um modo de entendimento de produção e reprodução de valores, pautando os modos de articulação no espaço social. A formação dessa qualidade de discurso em que prazeres e felicidade comungam na mesma condição midiática se encontram nas representações da imprensa homoerótica atual brasileira.

IMPRENSA HOMOERÓTICA NO BRASIL: DA MILITÂNCIA AO PRAZER

Os primeiros registros de imprensa homoerótica no Brasil foram percebidos apenas na segunda metade do século XX. O que não quer dizer que esse tema não era abordado, até então, o conteúdo homoerótico era abordado nas literaturas populares ou veiculado em algum jornal de maior circulação como foi o caso das publicações do escritor João do Rio, codinome de Paulo Barreto, que com seus textos conseguia transmitir algum referencial homoerótico, inclusive de caráter biográfico. Ele contribuiu para os jornais O Paiz, Gazeta de Notícias, O Dia, além de integrar-se à Academia Brasileira de Letras e ser tradutor das obras de Oscar Wilde.

As primeiras publicações homoeróticas compuseram, no Brasil, aquilo que Grinberg (1987) definiu como imprensa alternativa. Para o autor, essa qualidade de imprensa se estabelece de duas formas em que questiona os valores imperativos das estruturas de poder, apresentando uma reflexão crítica principalmente sobre o capitalismo ou também uma imprensa alternativa quanto aos modos de produção, distribuição e logística.

O surgimento da imprensa homoerótica no Brasil acompanhou a visibilidade que homossexuais conquistaram na sociedade. A notoriedade da comunidade gay ganhou visibilidade com os processos de urbanização a partir dos anos de 1950, ainda mais em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo, e a formação de espaços de socialização desses indivíduos. James Green (2000) afirma que no bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, já havia vários estabelecimentos de encontro entre homossexuais e era possível se deparar com pessoas de diferentes gêneros e identidades sexuais. Os veículos de comunicação da imprensa gay se tornaram uma forma de contemplar essa dinâmica social urbana pela qual o país estava passando e de algum modo oferecer visibilidade e reconhecimento desses indivíduos no espaço social, não os

restringindo ao limbo da sociedade pela orientação sexual. Nessa condição, a comunicação voltada a esse público se tornou uma ferramenta do oferecer condições de manifestação de opinião e projeção das necessidades e desejos dos homossexuais.

A publicação *Snob* foi o primeiro veículo que passou a ser produzido que era abertamente homossexual, em 1963. Por ser uma publicação, um veículo alternativo e de uma produção quase artesanal, é difícil defini-lo como jornal ou revista, até por que a linha editorial também era muito abrangente. Sob o comando do jornalista Agildo Guimarães, *Snob* passou a circular como uma forma de protesto ao resultado do concurso Miss Traje Típico, realizado pelo Grupo Ok (Péret, 2011). O grupo foi formado em 1961 com o intuito de promover sociabilização entre os participantes que se encontravam para conversar, ouvir música e organizavam eventos e desfiles. Os exemplares eram produzidos e distribuídos gratuitamente e repassados de mão em mão os leitores interessados através de redes de contatos ou em pontos de circulação de homossexuais.

Era uma publicação simples, em folha de papel ofício, datilografada (frente e verso) e impressa em mimeógrafo, com distribuição na Cinelândia e em Copacabana, em locais como a “Bolsa de Valores” (trecho da praia em frente ao Copacabana Palace), bares e cafés. Com o tempo, o *Snob* tornou-se conhecido dentro da comunidade gay carioca. Transformou-se numa minirrevista, com capa, ilustrações coloridas, pequenos anúncios e mais de trinta páginas (Péret, 2011: 19).

Por ser um veículo da imprensa gay, e assim para não sofrerem represália e preconceitos, muitos dos jornalistas colaboradores não assinavam o material produzido. Mesmo não sendo uma publicação de cunho militante, o *Snob* teve a intenção de proporcionar acolhimento entre os leitores, com o objetivo de oferecer identificação dos leitores com o material divulgado. O final do *Snob* foi em 1964, mesmo não tido sofrido nenhum tipo de censura, a diretoria do jornal optou por produzi-lo mais.

Várias outras publicações surgiram após o fechamento do *Snob*, não se limitando apenas no eixo Rio-São Paulo⁵. Além dessas publicações, havia também as colunas de conteúdo homoerótico como é o caso da “Coluna do Meio”, assinada por Celso Curi ao jornal *Última Hora*. A coluna durou quase dois anos, entre 1977 e 1979, e por iniciativa do próprio jornalista optou por abandoná-la por questões judiciais. Curi respondia processo por promover “encontros entre anormais” (Trevisan, 2004: 347).

Um grande marco da imprensa homoerótica foi com a fundação do jornal *Lampião da Esquina*. O nome que faz a sátira à figura do cangaceiro Virgulino Ferreira da Silva, o Lampião, pela sua braveza e valentia aliada à capacidade de iluminação que o objeto tem para clarear novas referências sobre a homossexualidade.

A ideia de produzir uma publicação começou após a visita ao Brasil de Winston Leyland, editor-chefe da *Gay Sunshine*, revista produzida e de circulação nos Estados

⁵ Entre elas: *Le Femme*, *Subúrbio à Noite*, *Gente Gay*, *Aliança de Ativistas Homossexuais*, *Eros*, *La Saison*, *O Centauro*, *O Vic*, *O Grupo*, *Darling*, *Gay Press Magazine*, 20 de Abril, *O Centro* e *O Galo*. Em Niterói, havia *Os Felinos*, *Opinião*, *O Mito* e *Le Sophistique*. Na Bahia foram lançados *Fatos e Fofocas* (1963), *Zéfiro* (1967), *Baby* (1968), *Little Darling* (1970) (LIMA, 2007), todas em caráter alternativo, sem grandes projeções fora das cidades em que eram editadas e com baixo orçamento para produção

Unidos voltada para a comunidade gay. Lâmpião de Esquina nasceu em abril de 1978 pelas mãos de intelectuais, jornalistas e artistas plásticos como José Silvério Trevisan, Jean-Claude Bernardet, Aguinaldo Silva, Peter Fry, Adão Costa, Antônio Chrysóstomo, Clóvis Marques, João Antônio Mascarenhas, entre outros colaboradores efetivos e esporádicos. A iniciativa de lançamento dessa publicação seguiu a necessidade de considerar os homossexuais dentro do cenário social, ou seja, quebrar as correspondências da identidade gay com a condição de marginalidade, promiscuidade e futilidade, como apresenta o primeiro editorial da publicação de número 0.

A proposta editorial do jornal era de trabalhar as questões no âmbito social e político, mas sem perder a conotação a ironia, o sarcasmo e irreverência. Um outro ponto interessante do jornal era a pluralidade do discurso, ou seja, embora a linha editorial tendia exclusivamente para acompanhar os homossexuais, mas também de outros grupos de “minorias” como feministas, negros e ambientalistas.

[...] Lâmpião reivindica em nome dessa minoria é não apenas se assumir e ser aceito - o que nós queremos é resgatar essa condição que todas as sociedades construídas em bases machistas lhes negou: o fato de que os homossexuais são seres humanos e que, portanto, têm todo o direito de lutar por sua plena realização, enquanto tal. Para isso, estaremos mensalmente em todas as bancas do País, falando da atualidade e procurando esclarecer sobre a experiência homossexual em todos os campos da sociedade e da criatividade humana. Nós pretendemos também, ir mais longe, dando voz a todos os grupos injustamente discriminados - dos negros, índios, mulheres, às minorias étnicas do Curdistão: abaixo os guetos e o sistema (disfarçado) de párias. Falando da discriminação, do medo, dos interditos ou do silêncio, vamos também soltar a fala da sexualidade no que ela tem de positivo e criador, tentar apontá-la para questões que desembocam todas nesta realidade muito concreta: a vida de (possivelmente) milhões de pessoas (1978).

A representação do corpo não se apresentava na articulação de um discurso de prazer, mas estava envolvido com referências ideológicas. Em muitas edições, o corpo não era apresentado, retratado ou evidenciado, tão pouco era motivo de abordagem nas imagens da publicação, salvo nas últimas edições em que o corpo nu invade as páginas do jornal, fazendo que esse perca a sua identidade.

O enfraquecimento do jornal, além de questões econômicas e administrativas, se deu justamente pelas mudanças culturais ocorridas no começo da década de 1980; o discurso de protesto e ideológico perdem forças no cenário social. Além disso, houve a invasão de material de conteúdo pornográfico direcionado inclusive de conotação homoerótica. Essas publicações apresentavam quase que exclusivamente cenas de sexo explícito, amenizando as concepções da ideologia de reconhecimento dos homossexuais no espaço social. Na tentativa de disputar o mercado com essas publicações, Lâmpião veiculava fotografias de homens nus para manter-se em atividade. Bernardo Kucinski (1991) considerou, mais tarde, que o Lâmpião da Esquina começou elegante e terminou pornográfico. Assim, Lâmpião parou de circular em 1981, deixando uma contribuição importante para a causa militante e também para as práticas do jornalismo alternativo.

O encerramento das atividades do Lâmpião antecipou o final de um ciclo que, com a redemocratização, liquidou com a imprensa alternativa e permitiu que

seus temas fossem reabsorvidos pela grande imprensa. [...] No momento em que encerrou suas atividades, o jornal parecia ter mergulhado num vácuo: tinha abandonado o teor contestatário sem conseguir assumir as características de uma volta ao consumo. O fim do *Lampião* deixou os grupos homossexuais órfãos do principal meio de comunicação pelo qual faziam circular suas ideias e divulgar suas atividades por todo o país, dentro e fora do movimento (gay). (Simões & Facchini, 2009: 110).

Após o término do *Lampião* e a circulação das publicações produzidas no exterior de baixa qualidade e de cunho mais pornográfico, houve um hiato na produção da imprensa homoerótica no Brasil. Nem a epidemia da AIDS foi suficiente para que ressurgisse essa categoria de imprensa. A conscientização e esclarecimentos da doença ficaram por conta das atividades desenvolvidas por grupos militantes e também pelas publicações produzidas por esses grupos. Como é o caso do boletim do Grupo Gay da Bahia e os informativos *Pela Vidda*, fundado no Rio de Janeiro pelo ex-militante político Hebert Daniel, que fora vítima do HIV, e *Voz Positiva*, do Recife, produzido pela Ong Gestos (Péret, op. cit.).

A efervescência do mercado editorial homoerótico brasileiro foi retomada apenas nos anos de 1990 com o lançamento da revista *Sui Generis*, da editora SG Press. De acordo com Péret (2011), a publicação trazia matérias tanto com o lado “mundano da cultura gay (festa, moda, boate) como com os movimentos sociais e as questões colocadas pela militância” (p.85). A revista contou com a participação de várias personalidades do meio jornalístico e artístico para compor o corpo editorial, mesmo sendo representativa entre as publicações voltadas ao público gays, chegando a atingir a marca de 30 mil exemplares, ela deixa de circular em 2000. Houve a tentativa de lançamento da revista *Homem*, da mesma editora, com conteúdo pornográfico, anúncios de leitores e publicidade, mas a iniciativa não prosperou ainda mais que já havia sido lançada a *G Magazine*, pela Fractal Edições. A novidade é que a revista traz ensaios fotográficos de homens de reconhecimento nacional (artistas, atores, jogadores de futebol e cantores), todos nus e excitados. Ainda em circulação, a revista veicula matérias de moda, comportamento e algum conteúdo de militância pela diversidade sexual. Todavia, o interesse primordial em oferecer as imagens pornográficas na revista é de lidar com o desejo dos leitores, ou melhor, uma estratégia reconhecida para saciar o desejo, uma vez que o desejo pulsante do sexo nem sempre pode ser aliviado, sem a necessidade de interferir diretamente na ordem do discurso moralizante.

A utilização da mídia para a satisfação dos prazeres tem sido um caminho viável para a construção discursiva que visa integrar o sujeito a seu meio social sem que lhe sejam impostas diretamente as morais civilizantes. Através do aprimoramento constante do conhecimento das necessidades de consumo do sujeito, a mídia produz um discurso sempre pronto e presente para amenizar os sofrimentos do sujeito. O prazer sexual, sem dúvida, entra no jogo de manipulação da mídia, visando à satisfação da demanda de prazeres barrados do indivíduo. (...) a sociedade ocidental contemporânea se encontra na contemplação midiática um meio de manifestação de prazer (Rodrigues, 2007: 47).

Não apenas a G se apropriou do discurso do desejo e do consumo simbólico para ser veiculado como uma manifestação do discurso midiático. As demais publicações lançadas nos anos 2000 também se constituíram com o propósito de estabelecer diálogos com o consumo, não apenas de bens, mas também de materiais simbólicos, sobretudo o corpo. Aliás, o corpo na articulação do desejo se torna um discurso praticamente absoluto na imprensa homoerótica contemporânea.

A revista Junior, da editora Mix Brasil também compartilha dessa prática discursiva. Ainda em circulação, no primeiro editorial da Junior é possível identificar as relações de consumo simbólico e material.

Você sabe há quanto tempo acompanhamos a efervescência do mercado editorial gay no exterior? Anos e ano, morrendo de vontade de fazer uma revista bacana por aqui. Ela seria assumida sem ser militante, sensual sem ser erótica, cheia de homens lindos, com informação para fazer pensar e entreter. (...) Mesmo sem saber exatamente quantos somos e onde estamos, acabamos evidenciando nossa existência pelo vigor do nosso mercado (...). Outras áreas como o turismo e moda já descobriram que não vivem sem nós. Outros estão começando a entender isso agora (Junior, 2007).

Com o exemplo do primeiro editorial da revista Junior, é clara a intenção de promoção de prazer e o afastamento ideológico proposto pelo jornal *Lampião*. A revista veicula matérias sobre comportamento, moda, beleza, ensaios fotográficos e editoriais de moda. Essas duas últimas sessões são interessantes do ponto de vista do consumo, pois aliam as duas vertentes dessa prática: consumo simbólico e material. Certamente, as peças e produtos apresentados nessa sessão objetivam o estímulo do consumo pelos leitores, bem como os modelos que se encontram estampando essas sessões. Os corpos apresentados pela revista são sempre apresentados com signos que fazem alusão ao bem-estar, saúde e jovialidade, além de sensualidade e beleza. Como uma relação de significação, o corpo se torna uma forma de capital, no sentido de se tornar moeda de troca entre o consumo e o desejo.

(...) a ética da beleza, que também é a da moda, pode definir-se como a redução de todos os valores concretos e dos “valores de uso” do corpo (energético, gestual e sexual), ao único “valor de permuta” funcional que, na sua abstração, resume por si só a ideia de corpo glorioso e realizado, a ideia do desejo e do prazer – negando-os e esquecendo-os precisamente na sua realidade para se esgotar na permuta dos signos. A beleza reduz-se então a simples material de signos que se intercambiam. Funciona como valor/signo. Pode, portanto, dizer-se que o imperativo da beleza é uma das modalidades do imperativo funcional (Baudrillard, 2005: 141).

O corpo dentro dos veículos voltados para os gays se torna um produto de consumo, todavia de uma forma enviesadas da realidade dos corpos da maioria da sociedade, sendo um canal de representação da “felicidade” e consumo de prazer. Baudrillard (2005) acredita na manipulação técnica dos códigos referenciais dos fatos para a construção de um discurso consumível, ainda mais quando se trata do consumo do corpo. Esse movimento de manipulação, o autor o denomina como “pseudo-acontecimento” e “neo-realidade” (p.132), que também pode explicar as formas de representação dos corpos dentro desses veículos, como sendo uma

construção alheia às formas denotativas de representação do consumo do corpo. O consumo se torna um mecanismo de manifestações simbólicas, com referências às fantasias e desejos, uma concepção romântica.

Campbell (1987) alega que o surgimento do consumo, com o da produção capitalista, requer uma ética e, neste caso, é seu romantismo e não protestantismo que fornece tal estímulo, pois ele enfoca a imaginação, a fantasia, o misticismo, a criatividade e a exploração emocional. (...) a atividade essencial do consumo não é a seleção, a aquisição ou o uso real dos produtos. O consumo “real” é, em grande parte, o resultado desse hedonismo “mentalístico”. A partir dessa perspectiva, o prazer que se obtém dos romances, pinturas, peças de teatro, discos, filmes, rádio, televisão e moda não é o resultado da manipulação, por parte dos anunciantes, ou uma “obsessão pelos status social”; é um gozo estimulado pela fantasia (Featherstone, 1995: 45).

O consumo de bens simbólicos pelos meios de comunicação, nisso estão incluídos os veículos de conteúdo homoerótico, se articulam para essa prática. Os discursos midiáticos são constituídos com essa proposta e dificilmente oferecem outras referências discursivas fora dessa concepção. E o corpo se torna um signo de representação dessa cultura.

Como já apresentado no começo desse artigo, o corpo dialoga com a referência de um ideal, no sentido de prazeres e gozos que não encontram limites, passíveis de ser considerado um código para a vida na contemporaneidade. Assim, o corpo passa a ser um canal da exploração dos sentidos, um convite para uma caixa de sensações a ser explorada. Para chegar ao ponto de despertar o desejo, há a necessidade de investimento, o corpo passa a ser capital (Goldenberg, 2002). Há uma dedicação intensa para que o corpo possa se tornar um sintoma da cultura do consumo e individualista como o uso de cosméticos, alimentação, exercícios físicos e toda a intervenção necessária para robustecer os músculos e amenizar os efeitos do avanço da idade.

A imprensa homoerótica não apenas apresenta o discurso do consumo como também favorece o culto ao corpo. São exceções as capas da revista que não apresentam o corpo masculino exposto com o dorso nu. A disciplina para a obtenção desse corpo pode ser entendida na concepção de Michel Foucault (1999) acerca dos cuidados de si e também dos outros no que tange aspectos de saúde e beleza. Há a normatização desses valores que são propagados de tal modo que se cristalizam no seio da sociedade e que não oferecem condições de oferecimento de outra manifestação discursiva. Além disso, suscita o pensamento de Foucault sobre o corpo exposto. “Fique nu! Mas, seja magro bonito e bronzeado” (Foucault, 1979: 147). Um lema que foi levado à risca pelas fotografias do discurso midiático, independente da qualidade editorial e do público a que se destina, com isso, as publicações homoeróticas não fugiram desse código.

As marcas no corpo são apagadas, sinais e elementos que possam afrontar as legitimações da jovialidade também devem ser relevados nas imagens. A idade não pode ser transparecer nas fotografias, bem como qualquer indício que são interpretados como desleixo e descuido com o corpo, como gorduras localizadas e estrias.

Liso e vivendo quase na ausência do pelo. Para a estética de representação do corpo dessa revista, se o pelo está no corpo, ele está no lugar errado. Assim como as marcas, gorduras, o pelo se torna inconveniente na fotografia das capas desse veículo.

O vigor e a mocidade são exaltados pelos corpos na imprensa homoerótica. O corpo masculino nessa qualidade de imprensa era reservado por uma questão de ordem social por que poderia ser uma ofensa à regra do poder burguês ou por que era utilizado como uma ferramenta de protesto. O jornal *Lampião* não apresentava o corpo como apenas fonte de prazer, mas, na atualidade, esse corpo masculino se reconfigura: mais que ideologia, é pela juventude que mais se preza. Paula Sibilia apresenta uma reflexão pertinente a essa configuração do corpo, em que o envelhecimento e as consequências dessa fase da vida se tornam sinais da derrota do corpo, trazendo com eles referências de “imperfeições” e “impurezas”.

Na era do “culto ao corpo” e da espetacularização da sociedade, instalados a se converter em imagens com certas características rigorosamente definidas, os corpos humanos são desencantados de suas potências simbólicas para além dos códigos da “boa aparência”. Nesse contexto e paradoxalmente – meio século após os movimentos de liberação sexual e em pela reivindicação da subjetividade encarnada, com a “expectativa de vida” aumentando sem cessar – novos tabus e pudores convertera a velhice num estado corporal vergonhoso. Sinais de uma derrota na luta pela permanência do aspecto juvenil, as rugas são moralmente condenáveis devido à sua indecência: a velhice é um direito negado ou algo que deveria permanecer oculto, longe de ambicionar a tão cotada visibilidade (Sibilia, 2011: 83).

De acordo com a autora, há um repúdio declarado para que os signos da velhice e tudo aquilo que possa denotar a decrepitude do tempo. As imagens veiculadas na mídia contribuem para o fortalecimento desse entendimento quanto à aversão sobre a idade, uma forma de valorização dos signos da vida em detrimento da morte. Medidas como essa se tornam referências da cultura vigente, até por que, como já apresentado, o corpo se tornou um capital, uma forma de investimento para aniquilar a morte e preservar o corpo. Sibilia vai além da concepção de capital pelo corpo e acredita que os movimentos realizados para a valorização da jovialidade são atitudes que prezam pela purificação da carne, que vão desde as promessas dos produtos farmacêuticos e da cosmetologia até o bisturi virtual, ou seja, a intervenção tecnológica para a manipulação de imagens.

(...) uma miríade de produtos e serviços é anunciada em constante festival, com sua retórica especializada em garantir as mais desvairadas certezas. Sublinha-se, sobretudo, sua capacidade de ajudar as vítimas dessa biopolítica imperfeita a dissimular os inevitáveis destroços que essa fera impiedosa, a velhice, ainda teima em imprimir no aspecto físico de cada um. A força dessa vontade contrariada alimenta, assim, o riquíssimo mercado de purificação, constituído por toda sorte de antioxidantes, hidratantes, drenagens, lipoaspirações, e estiramentos com vocação rejuvenescedora das aparências (Sibilia, 2011: 93-94).

A indecência creditada às marcas do tempo aliada aos tentáculos do capitalismo para o investimento do corpo concretizam corporalidade que não permite imagens desgastadas ou que de alguma forma possam afrontar as relações de prazer que o corpo pode ofertar.

(...) Um estado corporal que deveria ser combatido – ou, quanto menos, sagazmente dissimulado – por ser moralmente suspeito e, portanto, humilhante. Algo indecente que não deveria ser exibido; pelo menos, não sem recorrer aos convenientes filtros e pudicos retoques que nossa era inventou para tal fim que com crescente insistência, põe à nossa disposição e nos convoca a utilizar. Assim, em plena vigência desses valores que ratificam a cristalização de uma nova moralidade, os cenários privilegiados dos meios de comunicação audiovisual se recusam a mostrar imagens de corpos velhos. As revistas de páginas brilhosas só aceitam publicar esse tipo de fotografias em raras ocasiões: quando se considera estritamente necessário e, mesmo nesses casos, contando sempre com o auxílio das ferramentas de edição de imagens como o popular Photoshop. (Sibilia, 2011: 93-94).

O desejo pelo corpo sem as “impurezas” se estabelece por conta da tecnologia; é a felicidade ao alcance de alguns cliques virtuais. Em uma outra ocasião, a autora apresenta que os programas de computadores que editam imagem como sendo bisturis virtuais, ou seja, são capazes de modificar e restabelecerem uma nova forma concepção imagética do corpo, extirpando o excesso de peso, condição de repúdio para essa estética de representação midiática

Tratar-se-ia, portanto, de seres maculados pela impureza, eventualmente excluídos até mesmo da própria categoria de sujeitos. De certo modo, tais criaturas estariam no limiar da humanidade, sempre ameaçadas de caírem no domínio das monstruosidade e das aberrações. Ou quiçá, pior ainda: da invisibilidade (Sibilia, 2006: 277).

Dialogando com o pensamento da autora sobre a decrepitude da idade, Edvaldo Couto e Dagmar Estermann Meyer (2011) estabelecem uma relação sobre o corpo, mercado e tecnociências também no sentido de aliviar a falência do corpo advindo pela idade em nome do vigor da juventude.

A tecnociência, o mercado e os meios de comunicação produzem e fazem circular diversificados cardápios de técnicas, produtos e orientações que visam, sobretudo, o aumento progressivo da qualidade de vida. Nesse contexto, tradicionais fronteiras entre juventude e envelhecimento têm sido cada vez mais questionadas, desafiadas, deslocadas, borradas. Promessas anunciadas, e amplamente desejadas, apontam para possibilidades de reprogramação de corpos humanos na direção de torná-los imunes a doenças, de dar-lhes condições de diminuir as penúrias da velhice e adiar a fatalidade da morte (Couto & Meyer, 2011: 22).

Uma celebração da mocidade que estabelece uma ordem moral quase irredutível para o cotidiano contemporâneo, em que os modos de representação da beleza se relacionam em nome do prazer. Um discurso esquizofrênico que propaga a garantia de felicidade pela imagem imaculada, ainda que seja de modo virtual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os valores capitalistas e hedonistas também foram absorvidos pelas práticas da imprensa homoerótica brasileira. A intenção do jornal *Lampião da Esquina*, primeiramente, não era de propor realizações de felicidade e prazer, mas sim de militância e reconhecimento de homossexuais no espaço social. Entretanto, o uso

do corpo se tornou um código para que a promoção da felicidade, uma práxis quase obrigatória na moral contemporânea.

A oferta de imagens de corpos alheios ao sofrimento da vida e sem qualquer incidência de marcas da idade contribui para além das significações de prazer e felicidade, complementa a crise entre visão e verdade da representação da estética desse corpo, lidando com códigos absolutos de prazer e eliminando discursos mais democráticos de felicidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arendt, H. (1983). *A Condição Humana*. Forense-Universitária: Rio de Janeiro.
- Baudrillard, J. (2005). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Birman, J. (2010). Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In J. Freire Filho, *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Canclini, N. G. (2008). *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ Editora.
- Castro, A. L. (2003). *Culto ao corpo e sociedade*. São Paulo: FAPESP/Annablume.
- Courtine, J.-J. (1995). Os Stakanovistas do Narcisismo. In D. B. Sant'anna (org), *Políticas do Corpo*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Costa, J. F. (2005). *O Vestígio e a Aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Couto, E. S. & Meyer, D. E. (2011). Viver para ser velho? Cuidado de si, envelhecimento e juvenilização. *Revista Entreideias: educação, cultura e sociedade*, 19.
- Featherstone, M. (1995). *O Desmanche da Cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobre.
- Ferrer, C. (2010). Consumo de espetáculos e felicidade obrigatória: técnica e bem-estar na vida moderna. In J. Freire Filho, *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Foucault, M. (1999). *História da Sexualidade I: a vontade de saber*. 13ª Ed. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- Garcia, W. (2005). *Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Green, J. (2000). *Além do Carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX*. São Paulo: Editora Unesp.
- Grinberg, M. S. (1987). *A Comunicação Alternativa na América Latina*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Goldenberg, M. & Ramos, M. S. (2002). A civilização das Formas. In M. Goldenberg, *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record.
- Kucinski, B. (1991). *Jornalistas e Revolucionário da Imprensa Brasileira*. São Paulo: Escrita Editorial.

- Le Breton, D. (2006). *A Sociologia do Corpo*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2011). *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lima, M.A.A. (2007). De alternativa a grande mídia: historiografia resumida da imprensa homossexual no Brasil. In *Anais do V Congresso Nacional de História da Mídia da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* (Intercom). São Paulo.
- Péret, F. (2011). *Imprensa Gay no Brasil*. São Paulo: Publifolha.
- Rodrigues, G. de O. (2007). *Corpos em Evidência: uma perspectiva sobre os ensaios fotográficos da 'G Magazine'*. Dissertação de Mestrado pela Universidade de São Paulo.
- Sodré, M. (2006). Eticidade, Campo Comunicacional e Mídia. In D. Moraes (org.), *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Santaella, L. (2003). *Corpo e Comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus.
- Sibilia, P. (2011). A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice: o corpo velho como uma imagem com falhas. In M. Goldenberg (org.), *Corpo, Envelhecimento e Felicidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Sibilia, P. (2006). O Bisturi de Software: como fazer um "corpo belo" virtualizando a carne impura? In D. C. Araujo (org.), *Imagem (Ir) realidade*. Porto Alegre: Sulina.
- Sibilia, P. (2006). A Desmaterialização do Corpo: da alma (analógica) à informação (digital). *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, 3, 6, 105-119.
- Simões, J. A. & Facchini, R. (2009). *Na trilha do arco-íris: do movimento homossexual ao LGBT*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Trevisan, J. S. (2004). *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Record.

REVISTAS E JORNAIS

- Jornal Lampião da Esquina, abr. 1978, n. 0. Editora Lampião da Esquina: Rio de Janeiro.
- Revista Junior, out. 2007, nº1. Editora Mix Brasil: São Paulo.

A televisão e as identidades em transição: uma análise sob o prisma dos estudos culturais

LEILA LIMA DE SOUSA

leilasousa.pi@gmail.com
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Resumo

Este artigo objetiva discutir sobre a influência da mídia, sobretudo da televisão, como co-produtora identitária da população. Utiliza-se como referencial teórico, os Estudos Culturais e a colaboração destes para um novo olhar sobre a cultura e a construção de identidades. Parte-se aqui, da concepção de identidade como um processo que se constrói ao longo do tempo, através do contato com o outro. A metodologia usada nesse trabalho refere-se à revisão bibliográfica de autores que teorizam sobre a temática de análise. Conclui-se que, na era contemporânea, de esfacelamento do Estado-nação e perda de referência dos sujeitos, a televisão tem um papel ambivalente de construção de identidades. De um lado, atua como uma fonte de legitimação de identidades nacionais, ofertando ao público um lugar de representação e semelhança. De outro, tenta inseri-lo num contexto global, provocado pela aceleração do processo de globalização, que produz cada vez mais, realidades identitárias híbridas.

Palavras-Chave: Estudos culturais; identidade; televisão

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo, verificar o modo como os meios de comunicação atuam como co-produtores identitários. Têm-se como objeto de estudo, a narrativa televisiva frente a uma época contemporânea de identidades de transição que são construídas tendo como base a ambivalência gerada pela aceleração do processo de globalização, que ao tempo em que constroi identidades tendo como referentes componentes globais, também traz novas formas de valorização e interesses locais.

Como metodologia, faz-se uma revisão bibliográfica dos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos e suas importantes contribuições para a discussão das identidades. Os principais autores utilizados neste estudo são: Escosteguy (2006, 2011), Kellner (2011), Hall (2000, 2003), García Canclini (1995, 2011), Martín Barbero (2009), entre outros.

Conclui-se que, na era contemporânea, de esfacelamento do Estado-nação e perda de referência dos sujeitos, a televisão tem um papel ambivalente de construção de identidades. De um lado, atua como uma fonte de legitimação de identidades nacionais, ofertando ao público um lugar de representação e semelhança. De outro, tenta inseri-lo num contexto global, provocado pela aceleração do processo de globalização, que produz cada vez mais, realidades identitárias híbridas.

OS ESTUDOS CULTURAIS EM SUAS VERSÕES BRITÂNICA E LATINO-AMERICANA: UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

O *Centre For Contemporary Cultural Studies* surge com a finalidade de discutir entre os anos 1950 e 1960, a cultura popular, as relações com os meios de comunicação de massa, e a formular políticas culturais a partir do referencial ideológico focado no marxismo como referencial ideológico. O momento de desenvolvimento dos Estudos Culturais britânicos se dá no pós-guerra, onde a Inglaterra passa a vivenciar a alteração de valores tradicionais da classe operária. Esses estudos trouxeram à baila, naquele instante de intensas modificações sociais, discussões sobre cultura popular e as relações com os meios de comunicação de massa. Os Estudos Culturais, “delineiam o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações de sexo, raça e classe na sociedade, e o modo como esses fenômenos se inter-relacionam” (Kellner, 2011: 39).

O marco inicial dos Estudos Culturais britânicos acontece por meio de três publicações dos seus nomes fundadores, seriam elas: *Making of the English Working Class* (1963), de Edward P. Thompson; *Culture and Society*, 1970 – 1950(1958), de Raymond Williams; e *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart. Acrescenta-se a esses nomes citados, o de Stuart Hall, que ao substituir Hoggart na direção do centro, de 1969 a 1979, incentivou o desenvolvimento de estudos etnográficos, análise dos meios massivos e a investigação da prática de resistência dentro das subculturas (Escosteguy, 2001).

Os Estudos Culturais trazem a cultura para uma discussão na periferia, nas práticas sociais, no modo de fazer cultura dos grupos marginalizados socialmente. Matterlart (2004: 17), em seus estudos, introduz a ideia de que os EC tiveram como um dos principais objetivos, compreender as metamorfoses da noção de cultura na última metade do século XX. Antes essencialmente ligada às narrativas da nação, das tradições, da legitimação do poder de determinados grupos, a cultura passa agora a ser vista como um espaço em constante construção e modificação, principalmente por conta do processo de globalização. A cultura passa a ser vista como um espaço social.

Já a versão latino-americana dos Estudos Culturais, também bastante representativa, teve como foco as culturas populares contemporâneas e por seu grande diálogo com o popular, os Estudos Culturais latino-americanos, tiveram como objetivo num primeiro momento, gerar competências que possibilitassem a mudança social. Até os dias atuais esses estudos tem grande foco no social.

O enfoque nos estudos latino-americanos foi dado à experiência popular vinculada ao espaço da comunicação, a comunicação na visão dos autores dos EC, transcendia os meios e para analisá-la era preciso verificar as práticas sociais, dando assim conta das práticas da vida cotidiana marcada por relações de poder e conotação política (Escosteguy, 2011: 49).

Os dois grandes nomes dos Estudos Culturais latino-americanos foram Jesus Martín-Barbero e Nestor García Canclini. Ambos vão desenvolver estudos significativos

sobre comunicação, cultura e a sociedade latino-americana. Martín-Barbero (2009) e seu conceito de mediação traz de avanço a análise da ligação entre política, cultura e comunicação, até então deixada de lado pelas teorias da informação. As mediações analisadas pelo autor, trazem contestação onde há consenso, estão presentes nos debates sociais, nas articulações dos grupos, em suas constituições, a mediação está presente na dinamicidade das relações sociais. São simultaneamente significações codificadas individualmente e sentido produzido socialmente. Estão nesse sentido, em ambas as esferas (Martín-Barbero, 2009).

Já García Canclini vai observar o hibridismo cultural na América-latina, além de realizar estudos sobre desterritorialização e consumo. O autor propõe principalmente que o espaço latino-americano é multicultural e não se pode falar de uma única identidade latino-americana.

Neste artigo, tem-se como foco, a narrativa dos Estudos Culturais tanto britânicos quanto latino-americanos, no tocante à identidade, entendendo que os meios de comunicação funcionam como peça chave na construção identitária da população. Parte-se da noção de que as identidades frente ao processo de aceleração da globalização assumem novas características, estão descentralizadas, são híbridas, configuram-se como espaços em transição e construção, constantemente ressignificadas, readaptadas. Utiliza-se para isto, os estudos sobre a construção de identidade apresentados por Hall, representante dos Estudos Culturais britânicos e os estudos de Martín-Barbero e García Canclini, representantes dos EC em solo latino americano.

O ENTENDIMENTO DAS IDENTIDADES CULTURAIS

A discussão sobre as identidades não é nova nos Estudos Culturais. Ela tem sua emergência na questão da raça, mais tarde problematizada como etnicidade. Além da raça, o feminismo também foi de fundamental importância para o início das discussões sobre identidade nos EC. É através das discussões sobre o feminismo que os Estudos Culturais começam a repensar as noções de subjetividade, política, gênero, desejos e problematizar temas como direitos humanos, liberdade civil, ou seja, aspectos que possibilitariam uma organização social mais humana. Mas é somente na década de 1980 que Hall vai teorizar sobre a problemática da identidade e sua configuração no cenário contemporâneo, denominado pelo autor de “Novos Tempos” (Escosteguy, 2006: 10).

Os Estudos Culturais valem-se da perspectiva construtivista para tratar das identidades culturais, observando a cultura como intimamente ligada às práticas sociais dos sujeitos e que sofre as mediações realizadas pelos meios de comunicação. Nesse sentido, a identidade é vista como algo que vai sendo moldado com o passar do tempo e a experiência de vida dos atores sociais, concepção que é tida como essencialmente válida neste artigo, tomada aqui, como ponto de partida para observar a construção das identidades culturais, sobretudo com o processo de globalização e o alcance mundial dos meios de comunicação.

Nas sociedades pré-modernas a identidade era tida como fixa, imutável, sólida, estável. Não era vista como uma questão problemática, não gerava discussão. Os indivíduos não passavam por uma crise de identidade, e esta não era nunca radicalmente modificada. É na modernidade, que a identidade passa a ser vista como algo que se constroi constantemente. A identidade, nesse contexto, torna-se mais móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações. Apesar disso, também é social e está relacionada com o outro. A experiência da modernidade traz consigo, a experiência da novidade, da mutabilidade, inovação (Kellner, 2001).

Na era contemporânea, para falar em identidades faz-se necessário recorrer às mudanças trazidas pela aceleração da globalização. A intensificação do processo de globalização foi o grande responsável por modelar o mundo tal como se conhece hoje. Uma das palavras-chave deste processo foi a ressignificação dos conceitos de tempo e espaço, causando o encurtamento das distâncias, fato que também proporcionou instantaneidade da troca de informações e a possibilidade dos indivíduos manterem-se conectados através de um “único clique”, nas mais longínquas partes do mundo.

Na era contemporânea, as culturas tornaram-se mescladas e para estudar a construção de identidades culturais hoje, é necessário, acima de tudo, observar os fenômenos de transitoriedade, de troca de experiências entre os povos, de modo a verificar que as identidades assumem características híbridas.

Entende-se por hibridismo cultural, o processo de “mistura”, junção de diferentes matrizes culturais, processo que resulta do conflito, do choque, da “crise identitária” do sujeito que tem agora presente em si, características da sua e de outras culturas. O hibridismo cultural, juntamente com as mediações de Martín-Barbero, são conceitos-chave dos Estudos Culturais latino-americanos dos anos 90.

O processo de hibridação cultural, uma das principais contribuições de García-Canclini (2011), para refletir a nova ambiência das identidades contemporâneas, transpassa barreiras e dá ao sujeito novas formas de significação social. Esse sujeito que vivencia o processo de junção de duas ou mais diferentes matrizes culturais, tem nas mãos, múltiplas possibilidades de construção de suas identidades.

Canclini (2011) salienta que as culturas contemporâneas podem ser ditas de fronteira, são resultantes do contato com o “outro” e decorrentes dos deslocamentos de bens simbólicos. A cultura é vista como algo não mais genuíno, mas sim, e muitas vezes, como algo representado. O que existe hoje, para o autor, é o simulacro como marca cultural.

Essa realidade híbrida vivenciada na contemporaneidade é possibilitada entre outros motivos, pela massificação e amplitude dos meios de comunicação, sobretudo pela abrangência da internet, por exemplo. É através da narrativa dos meios que os sujeitos mantêm contato com o mundo e a realidade que os cerca, sem precisar sair do conforto de seus lares. A televisão, objeto de estudo deste trabalho, é tida como uma das principais fontes de construção identitária, já que se trata não só de um meio influente, mas também um canal de ligação entre os acontecimentos e os sujeitos, servindo hoje, de uma espécie de espelho na construção da subjetividade da população, instituindo padrões de comportamento, atitudes.

A MÍDIA COMO CO-PRODUTORA IDENTITÁRIA: A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO EM ÉPOCAS DE IDENTIDADES EM TRANSIÇÃO

A televisão através de seus aparatos de som, imagem e linguagem de fácil acesso, tem assumido um papel que vai além de sua caracterização como espelho social que oferta aos sujeitos padrões de consumo, atitudes, comportamentos e condutas. Ela passa de eletrodoméstico a um “armazém cultural” (Coutinho, 2010), narrando e/ou comercializando dentro de um mesmo espaço culturas de referência global, nacional, local. A televisão se faz cada vez mais presente no cotidiano dos sujeitos consolidando conhecimentos, saberes, discursos, valores e instituindo identidades coletivas. Ela oferece, entre outras coisas, um espaço de identificação frente a um mundo híbrido e desterritorializado.

Antes de qualquer coisa, a televisão atua na constituição de modos de ser e viver, condicionando padrões sociais e visões de mundo. Para Kellner (2001), a TV pode ser considerada, na atualidade, como detentora de um enorme poder hegemônico, assumindo funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual. Ou seja, é capaz de integrar os indivíduos numa ordem social, oferecendo modelos de pensamento e celebrando valores dominantes.

Quem também entende a televisão como possuindo forte poder de ritualização é Lopes (2005) que diz que a TV sincroniza os tempos sociais da nação construindo um ritmo interno próprio capaz de camuflar o dos espectadores e “criar grandes rituais coletivos, seja documentando fenômenos ocorridos (catástrofes, acidentes, mortes), seja produzindo eventos (festivals, concertos), seja organizando *media events* (funerais, escândalos, casamentos)” (Lopes, 2005: 600). Assim, as identidades coletivas dos sujeitos são ligeiramente acionadas dentro de cada narrativa que a mídia cria. Detentora de uma narrativa temporal própria, a televisão consegue acionar a memória social narrando fatos do presente e lembrando de fatos passados.

Ao mesmo tempo em que fala de identidades híbridas e descentra as narrativas, a televisão aberta também trabalha com a manipulação de símbolos nacionais/locais conhecidos e identificáveis e dessa forma, negocia um ambiente de representação com os atores sociais. São esses símbolos de caráter integrador e mobilizador que fazem da TV um meio fundamental na construção de identidades e na narrativa cultural.

É essa oferta de experiência comum compartilhada que faz da televisão, conforme apregoa Wolton (2006), um laço social no qual o público telespectador se agrega a um outro público maior, imenso e anônimo, formando uma espécie de laço invisível, compartilhando semelhanças, representações, memórias e identidades coletivas. A TV é entendida pelo autor (2006) como produtora de representações e laços sociais que tem a função de criar referenciais identitários. Ao acompanhar a programação televisiva, sobretudo as telenovelas e os telejornais, que são os produtos de maiores audiências, o público seria envolto por um laço social no qual estariam depositados seus elementos culturais e símbolos de pertença.

Martín-Barbero (1995) compreende que o papel assumido pela televisão vai além de uma dimensão puramente comercial ou de manipulação ideológica. Ela

assume hoje, um espaço de formação cultural dos sujeitos que através de sua narrativa que agrega diferentes elementos globais, nacionais e regionais constroi suas visões de mundo. A televisão é entendida como assumindo o papel de reconstituição dos sujeitos frente à crise de representação contemporânea. Narrando identidades híbridas, a televisão atua reconstruindo identidades individuais e coletivas, baseadas num mercado que é marcado pela transnacionalidade, mas também chama para a diferenciação cultural, enfatizando elementos do imaginário simbólico da nação.

Os meios de comunicação para Martín-Barbero (1995) são um fenômeno antropológico, capaz de explicar aos sujeitos o sentido de suas vidas, ofertando a eles compreensões sobre a felicidade, a dor, os desejos. O autor incita uma reflexão de que ao invés de focarmos as análises nas questões tecnológicas, políticas, econômicas ou editoriais da televisão, deveríamos observá-la sob uma perspectiva antropológica de modo a analisar como esse meio se apropria da produção de símbolos de modo a se tornar cada vez mais influente na vida da população.

Numa era contemporânea de perda de referências, a televisão se propõe a ofertar ao público espectador, um sentimento de pertença, visibilidade. Nesse sentido, uma das finalidades da narrativa televisiva seria a de legitimar o Estado-nação, que segundo os estudos de Hall (2000), não é apenas uma entidade política, mas uma formação simbólica que produz a ideia de nação enquanto comunidade imaginada. Muito além de uma dimensão física territorial, a nação seria um local onde estariam depositadas as identidades dos sujeitos, seriam os símbolos internalizados, partilhados e reconhecidos socialmente. Esta comunidade imaginada oferece aos sujeitos a ideia de estarem aglutinados entre experiências comuns, pertencerem a uma mesma realidade, partilharem de uma espécie de “camaradagem” (Hall, 2000; Featherstone, 1997).

No Brasil, o rádio e o cinema, tiveram fundamental importância, na primeira metade deste século, para organizar a identidade e o sentido de cidadania. Estes meios massivos acabaram unificando os padrões de consumo e proporcionando uma visão nacional, instituindo e fortalecendo o sentimento de nação, legitimando as identidades ditas nacionais (Escosteguy, 2011: 179).

Na atualidade, os meios de comunicação ainda desempenham este papel de legitimação de identidades nacionais, a diferença é que hoje, a nação está fragilizada devido às mudanças trazidas pela aceleração do processo de globalização que fez com que o Estado-nação perdesse sua naturalidade de representação frente aos sujeitos, que buscam agora, outras formas de representação. Sendo assim, a nação narrada pela televisão é permanentemente ressignificada. A televisão aberta tem a função, nessa nova realidade de fragmentação dos sujeitos, de reconstruir o senso comum compartilhado de vida cotidiana. Possibilitando aos sujeitos, uma espécie de volta para casa (Lopes, 2004).

A televisão narra a identidade nacional como uma maneira de instituir a diferenciação cultural, fazendo com que os sujeitos identifiquem-se através da negação do que não são e assim, possam também, se reconhecer através de uma unidade,

valorizar suas particularidades. Se um sujeito, por exemplo, tem nacionalidade brasileira, ele se sabe brasileiro porque não se reconhece como Italiano ou Canadense.

A diferenciação acontece através da narrativa das peculiaridades nacionais, de reafirmação de tradições que são inventadas, como propõe Hobsbawm (2012) para legitimar relações de poder e dominação e fazer com que os indivíduos recorram a sua memória coletiva, na qual aqueles traços estão instituídos como pertencentes à sua subjetividade, como identificatórios.

Ao narrar a identidade nacional, a televisão vai de encontro ao que propõe Kathryn Woodward (2000: 76), ao enfatizar que a identidade é construída por meio do processo de diferenciação. O contato com o Outro, permite ao indivíduo dizer o que é. E essa diferenciação é necessária no processo de construção do “Eu”, da subjetividade. Woodward afirma que: “Identidade e diferença são inseparáveis. A identidade é a referência, é o ponto original relativamente ao qual se define a diferença. A identidade e a diferença são criações sociais e culturais”.

Interessa observar que mesmo tendo a identidade nacional como um “dispositivo que representa a diferença como unidade ou identidade” (Hall, 2000: 62), que traz aos sujeitos esse retorno à nação como lugar de acolhimento, representatividade, o Estado-nação, tem se configurado como essencialmente híbrido, de modo que mesmo ao narrar identidades nacionais, particulares, elas estão envoltas em componentes identitários globais. Nessa ambiência, os componentes nacionais, locais e globais são chamados a articular-se e a darem vida a novas identidades, essencialmente híbridas.

A globalização e as novas tecnologias de comunicação e informação trouxeram além do acesso ao que é global, tornando os sujeitos cidadãos-mundo, um reavivamento de identidades locais e a valorização de suas particularidades. A globalização, nesse sentido, seria responsável por explorar a diferenciação do local, daria novas concepções da articulação entre “global” e “local”, faz reproduzir “novas identificações globais e locais” (Coutinho & Fernandes, 2007; Featherstone, 1997; Hall, 2002).

Nesse sentido, Martín-Barbero (2005: 268), afirma que o mercado capitalista pressiona no sentido da valorização de identidades locais e seus aspectos híbridos. Segundo o autor, “a identidade local é levada a se transformar em uma representação da diferença que possa fazê-la comercializável, ou seja, submetida ao turbilhão das colagens e hibridações que impõe o mercado”.

Pode-se aqui perceber a dualidade causada pela globalização na construção de identidades. Ao tempo em que se tem um maior acesso ao que é global, tem-se também, um novo interesse pelo local, pelas suas particularidades, diferenças, seus aspectos exóticos, comercializáveis. Mas o que se pode afirmar também é que esse “local” não é desvinculado do global e continua sendo influenciado pelo último. O local funcionaria como uma espécie de “segurança”, lugar de familiaridade, ofertado aos sujeitos frente a um mundo globalizado, individualista, instantâneo, inseguro. E a televisão, seguindo os ditames da globalização, atua nesse ambiente, fazendo ponte entre as identidades nacionais e as identidades globais, ofertando ao público, as duas instâncias identitárias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É com os Estudos Culturais em sua versão britânica que as questões referentes às identidades começam a ser discutidas e problematizadas. Nesse ambiente onde as identidades são tidas como processos em constante produção, ressignificação e readaptação, a televisão tem importante função no tocante à construção de identidades que refletem tanto o panorama global advindo com a aceleração do processo de globalização, como também, a legitimação da nação e o sentimento de pertença, representação e visibilidade, valorização de identidades nacionais.

Os Estudos Culturais trouxeram ainda, como contribuição fundamental, o alerta para a necessidade de examinar a formação da subjetividade do ponto de vista de suas pressões e/ou tendências sociais. Se hoje, vivencia-se um grande papel destinado aos meios de comunicação, em especial a televisão como construtora de subjetividades e traços identificatórios, as identidades, nesse contexto histórico, serão moldadas por meio da narrativa televisiva, por exemplo.

A televisão trabalha com o desejo, institui no telespectador o anseio de acompanhar a programação por ela produzida. Funciona como um espelho social no qual os sujeitos moldam suas atitudes, comportamentos, condutas. A televisão é responsável ainda por consolidar conhecimentos, saberes e faz uso de uma linguagem própria, de fácil acesso agregada aos símbolos conhecidos e partilhados socialmente afim de estabelecer vínculos com o espectador, fazendo-o cúmplice da audiência.

Numa era de esfacelamento do Estado-nação, marcada, sobretudo, pela falta de referências dos sujeitos, a televisão torna-se uma grande aliada para validar um sentimento de representatividade, pertença e faz isso através da legitimação da identidade nacional, fazendo o público fiel a sua narrativa, ofertando-o um retorno ao lar.

Mas a identidade nacional, embora se construa na diferença, assume também, características híbridas, dessa forma, as identidades construídas pela televisão, são ambivalentes e um tanto quanto contraditórias. Ao tempo que valorizam e destacam a identidade nacional, também narra identidades globais, híbridas, refletindo o contexto contemporâneo que entende as identidades como espaços em transição, constante deslocamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Canclini, N. G. (1995) *Consumidores e Cidadãos*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Canclini, N. G. (2011) *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: UNESP.
- Coutinho, I. & Fernandes, L. (2007). Telejornalismo local e Identidade: O Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência. In *Anais do VII Encontro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. Juiz de Fora: UFJF.
- Coutinho, I.; Fernandes, L. & Mata, J. (2010). Uma programação para chamar de sua: televisão, narrativa e participação popular. *Contemporanea: Revista de comunicação e cultura*, 8, 2, 1-19.
- Escosteguy, A. C. (2001) *Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Ed. Autêntica.

- Escosteguy, A. C. (2006) Estudos Culturais: as margens de um programa de pesquisa. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 6, 1 -16.
- Escosteguy, A. C. (2010). Estudos Culturais: uma introdução In T. T. Silva (org), *O que é, afinal, Estudos Culturais?* (pp.133–223). 4ed. Belo Horizonte: Autentica..
- Giddens, A.(2003). *Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós*. 3 ed. Rio de Janeiro: Record.
- Hall, S. (2000). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. (2003). *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Fheasterstone, M. (1997). *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel SESC.
- Hobsbawn, E. J & Ranger, T. (2012). *A Invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra.
- Johnson, R. (2010). O que é, afinal, Estudos Culturais? In T. T. SILVA (org), *O que é, afinal, Estudos Culturais?* (pp. 7-132). Belo Horizonte: Autêntica.
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia: Estudos Culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC.
- Lopes, M. I. V. de (2004). Televisões, nações e narrações: para uma revisão das identidades culturais em tempos de globalização. *Revista USP*, 61, 30-39.
- Lopes, M. I. V. de (2005). Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In *Actas dos III SOPCOM, IV LUSOCOM e II IBÉRICO*. Covilhã: UBI.
- Martín-Barbero, J. (1995) Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. In *Dialogos de la comunicación*, 41.
- Martín-Barbero, J. (2005). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Mattelart, A. & Neveu, É.(2004). *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial.
- Silva, T. T. (org). 2010. *O que é, afinal, Estudos Culturais?*. Belo Horizonte: Autentica.
- Wolton, D.(2006) *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática.
- Woodward, K.(2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In T. T. Silva (org), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes.

Os vagalumes de Didi-Huberman e os recentes protestos no Brasil: uma aproximação possível

VERA LUCIA SOMMER

vsommer@univali.br

Universidade do Vale do Itajaí – Itajaí/SC/ Universidade do Sul de Santa Catarina – Palhoça/SC – Brasil

Resumo

Este artigo relaciona as imagens das manifestações promovidas por estudantes nas maiores cidades do Brasil, a partir da primeira quinzena de junho de 2013, com as noções de 'imagens-vaga-lume' de Georges Didi-Huberman (2011). Primeiro, contextualizamos o cenário nacional em meio aos protestos contra o aumento das passagens de ônibus no Rio de Janeiro e em São Paulo, a corrupção nas obras de melhorias nos estádios de futebol, por causa da Copa do Mundo em 2014, e a falta de verbas destinadas à saúde e educação. Num segundo momento, comparamos essas imagens com a noção de 'imagens-vaga-lumes', uma vez que foram postadas nas mídias sociais pelos próprios manifestantes em contrapartida àquelas divulgadas pelos veículos de comunicação tradicionais, as grandes luzes, os holofotes ofuscantes. Enquanto os envolvidos no movimento salientam os aspectos positivos dos eventos, a mídia convencional teima em desqualificá-los, na tentativa de desmobilizar a multidão que continuava a ir às ruas. Um embate entre as pequenas luzes de esperança, as 'imagens-vaga-lume', e as grandes luzes do controle social.

Palavras-Chave: Imagens; protestos; redes sociais; mídia

INTRODUÇÃO

“Queremos hospitais e escolas no padrão Fifa” foi uma das frases mais comuns exibidas em cartazes empunhados por cerca de um milhão de manifestantes em 80 cidades brasileiras, no final de junho passado. A insatisfação popular contra o governo federal foi motivada pelos mais de 22,5 bilhões de reais gastos com as obras de ampliação e de infraestrutura dos estádios de futebol para a Copa das Confederações (junho de 2013) e a do Mundo (junho 2014), em contrapartida aos poucos recursos destinados à saúde, à educação e ao transporte público.

Afinal, a maior parte da população brasileira recebe salário mínimo de 678 reais por oito horas dia de trabalho. Em notícia publicada no site G1, em abril do ano passado, o salário mínimo deveria ser R\$ 2.892,47, ou seja, 4,26 vezes o valor do mínimo em vigor, já que o necessário para atender às despesas de uma família chegava a R\$ 2.329,35. Este montante representava 3,74 vezes o mínimo de então (R\$ 622,00). Diante disso, como pagar entre R\$ 2,75 e R\$ 3,25, por exemplo, pela tarifa de ônibus, cujo aumento é desproporcional ao salário mínimo? Daí a revolta popular.

Os protestos organizados via redes sociais pelo Movimento Passe Livre, composto principalmente por estudantes, tiveram início em função do aumento no preço da passagem de ônibus. Ou seja, serviu de pretexto para saírem às ruas e

se rebelarem contra toda essa situação. Contudo, os movimentos engrossaram e acabaram mobilizando centenas de milhares de pessoas em diferentes partes do país. Estrategicamente, em meio à cobertura da imprensa mundial da Copa das Confederações, os manifestantes lutaram por outras questões: o basta à corrupção e mais verbas para educação e saúde. As imagens desses protestos ganharam o mundo pelas redes sociais, contrapartida àquelas veiculadas pela mídia convencional, que exibia apenas as cenas de confronto em dos jovens com a polícia.



Imagem 1: Protestos contra corrupção e falta de verba para saúde, educação e transporte público. Imagem disponível no site: http://vereadormarciobalera.blogspot.com.br/2013_06_01_archive.html

Diante do cenário exposto, propomos neste artigo relacionar as imagens dos protestos, ocorridos a partir da segunda quinzena de junho de 2013, nas principais cidades brasileiras e postadas nas redes sociais, com as noções de 'imagens-vagalumes' de Georges Didi-Huberman, em sua obra *Sobrevivência dos vagalumes*. Para atingir esse propósito, contextualizamos as imagens dos protestos realizados em junho do ano passado (2013) e postadas nas mídias sociais, principalmente no Instagram e no Facebook, pelos próprios manifestantes; depois, expomos algumas das principais razões do movimento, que se espalhou pelas principais capitais do país ao longo de duas semanas consecutivas; em seguida, apresentamos, de forma sucinta, as noções de 'imagens-vagalumes' de Didi-Huberman, diretamente relacionadas à análise; e, por fim, comparamos as imagens dos protestos com essas noções de 'imagens-vagalumes' do filósofo francês.

Esta análise justifica-se pela repercussão desses os manifestos no Brasil e no mundo, seja via redes sociais, seja via mídia convencional. Os protestos tomaram ruas e avenidas de várias capitais ao longo de quase duas semanas consecutivas, tomando de sobressalto governantes, líderes políticos, sindicais e setoriais, comerciantes, enfim, a sociedade de um modo geral. Além disso, o movimento acabou mobilizando vândalos e arruaceiros, que depredaram lojas, bancos, prédios públicos, ônibus, carros, placas de sinalização, praças. Enquanto a imprensa oficial destacava esse caos, desqualificando os protestos, os próprios manifestantes postavam, nas redes sociais, as suas versões dessa situação, com fotografias e vídeos amadores, desmentindo a ênfase dada pelos massa media.

Os líderes do movimento reivindicatório, e seus seguidores, insistiam nos motivos dos protestos. Afinal, era oportuno o momento para mostrar ao mundo, ligado no Brasil através da mídia internacional que cobria a Copa das Confederações, a realidade de seu povo, a corrupção e o montante de verba destinada às obras de melhoria dos estádios que sediarão a Copa do Mundo deste ano. Daí a ideia de comparar as imagens amadoras destes manifestantes, nas redes sociais, às resultantes da cobertura nacional pelas emissoras de televisão.

A propósito da metodologia, este estudo resulta de uma pesquisa bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa. Valemo-nos, como referência conceitual, da ideia de 'imagens-vaga-lume' de Didi-Huberman, comparando as imagens dos protestos nas mídias sociais com as veiculadas pela mídia convencional. Como aponta o título deste artigo, trata-se de uma aproximação possível a partir de um olhar pessoal sobre o que aconteceu no Brasil em final de junho do ano passado sob as lentes do conceito de 'imagens-vaga-lumes' de Didi-Huberman.

A NOÇÃO DE 'IMAGENS-VAGA-LUMES'

Para proceder a uma aproximação entre as imagens dos protestos populares e as 'imagens-vaga-lumes' de Didi-Huberman, temos de, primeiramente, expor as suas ideias do autor em *Sobrevivência dos vaga-lumes*. Passemos, então, ao livro de Didi-Huberman¹. Dividido em seis capítulos, as ideias são expostas, resumidamente, neste trabalho. No primeiro, intitulado *Inferno?*, ele faz referência ao inferno de Dante², onde, na oitava vala, a da política, estão os "conselheiros perversos", pequenas luzes (*luciole*), em contrapartida à grande luz do paraíso (*luce*). Depois de descrever o inferno dantesco, apresenta o jovem estudante Pier Paolo Pasolini³ realizando uma releitura de "A divina comédia" mais em função da riqueza da "descrição das coisas terrestres e paixões humanas, [...], por seus inumeráveis e erráticos *luciole*" (2011: 15).

Ainda neste capítulo, Didi-Huberman usa o contexto da segunda guerra mundial e do fascismo para colocar, de um lado, os projetores da propaganda pró-ditador Mussolini como a luz ofuscante, ou *luce*, e os resistentes ao regime de exceção como vagalumes fugidios, ou *luciole*. "O universo dantesco, dessa forma, inverteu-se: é o inferno que, a partir de então, é exposto com seus políticos desonestos, superexpostos, gloriosos" (2011: 17). Embora Pasolini previsse o fim dos vagalumes com a instauração e manutenção do fascismo na Itália, também mostrou, em seus escritos, "o poder específico das culturas populares, para reconhecer nelas uma verdadeira capacidade de resistência histórica, logo, política, em sua vocação antropológica para a sobrevivência" (2011: 32-33).

¹ Filósofo, historiador e professor da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais de Paris. Conforme dados constantes da orelha do livro citado neste artigo, as obras de Didi-Huberman tratam da história e crítica da arte e da imagem sob perspectivas teóricas contemporâneas.

² Trata-se de Dante Alighieri, autor de "A divina comédia", possivelmente escrita entre 1300 e 1320, e dividida em três partes: Inferno, Purgatório e Paraíso.

³ Pasolini era poeta e cineasta, tendo vivido de 1941 a 1975, quando foi assassinado em circunstâncias nebulosas até hoje.

Teriam, de fato, desaparecido os vagalumes conforme predissera Pasolini em 1975? Essa a provocação para o desenvolvimento do segundo capítulo, denominado *Sobrevivências*, em que Didi-Huberman lança mão de Denis Roche, numa crítica póstuma ao livro “A câmara clara”, de Roland Barthes. Roche, segundo o filósofo francês, reclama da omissão, por Barthes, de “tudo o que a fotografia se mostra capaz de operar no plano do ‘estilo’, da ‘liberdade’ e, diz ele, da ‘intermitência’” (2011: 45-46). Didi-Huberman afirma que essa intermitência da imagem (*image-saccade*) remete novamente aos vagalumes, “luz pulsante, passageira, frágil” (2011: 46).

Perceber os vagalumes neste novo contexto político-econômico-sócio-cultural é compreender a importância deste momento, “a colisão de um presente ativo com seu passado remanescente” (2011: 61). Didi-Huberman entende que, após a finalização de *Saló*, em 1975, Pasolini desesperou-se “de qualquer impertinência, de qualquer alegria dialética. É o momento, então, do *desaparecimento das sobrevivências* – ou o desaparecimento das condições antropológicas de resistência ao poder centralizado do neofascismo italiano” (2011: 64).

Isso implica dizer que o artista perdera a capacidade de superação, “a capacidade de ver – tanto à noite quanto sob a luz feroz dos projetores – aquilo que não havia desaparecido completamente e, sobretudo, aquilo que aparece apesar de tudo, como novidade remanescente, como novidade ‘inocente’” (2011: 65). Os vagalumes, as pequenas luzes intermitentes, que aparecem, desaparecem e reaparecem em outro lugar. A resistência, a sobrevivência às grandes luzes. A própria esperança.

Em *Apocalipses?*, o terceiro capítulo do livro, Didi-Huberman retoma a questão da incapacidade de encontrar, num pequeno vagalume, a luz para todo um pensamento (novo) nos textos de Giorgio Agamben⁴, considerado, por ele próprio, como um dos filósofos “mais inquietantes de nosso tempo” (2011: 67). Reconhece a profundidade, a seriedade e a importância das fontes das reflexões de Agamben porque, num sentido benjaminiano, ele escova o curso da história a contrapelo, de forma inversa. “Não procura de imediato tomar partido, mas quer interrogar o contemporâneo na medida de sua filologia oculta, de suas tradições escondidas, de seus impensados, de suas sobrevivências” (2011: 69).

Didi-Huberman afirma que contemporâneo seria “dar-se os meios de ver aparecerem os vagalumes no espaço de superexposição, feroz, demasiado luminoso, de nossa história presente” (2011: 70). Isso em contrapartida a ideia de Agamben (2009: 63), para quem

contemporâneo é, justamente, aquele que sabe ver essa obscuridade, que é capaz de escrever mergulhando a pena nas trevas do presente. [...] Isso significa, se voltarmos agora à nossa tese sobre o escuro da contemporaneidade, [...] implica uma atividade e uma habilidade particular que, no nosso caso, equivalem a neutralizar as luzes que provêm da época para descobrir as suas trevas, o escuro especial, que não é, no entanto, separável daquelas luzes.

Depois, contudo, o próprio Agamben aproxima-se de Didi-Huberman quando se refere à luz: “significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no escuro da

⁴ Autor do livro “O que é o contemporâneo: e outros ensaios”.

época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós” (2009: 65). Para isso, Agamben ressalta a necessidade de coragem, uma virtude política para Didi-Huberman, e “poesia, que é a arte de fraturar a linguagem, de quebrar as aparências, de desunir a unidade do tempo” (2011: 70). O filósofo francês traça um paralelo entre Pasolini e Agamben, ambos, para ele, profanadores de coisas consideradas, pelo consenso, como sagradas. Verdades inquestionáveis, cristalizadas, intocáveis. Os dois são vagalumes, no sentido de resistentes, sobreviventes e lançar luzes intermitentes sobre quem fomos e quem podemos ser.

Outra semelhança entre Pasolini e Agamben, entre o poeta-cineasta e o filósofo, segundo Didi-Huberman (2011: 72), consiste no

elogio da gíria e da potência ‘antiga’ dos gestos populares, notadamente na cultura napolitana. [...] Linguagens do povo, gestos, rostos: tudo isso que a história não consegue exprimir nos simples termos da evolução e da obsolescência. Tudo isso que, por contraste, desenha zonas ou redes de sobrevivências no lugar mesmo onde se declaram sua extraterritorialidade, sua marginalização, sua resistência, sua vocação para a revolta.

Para Didi-Huberman, já em seu primeiro livro, Agamben⁵ explicita a questão da história valendo-se da palavra *destruição* em seu subtítulo, referindo-se à impossibilidade de o homem contemporâneo narrar sua experiência, novamente numa alusão à Benjamin. Tanto Pasolini, quando escreveu sobre a morte dos vagalumes, tanto Agamben, quando escreveu a referida obra, procedem da mesma lógica. Ambos referem-se àquele momento histórico – neofascismo na Itália e, em seguida, a eclosão da Segunda Guerra Mundial – “a uma situação de *apocalipse manifesto*, concreta, indubitável, explosiva, quero dizer, uma situação de conflito militar” (2011: 73).

Ao longo das demais páginas deste capítulo, Didi-Huberman compara os dois – Pasolini e Agamben – justamente a partir do olhar apocalíptico de ambos sobre aqueles tempos. O filósofo francês retoma Dante, lembrando do significado judaico-cristão de apocalipse, do juízo final de todos os tempos, a destruição total para uma revelação superior. E aí vem crítica dele a esses dois homens – o poeta-cineasta e o filósofo: a presença do corte epistemológico na forma de entender o tempo presente, “o antigo refrão da metafísica, o enunciado da ‘quilidade’ por Aristóteles, sob a forma do *to ti èn einai* (‘o que era o ser’)? O ser dir-se-ia, então, apenas no passado? Revelar-se-ia, apenas, uma vez morto?” (2011: 79). Haveria uma verdade última ou um saber definitivo e absoluto? Para verdades derradeiras, diz Didi-Huberman, existem apenas realidades destruídas.

O filósofo francês assinala que essa visão apocalíptica aparece quando os filósofos preferem uma grande ‘luz da verdade’ a pequenas ‘luzes de verdade’, essas como os vagalumes, provisórias, fugidias, intermitentes, frágeis díspares. E a crítica de Didi-Huberman segue neste sentido, ou seja, sobre as limitações de Pasolini e Agamben em função dessa abordagem metafísica. Lembra que a imagem se caracteriza por sua fragilidade, sua intermitência, logo, seu intervalo de aparições e desaparecimentos incessantes, tal qual um vagalume.

⁵ O primeiro livro de Agamben é “Infância e história: destruição da experiência e origem da história”.

“A imagem é pouca coisa: restou ou fissura (*fêlure*). Um acidente do tempo que a torna momentaneamente visível ou legível” (2011: 87). Compreende Agamben, quando leitor de Benjamin, como um “filósofo da imagem (um pouco como Pasolini quando construía seus filmes por *fragmentos* ou em *gros plans*)”, por isso a descoberta de uma “potência oculta do menor gesto, da menor letra, do menor rosto, do menor lampejo” (2011: 88). Em contrapartida, quando leitor de Martin Heidegger⁶, “Agamben procura o horizonte atrás de cada imagem (um pouco como Pasolini quando decidiu julgar o todo e os fins da civilização na qual vivia)” (ibid, idem).

Povos é o título do quarto capítulo de “Sobrevivência dos vagalumes”, em que Didi-Huberman discute as ideias de Agamben a partir de sua obra “Homo sacer” (2007), mais especificamente aos escritos em “O reino e a glória”, e as reflexões de Debord⁷ sobre a sociedade midiática. “É a Guy Debord que Agamben passa, de agora em diante, a palavra, para responder a essa questão [o que faz da opinião pública nas democracias um estrito equivalente da aclamação nos sistemas de poder absoluto?]: a ‘sociedade do espetáculo’ é para a opinião pública hoje o que a submissão das multidões foi para os totalitarismos de ontem” (2011: 100).

Debord defende que tudo o que era vivido tornou-se, agora, com a sociedade pós-moderna, uma representação. Nada escapa ao espetáculo, porque “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (1997: 14). Afirma que espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social, assinalando que ele “é o herdeiro de toda a fraqueza do projeto filosófico ocidental, que foi um modo de compreender a atividade dominado pelas categorias do ver; da mesma forma, ele se baseia na incessante exibição da racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento” (p.19).

No quinto capítulo, Destruições?, Didi-Huberman discute a dimensão de imagem e horizonte. Para ele, “a imagem é *luciole* das intermitências passageiras; o horizonte banha na *luce* dos estados definitivos, tempos paralisados do totalitarismo ou tempos acabados do Juízo final” (2011: 115). Enquanto os “vagalumes dão forma e lampejo a nossa frágil imanência, os ‘ferozes projetores’ da grande luz devoram toda forma e todo lampejo – toda diferença – na transcendência dos fins derradeiros. Dar exclusiva atenção ao horizonte é tornar-se incapaz de olhar a menor imagem” (idem). Então, quem busca ver ou encontrar um horizonte, único, não consegue ver as pequenas luzes.

Ao citar novamente Benjamin, a partir da imagem dialética, o filósofo francês considera a imagem um lampejo que transpõe, como um cometa, uma bola de fogo, a imobilidade de todo horizonte. “[...] o primeiro operador político de protesto, de crise, de crítica ou de emancipação, deve ser chamado de imagem, no que diz respeito a algo que se revela capaz de transpor o horizonte das construções totalitárias” (2011: 118). Essa é a reflexão de Benjamin sobre o papel das imagens como

⁶ Filósofo alemão, um dos mais importantes pensadores do século XX, manifestou-se contra a metafísica.

⁷ Guy Debord era filósofo, agitador social e cineasta. Definia-se como ‘doutor em nada’ e pensador radical. Publicou a principal obra “A sociedade do espetáculo” um ano antes do movimento estudantil de maio de 68, em Paris.

modos de 'organizar', analisar, contestar e desmontar o horizonte do pessimismo. Daí a importância de entender o movimento dos vagalumes, aparecer, desaparecer e reaparecer intermitentemente em outro lugar.

Didi-Huberman retoma a ideia de Agamben sobre o contemporâneo como uma destruição da experiência, posto que, para o filósofo italiano, trata-se de uma destruição acabada, o que tornaria nossa existência hoje insuportável. Entretanto, o filósofo francês (Didi-Huberman, 2011: 121) relê Benjamin, a esse mesmo respeito, de forma muito diferenciada.

O que Benjamin descreve é, sem dúvida, uma destruição efetiva, eficaz; mas é uma destruição não efetuada, perpetuamente inacabada, seu horizonte jamais fechado. O mesmo aconteceria então com a experiência e com a aura, pois o que se apresenta, em geral, sob o ângulo de uma destruição acabada da aura nas imagens à época de sua reprodutibilidade técnica pede para ser corrigida sob o ângulo do que chamei de suposição: o que 'cai' não 'desaparece' necessariamente, as imagens estão lá, até mesmo para fazer reaparecer ou transparecer algum resto, vestígio ou sobrevivência.

Para Didi-Huberman, Agamben sentenciou a destruição da experiência, assim como Pasolini, o desaparecimento dos vagalumes. É o autor de "Sobrevivência dos vagalumes" cita vários exemplos de lampejos, existências, sobrevivências e esperanças que surgiram da própria experiência da guerra. Ele se refere às 'palavras-vaga-lumes' em oposição às 'palavras-projetores'. "Aconteceu até mesmo de as palavras mais sombrias não serem palavras do desaparecimento absoluto, mas as de uma sobrevivência *apesar de tudo*, quando escritas do fundo do inferno" (2011: 131). Como os manuscritos dos membros do *Sonderkommando* ocultos sob as cinzas de Auschwitz, "cujo *lampejo* dependia do soberano desejo do narrador, daquele que ser contar, testemunhar para além de sua própria morte" (idem).

Neste último capítulo, *Imagens*, Didi-Huberman discorre sobre 'imagens-vaga-lumes' a partir das histórias narradas por Charlotte Beradt⁸, que reuniu textos de sonhos narrados por cerca de 300 pessoas. "Compreende-se, então, que uma *experiência interior*, por mais 'subjética', por mais 'obscura' que seja, como um *lampejo para o outro*, a partir do momento em que encontra a forma justa de sua construção, de sua narração, de sua transmissão" (2011: 135). Ao que chama também de 'saber-vaga-lume' e 'saber clandestino', um saber de uma humanidade descartável, como papéis ao lixo.

De acordo com Didi-Huberman, vivemos em dois mundos: um inundado de luz, o outro atravessado por lampejos. No primeiro, o centro da luz, agitam-se aqueles chamados de *people* ou *stars* – que levam nomes de divindades; e no segundo, nas margens da grande luz, "caminham inúmeros povos sobre os quais sabemos muito pouco, logo, para os quais uma contrainformação parece mais necessária. Povos-vaga-lumes, quando se retiram na noite, buscam como podem sua liberdade de movimento"

⁸ Jornalista alemã que reuniu num documento a narração de pessoas que viveram o terror dos campos de concentração durante a Segunda Guerra Mundial.

(2011: 155). Ele cita *Border*, uma produção cinematográfica de Laura Waddington⁹, sobre os refugiados afegãos ou iraquianos que tentavam escapar da polícia e atravessar o canal da Mancha para chegar à Inglaterra. De acordo como filósofo francês, ela extraiu apenas imagens-vaga-lumes, imagens no limiar do desaparecimento, movidas pela urgência da fuga. Imagens-lampejo. Por isso, conclui: os vaga-lumes não desapareceram. Alguns estão bem perto, “nos roçam na escuridão” (2011: 160).

UMA APROXIMAÇÃO POSSÍVEL

A partir da leitura de Didi-Huberman, compreendemos as imagens desses movimentos populares (que viraram espetáculo nas emissoras de televisão, os ferozes projetores, as grandes luzes, os holofotes) como *lampejos*, momentos de esperança, de sobrevivência, como ‘imagens- vaga-lumes’. Essas imagens da multidão reunida, cantando o hino nacional de forma pacífica, por exemplo, em frente ao Congresso Nacional, foram captadas pelas televisões. Momentos fugidios, frágeis, intermitentes, geralmente flagrados em meio à escuridão. Aliás, foram as próprias redes sociais que, em poucos instantes, acabaram servindo de *luciole*, pequenas luzes, como pirilampos e vaga-lumes, primeiro para o chamamento dos protestos, e, depois, para a divulgação e o registro dessas manifestações. Longe do controle do Estado e da mídia – as poderosas luzes –, as portas- estreitas foram abertas, em segundos, por jovens, os vaga-lumes da juventude (numa referência a Pasolini, no texto de Didi-Huberman).

Essas imagens das passeatas em São Paulo, no Rio de Janeiro e, depois, em depois em outras capitais brasileiras percorreram o mundo através das emissoras de televisão, sites jornalísticos e impressos. Serviram, inclusive, para organizar o pessimismo. A experiência não morreu. O ser humano está vivo, sim, resiste e narra sua experiência pelas imagens-vaga-lumes, aquelas quem não podem ser controladas pelo Estado e pela mídia. Elas sobrevivem pelas redes sociais, via Instagram e Facebook. Afinal, não é mais possível, segundo o filósofo francês, tentar compreender a sociedade contemporânea com o olhar fixo no passado, baseado em verdades absolutas e definitivas. A destruição existe, sim, mas não será o fim, apenas outros recomeços. Os vaga-lumes aparecem, desaparecem e reaparecem em outros lugares. É preciso estar disponível, ser sensível, para encontrá-los, reconhecê-los e acompanhá-los.

Talvez estejamos todos inebriados de torpor ou ofuscados pelas imagens veiculadas pela mídia. Preferimos crer na primeira opção, pois um profundo sentimento de esperança, de um futuro diferente e melhor, tomou conta da população brasileira na última semana. Por isso, citamos mais uma vez Didi-Huberman (2011: 154), na tentativa de encontrar uma justificativa para afastar o pessimismo:

Nós mesmos devemos assumir a liberdade do movimento, a retirada que não seja fechamento sobre si, força diagonal, a faculdade de fazer aparecer parcelas de

⁹ Londrina, nasceu na década de 70, estudou Literatura Inglesa na universidade de Cambridge. Mudou-se para Nova York, onde costuma produzir filmes independentes.

humanidade, o desejo indestrutível. Devemos, portanto, - em recuo do reino e da glória - na brecha aberta entre o passado e o futuro - nos tornar vaga-lumes e, dessa forma, formar novamente uma comunidade do desejo, uma comunidade de lampejos emitidos, de danças apesar de tudo, de pensamentos a transmitir. Dizer *sim* na noite atravessada de lampejos e não se contentar em descrever o *não* da luz que nos ofusca.

As imagens dos movimentos populares que percorreram as mídias sociais são como lampejos, momentos de esperança e sobrevivência das pequenas luzes, ou seja, 'imagens-vaga-lumes', *lucciole*, pirilampos. Imagens da multidão reunida, cantando o Hino Nacional de forma pacífica, por exemplo, em frente ao Congresso Nacional, foram momentos fugidios, frágeis, intermitentes, flagrantes.

Um contraponto às imagens espetáculo - as grandes luzes - divulgadas pelas emissoras de televisão, os ferozes projetores, as grandes luzes, os holofotes. O ser humano está vivo, resiste e narra sua experiência pelas 'imagens-vaga-lumes', aquelas que estão ou buscam ficar fora do controle do Estado e da grande mídia. Sobrevivem, como neste caso analisado, pelas redes sociais, via Instagram e Facebook, etc.. Os vagalumes aparecem, desaparecem e reaparecem em outros lugares. É preciso estar disponível, ser sensível, para encontrá-los, reconhecê-los e acompanhá-los.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, G. (2009). *O que é o contemporâneo: e outros ensaios*. 4. reimp. Chapecó: Argos.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Didi-Huberman, G. (2011). *Sobrevivência dos vaga-lumes*. Belo Horizonte: UFMG.

Da diáspora geográfica aos deslocamentos midiáticos: uma história da formação e globalização da capoeira¹

MARIANA DE TOLEDO MARCHESI

nanatm@gmail.com
Universidade de São Paulo – ECA/USP

Resumo

Gestada na diáspora africana para as Américas, a capoeira é uma cultura afro-brasileira que, apesar do preconceito e perseguição que sofreu, ultrapassou fronteiras geográficas e culturais espalhando-se pelo mundo no final do século XX. Hoje, estima-se que a capoeira esteja em mais de 160 países e sua presença se faz notar também na internet, com a profusão de milhões de sites, vídeos, imagens e comunidades virtuais que colocam em contato capoeiristas do mundo todo. Este artigo visa traçar um breve histórico do desenvolvimento da capoeira a partir de seus múltiplos deslocamentos, geográficos e midiáticos, que corroboraram para sua disseminação mundial. Nossa proposta se situa no diálogo entre algumas ideias-chave: a diáspora e o Atlântico Negro (Gilroy, 2001); os deslocamentos e circulações (Soares, 2004); as *mediascapes*, (Appadurai, 1996); e as tecnologias midiáticas (McLuhan, 1972). Seguiremos os deslocamentos da capoeira por diversas mídias – a oralidade, intrínseca à sua formação; a escrita, em suas aparições nos jornais e registros policiais do Brasil colônia, como na literatura brasileira; nas mídias elétricas e eletrônicas, como o cinema, rádio e TV, encontrando novas formas de expressão e disseminação; e na mídia digital, multiplicando-se fractalmente em conteúdos hipermidiáticos e em trocas de informações entre capoeiristas espalhados pelo mundo.

Palavras-Chave: Capoeira; mídia; mediascapes; Atlântico Negro

CAPOEIRA: UMA HISTÓRIA DE DIÁSPORAS E DESLOCAMENTOS

Diversos foram os historiadores, antropólogos e até escritores que pesquisaram as raízes históricas da capoeira. O início dos estudos mais sistemáticos e aprofundados sobre o assunto remonta a meados do século XX, antes do que se tem apenas registros pictóricos e fragmentadas passagens nos boletins policiais e em alguns jornais do Brasil Império.

Seguimos aqui, primordialmente, os conceitos de diáspora e de Atlântico Negro, na proposição de Paul Gilroy (2001), que nos permitem visualizar as redes de interação e de circulação entre elas que moldaram as culturas durante três séculos de grandes navegações, colonialismo e tráfico negreiro.

Nesse sentido, adotamos a abordagem histórica desenvolvida por Soares (2004). Embora seu recorte seja bastante preciso – a capoeira carioca entre 1808 e 1850, estudada por meio de registros policiais e jornalísticos – a riqueza de sua

¹ Este artigo é parte da dissertação de mestrado “A roda em rede: as transformações culturais da capoeira nos ambientes midiáticos digitais”, concluída em 2012 na Universidade de São Paulo. A pesquisa teve como objetivo investigar as transformações da capoeira a partir de sua digitalização e sua presença nas redes digitais da internet.

análise consiste em ressaltar algumas características que, nos atrevemos a dizer, marcaram a capoeira como forma cultural e se fazem presentes até hoje, tornando-se importantes elementos para explicar a capoeira no século XXI – glocal, hipertextual, diaspórica e rizomórfica.

CIRCULAÇÕES ATLÂNTICAS, DESLOCAMENTOS E MOBILIDADE

Soares (2004) nos mostra que, mais que na localidade, a história da capoeira é calcada na circulação e no deslocamento. Ao contrário do que sugere o senso comum, os escravos não circulavam apenas como mercadorias, a despeito de sua vontade; eles tinham frequentemente ampla liberdade de ir e vir e sabiam inclusive jogar com sua condição coisificada para viabilizar seu deslocamento.

A mobilidade na cultura escrava e na capoeira aparece nas circulações pela cidade, onde tinham considerável autonomia, socializando e frequentemente rivalizando com outros escravos; e nas relações entre a área urbana e a zona rural, cujos limites eram muito mais próximos e menos definidos. Por meio da circulação de víveres que abasteciam a cidade, “escravos urbanos e rurais podiam trocar experiências com certa frequência, escapando aos olhares senhoriais e policiais” (Id., *ibid.*: 187). Essa rede de relacionamentos que se estendia para além dos limites urbanos permitia aos escravos agenciar fugas que lhes possibilitavam mudar de local e de senhor.

Sobretudo, destacam-se as circulações atlânticas, que possibilitavam o deslocamento ao longo da costa do Brasil e para o exterior, além do contato com outras culturas e com o cenário geopolítico das colônias e metrópoles linkadas pelo oceano. A capoeira se desenvolveu com vigor nas cidades portuárias, e diversos indícios históricos apontam o cais como um dos cenários favoritos da capoeira. Os capoeiras, homens pobres, ocupavam-se de trabalhos braçais, como a atividade da estiva. No ambiente de trabalho e de lazer – o porto e as tabernas –, o intercâmbio entre capoeiristas e marinheiros, muitas vezes estrangeiros, era constante.

Gilroy (2001) refere-se ao navio como um cronótopo das culturas diaspóricas negras, sendo, por um lado, um agente fundamental da própria diáspora ao possibilitar o transporte de escravos da África para as Américas, e por outro, uma experiência-chave de sociabilidade tanto entre escravos quanto entre escravos e marinheiros de toda sorte. Os deslocamentos, no entanto, não aconteciam apenas transversalmente entre os continentes: as cidades portuárias brasileiras, “cidades negras” (Farias, Gomes, Soares & Araújo, 2006), estavam ligadas por uma rede de mobilidade a despeito das continentais distâncias, permitindo à capoeira disseminar-se pelo Brasil desde muito cedo e desenvolver-se concomitantemente em diversos locais – o que torna muito difícil precisar o seu local de origem. Um inventário do Iphan (2007) aponta registros historiográficos de sua presença em pelo menos três cidades litorâneas – Rio de Janeiro, Salvador e Recife – ao longo do século XIX.

Essa espessa trama de circulações oculta na imensidão fluida do oceano teve papel determinante na formação das culturas afro-americanas. “A capoeira tem diversos pais, espalhados por todo o continente africano, mas somente evoluiu como a conhecemos em terras americanas, onde também tem diversos primos espalhados

pelo Caribe” (Soares, 2004: 145). Citando manifestações culturais muito semelhantes à capoeira, como a *Lagya*², Soares afirma as raízes africanas, mas ancora a capoeira no Novo Mundo, como um dos frutos das circulações inerentes à diáspora.

AS NOVAS DIÁSPORAS

Fazemos um salto no tempo³ para chegar à segunda metade do século XX, que marca o início de uma nova diáspora mundial, desta vez protagonizada pelos próprios capoeiristas, seguindo os fluxos financeiros que atravessam o planeta.

No início do século XXI, encontramos a capoeira no mundo todo, conforme diagnostica o então ministro da cultura Gilberto Gil, em 2004.

Atualmente, a capoeira é praticada em mais de 150 países. Nas Américas, no Japão, na China, em Israel, na Coreia, na Austrália, na África e em praticamente toda a Europa. A capoeira disseminou-se pelo mundo com entusiasmo. Mesmo sem falar português, um chinês, um árabe, um judeu ou um americano podem repetir o compasso da mesma música, a arte do mesmo passo e a ginga do mesmo toque. A diáspora da capoeira no mundo é uma realidade que já conta com o aval de instituições educacionais como o Unicef, que referenda trabalhos de iniciativas dos capoeiristas brasileiros em vários países (Gil cit. em Castro, 2007: 17).

A história dessa expansão começa em meados da década de 1970, a partir da articulação da dimensão da dança como mecanismo de tradução da capoeira para o “primeiro mundo”. Desde 1950, capoeiristas já corriam o mundo apresentando shows folclóricos que mesclavam dança e cultura afro-brasileira, como a capoeira, o maculelê, a puxada de rede etc. A etnomusicóloga Emilia Biancardi foi um dos principais expoentes na organização dos shows folclóricos, criando em 1962 o grupo Viva Bahia, com o qual realizou turnês pela Europa e Estados Unidos levando consigo muitos capoeiristas que integraram o grupo.⁴

Os primeiros destinos migratórios da capoeira já contam hoje com mais de 30 anos de prática da arte, e já formam as primeiras gerações de capoeiristas não-brasileiros, que passam a se inserir nas cadeias de transmissão de conhecimento como mestres e professores. Eles alimentam uma nova onda diaspórica, em que a capoeira já não viaja apenas nos corpos migrantes dos brasileiros – trata-se de capoeiristas do mundo todo em movimento pelo globo.

DESLOCAMENTOS MIDIÁTICOS

A vocação para o deslocamento não é exclusividade da capoeira: sem distinguir entre estética e política, arte e vida, as culturas afro-americanas avançaram pelo globo na forma de expressões artísticas e performáticas em permanente diálogo

² Dança guerreira presente na Martinica (Soares, 2004: 143).

³ Este lapso temporal que fazemos aqui por questão de espaço encontra-se preenchido em Marchesi (2012), com informações sobre o desenvolvimento da capoeira no século XIX e início do século XX, destacando-se o papel dos mestres Bimba e Pastinha no processo.

⁴ Ver: <http://colecaoemiliabiancardi.blogspot.com.br/2008/09/trajetria.html>. Acesso em 07.07.2012..

e mixagem, reforçando ainda mais a ideia do Atlântico como um espaço de trocas culturais.

Se na primeira diáspora o navio era o cronótopo mais importante, no século XX esse papel é assumido pelas tecnologias de gravação e distribuição fonográficas: “o navio continuava a ser talvez o mais importante canal de comunicação antes do aparecimento do disco long-play” (Linebaugh cit. em Gilroy, 2001: 54).

Discos e seus sucessores (fitas cassete, CDs, DVDs e, finalmente, os formatos digitais livres de suporte) transportaram ao redor do mundo não apenas música, mas também estéticas – políticas, ideias, movimentos, atitudes e toda uma sensibilidade negra que ecoou e refratou-se na assimetria conectada do Atlântico e para além dele. A exemplo da cultura *hip hop*, “o poderoso meio expressivo dos negros urbanos pobres da América, que criaram um movimento jovem global de considerável importância” (Id., *ibid.*: 89), o *blues*, *jazz*, *rock* e *reggae* varreram o mundo em uma reconhecida revolução cultural, formatando subjetividades e corpos e semeando outras ideias sobre a sociedade.

Além das culturas e artes negras, existem outras manifestações de caráter corporal e performático que se espalharam pelo globo no século passado, transportadas por meio da circulação planetária de imagens e informações. As artes marciais orientais, como o karatê, judô, *kung-fu* e *tae-kwon-do* também podem ser encontradas no mundo todo, contando com praticantes dos mais variados fenótipos e culturas.

Esses exemplos evidenciam que os movimentos e a disseminação das culturas pelo mundo não se dão apenas por deslocamentos migratórios, mas também por deslocamentos midiáticos. Neste ponto, nos reportamos novamente a Appadurai (1996), com o conceito de *mediascapes*, e a Di Felice (2009), com o conceito de *atopia*. O primeiro estabelece os fluxos de imagens veiculados globalmente pelas mídias eletrônicas como uma das dimensões dos fluxos disjuntivos que constituem as dinâmicas culturais contemporâneas. O segundo postula, a partir das mídias digitais, a continuidade inextrincável entre os territórios físicos e as paisagens midiáticas digitais, cujas interfaces multiplicam e deslocam o sentido do lugar.

Da mesma maneira que se desloca por territórios, a capoeira se desloca por mídias e *mediascapes*, traduzindo-se de uma mídia para outra, a partir de sua tecnologia midiática nativa: a oralidade. Gestada como forma de sociabilidade entre escravos cujo corpo era a principal arma e refúgio último do saber, foi no corpo e em suas técnicas que essa cultura primeiro ancorou-se, fazendo parte de um vasto arcabouço de culturas iletradas, orais e afro-americanas. Dessa maneira, sua reprodução e sua memória eram articuladas a partir do treinamento simultaneamente marcial e lúdico do corpo, dos instrumentos musicais, das histórias contadas pelos mestres – representantes máximos do saber da cultura – do canto e do cancionário, que transporta a memória ao longo de anos a fio, chegando até os nossos dias.

Além das formas de transmissão tipicamente orais, até o século XIX a capoeira era registrada de maneira pictórica por pintores europeus como Augustus Earle, Johann Moritz Rugendas, Nicolas-Antoine Taunay e Jean-Baptiste Debret. No século

XX, destacamos as gravuras de revistas como as do cartunista Kalixto (Calixto Cordeiro)⁵ na Revista Kosmos, em 1906⁶, além da contribuição notável de Carybé⁷, artista argentino naturalizado no Brasil que transportou a capoeira para gravuras e pinturas que marcaram o imaginário pictórico da cultura. Obrigatório citar as fotografias de Pierre Verger, que desenharam em preto e branco todas as cores da cultura negra da Bahia a partir de década de 1940, e constituem uma das suas fontes documentais mais importantes.

A partir daí, podemos considerar que a capoeira deslocou-se principalmente por três ambientes midiáticos: a escrita, as mídias eletrônicas e o digital.

ESCRITA

Os deslocamentos da capoeira pela escrita se expressam de diversas maneiras. Aqui, nos referimos tanto à escrita alfabética, manuscrita, como àquela tipográfica, mecânica. (McLuhan, 1972) Nesse sentido, incluímos nesse ambiente midiático tanto manuscritos, desenhos e gravuras, como livros e jornais reproduzidos pelas técnicas gutenberguianas. Charges e crônicas jornalísticas em fins do séc. XIX, produzidas por um olhar externo à cultura, impulsionam a capoeira de maneira quase alheia no ambiente da escrita. Foi um deslocamento tímido no começo, uma vez que a maioria dos capoeiristas era analfabeta e que a capoeira não era assunto digno de ascender à esfera pública – exceto como problema de criminalidade e desordem.

As primeiras expressões nativas desse deslocamento, marcadas pela oralidade, foram os manuscritos de mestre Noronha, publicados em livro apenas em 1993, mais de meio século após sua escrita. Mestre Pastinha também deixou um belíssimo conjunto de manuscritos e desenhos que, guardados no acervo pessoal de mestre Decanio, só vieram a público em 2003. A caligrafia impecável de Pastinha e a preocupação com as ilustrações induzem à analogia inevitável com a escrita tátil dos monges medievais. (Id., *ibid.*)

À medida que a capoeira se expandia nas primeiras décadas do século XX, ganhava mais adeptos letrados, e o seu deslocamento pela mídia escrita progressivamente se intensificou. Mestre Bimba ganhou espaço nos jornais brasileiros a partir da década de 1920 exibindo a sua capoeira regional nos ringues, em competição com outras lutas (Abreu; Castro, 2009). A segunda metade do século foi marcada por grande produção escrita de pesquisadores da capoeira e capoeiristas acadêmicos, muitos deles discípulos diretos de Bimba ou Pastinha. Hoje, o volume de texto escrito na forma de livros e teses sobre capoeira produzidos no Brasil e no exterior é bastante razoável. Outra expressão importante são as revistas especializadas, que começaram a surgir a partir da década de 1990. Entre as principais revistas nacionais,

⁵ Informações retiradas da coluna de Fernando Augusto Botelho publicada no blog de Luís Nassif. Disponível em <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/a-capoeira-em-pinturas-gravuras-e-desenhos>. Acesso em 06.08.2012. Para saber mais, consultar também Soares (2004).

⁶ As gravuras digitalizadas encontram-se disponíveis em <http://www.capoeira-palmares.fr/histor/kosmos.htm>. Acesso em 14.07.2012..

⁷ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Caryb%C3%A9>. Acessado em 06.08.2012..

citamos a *Revista Capoeira*, *Praticando Capoeira* e *Ginga Capoeira*. No exterior, temos a *Capoeira Magazine* (Reino Unido), a *Roda Magazine* e a *Planet Capoeira*, todas anglófonas e já adaptadas ao ambiente digital.

Sobretudo, não podemos nos esquecer das obras de Jorge Amado como uma notável transcrição da capoeira e do universo afro-brasileiro da Bahia para as paisagens poéticas da literatura: os romances do autor, a exemplo de *Capitães de Areia* e *Tenda dos Milagres*, inspiraram posteriormente produções cinematográficas, transportando a capoeira para seu próximo terreno – o as mídias eletrônicas e a linguagem audiovisual.

MÍDIAS ELETRÔNICAS

Os deslocamentos da capoeira pelas paisagens eletrônicas audiovisuais foram mais tardios, mas bastante intensos. A facilidade de transposição da estética oral e corporal para as imagens em movimento fez da capoeira e da linguagem audiovisual uma combinação fortuita. A relevância das mídias eletrônicas nas dinâmicas das *mediascapes* torna esse deslocamento midiático especialmente importante para compreender a expansão e os movimentos da capoeira pelo mundo.

Combinando diversas fontes na internet⁸, fizemos um levantamento da produção audiovisual sobre capoeira, ou que tivessem a participação da capoeira em algum momento. Não pretendemos abarcar os dados de maneira exaustiva, dada a dificuldade em coletá-los devido à fragmentação das fontes, mas sim ter uma visão geral da produção audiovisual sobre capoeira e sua evolução ao longo das décadas.

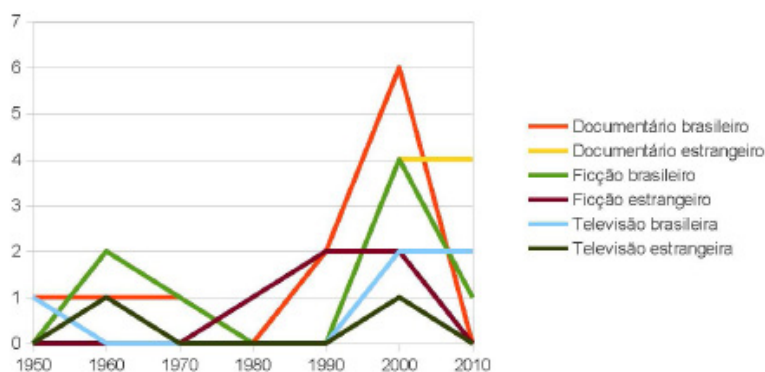


Gráfico 1. Evolução da produção audiovisual sobre capoeira

Obs: Na década de 2010, consideramos o que foi feito até o encerramento desta pesquisa, em agosto de 2012.

⁸ *Imdb* (www.imdb.com), *Capoeira World* (<http://www.capoeira-world.com/capoeira-movies>), *Capoeira Infos* (<http://www.capoeira-infos.org/ressources/Filmographie>), *Magali Capoeira* (<http://www.magalicapoeira.com/noticias-de-capoeira/documentario-capoeira-pelo-mundo-com-mestre-boneco>), *Wikipedia* (http://en.wikipedia.org/wiki/Capoeira_in_popular_culture#Movies), *Portal Capoeira* (<http://portalcapoeira.com/Cronicas-da-Capoeiragem/capoeira-e-arte>) e *Jogo de Mandinga* (<http://www.jogodemandinga.com/?cat=12>).

Documentário	
Brasileiros	Estrangeiros
Memórias do Recôncavo: Besouro e outros Capoeiras (2008)	
Doutor Mestre João Pequeno: a história do negro no Brasil através da capoeira angola (2008)	Capoeira: Fly Away Beetle (2011)
Mandinga em Colombia (2008)	Capoeira, Spirit of Ecstasy (2011)
O Zelador (2008)	Aruanda (2010)
Mestre Bimba, a Capoeira Iluminada (2005)	Slums Drums and Capoeira (2010)
Mandinga in Manhattan (2005)	Andre: Portrait of a Capoeirista (2008)
O Velho Capoeirista (1999)	Capoeira: Finding a Center in the Ring (2008)
Pastinha! Uma Vida Pela Capoeira (1998)	Freedom Fighting (2007)
Cordão de Ouro (1977)	Ginga: a Capoeira Documentary (2004)
Dança de Guerra (1968)	
Vadição (1954)	

Tabela 1. Lista de produções audiovisuais

Ficção	
Brasileiras	Estrangeiras
Capitães de Areia (2011)	
Besouro (2009)	<i>Tom Yum Goong / O Protetor</i> (2005)
Ó Pai, Ó (2007)	<i>The Rundown / Bem vindo à Selva</i> (2003)
Maré Capoeira (2006)	<i>Kick Boxer 4: o agressor</i> (1994)
Madame Satã (2002)	<i>Only the Strong / Esporte Sangrento</i> (1993)
Tenda dos Milagres (1977)	<i>Bloodsport / O Grande Dragão Branco</i> (1988)
O pagador de Promessas (1962)	
Barraento (1961)	

Tabela 2

Produção televisiva	
Brasileiras	Estrangeiras
Capoeira pelo mundo (2011) - série produzida pela TV Brasil	
Pulo do Gato (2010) - Minissérie da TV Brasil	A Capoeira e as Tradições Afrocolombianas (2009) - Canal Telepacífico/Colômbia
Mestre Leopoldina, a fina flor da malandragem (2005) - documentário produzido para a TVE Brasil	<i>La Capoeira</i> (1963) - Ina/França
Capoeira: o fio da navalha (2003) - documentário exibido pela ESPN Brasil	

Tabela 3

A produção audiovisual sobre capoeira começa na década de 1950, com um curto episódio da série “Veja o Brasil”, produzida por Alceu Maynardi Araújo e veiculada na extinta TV Tupi (c. 1948), mostrando o mestre Pastinha e seus alunos jogando. O grande marco da produção estrangeira foi o filme “*Only The Strong*” (lançado no Brasil como “Esporte Sangrento”), de 1993. Trata-se do primeiro filme de ficção hollywoodiano em que a capoeira ocupa uma posição de protagonista, e não coadjuvante. O personagem principal, Louis Stevens, é um mestre de capoeira que ensina a luta para alunos problemáticos de uma escola norte-americana. No enredo, os bons resultados educacionais da capoeira na comunidade incomodam um traficante de drogas, que se torna o antagonista de Stevens. “*Only The Strong*” enquadra a capoeira em uma das fórmulas consagradas dos filmes de ação e de artes marciais, consumidas com avidez por espectadores jovens de todo o planeta. Embora sua recepção seja controversa na comunidade de capoeiristas, sua repercussão se revelaria um ponto de virada nos deslocamentos da capoeira pelas *mediascapes* e pelo globo.

Um dos melhores exemplos de difusão da capoeira através dos meios audiovisuais foi o filme *Only the Strong*, lançado em 1993 e que no Brasil ganhou o nome de *Esporte Sangrento*. Visto em todo mundo, por milhares de jovens, o filme inspirou uma geração de praticantes que, não tendo acesso ao ensino formal da capoeira, deram início à sua prática através do filme (Nascimento, 2011).

As décadas de 1980-1990 seriam marcadas pela popularização de novos mecanismos de distribuição das produções audiovisuais, para além da televisão e das salas de cinema: as fitas de vídeo VHS e, mais tarde, os DVDs, suportes que permitiam a circulação mais livre das cópias dos filmes, bem como sua replicação por meio de cópias piratas. Integrando a chamada “cultura das mídias” (Santaella, 2004), o VHS e o DVD garantiram maior liberdade de circulação a essas produções, que nem sempre gozavam de grande destaque nas mídias eletrônicas de massa, e chegaram de maneira mais descentralizada às mãos da crescente comunidade global de capoeiristas.

A produção cinematográfica dos anos 2000 tem dois marcos dignos de nota. O documentário brasileiro “Mestre Bimba, A Capoeira Iluminada”, lançado em 2005 pelo cineasta Luiz Fernando Goulart, causou grande impacto na comunidade de capoeiristas – que nessa época já abarcava o globo – tornando-se uma referência sobre a história de mestre Bimba e da capoeira regional. O outro destaque da década, relativamente recente, foi o filme “Besouro”, lançado em 2009 pelo diretor João Daniel Tikhomiroff. Ele inova não só por ser o primeiro filme de ação brasileiro sobre a capoeira, mas principalmente por apresentar uma linguagem alternativa – nem a abordagem folclorista, nem as fórmulas hollywoodianas dos filmes de luta. Explorando uma estética fantasiosa que dialoga com os filmes chineses de artes marciais, como “O Tigre e o Dragão” e “O Clã das Adagas Voadoras”, “Besouro” procura contar a história do capoeirista lendário cantado até hoje nos cordéis e músicas de capoeira, e conhecido no universo da capoeiragem como Besouro Preto, Besouro Mangangá e Besouro Cordão de Ouro⁹.

MÍDIA DIGITAL

A popularização das tecnologias digitais e informáticas na década de 1990 apresentou ao mundo novas possibilidades midiáticas, que se concretizaram e se atualizam constantemente no que chamamos hoje de internet. Como não poderia deixar de ser, os ambientes digitais abriram novos caminhos para o deslocamento da capoeira.

Como já pontuamos, a introdução de uma nova mídia não extingue as anteriores, mas dispara um processo de readaptação mútua. Dessa maneira, os deslocamentos da capoeira pelo digital são intrinsecamente ligados aos deslocamentos nas outras mídias, alimentando-se deles e ao mesmo tempo potencializando-os.

Também é curioso observar, ainda que não a título de comprovação, que a retomada das produções audiovisuais sobre capoeira a partir do final da década de 1990

⁹ Para saber mais, ver: Marchesi, M. de T. (2011). O corpo aberto da cultura: resistência e hibridação no filme Besouro. In *Anais do VII Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura* (ENECULT) [CD-ROM]. Salvador (BA): ENECULT.

– além de acompanhar a retomada do cinema nacional – é concomitante à efetiva popularização da internet no Brasil e no mundo, à revolução das interfaces interativas na rede e à crescente digitalização da capoeira. Esse fato também pode ser um reflexo de uma maior maturidade dos grupos de capoeira que começaram a se estabelecer pelo mundo todo a partir da década de 1980, e que ajudaram a formar uma ampla “aldeia global” (McLuhan, 1972) – aldeia glocal (Robertson, 2000) – de capoeiristas. Conectados aos fluxos das *mediascapes* – agora não apenas como consumidores, mas também como produtores das imagens que nelas circulam – esses capoeiristas ativaram um processo virtuoso de “imaginação” (no sentido de criar imagens) da capoeira e ao mesmo tempo uma demanda mundial por essas imagens.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, F. & Castro, M. (2009). *Encontros – Capoeira*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue.
- Castro, M. B. de (2007). *Na roda do mundo: Mestre João Grande entre a Bahia e Nova York*. Tese de doutoramento. São Paulo: FFLCH-USP.
- Di Felice, M. (2009). *Paisagens Pós-Urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Ed. Annablume.
- Farias, J. B.; Gomes, F. dos S.; Soares, C. E. L. & Araújo, C. E. M. de (2006). *Cidades Negras: africanos, crioulos e espaços urbanos no Brasil escravista do século XIX*. São Paulo: Alameda.
- Gilroy, P. (2001). *O Atlântico Negro: modernidade e dupla consciência*. São Paulo: Ed. 34; Rio de Janeiro: Universidade Candido Mendes, Centro de Estudos Afro-asiáticos.
- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) (2007). *Inventário para registro e salvaguarda da capoeira como patrimônio imaterial do Brasil*. Disponível em <http://migre.me/hStke>.
- Marchesi, M. de T. (2012). *A roda em rede: as transformações culturais da capoeira nos ambientes midiáticos digitais*. Dissertação de mestrado. São Paulo: ECA-USP. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-13122012-144628/pt-br.php>.
- McLuhan, M. (1972). *A Galáxia de Gutemberg: a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Editora Nacional; Editora da USP.
- Nascimento, R. (2011). Fabricando uma estética da capoeira: uma visão do documentário Fly Away Beetle. *Portal Capoeira*, 31/08/2011. Disponível em <http://portalcapoeira.com/Publicacoes-e-Artigos/fabricando-uma-estetica-da-capoeiraumavisao-do-documentario-fly-away-beetle>. Acesso em 07.08.2012.
- Robertson, R. (2000). *Globalização: teoria social e cultura global*. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Santaella, L. (2004). *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus.
- Soares, C. E. L. (2004). *Capoeira escrava e outras tradições rebeldes do Rio de Janeiro do séc. XIX*. Campinas: Ed. Unicamp.

Brasil: anatomia de um povo colonizado. Análise do discurso de Luis Ruffato na Feira do Livro de Frankfurt

ADRIANA MARIA CUNHA & CLÁUDIO MÁRCIO DO CARMO

drisjdr@hotmail.com; claudius@ufs.br
Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Resumo

Analisaremos, neste artigo, o discurso proferido pelo escritor brasileiro Luis Ruffato na abertura da Feira do Livro de Frankfurt, realizada no dia 8 de outubro de 2013. Partindo da hipótese de que os sentidos simbólicos são construídos no interior da prática discursiva, temos como objetivo analisar a construção identitária do país e do povo brasileiro, transmitida no discurso do escritor e como ela se coloca como um empecilho no processo de internacionalização do Brasil, no que tange às questões sociais, políticas e culturais. A análise será feita através da categoria “modalidade” dentro do Significado Identificacional de Fairclough (2003), que revela como que o discurso se configura na construção e na negociação de identidades. Outros autores bastante utilizados no artigo são Souza (2011) e Santos (2001).

Palavras-Chave: Brasil; internacionalização; Luis Ruffato; identidade

INTRODUÇÃO

No dia 8 de outubro de 2013, aconteceu a abertura da Feira do Livro de Frankfurt e a participação brasileira no evento ocupou os principais noticiários do país devido, principalmente, ao discurso polêmico do escritor Luis Ruffato. Diante de uma plateia de aproximadamente duas mil pessoas, Ruffato expôs as mazelas do Brasil, afirmando que “o país nasceu sob a égide do genocídio”¹, que a “chamada democracia racial brasileira” esconde a realidade de que “se nossa população é mestiça, deve-se ao cruzamento de homens europeus com mulheres indígenas ou africanas - ou seja, a assimilação se deu através do estupro das nativas e negras pelos colonizadores brancos”. Ele ressaltou, ainda, aspectos que evidenciam que o Brasil é um país onde a impunidade, a intolerância e o descaso aos direitos do cidadão são a regra.

O discurso do escritor desnuda uma realidade que expõe uma outra: a de que o processo de globalização, segundo Ruffato, diz respeito muito mais ao trânsito de mercadorias, do que ao avanço nas questões socioculturais. Para Fairclough (2001), o uso do termo “discurso”, está ligado à prática social, o que implica em três questões: que o discurso é uma forma de agir sobre o mundo e sobre outros indivíduos;

¹ Todas as citações referentes ao escritor Luis Ruffato foram retiradas na íntegra do seu discurso, disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1353517-escritor-luiz-ruffato-diz-em-frankfurt-que-brasil-e-pais-da-impunidade-e-intolerancia.shtml>>. Acesso em 11.10.2013..

que há uma relação entre discurso e estrutura social; e que o discurso é moldado e restringido por esta estrutura social.

Como *corpus* deste artigo, utilizamos o discurso do escritor e o analisamos de acordo com a categoria “modalidade” dentro do Significado Identificacional de Fairclough (2003), que revela como que o discurso se configura na construção e na negociação de identidades. A modalidade, para Fairclough (2003), relaciona-se ao nível de comprometimento das pessoas quando elas fazem declarações, perguntas, exigências ou ofertas.

REFERENCIAL TEÓRICO

Percebe-se que muitas vezes termos como globalização, internacionalização e mundialização são usados indistintamente, mesmo no âmbito acadêmico. Entretanto, é necessário que se perceba a globalização como um conceito mais amplo, que dá origem a processos como o de internacionalização. Fala-se muito, por exemplo, no processo de internacionalização de empresas, que significa a expansão de uma determinada matriz empresarial em várias filiais além-fronteiras (Hilal, Emais, 2003, *online*). O termo também é usado para se referir à educação. Morosini (2011) fala sobre a internacionalização da educação superior, um processo posterior à guerra fria, que pode ser entendido como uma das consequências da globalização.

Inaiê Sanchez (2001) afirma que, para entendermos a globalização, é necessário irmos além do seu conceito e de suas causas e percebê-la em amplitude, partindo “do desenvolvimento do sistema monetário internacional, do comércio, da produção industrial, das organizações financeiras e dos mercados globais nas últimas décadas” (Sanchez, 2001: 12). Muitos fatores foram responsáveis por essa transformação, como por exemplo, a liberalização dos mercados, entendida como a quebra das barreiras comerciais entre os países; e o desenvolvimento das tecnologias de informação que levam à redução de custos e de dificuldades referentes à circulação de dinheiro ao redor do mundo. Entretanto, a autora chama a atenção para a atual volatilidade dos mercados financeiros e sobre como as crises nestes mercados colocam em risco a estabilidade do sistema capitalista.

Sanchez chama a atenção para o fato de como estas crises atingem com mais força os chamados países emergentes. Ao mesmo tempo em que as transações financeiras são facilitadas pelo processo de internacionalização, as transmissões de risco de um mercado para outro também crescem. A autora cita um relatório realizado pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento que adverte para o fato de que “o aumento das disparidades econômicas e sociais entre os países, e no interior deles, está atingindo uma tal proporção que o fenômeno da globalização está ameaçado de fortes ‘reações políticas’” (Sanchez, 2001: 23).

O autor Alex Fiuza de Mello (2001), em um trabalho sobre o teórico italiano Antonio Gramsci, afirma que a obra do autor contribui muito no debate sobre mundialização. Este termo refere-se à “constituição de relações, processos e estruturas em escala mundial, concebendo-o como emergência e consolidação de um

novo patamar de sociabilidade e institucionalidade [...]” (Mello, 2001: 9). Mello, ao procurar referências gramscianas sobre mundialização, afirma que o autor não formula esse termo em seus escritos, mas a noção do processo de mundialização é central nas formulações do pensamento dele. Essa noção, segundo Mello, pode ser percebida em termos usados por Gramsci como “internacionalismo”, “supernacional”, “imperialismo”, “modernização”, “mondo moderno” que mostram a atenção de Gramsci para esta dimensão do desenvolvimento do capitalismo.

Mello aponta que, nos estudos de Gramsci, há uma associação do conceito de mundialização com a ideia de uma luta cultural que teria por finalidade a universalização de verdades construídas. Para Gramsci (1995), tais verdades seriam destinadas a transformar a mentalidade popular, uni-las em torno de uma mesma concepção de mundo. Para o teórico italiano, este é o sentido do termo “hegemonia”, um conjunto de práticas sobre a totalidade da vida, mas que atinge individualmente cada ser; um sistema que objetiva o consenso, a fim de garantir a perpetuação do pensamento dominante ou, em outras palavras, do pensamento hegemônico. A partir dessa percepção é que devemos considerar a possibilidade de práticas emancipatórias em estruturas e discursos cristalizados da vida social.

O geógrafo brasileiro Milton Santos (2001) também comenta sobre esse aspecto da globalização, a construção de um discurso universal, “quando tudo permite imaginar que se tornou possível a criação de um mundo veraz, o que é imposto aos espíritos é um mundo de fabulações, que se aproveita do alargamento de todos os contextos para consagrar um discurso único” (Santos, 2011:17-18).

Perceberemos como não só no Brasil, mas também em termos globais, construiu-se um consenso para explicar as desigualdades sociais. Todavia, uma explicação simplista e opaca, que torna invisíveis as verdadeiras relações de causa e efeito que envolvem a perpetuação de relações sociais injustas. Milton Santos (2001), ao lado de outro teórico brasileiro, o sociólogo Jessé Souza (2011), comentam sobre um processo gradual de redução da vida social em termos econômicos, o que significa avaliar os problemas sociais e políticos unicamente do ponto de vista da economia. Santos (2001) afirma que os fundamentos do mundo contemporâneo “são a informação e seu império, que encontram alicerce na produção de imagens e do imaginário, e se põe ao serviço do império do dinheiro, fundado este na economização e na monetarização da vida social e da vida pessoal” (Santos, 2011: 18). Na visão de Souza (2011), a forma como a sociedade brasileira enxerga sua situação social e política é “colonizada por uma visão economicista e redutoramente quantitativa da realidade social” (Souza, 2011: 16). Este autor usa o termo “economismo” para se referir a uma visão que limita ao setor econômico os problemas sociais. Através desta visão, o homem é dotado das mesmas capacidades pessoais (disciplina, autocontrole e autorresponsabilidade) que o habilitariam a competir no mercado. Os desafortunados economicamente são percebidos, apenas, como produtos do acaso do destino e a sua situação de privação seria facilmente revertida com alguma ajuda do Estado. Souza (2011) comenta que esta é precisamente a lógica das

políticas assistencialistas empregadas pelos governos. “Como toda visão superficial e conservadora do mundo, a hegemonia do economicismo serve ao encobrimento dos conflitos sociais mais profundos e fundamentais da sociedade brasileira: a sua nunca percebida e menos ainda discutida ‘divisão de classes’” (Souza, 2011: 18). O economicismo, assim, não seria apenas privilégio daqueles que “pensam” o mundo, construindo teorias e desenvolvendo pesquisas científicas, ele está entre aqueles que não possuem qualquer autoridade para falar sobre o mundo social, ele está entre as pessoas comuns, entre os que não são autorizados, pelo seu capital cultural, a proferir palavra.

O teórico francês Michel Foucault (1988) fala sobre a importância das palavras, que possuem o poder de “instituir” as coisas e as pessoas, elas são instituídas pela prática discursiva na sociedade. Sob essa perspectiva é que devemos compreender as identidades, sejam elas individuais ou coletivas. Elas são construções políticas e sociais e devem ser pensadas a partir dessa premissa; ou seja, se as identidades são construídas, certamente esta construção parte de algum interesse e envolve “incluídos” e “excluídos” no processo. São questões de suma relevância social, nas quais é possível perceber a luta hegemônica no sentido gramsciano.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Adotamos como metodologia neste artigo os procedimentos da Análise Crítica do Discurso (ACD), desenvolvida pelo linguista Norman Fairclough (2003). Há muitas formas de se fazer análise de discurso. De maneira geral, elas se dividem entre as que utilizam e as que não utilizam análises detalhadas de textos. Fairclough (2001) dedica-se ao primeiro tipo e o denomina como “Análise do Discurso textualmente orientada”.

O linguista entende “discursos” enquanto maneiras de representar diversos aspectos ou perspectivas do mundo, neste sentido, os discursos correspondem às “diferentes relações que as pessoas têm no mundo que, por sua vez, dependem de suas posições no mundo, das identidades sociais e pessoais que elas estabelecem com outras pessoas (Fairclough, 2003: 124)². A representação do ponto de vista da ACD é percebida como o sistema de crenças e ideologias presentes nos discursos que circulam na sociedade.

Para sua Análise Crítica do Discurso, Fairclough (2003) manipula os princípios da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), e cria seu próprio método. De acordo com a LSF, ao nos comunicarmos, expressamos três tipos de significados simultâneos por meio da linguagem: o significado interpessoal, que expressa nossa relação com as pessoas; o significado ideacional, relacionado à representação de mundo; e o significado textual, que é a oração percebida como mensagem. Fairclough, partindo dessa noção da LSF, propõe uma articulação de tais significados, ou macrofunções

² As traduções do inglês foram feitas por mim. “[...] different relations people have to the world, which in turn, depends on their positions in the world, their social and personal identities, and the social relationships in which they stand to other people”

textuais, sugerindo três principais tipos de significados: o **significado acional**, o **significado representacional** e o **significado identificacional**. Nesta perspectiva, o discurso enquanto prática social apresenta-se de três formas distintas, porém simultâneas: a ação: o modo de agir por meio dos gêneros discursivos; a **representação do mundo material**: os modos de representar que variam de acordo com as posições dos sujeitos e relacionam-se a discursos; e a **identificação**: os modos de ser, mediante as configurações identitárias, que se relacionam ao conceito de estilo. Gêneros, discursos e estilos são considerados por Fairclough como formas relativamente estáveis que os falantes utilizam para agir, representar e identificar o mundo. Ou seja, são elementos que possibilitam ao pesquisador perceber a conexão dos textos com aspectos exteriores a ele.

O Significado Identificacional relaciona-se ao conceito de estilos. Fairclough (2003) define estilos como “o aspecto discursivo de maneiras de ser, identidades” (p. 159), ou seja, são os aspectos discursivos dos modos de falar que revelam como o falante identifica-se a si mesmo e também aos demais. Assim, ao analisar textos sob a perspectiva do Significado Identificacional, é necessário concentrar-se nos traços linguísticos que apontam para os estilos utilizados pelos falantes.

De acordo com o objetivo deste artigo, nos concentramos nas marcas indicadoras de julgamento do escritor, ou seja, na modalidade, de forma ainda mais específica sobre os adjuntos modais – advérbios de intensidade e de frequência, e adjunto modal de polaridade (Halliday & Matthiessen, 2004). Através da análise da modalidade, buscaremos compreender e analisar como o posicionamento do escritor Luis Ruffato é construído no seu discurso.

A modalidade, uma das categorias de avaliação do Significado Identificacional, é uma categoria considerada ambígua e polissêmica. Os trabalhos sobre o tema normalmente são muito variáveis entre si e dependem do “olhar” do pesquisador sobre o aspecto que considera relevante em sua análise.

Halliday e Matthiessen (2004) afirmam que há dois tipos de modalidade: a **modalização**, na qual o grau de probabilidade varia do sim ao não; incluem-se também aí os graus de probabilidade: possivelmente, provavelmente, certamente e os graus de usualidade: usualmente, sempre; e a **modulação**, na qual se avalia o grau de polaridade e estão incluídos dois tipos de possibilidades intermediárias, sendo: graus de obrigação: permitir, supor, dever e graus de inclinação: querer, ansiar etc. Para os autores, modalidade se institui entre os graus intermediários que estão entre os pólos positivo e negativo, tratando-se de uma expressão de indeterminação para construir a região de incerteza entre o sim e o não. Fairclough (2003), ao apropriar-se dos estudos funcionalistas de Halliday, manipula o conceito de modalidade modificando-o. Para ele, a modalidade não inclui apenas os pontos intermediários, mas, também, os próprios polos.

ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Após a análise do discurso de Luis Ruffato, contabilizamos 32 adjuntos modais, que se distribuíram, de acordo com a quantidade, da seguinte forma: modais de

polaridade (16); advérbios de intensidade (09) e advérbios de frequência (06). Destacamos que utilizaremos alguns exemplos dos casos de modalidade citados para procedermos à análise.

Percebemos que o escritor organiza seu texto primordialmente a partir de adjuntos modais de polaridade e de intensidade alta, o que revela sinais de modalização por meio do grau de envolvimento e do nível de expectativa do escritor no seu discurso. A expressiva presença do **adjunto modal de polaridade** indica que Ruffato constrói significados a partir de negações, utilizando uma argumentação que buscar desconstruir um tipo de discurso que seria recorrente ou, pelo menos, aceito pela maioria. As marcas de polaridade abaixo se encontram sublinhadas e em negrito³:

1. Avoca-se sempre, como signo da tolerância nacional, a chamada democracia racial brasileira, mito corrente de que **não** teria havido dizimação, mas assimilação dos autóctones.
2. Fala-se em globalização, mas as fronteiras caíram para as mercadorias, **não** para o trânsito das pessoas.
3. E aqui tocamos num ponto nevrálgico: **não** é coincidência que a população carcerária brasileira, cerca de 550 mil pessoas, seja formada primordialmente por jovens entre 18 e 34 anos, pobres, negros e com baixa instrução.

No exemplo (1), Ruffato faz um ataque direto ao chamado “mito da brasilidade”. Souza (2011) afirma que as nações de forma geral constroem um “mito nacional” e que é ele o responsável pela criação de um sentimento de “solidariedade coletiva”, de unidade nacional no que se refere à forma como determinado povo se percebe, ou seja, as maneiras de ser de cada cultura. Nas palavras de Souza (2011), “nós, brasileiros, somos o povo da alegria, do calor humano, da hospitalidade e do sexo” (Souza, 2011: 29). Essa “emocionalidade” e “espontaneidade” do brasileiro seriam características que nos diferenciariam da “racionalidade fria” que, supostamente, seria a marca das nações avançadas. O exemplo (1) do escritor vai ao encontro das formulações de Souza (2011), quando este explica que a construção do “mito nacional” foi iniciada através de um dos mais proeminentes pensadores do século XX no Brasil, o sociólogo Gilberto Freyre. Em seu primeiro livro “Casa grande e senzala”, Freyre (2003) desenvolve uma teoria de que a miscigenação ocorrida no Brasil, resultado principalmente da mistura entre negros, portugueses e índios, não seria um fator negativo responsável pela formação de uma raça inferior no país. Ao contrário, ele aponta uma tendência portuguesa e, posteriormente, luso-brasileira ao “encontro cultural”, o que seria a gênese do mito nacional brasileiro, uma tendência positiva à miscigenação, “à chamada democracia racial brasileira”, nas palavras de Luis Ruffato. Souza (2011), no entanto, afirma que esta teoria da mestiçagem brasileira, tal qual foi concebida por Freyre, é construída de forma que “ela possa ser pensada não como resultado do absoluto poder que os

³ Esclarecemos que os exemplos utilizados podem conter mais de uma marca de modalidade. Entretanto, de acordo com um critério didático, optamos por evidenciar apenas as marcas que serão discutidas em cada tópico. Os exemplos utilizados são ilustrativos, a análise completa encontra-se compilada no final do artigo nos “Anexos”.

homens brancos tinham sobre as mulheres negras e índias, mas como uma predisposição cultural positiva e altamente valorável” (Souza, 2011: 54).

O exemplo (3) é utilizado para validar o enunciado (1). A argumentação desconstrói o que Ruffato chama de “democracia racial brasileira”, ao denunciar, através de estatísticas, que a classe desprivilegiada – “pobres, negros e com baixa instrução” – continua sendo a mesma que, por séculos, constitui-se como a classe de explorados e excluídos do país. O exemplo (2) faz uma crítica à globalização, como o faz os teóricos citados neste trabalho, ao apontar que tal processo se refere, sobretudo, ao aspecto econômico, às relações capitalistas entre os países. Abaixo, outros exemplos de trechos do discurso de Ruffato, construídos a partir de negações que, nestes casos, se referem a questões diversas que são negadas à classe pobre brasileira.

1. Quando, em 1888, foi abolida a escravidão, **não** houve qualquer esforço no sentido de possibilitar condições dignas aos ex-cativos.
2. (...) um em cada três brasileiros adultos **não** tem capacidade de ler e interpretar os textos mais simples.
3. Continuamos a ser um país onde moradia, educação, saúde, cultura e lazer **não** são direitos de todos, mas privilégios de alguns.

O escritor segue denunciando a condição do negro na sociedade brasileira. A questão do preconceito racial em nossa sociedade aparece mais explicitamente no primeiro enunciado abaixo, que reúne casos de modalidade com **adjuntos modais de intensidade**.

1. A perpetuação da ignorância como instrumento de dominação, marca registrada da elite que permaneceu no poder até **muito** recentemente, pode ser mensurada.
2. Invisível, acuada por baixos salários e destituída das prerrogativas primárias da cidadania --moradia, transporte, lazer, educação e saúde de qualidade--, a **maior** parte dos brasileiros sempre foi peça descartável na engrenagem que movimenta a economia.

Os dois exemplos revelam a realidade dos negros e pobres, segundo Ruffato a “maior parte dos brasileiros”, que segue condenada a uma situação de invisibilidade social. Para Fairclough (2001) o discurso pode ser visto como uma forma de prática política e ideológica e, portanto, como prática social. Enquanto prática política, o discurso colabora para estabelecer, manter ou transformar relações de poder. Enquanto prática ideológica, ele “constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder”. (Fairclough, 2001: 94). Como se percebe, são questões relacionadas ao poder, ao preconceito e à ideologia que perpassam os discursos hegemônicos na sociedade. Souza (2011) defende que impera na sociedade brasileira, a cultura da meritocracia – um tipo de pensamento, presente inclusive nas “ciências” que constroem o discurso considerado “válido” e “legítimo”, que se baseia no mérito individual, como a justificativa para os privilégios sociais. De acordo com esta tendência, opera-se o apagamento do fato

de que nascer em uma família pobre no país é, na maioria dos casos, uma sentença à perpetuação da injustiça social. Assim, a desigualdade social é avaliada por meio do esquecimento do que Souza chama de “pertencimento de classe”, que deve ser considerado como a “gênese social das diferenças individuais” e não a falácia da meritocracia. Tal situação é, ainda, potencializada pela questão do “mito da brasilidade”, já que ele “tem a ver tanto com a construção de uma ficção de homogeneidade e de unidade entre brasileiros tão desiguais quanto com ‘horror ao conflito’” (Souza, 2011: 47). O autor critica a resistência ao conflito e às críticas, comuns na sociedade brasileira, fato que se observa nas reações dos brasileiros ao discurso de Ruffato⁴.

Menos incidentes, analisamos abaixo alguns exemplos de enunciados de modalidades com **advérbios de frequência**:

1. Historicamente habituados a termos apenas deveres, **nunca** direitos (...)
2. Em nossos tempos, de exacerbado apego ao narcisismo e extremado culto ao individualismo, aquele que nos é estranho, e que por isso deveria nos despertar o fascínio pelo reconhecimento mútuo, mais que **nunca** tem sido visto como o que nos ameaça.

O exemplo (9) reforça a argumentação anterior de Ruffato, com relação à situação desprivilegiada da maior parte dos brasileiros e em (10) ele se refere a afirmações anteriores de que os brasileiros seriam “machistas”, “covardes” e “hipócritas”. O escritor explica: machistas, porque ocupamos o “sétimo lugar entre os países com maior número de vítimas de violência doméstica”; covardes, porque “em 2012 acumulamos mais de 120 mil denúncias de maus-tratos contra crianças e adolescentes” e hipócritas, porque “o local onde se realiza a mais importante parada gay do mundo [...], a Avenida Paulista, em São Paulo, é o mesmo que concentra o maior número de ataques homofóbicos da cidade”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando o objetivo deste artigo, o de analisar a *construção* identitária do país e do povo brasileiro, transmitida no discurso de Luis Ruffato e como ela se coloca como um empecilho no processo de internacionalização do Brasil, percebemos que o escritor constrói discursivamente uma identidade oposta ao chamado “mito da brasilidade”, orgulhosamente compartilhado pela nação. Usando, sobretudo, modais de polaridade, o escritor demonstra que o brasileiro não é de fato, um povo tão tolerante no que se refere às diferenças socioculturais, como leva a crer as premissas do mito nacional. Embora o autor aponte avanços na sociedade brasileira, ele não deixa de olhar e de criticar o que considera a “miséria” do Brasil e do povo brasileiro, como o preconceito racial, a enorme desigualdade social e a violência praticada contra as minorias.

⁴ De acordo com várias reportagens publicadas a respeito, tais como: <<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/machistas-hipocritas-violentos-o-discurso-sobre-o-brasil-do-escriptor-luiz-ruffato-o-elemento-surpresa-da-feira-de-frankfurt/>> e <<http://www.otempo.com.br/divers%C3%A3o/magazine/quase-fui-agredido-1.726885>>. Acesso em 13.01.2014..

Se o mundo evoluiu a tal ponto que nos permitiu romper as barreiras físicas entre os povos, agora é chegado o momento de promovermos uma “globalização mais humana”, conforme defende Milton Santos (2001), que seja capaz de utilizar os avanços da técnica e da ciência a serviço da dignidade humana. Não se trata mais de diminuirmos as distâncias físicas, mas, sobretudo, de diminuir as distâncias que separam pobres e ricos, negros e brancos, homens e mulheres e todos os polos tradicionalmente opostos que envolvem, invariavelmente, um discurso hegemônico opressor numa extremidade e um grupo excluído e marginalizado na outra. Entretanto, as mudanças só podem ser implementadas a partir do momento em que os grupos interessados se posicionem criticamente frente à situação social. Para tanto, é necessário que eles estejam abertos à autocrítica e estejam dispostos a enfrentarem os conflitos relacionados às suas próprias percepções viciadas e comprometidas com a lógica sociocultural predominante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Foucault, M. (1988). *História da Sexualidade I – a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Freyre, G. (2003). *Casa grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia*. São Paulo: Global.
- Gramsci, A. (1995). *Concepção dialética da História*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Hilal, A. & Hemais, C. A. (2003). *O processo de internacionalização na ótica da escola nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras*. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552003000100006&script=sci_arttext>. Acesso em 08.01.2014.
- Mello, A. F. de (2001). *Mundialização e Política em Gramsci*. São Paulo: Cortez.
- Morosini, M. C. (2011). *Internacionalização na produção de conhecimento em IES Brasileiras: cooperação internacional tradicional e cooperação internacional horizontal*. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982011000100005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 08.01.2014.
- Sanchez, I. (2001). *Para entender a internacionalização da economia*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Santos, M. (2001). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Editora Record.
- Souza, J. (2011). *A ralé brasileira: que é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

ANEXOS

Análise

Adjuntos Modais de Polaridade

“O que significa ser escritor num país situado na periferia do mundo, um lugar onde o termo capitalismo selvagem definitivamente **não** é uma metáfora?

Não há como renunciar ao fato de habitar os limiares do século 21, de escrever em português, de viver em um território chamado Brasil.

Fala-se em globalização, mas as fronteiras caíram para as mercadorias, **não** para o trânsito das pessoas.

Avoca-se sempre, como signo da tolerância nacional, a chamada democracia racial brasileira, mito corrente de que **não** teria havido dizimação, mas assimilação dos autóctones.

Quando, em 1888, foi abolida a escravatura, **não** houve qualquer esforço no sentido de possibilitar condições dignas aos ex-cativos.

Historicamente habituados a termos apenas deveres, nunca direitos, sucumbimos numa estranha sensação de **não** pertencimento: no Brasil, o que é de todos **não** é de ninguém...

Convivendo com uma terrível sensação de impunidade, já que a cadeia só funciona para quem **não** tem dinheiro para pagar bons advogados, a intolerância emerge. Aquele que, no desamparo de uma vida à margem, **não** tem o estatuto de ser humano reconhecido pela sociedade, reage com relação ao outro recusando-lhe também esse estatuto. Como **não** enxergamos o outro, o outro **não** nos vê. E assim acumulamos nossos ódios --o semelhante torna-se o inimigo.

E quem mais está exposto à violência **não** são os ricos que se enclausuram atrás dos muros altos de condomínios fechados, protegidos por cercas elétricas, segurança privada e vigilância eletrônica, mas os pobres confinados em favelas e bairros de periferia, à mercê de narcotraficantes e policiais corruptos.

E aqui tocamos num ponto nevrálgico: **não** é coincidência que a população carcerária brasileira, cerca de 550 mil pessoas, seja formada primordialmente por jovens entre 18 e 34 anos, pobres, negros e com baixa instrução.

(...) um em cada três brasileiros adultos **não** tem capacidade de ler e interpretar os textos mais simples.

Continuamos a ser um país onde moradia, educação, saúde, cultura e lazer **não** são direitos de todos, mas privilégios de alguns. Em que a faculdade de ir e vir, a qualquer tempo e a qualquer hora, **não** pode ser exercida, porque faltam condições de segurança pública.

Modais de intensidade

Aperpetuação da ignorância como instrumento de dominação, marca registrada da elite que permaneceu no poder até **muito** recentemente, pode ser mensurada.

Invisível, acuada por baixos salários e destituída das prerrogativas primárias da cidadania --moradia, transporte, lazer, educação e saúde de qualidade--, a **maior** parte dos brasileiros sempre foi peça descartável na engrenagem que movimenta a

economia

A taxa de homicídios no Brasil chega a 20 assassinatos por grupo de 100 mil habitantes, o que equivale a 37 mil pessoas mortas por ano, número três vezes **maior** que a média mundial.

Machistas, ocupamos o vergonhoso sétimo lugar entre os países com **maior** *número de vítimas de violência doméstica, com um saldo, na última década, de 45 mil mulheres assassinadas.*

O local onde se realiza a mais importante parada gay do mundo, que chega a reunir mais de três milhões de participantes, a Avenida Paulista, em São Paulo, é o mesmo que concentra o **maior** *número de ataques homofóbicos da cidade.*

A **maior** vitória da minha geração foi o restabelecimento da democracia

No entanto, continuamos lendo **pouco**, em média **menos** de quatro títulos por ano

A maior vitória da minha geração foi o restabelecimento da democracia - são 28 anos ininterruptos, **pouco**, é verdade, mas trata-se do período **mais** extenso de vigência do estado de direito em toda a história do Brasil.

Advérbios de frequência

Assim, até hoje, 125 anos depois, a grande maioria dos afrodescendentes continua confinada à base da pirâmide social: **raramente** *são vistos entre médicos, dentistas, advogados, engenheiros, executivos, jornalistas, artistas plásticos, cineastas, escritores.*

Historicamente habituados a termos apenas deveres, **nunca** direitos (...)

Em nossos tempos, de exacerbado apego ao narcisismo e extremado culto ao individualismo, aquele que nos é estranho, e que por isso deveria nos despertar o fascínio pelo reconhecimento mútuo, mais que **nunca** tem sido visto como o que nos ameaça.

Avoca-se **sempre**, como signo da tolerância nacional, a chamada democracia racial brasileira, mito corrente de que não teria havido dizimação, mas assimilação dos autóctones.

a maior parte dos brasileiros **sempre** foi peça descartável na engrenagem que movimenta a economia

E é sabido que, tanto em relação às mulheres quanto às crianças e adolescentes, esses números são **sempre** subestimados.

Bordado de Guimarães: uma viagem do passado ao presente

ANA MARIA LEOPACI BENINI; MARIANA BEZERRA MORAES DE ARAÚJO; JOÃO CARLOS SANTOS LOPES & JARIANE VAILATI

aninha_benini@hotmail.com; mbmaraujo@gmail.com; santoslopesjoaocarlos@gmail.com; j.vailati@hotmail.com
Universidade do Minho

Resumo

O presente artigo estuda o “Bordado de Guimarães”, que é desenvolvido na cidade de Guimarães-Portugal e região. Advindo de uma tradição histórica, seus primeiros registros aconteceram no século X, porém, seu apogeu se dá bem mais tarde nos séculos XIX e XX. Caracteriza a cultura não só de uma região, mas também de um país, reconhecido mundialmente tornou-se Patrimônio Mundial da Humanidade em 2001.

Será abordada toda a sua trajetória desde os primeiros bordados e materiais utilizados até chegar à exigência da perfeição atual. As seis cores permitidas na confecção e os pontos que o tornam legítimos são exemplificados e ilustrados para melhor compreensão.

As iniciativas tomadas para que esta cultura não se perca, são também descritas demonstrando parcerias e incentivos públicos, indispensáveis para a conservação de toda história e tradição.

O estudo oferece ainda o resultado de entrevistas com Catarina Pereira, Técnica do Patrimônio Cultural da Oficina e as bordadeiras certificadas Maria da Conceição Ferreira e Adélia Faria.

Palavras-Chave: Bordados; Guimarães; tradição; cultura

INTRODUÇÃO

O bordado de Guimarães é um produto que se desenvolveu na cidade de Guimarães, região ao norte de Portugal, esta conhecida como Minho. Cidadezinha aconchegante que ainda conserva seu centro histórico medieval e suas muitas igrejas advindas do predomínio da religião católica.

Pode-se afirmar que o bordado de Guimarães é antes de mais produto de um território fértil em águas e em terras úberes para receberem o cultivo do linho (Fernandes, s.d.: 7-8). O linho é a base onde aplica-se o bordado.

Acredita-se que seu surgimento se deu no século X, era utilizado em trajes civis, porém, a primeira referência documental aparece bem mais tarde, no século XIX, compunha importantes trajes rurais, a roupa do casamento, roupa para tumba, religiosos, entre outros; nomeado “bordado popular” feito pelo povo para o povo. Neste período surge também a designação de “bordado rico”, que é utilizado até hoje pelas bordadeiras vimaranenses, compunha os enxovais e roupas de baixo de jovens burguesas e nobres, feitos sobre o linho cru e fino com linha branca, ou até mesmo em fios de ouro e prata acrescidos de pedras preciosas, com pontos mais precisos e perfeitos.

Inicialmente utilizava-se a linha de lã, mais tarde com a implementação da indústria têxtil em Guimarães, substitui-se pela linha de algodão que seria mais resistente ao uso e por sua conservação.



Imagem 1: Camisa de homem Fonte: Fernandes, s.d.: 118

A cronologia é do século XX., com a utilização de materiais como o fio de algodão branco e vermelho sobre o linho, e os pontos utilizados são os canutilho; ilhó de rolinho; formiga; gradinha; favos; pé de flor; recorte no ar.



Imagem2: Colete de "rabos" de mulher . Fonte: Fernandes, s.d.: 120

A Cronologia da imagem é do século XX, anos 30, os materiais são de fio de algodão vermelho sobre o linho, e os pontos utilizados são os lançados; nozinho; cheio; pena simples cadeira; margarida; pé de flor.



Imagem 3: Camisa de mulher. Fonte: Fernandes, s.d.:122

A cronologia é do século XX, 1941. Os materiais utilizados foram: Fio de algodão preto sobre o linho, com os pontos utilizados: canutilho; pé-de-flor; gradinha; cheio; formiga; ilhó de rolinho; ilhó de recorte.



Imagem 4: Avental. Fonte: Fernandes, s.d.: 136

A cronologia é do século XX com a utilização de material de fio de algodão vermelho sobre o linho com pontos. Utiliza os seguintes pontos: canutilho; pé-de-flor; cheio; lançado; ilhó de rolinho; espinha; recorte.



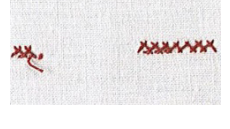
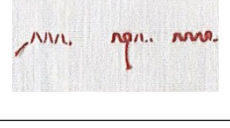
Imagem 5: Toalha de bandeja . Fonte: Fernandes, [s.d.], p. 154

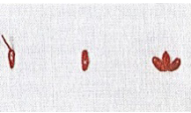
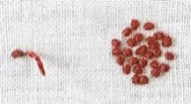
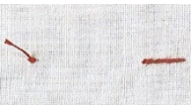
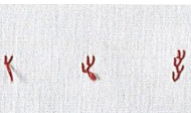
Imagem acima tem uma cronologia do Séc. XX, com o material de Fio de algodão bege sobre o linho e os pontos utilizados são a gradinha e o canutilho.

Para cada bordado são utilizadas cores separadamente podendo até ter mais de uma de cor na mesma peça, porém, em bordados diferentes. As cores tradicionais utilizadas na sua execução são: azul, bege, vermelho, branco, cinza e preto.

Ao bordado de Guimarães é geralmente associado o ponto de canutilho, como pode-se ouvir, não só das bordadeiras que o fazem, mas igualmente de quem o compra: “bordado de Guimarães sem canutilho não é bordado de Guimarães’ ou “o bordado de Guimarães quanto mais canutilho tiver melhor”. Contanto não foi só o ponto de canutilho que deu a identidade que lhe é reconhecida, não apenas pela região que o viu nascer mas também pelo país que o vai distinguindo” (p. 197).

Com o tempo alguns pontos foram extinguindo-se e outros inserindo-se, os seguintes são utilizados atualmente:

Tipo de ponto	Descrição	Ilustração
Areia	Ponteados simples que, usado repetidamente, origina um fundo leve.	
Atrás	Ponto de contorno, trabalhado da direita para a esquerda, que cria uma linha fina de pontos contínuos, podendo ser usado em linha reta ou em curva.	
Cadeia	Ponto que pode ser trabalhado numa única linha, em espiral ou em carreiras múltiplas, que se assemelha aos elos de uma corrente.	
Canutilho	Ponto executado isoladamente, que resulta do enrolamento da linha em volta da agulha cinco a sete vezes, consoante o comprimento desejado para o ponto. É usado principalmente para encher ou contornar o desenho.	
Cheio	Ponto executado num conjunto de pontos paralelos muito próximos uns dos outros, opostos sobre outros pontos previamente bordados, como o ponto corrido ou de alinhavo.	
Espinha	Ponto que forma um ziguezague cruzado, criando uma cercadura aberta.	
Formiga	Ponto composto, feito por duas vezes em que um primeiro fio se prende, efetivamente, ao tecido, formando um ziguezague feito em ponto lançado e o outro corre sempre por cima do tecido entrelaçado no primeiro.	
Gradinha	Ponto de fios tirados (à trama ou à urdidura) do tecido base. Os fios restantes são agrupados em feixes e totalmente enrolados com linha de bordar formando um padrão que pode ser em escada ou em ziguezague.	

Ilhó de recorte	Um pequeno orifício central, o ilhó, é rematado com ponto de festão ou de cobertor.	
Ilhó de rolinho	Ponto plano, em forma de rolinho, executado à volta de um orifício circular.	
Lançado	Executado num pequeno conjunto de pontos paralelos sem qualquer enchimento interior.	
Margarida	Ponto de cadeia trabalhado isoladamente, em círculo e a partir de um ponto central, e preso com um pequeno ponto lançado numa extremidade para criar o efeito pétala.	
Margarida dupla	Igual ao ponto margarida simples, mas executado duplamente, criando o efeito de uma pétala no interior da outra.	
Nozinho	Ponto executado isoladamente, de forma arredondada e em relevo e que resulta do enrolamento da linha na agulha duas vezes.	
Pé-de-flor	Trata-se sobretudo de um ponto de contorno, trabalhado da esquerda para a direita.	
Pé-de-flor apanhado	Ponto feito por duas vezes, onde na segunda passagem a agulha se enrola nos pontos previamente executados a pé-de-flor simples.	
Pé de flor duplo	Conjunto de duas linhas de ponto pé-de-flor simples, executadas paralelamente para tornar o bordado mais volumoso.	
Pé-de-galo	Ponto trabalhado isoladamente, mas que também pode ser feito em fila e usado como barra. Este ponto é semelhante a uma pata de galo.	
Pena simples	Ponto de linha leve, semelhante a uma pena, que resulta do ponto executado alternadamente para a esquerda e para a direita.	

Recorte	Ponto plano, utilizado frequentemente para criar efeito de aresta.	
Veludo	Ponto que torna o bordado com avesso liso e o lado de fora coberto de pelos cerrados, curtos, formando motivos relevados.	

Quadro 1 - Tipos de Pontos (adaptação p.199 a 205). Fonte: Fernandes, [s.d.].

O bordado que é produzido atualmente é uma evolução do bordado popular unido à perfeição e harmonia que não se encontrava antigamente. Exige grande precisão, detalhamento e acabamento precisos das bordadeiras. Ele já não é mais utilizado em vestimentas, serve para bordar: toalhas e caminhos de mesa, toalhas de bandejas, dentre outras peças para o lar, por serem peças mais vendáveis.

Para a preservação dessa tradição algumas iniciativas foram tomadas, entre 1989 e 1991, surge a primeira escola de bordado, onde não se ensinava apenas o de Guimarães mas também outros, feitos em todo o país. Somente entre os anos de 1996 e 1997 que esta prática foi feita exclusivamente, onde as bordadeiras recebem um certificado.

A prefeitura junto ao centro cultural oferece uma sala “oficina” dentro da Plataforma das Artes – espaço dedicado à cultura e as artes – onde as bordadeiras dedicam-se a fazer e vender em lojas do centro histórico da cidade. Em 2001, o bordado de Guimarães foi considerado Patrimônio Mundial da Humanidade.

ENTREVISTA COM CATARINA PEREIRA – TÉCNICA DO PATRIMÔNIO CULTURAL DA OFICINA; E MARIA DA CONCEIÇÃO FERREIRA E ADÉLIA FARIA - BORDADEIRAS CERTIFICADAS.

Entrevista com Catarina Pereira, Técnica do Patrimônio Cultural da Oficina

1. Gostaríamos que contasse um pouco sobre a história do Bordado de Guimarães.
2. Como surgem os motivos e desenhos a serem bordados?
3. Como se deu a formação do catálogo e qual a importância deste para a conservação do Bordado de Guimarães?
4. Fale um pouco sobre a parceria com os artistas e poetas portugueses.

Entrevista com a bordadeiras certificada Maria da Conceição Ferreira

1. Gostaria que a senhora contasse a sua história com o Bordado de Guimarães.
2. Como é destinada a renda das vendas?
3. Qual o tempo de duração da execução do bordado (50x50cm) que está em mãos?

Entrevista com a bordadeiras certificada Adélia Faria

1. Como funciona o processo para a execução do bordado, desde o desenho até sua finalização, a peça pronta?

2. Este bordado que está em mãos faz parte dos lenços dos Namorados? Fale mais sobre ele.
3. Você poderia demonstrar o processo de fabricação do ponto canutilho?
4. Quais materiais são necessários em todo o processo?

Durante a entrevista, foi possível perceber a história do bordado de Guimarães e sua importância cultural.

Segundo Pereira, é no século XIX que o bordado ganha sua maior importância, foi quando ele se democratizou e começou a entrar no mercado. O Bordado de Guimarães sofre dois tipos de influência, a primeira do bordado rico, que era feito em branco em peças para o lar, composto por pontos complexos e a segunda o bordado do povo, utilizado nas vestimentas, mais simples e rústico, é dessa união que surge o bordado de Guimarães.

Nas décadas iniciais do século XX, o bordado de Guimarães passa a ser utilizado nas vestimentas campestres das pessoas de posses que possuíam casas de veraneio na cidade de Guimarães. Com a chegada das fábricas têxteis na década de setenta as bordadeiras começaram a migrar para empregos nas fábricas, isso fez com que o bordado se expandisse para a fabricação na região. Nos anos 80, lançou-se formações para que esta cultura não se perdesse. As bordadeiras são certificadas e suas peças levam um selo de autenticidade.



Imagem 6: Selo de autenticidade

Permissão de inovação: é permitido que as bordadeiras inovem nos desenhos sem que se percam as características, são considerados bordados contemporâneos, baseiam-se em desenhos antigos e formulam novos compostos.



Imagem 7: Bases tradicionais

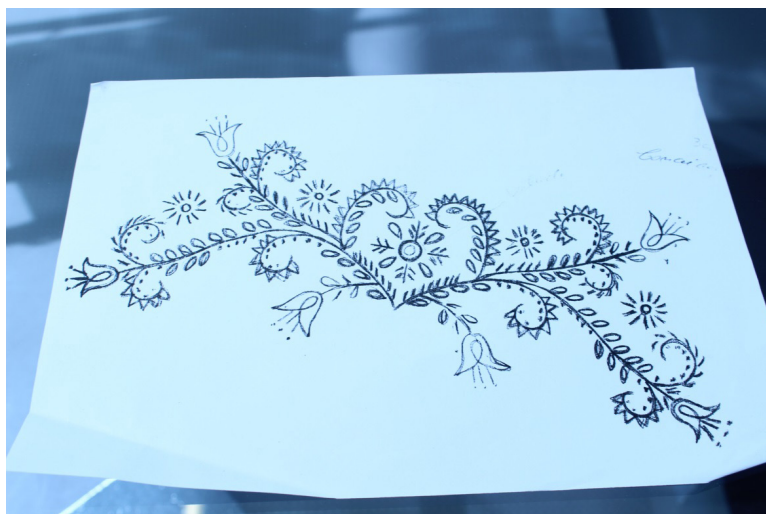


Imagem 8: Formulações contemporâneas

Parcerias também são elaboradas no sentido de disseminar ainda mais o bordado, a mais importante que já dura cerca de 6 anos é a união de artistas plásticos e poetas para bordar os lenços dos namorados. Estes levam cerca de duas semanas para serem finalizados.



Imagem 9: Lenço dos namorados

Durante o mês de dezembro de 2013, foi possível observar no shopping Espaço Guimarães uma exposição exclusivamente ligada ao bordado de Guimarães, ilustrando os pontos e contando toda a sua história, ilustrada a seguir:



Imagem 10: Espaço Shopping Guimarães

Atualmente sua predominância se dá nos produtos têxteis para o lar e nas vestimentas por movimentos folclóricos.



Imagem 11: Artigos para o lar.

Foi feito um levantamento de peças de acervos pessoais em parceria entre a Oficina com o Museu Alberto Sampaio que resultou em um catálogo, como forma de preservar a cultura.

Segundo as senhoras Maria da Conceição Ferreira e Adélia Faria os tons das cores dos bordados não podem variar.

Os materiais utilizados na confecção do bordado são o linho (base do bordado), linha, tesoura, agulha, carbono, desenho pré-definido, lápis, desmanchador e algumas utilizam o dedal de proteção.



Imagem 12: Materiais de trabalho

CONCLUSÃO

Pesquisar e conhecer as características desta arte que é o bordado de Guimarães, com o intuito de conhecê-lo melhor através de entrevistas com pessoas que trabalham e passam horas em contato com o trabalho, onde divulgaram como é feito, como usam os bordados, para quem fazem, e todos os materiais utilizados para desenvolver esta arte, é de total relevância e experiência incrível, e ver o produto

acabado, principalmente pelo fato de que cada vez mais estilistas vem utilizando a técnica de bordados para desenvolver peças exclusivas e diferenciadas no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fernandes, I. M. (s/d). *Bordado de Guimarães: Renovar a Tradição*. Catálogo. Guimarães: Campo das Letras.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Oficina. Disponível em <http://www.aoficina.pt/>. Acesso em 10.12.2013

bordado de Guimarães. Disponível em <http://www.bordadodeguimaraes.pt/site/index.php>. Acesso em 10.12.2013.

O Nordeste brasileiro na teleficção: o lastro ibérico medieval n'O *auto da Compadecida*

EVANDRO JOSÉ MEDEIROS LAIA

medeiroslaia@yahoo.com.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

A mitogênese da nação lusa é marcada por uma geografia que aponta para o Atlântico, de acordo com a filósofa portuguesa Maria Helena Varela (1996). Esta vontade de transcendência, encarnada no conceito de *heterologos*, teria encontrado seu objetivo final no Brasil. Neste cenário, o heterologos português ganha novo significado, transferindo o significado da transcendência do *Mar* sem fim para a imanência da travessia do *Sertão*. Esta construção identitária carrega traços da Idade Média europeia, reconstruindo no Brasil o mundo deixado para trás. No Nordeste, especificamente, estas características, por motivos e históricos e sociais, teriam permanecido mais visíveis, apontado para o conceito de *Sertão medieval* (Vassalo, 1993), cunhado a partir da análise da obra teatral do nordestino Ariano Suassuna, autor da peça teatral *O auto da Compadecida*. Encontramos na adaptação deste texto para a televisão brasileira, na microssérie *O Auto da Compadecida*, um campo de reflexão, uma proposta de pensamento da cultura brasileira a partir da imagem. Apontamos ocorrências em termos lingüísticos e visuais que conectam a microssérie à estética medieval, e por conseguinte, ao elementos da tradição nordestina.

Palavras-Chave: Identidade; teleficção; cultura popular; adaptação

O Sertão já foi Mar um dia. Diz a tradição do Nordeste brasileiro que a grande área geográfica que sofre com a seca foi um enorme lago de água salgada. Esta relação ganha contornos bem mais amplos que a ciência. E se chegou às páginas do livro, é porque passou pelo canto dos repentistas, na voz do poeta popular, permanecendo igual, mas ao mesmo tempo diferente, adaptada ao suporte e às condições históricas e sociais da propagação da mensagem. Este caminho, entre o Mar e o Sertão, que cientificamente pode ter levado milhões de anos para ser percorrido, é o que, metaforicamente, liga o Brasil, nação imanente, onde o homem enfrenta o desafio interno da identidade, a Portugal, nação transcendente, lugar onde o homem vive a ímpeto do outro. Foi a filósofa portuguesa Maria Helena Varela (1996: 18) quem afirmou isto, mostrando inicialmente, que a mitogênese da nação lusa é marcada por uma geografia que aponta para o Atlântico, “mar sem fim que envolve nossos sonhos e destinos”. Para exprimir este modo de estar no mundo, o conceito filosófico seria vago, por isso é a metáfora que constitui a via de expressão adequada, criando, na língua portuguesa, um modo de pensar híbrido, na terceira via entre a poesia e a filosofia, que ela chama de *heterologos*. “Presentes-ausentes do saber racional, dos Discursos do Método e das Críticas da Razão, a viagem, o risco e a aventura foram a nossa forma

antropológica de estar no mundo, de navegar mais do que de existir, fascinados pelos abismos, desejando o impossível, o infinito, o mar!..." (Varela, 1996: 27).

Esta vontade de transcendência teria encontrado no Brasil seu destino, seu objetivo final, comprovando as escatologias místicas portuguesas, a crença em um novo paraíso. Portugal, como nação periférica, longe da filosofia clássica, encontra, na imagem da descoberta, a razão para sua existência, marcada pela epopéia e pela coragem. Ao mesmo tempo, numa terra longínqua, onde o encontro com as novas formas da natureza, exuberante, permitiu que o europeu desenvolvesse uma nova linguagem, uma nova maneira de estar no mundo, longe da rigidez da religião e da hierarquia social, invertendo a lógica, transformando a regra em exceção, fazendo da vida um grande *carnaval*, no sentido que Mikhail Bakhtin (1993: 6) confere a esta palavra. A cultura da Idade Média e do Renascimento, estudada pelo teórico russo, seria marcada pelas dualidades, pela dicotomia, que separava alta e baixa cultura, o sagrado e o profano. As festas populares representavam o momento de distensão das pressões sociais, quando havia total inversão da regra diária. "Nesse sentido, o carnaval não era uma forma artística de espetáculo teatral, mas uma forma concreta (embora provisória) da própria vida, que não era simplesmente representada no palco, antes, pelo contrário, vivida enquanto durava o carnaval".

O que se abriu como possibilidade, no Novo Mundo, foi fazer desta exceção a regra. E é partir da desmesura, da abundância e da exuberância encontradas na América que se desenvolve o barroco, na visão de Lezama Lima (1988). Para ele, foi o contato do europeu com o Novo Mundo que criou possibilidades que culminaram neste estilo artístico, que seria, antes de tudo, um modo de estar no mundo. O desafio radical da alteridade também teria contribuído para isso, colocando, frente a frente, índios, africanos e europeus das mais diferentes nações, numa terra marcada pela imensidão. E é neste cenário, onde o homem, sozinho, está desamparado, que o heterologos português ganha novo significado. "No húmus topical, é como se o espírito do lugar quase ignorasse a componente marítima, para se enlear no labirinto telúrico dos sertões, onde um humano demasiado humano pressente o infinito na transcendência imanente da natureza, na força dionisíaca da terra" (Varela, 1996: 57).

Neste cenário, onde o homem, sozinho, está desamparado, que o heterologos português ganha novo significado. O conceito de Sertão seria então uma das marcas da *brasilidade*, identidade, como qualquer outra, construída histórica e socialmente (Hall, 2000), a partir de conflitos, enredando os sujeitos na teia de uma comunidade. Esta construção identitária carrega traços da Idade Média europeia, reconstruindo no Brasil o mundo deixado para trás. No Nordeste, especificamente, estas características, por motivos e históricos e sociais, teriam permanecido mais visíveis, apontado para o conceito de *Sertão medieval* (Vassalo, 1993), cunhado a partir da análise da obra teatral do nordestino Ariano Suassuna, que procura resgatar esta herança ibérica medieval, a partir da criação do Movimento Armorial, no Recife. De seus trabalhos, talvez o que tenha o maior apelo popular seja o *Auto da Compadecida*, história baseada em folhetos da literatura de cordel nordestina, tradutora entre o

oral e o escrito, meio pelo qual as histórias populares ibéricas teriam chegado e sido aclimatadas ao Brasil.

A obra teve duas adaptações para o cinema, em 1969 e 1987, até chegar à televisão, em 1999, numa microssérie, em quatro capítulos, exibida pela Rede Globo e dirigida por Guel Arraes. Sucesso de público e crítica, já foi objeto de diversas análises acadêmicas, assim como o texto teatral de Ariano Suassuna¹. Se não é na filosofia, mas na poesia, que está a síntese do pensamento heterológico, então poderíamos encontrar, na TV, e especificamente, na microssérie *O Auto da Compadecida*, um campo de reflexão, uma proposta de pensamento da cultura brasileira a partir da imagem. Queremos é mostrar como esta matriz ibérica passa pelas frestas, ocupa os entrelugares, criando estratégias para reaparecer nos *interstícios* (Bhabha, 1998), nas entrelinhas, nos detalhes sutis, remontando a informação antiga num outro suporte, numa obra diferente. Juntamos a isto o conceito de *eras imaginárias* de Lezama Lima (1988), para quem cada época, cada povo, produz um imaginário com características próprias. Estas eras não desaparecem, elas surgem, em determinados momentos e tempos diferentes, e são reconhecíveis a partir da análise dos *atos homólogos*.

O NORDESTE NA TELEFICAÇÃO

Verificamos os elementos intertextuais no *Auto da Compadecida*, a presença de histórias orais ibéricas, narrativas dos folhetos de cordel e até paródias dos clássicos latinos. É o que ocorre na maioria das adaptações, segundo conclusão de Anna Maria Balogh (2005: 66), no seu trabalho de análise de filmes e minisséries da TV brasileira. Apesar de concentrar-se no estudo de produtos audiovisuais², o ensaio estende-se a análise ao literário e ao teatro, com referências aos textos de Ariano Suassuna. Dissimilaridades sutis vão se introduzindo na similaridade de base existente no nível narrativo, “tais como a diferente ordenação sintática das fases da sequência narrativa, a expansão de determinadas fases da sequência narrativa, o retardamento das mesmas, entre outros” (Balogh, 2005: 67). No romance, ou na peça teatral, sempre há possibilidades não trabalhadas no roteiro, pela própria natureza do suporte.

O que pode ser observado, no Brasil, a partir de 1975, quando o Ministro da Educação, Ney Braga, sob o governo do General Geisel, publica o Plano Nacional de Cultura que propõe a valorização da cultura nacional por intermédios dos meios de comunicação de massa e em especial a televisão (Mungioni, 2006: 89), abafando a “estética do grotesco” (Ortiz, 1989: 87). Este disciplinamento da produção cultural industrializada vai penetrar também o campo da telenovela. “As novelas literárias trazem embutida a ideia de uma recuperação do passado, das raízes e tradição, enfim o resgate de uma brasilidade que seria repassada para o telespectador através de obras que enfocam diferentes momentos históricos”. A partir de então estas

¹ Mostramos as *conjunções* e as *disjunções* (Balogh, 2005) entre o texto seminal e a adaptação na nossa dissertação de mestrado, defendida em janeiro de 2012, no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal de Juiz de Fora, com o título *Palimpsesto Mediático: o lastro ibérico medieval n'O auto da Compadecida*.

² Ao todo foram analisados 22 filmes, rodados entre os anos de 1963 e 2000 e 14 minisséries, produzidas entre 1985 e 2003 (Balogh, 2005).

adaptações ganham caráter sistemático na programação, valorizando ou descartando determinados temas, de acordo com a ressonância deles no mundo contemporâneo. “É o Brasil que busca as suas raízes culturais e se discute como nação por meio da televisão. A televisão é, ao mesmo tempo, o sujeito e o objeto dessas discussões. Afinal, em nosso país, a televisão é, paradoxalmente, a salvação e a perdição da nossa identidade” (Mungioli, 2006: 121).

A busca pela definição do que seria a *identidade brasileira* parece ter sido uma preocupação de Walter George Durst e de Walter Avancini, respectivamente o roteirista e o diretor da minissérie *Grande Sertão: Veredas*. É a primeira vez que o Sertão deixa de ser pano de fundo para se constituir como personagem numa produção veiculada no horário nobre da TV Globo. O tema já vinha sendo abordado desde a década de 70, segundo Mungioli (2006: 216), que lista ao menos seis produções da TV Globo que tratam do assunto, no período anterior à *Grande Sertão: Veredas*: as telenovelas *O bem amado*, de 1973, e *Gabriela*, de 1975; as minisséries *Lampião e Maria Bonita*, de 1982, e *Padre Cícero*, de 1984; os Casos Especiais *Morte e vida Severina*, de 1981, e *São Bernardo*, de 1983; e, por fim, o seriado *O bem amado*, no ar entre 1980 e 1984.

Mas a pesquisadora explica que esta busca pelo que seria uma identidade brasileira não foi abalada, mesmo nos tempos da Globalização. O resgate destes valores continua sendo uma preocupação de diretores e criadores da TV brasileira. A educação passa a ser a palavra da vez a partir dos anos de 1990, quando, segundo Rocha (2008: 95) o tratamento estético e a escolha de temas que educam a população também fazem parte de um projeto de reconstrução do *padrão Globo de qualidade*, depois de um desgaste sofrido pela emissora na década de 1980, quando a opinião pública ganhou importância com o fim do Regime Militar. A emissora precisava se desfazer do paralelismo com o poder das décadas anteriores, que teria garantido a hegemonia do grupo, “se despojando de seu papel de legitimadora do regime para adquirir importância central no novo pacto de dominação em vias de articulação, na Nova República”.

O espaço público brasileiro continuou mudando. A abertura democrática e a internet trouxeram a crítica à tona, por isso criou-se uma brecha para contestação da atuação de empresas de comunicação, com destaque para a Globo. Ao mesmo tempo, o sucesso do Plano Real, a partir de 1994, aumentou o poder de compra das classes C, D e E. A proposta do diretor Guel Arraes, de adaptar um texto tradicional do teatro brasileiro para a televisão, surge então como uma necessidade dos criadores da emissora, mas também como uma via, uma possibilidade de encontrar um meio termo entre uma estética popular e uma produção de qualidade, como confirma o diretor, em entrevista concedida aos pesquisadores Alexandre Figuerôa e Yvana Fachine (2008: 318):

O Auto iniciou uma nova época de prestígio, até porque interfere na ‘contabilidade’ da TV... Na televisão, você pode ter prestígio, mas na hora “H”, o comercial sempre pesa... Mas também é importante colaborar para criar uma imagem para a empresa. *O Auto* fez isso. Provocou, inclusive, um debate interno, a partir de um grupo que trouxe prestígio para a televisão.

O diretor, que apesar de nascido em Recife, passou 15 anos fora do Nordeste, volta à terra natal, retomando a relação familiar com Suassuna, velho conhecido do pai, ex-governador do estado do Pernambuco. Guel propõe uma adequação do formato. Ao invés dos cerca de 20 capítulos, número médio de uma *minissérie*, *O auto da Compadecida* teve quatro, inaugurando o formato *microssérie*, que se tornaria recorrente na Rede Globo posteriormente. Chegamos então a nosso objeto, que abordamos neste trabalho como um *palimpsesto* (Genette, 2012), olhando em contraluz, para enxergar, a partir da camada mais recente, as referências anteriores do texto teatral. Apontamos os elementos constituintes do pensamento em língua portuguesa transmutados, percorrendo o caminho entre a tradição ibérica medieval e a tela da televisão brasileira.

Na maioria das transmutações do texto, seja literário ou teatral, para o audiovisual, mantém-se os elementos principais, a performance central da sequência narrativa, de acordo com Anna Maria Balogh (2005: 26). Por isso, na metodologia de análise proposta por ela, inicialmente deve-se fazer um levantamento dos elementos que permanecem semelhantes, no texto seminal e na adaptação, para só depois elencar as mudanças de direção operadas nos processos de recriação da obra. Estes elementos, que ela chama de *conjuntivos*, “garantem o trânsito intertextual, que tornam os dois textos similares em alguns de seus níveis, pelo menos, e legitimando assim a rubrica adaptação” (Balogh, 2005: 49). Inicialmente, verificamos a manutenção de personagens e do plano narrativo central, a partir da análise de trechos da TV em consonância com o texto da peça. A história contada por Guel Arraes é, na maior parte, a mesma contada por Ariano Suassuna. Começamos pelo episódio do gato que *descome* dinheiro. Na TV, João Grilo e Chicó vendem o animal para Dora, a mulher do padeiro, depois que a *cachorra* dela morreu, numa peripécia que tem como objetivo tirar dinheiro dos patrões que os maltratam. Com a exceção do fato de que, na peça de teatro, a mulher tinha um cachorro, a história continua a mesma mostrada por Suassuna, que, por sua vez, adaptou o tema do folheto *O cavalo que cagava dinheiro*, de Leandro Gomes de Barros, uma atualização da narrativa que já havia percorrido toda Península Ibérica na Idade Média. Muitas réplicas dos personagens também são mantidas na íntegra pelos roteiristas.

Encontradas as intersecções que unem as duas obras, possibilitando a rubrica de adaptação, partimos para o passo seguinte: a identificação dos *elementos disjuntivos* (Balogh, 2005). A transmutação de textos requer a adequação da narrativa a um novo suporte, que oferece formatos consagrados. Por isso, muitas vezes, na adaptação para a televisão, os roteiristas precisam criar novas situações dramáticas, alterar a ordem dos acontecimentos, ou até mesmo suprimir algumas sequências. Percebemos, principalmente, os enxertos retirados de outras peças de Ariano Suassuna. O principal deles é a personagem Rosinha, que não existe no texto teatral e reconfigura, na microssérie, a relação de João Grilo e Chicó. Outros textos de folhetos de cordel e até da tradição medieval europeia também servem como fontes para novas peripécias.

O HETEROLOGOS TRANSMUTADO

Lezama Lima (1988: 18) pressupõe a nossa receptividade mestiça às influências desde o exame do barroco colonial até a poesia popular do século XIX, numa tese de *transculturização*. Para explicar isso, ele desenvolve o conceito de *eras imaginárias*. No estudo introdutório da obra mais conhecida do sociólogo, *A expressão americana*, a tradutora Irlemar Ciampi nos explica que uma era imaginária não coincide necessariamente com uma cultura, mas sim com “os tipos de imaginação, os momentos em que se deu a ‘potencialidade para criar imagens’” (Lezama Lima, 1988: 27). O que determinaria um tipo de imaginação dentro de uma cultura seria o modo da vivência poética de um povo.

Os tipos de imaginação transcendem as próprias culturas em que foram gerados e reaparecem em outras. (...) As sociedades, mesmo após sua desintegração, não desaparecem totalmente, mas projetam as suas formas em outras posteriores. Para Lezama, uma era imaginária tampouco desaparece: traços, restos do seu tipo de imaginação sobrevivem, reaparecem reconfigurados noutras eras imaginárias (Lezama Lima, 1988: 28).

O devir americano seria então uma era imaginária que soma e transforma fragmentos de outros imaginários. Para descobrir este substrato cultural que deu origem à esta nova formação Lezama propõe o *método de contrapontamento*, em que a polissemia intrínseca ao objeto não perde sentidos, como na interpretação, mas os signos que faziam sentido em determinado contexto são resgatados, ao adaptar a análise ao momento da produção, numa espécie de arqueologia do sentido.

Em vez de relacionar os fatos culturais americanos pela relação causa-efeito, denunciando uma progressão evolutiva, o seu contraponto se move, erraticamente, para diante e para trás no tempo, em busca de analogias que revelem o devir. Compara, assim, os nossos textos com os de outras culturas, afastadas no tempo e no espaço (Lezama Lima, 1988: 25).

Lezama não pretende apoiar-se a morfologia para contrapor, prefere a liberdade da analogia. Nesta proposta, perde-se o critério de valor associado ao de evolução: não existe hierarquia superior/inferior, melhor/pior. Uma filosofia mestiça, que se coloca na terceira margem. “Entre o possível e o paradoxal, o épico e pícaro, o estético e o religioso, o humano é aí o herói da terra, do malandro Macunaíma-Malazartes, ao renunciado, Antônio Conselheiro, dos carnavais aos messianismos milenaristas” (Varela, 1996: 95). E que coloca em questão o desafio da alteridade, que, especificamente na América Latina, para Lezama, deu origem a uma nova forma de lidar com o outro, a partir da colonização. A frase emblemática do texto de Lezama Lima (1988: 47), “somente o difícil é estimulante”, enfatiza este caráter demoníaco da vontade de conhecimento, do desejo de devoração que marca este processo de transcrição cultural. O que vem ao encontro da visão de Haroldo de Campos (1981: 221), para quem o trabalho de tradução na verdade é um processo de busca pelo conhecimento. Ele vê “na riqueza, na dificuldade, na criatividade desse processo por vezes uma ‘transcrição’ e, em outras, uma verdadeira ‘transluciferação’”, que ele

define como “a tradução criativa, possuída de demonismo” que “intenta, no limite, a rasura da origem, a obliteração do original” (Campos, 1981: 209).

Campos (1981: 208) encara a tradução como a “inscrição da diferença no mesmo”. Para explicar isso, lembra que, na transcrição do *Fausto*, de Goethe, para o português, usa o artifício de criar palavras compostas, inexistente no português, para captar o espírito da língua alemã, na qual a aglutinação de termos numa só palavra faz parte da natureza da lógica cognitiva. Sendo assim ele diz: “ao invés de aporтуguesar o alemão, germanizo o português, deliberadamente, a fim de alargar-lhe as virtualidades criativas” (Campos, 1981: 194). Ou seja, num sentido mais abrangente, além da *tradução inter-lingual*, o termo transmutação nos serve como conceito para designar esta *herança revisitada*. Na procura pelo elemento heterológico representado no discurso, não exploramos todos os aspectos presentes nos diálogos, na trilha sonora e nas imagens exibidas na microssérie *O Auto da Compadecida*, já que o objetivo não é produzir uma análise quantitativa. O que buscamos aqui é uma leitura qualitativa, usando como balizas os textos de Lezama Lima e Maria Helena Varela, um olhar em contraluz, que nos permita decifrar estes elementos.

O primeiro capítulo começa com João Grilo e Chicó andando pelas ruas de Taperoá, carregando uma placa que anuncia o filme que vai passar à noite, na igreja, a história de “um homem que enfrentou sozinho o Império Romano” (Arraes, 1999). Pequenas cenas fazem uma leitura da cidade e das pessoas que moram nela: ruas de chão batido, casas rústicas e os moradores na janela, olhando o que acontece na praça principal. É quando entram, em corte seco, as cenas do filme *A Paixão de Cristo*, que ganha uma música de acompanhamento, uma espécie de lamento, ao som de uma viola e de um bandolim. Isabel Orofino (2006: 167) chama a atenção para o fato, lembrando que a música tem um tom armorial, “com influência árabe que faz o marimbau soar como uma cítara ao fundo (dizem que é comum esta influência no nordeste brasileiro)”³. A trilha sonora original dos quatro capítulos, criada por João Falcão, um dos roteiristas, segue esta mesma linha. Ele encomendou as músicas a grupos camerísticos ligados ao Movimento Armorial, como o Sá Grama e o Quarteto Romançal (Figuerôa, 2008: 274). Destaque para os arranjos de viola e de violão e para o uso do pandeiro, instrumento característico da região, que segundo Câmara Cascudo (1978: 19), mesmo sendo asiático na origem, chegou ao Brasil por meio dos portugueses, que o incorporaram como herança dos mouros. Há ainda a presença quase constante da rabeca, parente rústico do violino, muito conhecido no Sertão, retomando as características descritas por Câmara Cascudo (1978: 25): “a entonação intencionalmente lastimosa, a modulação lenta, ‘molenga’ e doce que fazia suspeitar quarto de tom, os finais em rallentados intermináveis, o timbre nasal, infalível, natural, perfeitamente compreensível”.

Outra herança oriental presente na obra televisual aparece nos figurinos, principalmente nos calçados dos personagens, com destaque para João Grilo e Chicó.

³ O marimbau é tocado com uma baqueta que percute as duas cordas e com um vidrinho que passeia pelo braço do instrumento. É um instrumento de corda que é bem explorado por percussionistas.

As sandálias em couro trançado, conhecidas como alpargata ou alpercata são “o mais antigo calçado do berbere para Espanha e Portugal desde princípios do século VIII”, usado por príncipes e guerreiros, segundo Câmara Cascudo (1978: 19). O nome vem do árabe *AL-pargat*. É o mais antigo calçado do mundo em pleno uso atual. Ele nos lembrou ainda que o tipo comum no sertão era simples, rude e cômodo. “Duas faixas estreitas de couro, partindo dos lados da palmilha, cruzavam-se no peito do pé, sustentando uma fina tira de sola que passava entre o polegar e o segundo dedo” (Cascudo, 1978: 19). Alguns figurinos fazem referência à Idade Média. Apesar disso, as escolhas, de modo geral, não estão totalmente ligadas a uma ordem temporal. “As rendas locais estão presentes nas roupas das personagens Dora, a mulher do padeiro (com seus xales sobre os vestidos), Rosinha (blusas, luvas e mantilhas de guipir, crochê, labirinto e renascença) e a Compadecida (manto e coroa trabalhados com detalhes e trançados de palha)” (Orofino, 2006: 276). As roupas e os acessórios de Severino de Aracajú são todos duplicados, inclusive o chapéu, o que levou a um peso final de oito quilos de figurino para o ator que interpretou o personagem (Orofino, 2006: 277).

A caracterização do cangaceiro apela para o exagero, no que parece uma tentativa de estabelecer uma novidade a partir da redundância de um estereótipo que já havia sido representado no cinema brasileiro por muitas vezes. Uma cena específica reforça este pensamento: Severino vai para Taperoá, disfarçado de mendigo, e depois de algum tempo, volta para se esconder com os companheiros do cangaço fora da cidade. Ao chegar ao local, é surpreendido por eles, que não o reconheceram (Figura 1). É quando o chefe dos cangaceiros joga o manto que o cobria para cima e gira em círculos, num gestual físico que nos remete diretamente ao giro do cangaceiro Corisco, interpretado pelo ator Othon Bastos no filme de Glauber Rocha, *Deus e o diabo na terra do Sol*, de 1964 (Figura 2). São fatos homólogos como este, que reforçam a nossa hipótese do *palimpsesto*, no qual formas antigas, que remete à matriz cultural ibérica que deu origem à obra de Suassuna, reaparecem transmutadas na TV, na microssérie de Guel Arraes. Algumas cenas depois, ao imitar o cangaceiro Severino de Aracajú, numa de suas embrulhadas, João Grilo repete o mesmo giro descrito anteriormente. Mas desta vez, executada por um personagem cômico, a performance perde a força do cangaço, e ganha a seara do riso, de forma carnavalizada (Figura 3), promovendo uma dobra extra nesta leitura em camadas.

O encontro do arcaísmo regional com a tecnologia disponível nos coloca na encruzilhada da contemporaneidade. A televisão, como máquina antropofágica, deglute as mais diferentes tradições, sem cerimônias, junto com as maiores novidades. N'O auto da Compadecida, este processo de hibridação resultou numa *visibilidade neomedieval* (Figueroa, 2008: 261), uma releitura criativa que Isabel Orofino (2006: 189) chamou de *videoclipe medieval*, uma linguagem que tem como características a rapidez, a agilidade no modo de narrar e a mescla no uso dos suportes. “Essa mistura toda (de gêneros e formas culturais) dialoga com o que se gesta na vida social contemporânea e que muitos estudiosos se referem como sendo a ‘idade global’”, um

tempo em que há a busca por elementos identitários que já não se localizam apenas no território delimitado pelo Estado-nação. Esta característica é encontrada tanto no caminho percorrido por Guel Arraes, quanto no trilhado por Ariano Suassuna. Os dois reúnem referências diversas, sem se prenderem a um gênero narrativo específico, reforçando a assertiva de Arlindo Machado (2000: 67). Ele defende que “quanto mais avançamos na direção do futuro, mais o hibridismo se mostra como a própria condição estrutural dos produtos culturais”.

O hibridismo aparece como construção narrativa, misturando os gêneros cômico, religioso e melodramático na microssérie. O objetivo seria endereçar a história ao abordar características bem conhecidos dos brasileiros: as piadas do teatro popular, a religiosidade popular e o melodrama (Orofino, 2006: 190). É neste sentido que vemos, na busca dos roteiristas e diretores, referências nas artes plásticas, no teatro e no cinema. Este último funciona como um manancial de soluções visuais para o diretor. A começar pela *Paixão de Cristo*, que dá início à série. “O recurso narrativo, com sua carga metalinguística, não deixa de ser uma maneira de o diretor estabelecer, já no início de seu texto audiovisual, uma ponte com o cinema, como se apontasse, por meio de tal estratégia, o desejo de revelar ao espectador o processo de hibridização que vai marcar todo o produto por ele realizado” (Figuerôa, 2008: 136). Há que se levar em conta ainda o uso da estética da xilogravura na vinheta e na logomarca da série (Figuras 4 e 5). Esta técnica pictórica, comum na Idade Média europeia, é encontrada na produção dos livretos da literatura de cordel, no nordeste brasileiro, ainda hoje.



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6

Reconhecemos ainda outra situação que nos remete às características da Idade Média. Para ajudar o amigo Chicó, Grilo arma o *truelo* falso entre ele e os dois valentões da cidade. Ao chegar para a conversa no quartel, o *amarelo* quase leva uma cusparada do Cabo. Com Vicentão, acontece a mesma coisa (Figura 6). Estas situações dizem respeito ao baixo corporal, à valorização os fluidos e excrementos do corpo, numa lógica carnavalizada, onde os valores sociais são virados de cabeça para baixo (Bakhtin, 1993). E se aproxima também do conceito de heterologos, a partir de uma visão barroca da cultura medieval ibérica, transmitida aos trópicos, fixada na literatura de cordel e transmutada na televisão. Se o Mar é a transcendência para os portugueses e o Sertão a imanência na ontologia brasileira, este pensamento em língua portuguesa poderia ser sintetizado numa frase conhecida no Sertão, que reaparece, a partir de uma criação dos roteiristas, numa conversa entre Grilo e Rosinha: “ROSINHA: Eu li que há milhões de anos atrás o Sertão também já foi um Mar... JOÃO GRILLO: Ia dar gosto ver o Sertão cheinho d’água!” (Arraes, 1999).

APONTAMENTOS FINAIS

As histórias da tradição nordestina são fruto de um hibridismo, uma reconstrução identitária feita sobre uma base, a matriz cultural que deu origem a estas narrativas, na Península Ibérica. A miscigenação cultural deste período, que reuniu referências do Oriente e das cortes europeias, misturou-se aos elementos africanos e indígenas no Sertão nordestino, a primeira região do Brasil a ser colonizada, formando uma nova matriz cultural, essa sim, com acesso direto ao teatro, ao cinema e posteriormente à televisão. Os colonizadores portugueses trouxeram para o Brasil a lembrança de uma Europa medieval, da época das grandes navegações, marcada pela cultura carnavalesca e pela polarização entre alta e baixa cultura. Esta concepção, transmitida de pai para filho, pode ter ajudado a criar uma *Europa imaginária* na consciência dos nordestinos, contada nas histórias orais. Um dos acessos que temos hoje a esta cultura é a literatura de cordel, manifestação comum na Idade Média europeia, que hoje é apenas lembrança no antigo continente, mas que ainda está viva no Nordeste brasileiro, transmitindo os temas medievais.

É a estas referências que Ariano Suassuna recorre para criar o Movimento Armorial, que define a estética e o tratamento conferido às suas histórias, tanto na

literatura quanto no teatro. Para ele, este mundo polarizado, barroco, marcado por uma religiosidade popular, é o caminho fecundo da expressão brasileira, marcada, desde os primeiros tempos, pelo hibridismo, a capacidade de acolher a diferença. Neste ponto encontram-se as bases da relação íntima entre as culturas portuguesa e brasileira. O que aparece na peça *Auto da Compadecida* é a síntese do que seria este Sertão medieval, sumo da cultura do Nordeste, a primeira região colonizada do Brasil, por isso mesmo, representativa deste processo de transculturação. Isso mostra como a identidade cultural é uma construção em eterno devir, sem certeza de uma forma final. Por mais que já possa ter parecido imutável, a identidade pura é um mito. E nas últimas décadas, acelerada em muito pelo fenômeno da Globalização. A cultura é um campo em aberto. E se entrecruza com referências de outros espaços a partir da tecnologia. Por isso, estas mesmas histórias ganham novas passagens, perdem determinados trechos e são reapropriadas.

Como narrativas que dizem respeito à identidade, difundidas pela contação de histórias, em capítulos, recheadas de reviravoltas e feitos surpreendentes, o romanceiro nordestino, herdeiro direto dos romances ibéricos, é fonte inesgotável de inspiração. A teleficção seriada brasileira bebe diretamente nesta fonte, desde as primeiras adaptações de obras clássica para a televisão, seja no formato telenovela, ou ainda como minisséries ou episódios unitários. A profusão sónica característica da televisão ganha mais força na obra de Guel Arraes, baseada nas premissas do texto de Ariano Suassuna. As características sertanejas, herança do heterologos português nas terras brasileiras, ganham uma materialidade híbrida a partir da representação do regional com requintes da gramática televisual, explodindo num barroco, constituinte de uma pretensa ideia de *brasilidade*.

As adaptações do *Auto* criam, a nosso ver, um microcosmo representativo da evolução da transmissão audiovisual no Brasil: do teatro, pelo cinema, até a televisão. Todo este processo nos traz à consideração final de que a identidade é uma construção histórica e social, toda matriz cultural é mestiça, mesmo que este processo de hibridação tenha ocorrido há tanto tempo que já não seja possível mais que alguém se lembre disso. A tecnologia transfigura esta verdade de maneira contemporânea e poética pela imagem-síntese da microssérie. O processo de construção em palimpsesto do *Auto da Compadecida* pode ser considerado uma metáfora do processo da transculturação contemporânea. Se no período da chegada ao Brasil os portugueses, os índios e os africanos viveram uma intensa mistura com readequações, hoje a Globalização radicaliza a vocação fundamental do Brasil, especificamente da raiz ibérica medieval plantada no Nordeste brasileiro: a hibridação criativa, de acordo com as características carnavalizantes, que aparecem aqui por meio do operador barroco, da forma em eterno devir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arraes, M. (1999). *O Auto da Compadecida: da obra de Ariano Suassuna*. Rio de Janeiro: Globo Filmes. DVD (157 min.) NTSC son. Color. Port.

- Bakhtin, M. M. (1993). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: HUCITEC.
- Balogh, A. M. (2005). *Conjunções, disjunções, transmutações: da literatura ao cinema e à TV*. São Paulo: Annablume.
- Bhabha, H. K. (1998). *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG.
- Campos, H. de (1981). Transluciferação mefistofáustica. In *Deus e o diabo no Fausto de Goethe* (pp. 179-209). São Paulo: Perspectiva.
- Genette, G. (2010). *Palimpsestos: a literatura de segunda mão*. Belo Horizonte: Ed. Viva Voz. Disponível em <<http://www.lettras.ufmg.br/vivavoz>>. Acesso em 12.01.2012.
- Hall, S. (2000). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Ed. LP&A.
- Lezama Lima, J. (1988). *A expressão americana*. São Paulo: Brasiliense.
- Orofino, M. I. (2006). *Mediações na produção de TV: um estudo sobre O Auto da Compadecida*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Suassuna, A. (1975). *Auto da Compadecida*. Rio de Janeiro: Agir.
- Varela, M. H. (1996). *O heterologos em língua portuguesa: elementos para uma antropologia filosófica situada*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo.
- Vassalo, L. (1993). *O sertão medieval: origens europeias de teatro de Ariano Suassuna*. Rio de Janeiro: Francisco Alves.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Folhetos de papel: memórias do cordel*. Disponível em <<http://www.casaruibarbosa.gov.br/cordel>>. Acesso em 01.10.2011.

Formas de espiritualidad popular en Veracruz

JAVIER RAMÍREZ CARRILLO

javier.uv@hotmail.com
Universidade Veracruzana

Resumen

Enmarcado por la creciente violencia en México, la pérdida de confianza en las instituciones gubernamentales, la migración, los problemas socioeconómicos y el mercado de consumo de la fe y sus elementos, las formas de expresión popular en torno a imágenes o deidades paganas se han incrementado dentro de la población del municipio de Veracruz. La construcción de nuevos entornos y comportamientos culturales ha ubicado a la Santa Muerte y San Judas Tadeo como dos elementos claves para entender el desarrollo de la vida espiritual y social en esta parte del Golfo de México; las prácticas de espiritualidad popular se manifiestan cada día más en la cotidianidad y buscan abrirse camino entre la rigidez de la moral católica, apoyándose en el sincretismo que ha envuelto su reproducción social.

Palabras Clave: Espiritualidad; sectores populares; fe

INTRODUCCIÓN

Formando parte de los entramados sociales que convergen en la segunda década del siglo XXI se encuentran, por doquier, las expresiones de religiosidad o formas de espiritualidad popular, en las cuales, cada día se adhieren más ciudadanos para reproducir las estructuras simbólicas o prácticas que envuelven la esencia de esta forma de identidad cultural. La fuerza social que ha tomado el culto o veneración a las imágenes religiosas o personajes populares a los que el imaginario colectivo les ha *otorgado* atributos sobrenaturales o milagrosos, principalmente en los sectores poblacionales más marginados o excluidos de la sociedad, es innegable. En cada barrio o zona habitacional de las principales ciudades o en las zonas rurales existen muestras de expresión cultural con respecto a la devoción o creencia que existe en santos, vírgenes, personajes o imágenes sincréticas que se han convertido en los nuevos elementos inspiradores o receptores de las acciones o peticiones terrenales; ocasionando la disminución en el rol que algunas instituciones tradicionales han jugado dentro de los grupos humanos desde hace siglos.

La configuración semántica del término *espiritualidad cultural* nos lleve a describir la esencia de la misma: tener fe en algo y manifestarla mediante actos, hechos o actitudes frente a lo que se venera (figuras de yeso o cerámica, cruces, amuletos, pinturas o cuadros, entre otros). El incremento en la necesidad de recurrir a imágenes o instrumentos que sirvan como vía de comunicación o intermediarios ante un *ser supremo*, puede ser el resultado de la pérdida de una cohesión sociocultural homogénea que enmarque la cotidianidad de un grupo social o comunidad y

el enriquecimiento pluricultural de formas de religiosidad que se han construido en los márgenes de las nuevas arterias del flujo comercial y tecnológico.

Las imágenes populares (incluso las de *nueva creación*), ya sea en el ámbito religioso o social, están acumulando dentro de su biografía una serie de cualidades o calificativos que los devotos o creyentes les adjudican, quizá, por ser el único referente que tienen para encontrar una respuesta, espacio o solución a las problemáticas cotidianas que enfrentan, de manera principal, en aquellas donde algún otro elemento o institución social no ha cumplido la función que el ciudadano espera recibir. Y es que la situación sociopolítica, económica y cultural de México está inmersa en una coyuntura donde lo endeble y complejo de las relaciones y conflictos entre los elementos configuradores del sistema social está permeando una serie de cambios, ajustes o adaptaciones de la practicidad de lo sociocultural.

El ciudadano, a través de los puentes tradicionales o las nuevas vías de comunicación e información busca la oportunidad para ser escuchado o tomado en cuenta, un espacio donde su voz y su sentir encuentre un eco y con él una respuesta a la incertidumbre o necesidades que tiene que cubrir.

Problemáticas como la falta de comunicación intrafamiliar y el poco uso de la interacción coloquial; el consumo de los formatos televisivos clásicos como lo son las telenovelas, programas de revistas o de entretenimiento y, hoy día, las series; el uso, sin restricciones o diques cognitivos, de la plataforma virtual de la internet; la pérdida o transformación de las identidades grupales y masivas; y el consumo de productos culturales de la economía globalizadora pueden contribuir como agentes de cambio en las líneas dialógicas y lo cognitivo entre ciudadano y realidad.

Ciudades como Veracruz y su zona metropolitana y rural, viven la problemática o cambios que lo expuesto en párrafos anteriores nos indican; además, enfrentan una configuración social enriquecida, en lo cultural, por los flujos migratorios, la conexión y consumo de información y elementos culturales que los ciudadanos realizan a diario. Dentro de esta riqueza cultural que, en términos académicos es resultado del multiculturalismo y la interculturalidad, se encuentran formas de expresión cultural que merecen ser estudiadas bajo un enfoque comunicológico, sociocultural y político para tratar de entender su repercusión en la estructura de los distintos grupos sociales.

Bajo el planteamiento teórico de las líneas anteriores, esta investigación se enfocará en dos imágenes, que de manera acentuada, han tomado fuerza y seguidores en la representación y manifestación de la espiritualidad popular de la sociedad veracruzana: la Santa Muerte (cuyo origen es sincrético) y San Judas Tadeo, un personaje del cristianismo.

El sistema religioso ha sido la base de la inspiración de la estructuración espiritual y organizativa de la sociedad desde sus orígenes, según lo descrito por las disciplinas más antiguas. Las expresiones de religiosidad han estado presentes dentro de lo cotidiano de cualquier grupo social. La denominada espiritualidad popular (que para fines académicos es un fenómeno cultural observable y analizable) se sustenta,

de manera principal, en los dogmas o reglas establecidas por la religión o creencia que se practique, instruyendo una serie de conductas y prácticas socioculturales que se pueden ver reflejadas (según la aportación teórica de la antropología y la sociología) en las siguientes manifestaciones:

- Expresiones festivas (fiestas patronales) o colectivas (peregrinaciones a santuarios).
- Adorar, venerar o rendir culto a imágenes, objetos o espíritus.
- Ejecución de elementos culturales: bailes o danzas, cantos y música, oraciones o plegarias.
- Reproducción de rituales simbólicos, por ejemplo dentro de la religión católica en Latinoamérica: bautizos, bodas o primeras comuniones.

Los elementos, arriba mencionados, constituyen una forma estructural de procesos no sólo culturales y de identidad, sino económicos y políticos, pues dentro de ellos se entrelaza la reproducción de la ideología y *modus vivendi* de un grupo poblacional. Para llevar a cabo la organización de las expresiones de espiritualidad popular, se necesita la cooperación de los integrantes del grupo o grupos sociales que la practican, lo cual se traduce en una forma de interactividad sociocultural donde se pueden dar las convergencias (refuerzo o adaptación de la identidad), pero también las divergencias (ruptura o fractura) en el terreno cultural.

El misterio de lo espiritual (por no ser tangible en el mayor de los casos), fue la base discursiva de la religión desde sus inicios. Dicho discurso creó, dentro de los imaginarios sociales, las ideas o concepciones que hasta hoy día se tienen sobre la existencia de algo que, quizá, no podamos ver, pero sí sentir y sobretodo contar con su apoyo, como predicán los mensajeros de la fe. Este recurso simbólico sostiene el mayor porcentaje de pisos sociales de cualquier culto popular. De la necesidad del hombre por tener un ente materializado que represente al ser espiritual que se venera, es que surgen las imágenes y objetos que hacen referencia o son intermediarios de dicho ser.

En la misma línea discursiva, la religión ha transmitido un discurso que no está validados por todos los distintos sectores de la sociedad; lo que ha dado pie, desde siempre, a la oposición ideológica en el terreno de lo espiritual, pues la construcción de un sistema estructural de pensamiento debe estar centrada en las necesidades de quienes recurren a él. En el caso de México, por su historia de colonización, la necesidad de creer en imágenes, seres o formas ajenas o que se encuentran en los márgenes de la estructura oficial religiosa del catolicismo, ha subsistido por la composición y herencia indígena de nuestros antepasados, quienes sobrevivieron al cristianismo europeo mediante un sincretismo religioso que asentó la base ideológica para construir el gusto por las denominadas imágenes profanas, sin dejar de venerar y creer en los santos y vírgenes que los españoles trajeron en su conquista espiritual a Mesoamérica.

En el caso del municipio de Veracruz, fue la puerta de entrada a los colonizadores españoles y esclavos negros que llegaron a las tierras de la llamada Nueva España

(México). Por las tierras veracruzanas ingresaron los ídolos religiosos del catolicismo, pero también las imágenes paganas, de allí que, la riqueza espiritual de esta zona del Golfo de México siempre ha estado marcada por el sincretismo religioso.

EL CONTEXTO VERACRUZANO

El municipio de Veracruz se encuentra conurbado con el municipio de Boca del Río, dicha conurbación, según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en su censo del 2010, cuenta con una población de 690 mil 214 habitantes. Veracruz, como cientos de ciudades que se han convertido en polo de desarrollo socioeconómico y cultural, vive los movimientos migratorios (efímeros o permanentes) que conllevan una reestructuración social en todos los ámbitos; se enmarca en la interactividad, espontaneidad y omnipresencia de los medios de información masiva; se envuelve, cada día más, en la atmósfera del mundo virtual; se encamina a un consumismo multicultural que oscurece la riqueza de lo propio y propicia la pertenencia de lo ajeno.

Algunas de las atenuantes principales que han transformado la cotidianidad en la vida porteña de los municipios de Veracruz-Boca del Río son:

- En los últimos tres años, la violencia y la inseguridad, como en un gran porcentaje del territorio de México, crecieron en la zona conurbada.
- La diversidad religiosa va en aumento entre la población veracruzana, principalmente en las corrientes religiosas que tienen su origen en los Estados Unidos de Norteamérica y Brasil que día a día encuentra un mayor número de adeptos. El monopolio del catolicismo va en decremento.
- La pluralidad política se ha manifestado en los distintos niveles gubernamentales.
- La inmigración aumentó, en conjunto con los migrantes mexicanos que regresan de los Estados Unidos de América a su lugar de origen.
- Los niveles de pobreza incrementaron.

Dentro de estos cambios en la estructura sociocultural de Veracruz, han surgido o tomado representatividad expresiones populares que enmarcan a los actores sociales dentro de sus necesidades espirituales. Las formas de expresividad cultural se tornan alrededor de imágenes religiosas o paganas que en el devenir del desarrollo de los grupos humanos los han acompañado como fuente de esperanza en conseguir parte de sus necesidades terrenales o espirituales.

LA SANTA MUERTE

Dentro de los matices actuales que tiene el mapa cultural de México, existe una figura simbólica que día a día construye un mayor número de creyentes y devotos. Los nombres que utiliza la vox populi la denominan la *Niña Blanca*, la *Santísima*, *Niña Negra* o *Santa Muerte*. Es una figura sincrética que, según el trabajo del periodista José Gil Olmos, en su libro *La Santa Muerte. La virgen de los olvidados* (México 2010),

tiene su origen en Europa medieval y ha acompañado al desarrollo del cristianismo desde sus inicios, siempre como la contraparte de lo sagrado. Desde la perspectiva del doctor en Sociología, Bernardo Barranco, la Santa Muerte es una deidad, cuyo culto se fortaleció en la Ciudad de México hace más tres décadas, pero que sus orígenes se encuentran en la tradición mesoamericana del culto a la muerte, donde se combinaron elementos religiosos de la santería de los esclavos africanos y el catolicismo español.

El culto a la Santa Muerte se ha fortalecido en México y sus ciudades, de manera principal en los círculos poblacionales que se encuentran marginados del progreso económico y del desarrollo, que viven problemas de inseguridad o que constituyen los denominados grupos vulnerables (drogadictos, homosexuales, etc.), al igual que aquellos que no encuentran en el discurso de la religión católica cabida para sus necesidades de espiritualidad. La Santísima es un símbolo receptor de peticiones que, en un gran porcentaje de casos, se encuentran fuera o en los límites de lo permisible según la óptica de la moral cristiana o la legalidad, pero también de lo que instituciones terrenales o deidades religiosas no han *logrado* otorgar al creyente. Es una deidad dual que juega entre lo *bueno* y *malo* de las peticiones humanas.

SAN JUDAS TADEO

La religión católica sigue siendo la primera fuerza religiosa en México. Dentro sus santos más venerados y con mayor penetración dentro de la expresividad religiosa popular es la del apóstol cristiano San Judas Tadeo, llamado *ayudante de las situaciones difíciles o pérdidas*. La imagen de *San Judita*, como de manera cariñosa le llaman los devotos al santo, es buscada por jóvenes, estudiantes y adultos. Su celebración anual es el 28 de octubre, donde miles de creyentes utilizan la indumentaria semejante a la imagen del santo y proporcionan regalos a los demás devotos, esto como pago a lo recibido por la intersección de San Judas Tadeo.

METODOLOGÍA

Este trabajo se contextualizó en varios puntos geográficos de un mapa cultural que se elaboró de la ciudad de Veracruz y su zona metropolitana, donde se ubicaron iglesias, centro ceremoniales en domicilios particulares o puntos en la vía pública (calles, avenida), mercados y comercios que sirven como punto de encuentro o expendio para el consumo de productos alusivos al culto y reproducción de los rituales entorno a las imágenes veneradas. La estrategia metodológica para recoger la información se centró en lo cualitativo, utilizando las técnicas de la etnografía y la entrevista a profundidad, complementándose con la investigación documental.

ENTRE DEVOTOS, SIGNIFICACIONES E INTERPRETACIONES

El sincretismo religioso e ideológico que se vive dentro de los grupos sociales de cualquier sociedad, constituye un entramado de significados y representaciones

que debe ser estudiado y analizado desde una perspectiva cualitativa para tratar de transcribir la esencia de su sostén social y la relevancia que este adquiere en la configuración e interpretación de la realidad que los ciudadanos construyen a partir de ello.

El papel de los imaginarios sociales resulta clave dentro de la transcripción que de una forma de culto se realiza; en el caso de la Santa Muerte, se interpreta (y en esta investigación se comprueba) que son los grupos sociales vulnerables, marginados (periféricos) o delincuenciales los que constituyen el mayor grosor entre devotos y creyentes, sin embargo, en Veracruz cada día se adhieren a la veneración ciudadanos que tienen un perfil profesional o socioeconómico estable. En el culto a San Judas Tadeo los estratos sociales son muy diversos, pues es una deidad que está presente dentro de la mayoría de las iglesias católicas del municipio, teniendo sus principales centros de adoración en dos zonas habitacionales de la clase media alta.

Al adentrarse en la estructura del culto a estas imágenes y estudiar el perfil de los creyentes o devotos, se puede describir el por qué se encuentran frente a una imagen:

- Búsqueda de solución a problemáticas terrenales, como lo son enfermedades, las necesidades económicas, la falta de amor con la pareja o de a quien se pretende.
- Encontrar una resolución a un proceso legal o judicial, ya sea para el devoto o para sus familiares o amigos.
- Peticiones para encontrar a una persona extraviada o que fue secuestrada, principalmente en el momento coyuntural que vive Veracruz por el incremento de la inseguridad y de los grupos del crimen organizado; y que coloca a las instituciones gubernamentales (policía y ministerios públicos) en una situación de descrédito y operatividad frente al reclamo y necesidades de sus ciudadanos. La pérdida de credibilidad en los entes de gobierno se traduce en búsqueda de recursos de la ilegalidad o de lo poco permisible por lo moral.
- Vengarse de una persona por diversas situaciones, como pueden ser sentimentales, de envidia, por problemáticas familiares o vecinales, cuestiones laborales, entre otros.
- Dejar de consumir sustancias tóxicas como el alcohol o alguna especie de droga.
- Protección en la vida laboral o actividades que se realizan, primordialmente en los creyentes que se dedican a lo ilícito (narcotráfico, robo, comercio informal), al igual que la prostitución o trabajos de riesgo como policía o marino.

La estructura simbólica y semántica de la adoración a las imágenes de la Santa Muerte y San Judas Tadeo, impone a los devotos ofrecer y realizar, como manda, por los favores o peticiones recibidos o por recibir, una serie de acciones que son determinadas por elementos que se encuentran dentro del sistema operativo del culto como son: los líderes o promotores del culto, las creencias populares, la reproducción

oral (discursiva) de los creyentes, los datos informativos de los medios masivos de comunicación e información, la formación espiritual del devoto, entre otros. En los fieles veracruzanos, se pueden ubicar las siguientes actividades:

- Regalos colocados en los altares a las imágenes de la Santa Muerte y San Judas Tadeo, en un gran número lo constituyen prendas de oro y plata, arreglos florales, juguetes, artículos religiosos (escapularios, veladoras, etc.) y frutas.
- Ofrecer misas o rezos para creyentes o devotos.
- Vestirse como la imagen de la deidad que se venera.
- Otorgar comida (tamales, atoles, pan, etc.), utensilios o dulces a los fieles que visitan a la imagen en el día de su celebración (la Santa Muerte el 2 de noviembre y San Judas Tadeo el 28 de octubre).
- Dejar de realizar actividades dañinas (fumar cigarro, ingerir alcohol, drogarse) o cotidianas que “afectan” la vida del creyente.

Para la mayoría de los creyentes de las imágenes de la Niña Blanca y San Juditas el entregar o esforzarse por cumplir lo prometido es un motivo de regocijo al sentir que le están respondiendo al trato que hicieron con su deidad. Para ellos la comunicación y conexión que se establece es una fuerza que no puede describirse, pues la santa y el santo han pasado a formar parte de su vida espiritual desde el momento en que recibieron lo pedido o desde el primer contacto que tuvieron con ellos. Estar frente a las imágenes les otorga la esperanza, la paz y la alegría que en otros espacios de su vida cotidiana no encuentran. Algunos devotos consideran que su presencia alegra y alimenta la fuerza de la imagen que visita. Los fieles le hablan a las imágenes en un proceso básico comunicativo donde siempre estarán a la espera de una respuesta o retroalimentación.

La Santa Muerte empieza a jugar un papel similar al de María de Guadalupe, cuya imagen es la más venerada en México y Latinoamérica, pues los devotos la catalogan como una madre protectora y dadora de lo que sus *hijos* les piden. San Judas Tadeo se ha convertido en una divinidad que sobrepasa los límites de la jerarquía y estructura católica, pues dentro de sus seguidores se encuentran protestantes y no creyentes del catolicismo, es decir, el santo se encuentra inmerso en un nicho de mercado que engloba a distintos grupos potenciales de consumidores de la fe. Dentro de los seguidores de ambas imágenes se han construido códigos comunicativos y de representatividad que poco a poco constituyen todo un sistema semiológico y semántico, reforzado por la praxis. Las interpretaciones de los signos utilizados en los rituales constituyen un campo cognitivo que debe profundizarse.

El crecimiento y difusión del culto a estas imágenes, hoy populares en Veracruz y México, también se ha visto influenciado por el papel de los medios de información como la Internet y trabajos periodísticos que los abordan en distintos formatos informativos, aunado al caldo de cultivo que se genera por conocer o experimentar un mundo espiritual ajeno a lo abiertamente aceptado, como es el caso de la

adoración a la muerte; pues aún la persigue la figura de los imaginarios sociales que la ubican con lo prohibido y satánico, la eterna lucha discursiva entre el bien y el mal.

Como consecuente de la cada vez mayor penetración propagandística por el culto a la Santísima y San Judas, jóvenes y adultos se encuentran envueltos en una atmósfera que termina conduciéndolos a consumir productos, oraciones, creencias o mitos que engloba la mercadotecnia de imágenes que domina el globalizado comercio de nuestro país. Y es que la comercialización es parte de estos rituales día a día, elaborándose productos y necesidades que los fieles deben adquirir para poder reproducir su fe. El uso de herramientas de comunicación e información, como los equipos móviles (celulares), juegan un papel primordial en estas formas de expresividad cultural pues mediante ellos se difunden y adquieren datos e imágenes que refuerzan la creencia y sirven de puentes para la interactividad entre devotos. Las fotografías a las imágenes de la Niña Negra y San Juditas son reproducidas en playeras, pulseras, estampas y posters colocados en los espacios privados de los creyentes y que inundan algunos puntos comerciales de mercados y calles en Veracruz.

Las figuras de yeso o cerámica que representan al santo y santa son elaboradas con características o detalles que denotan el estrato socioeconómico o posición del creyente; el tocar a estas figuras se ha convertido en un ritual que refrenda o impulsa la unión entre el devoto y la deidad. Las formas de expresión de los devotos se combinan entre una mezcla de alegría y tristeza, donde las lágrimas, casi siempre, forman parte de la escena.

El simbolismo de los elementos materiales y discursivos utilizados en la reproducción del culto; la mezcla de elementos socioculturales, primordialmente religiosos, que da origen a patrones de comportamiento; la lucha contra el prejuicio y la discriminación de un todavía mayoritario porcentaje de la población veracruzana; el incremento de fieles provenientes de una colectividad que se encuentra desilusionada y aquejada por problemas terrenales; el inicio de una tradición de miles de familias que pueden arraigar el culto a las imágenes; la reproducción de una oralidad coloquial que atribuye virtudes sobrenaturales a una imagen y la creciente necesidad social de creer o depositar la fe en algo, son quizá elementos culturales que han establecido la adoración de la Santa Muerte y San Judas Tadeo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ferrándiz, F. (2011). *Etnografías contemporáneas*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Gil, J. (2010). *La Santa Muerte. La virgen de los olvidados*. México: Randoh House Mondadori.
- Báez-Jorge, F. (2013). *¿Quiénes son aquí los dioses verdaderos? Religiosidad indígena y hagiografías populares*. México: Universidad Veracruzana.
- Gaytán, F. (2004). *Las semánticas de lo sagrado*. México: Plaza y Valdés.
- Giglia, A. & Signorelli, A. (2012). *Nuevas topografías de la cultura*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Juan Pablos Editó, S.A.

- Florescano, E.; Barajas, E. & Monsiváis; R. (2013). *Espejo mexicano*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fundación Miguel Alemán A.C., Fondo de Cultura Mexicana.
- Dianteill, E. & Lówy (2013). *Sociologías y Religión. Aproximaciones insólitas*. México: Universidad Veracruzana.
- García, N. (2011). *La antropología urbana en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Fondo de Cultura Económica.
- Maestre, J. (2009). *La investigación en antropología social*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.