



LIVRO DE ATAS

III CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE CULTURAS: INTERFACES DA LUSOFONIA

Moisés de Lemos Martins & Isabel Macedo (Eds.)

© CECS 2019 Todos os direitos reservados
A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em:
www.cecs.uminho.pt

Título	Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia
Editores	Moisés de Lemos Martins & Isabel Macedo
ISBN	978-989-8600-83-7
Capa	Imagem: mural de artista moçambicano, Bairro do Aeroporto (Moçambique), fotografia de Simone Faresin (MVL) Composição: Pedro Portela
Formato	eBook, 628 páginas
Data de publicação	2019, junho
Editora	CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho Braga . Portugal
Diretor	Moisés de Lemos Martins
Vice-Diretor	Manuel Pinto
Formatação gráfica e edição digital	Marisa Mourão

Esta publicação é financiada por fundos nacionais no âmbito do Programa Estratégico do CECS (UID/CCI/00736/2019) pela FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia.



SUMÁRIO

Culturas, mídia e identidades: nota introdutória	8
Moisés de Lemos Martins & Isabel Macedo	

ARTE E CULTURA VISUAL **15**

<i>After-space</i>: para a compreensão do espaço na atualidade	16
José Dias	

A cultura do design como ponte desde o local a uma estória global	28
Jorge Brandão Pereira & Heitor Alvelos	

A dimensão artística do videogame e seu lugar na cultura: um olhar sobre a exposição <i>L'art dans le jeu vidéo – l'inspiration française</i>	40
Ricardo de Araujo Soares	

Representações poéticas da morte nas narrativas midiáticas: <i>A festa da menina morta</i>	53
Míriam Cristina Carlos Silva	

Mulher artista. Registros clássicos da prática artística e docência	63
Elaine Regina dos Santos	

O design das capas de discos brasileiras e portuguesas dos anos 1960: um estudo comparado	74
Valéria Nanci de Macêdo Santana	

Cururu e siriri – mato-grossenses – uma reflexão sobre seu processo histórico e legitimação	86
Marta Martines Ferreira	

COMUNICAÇÃO, MODA E ESTILOS DE VIDA **99**

Tradição e inventividade na moda: a ressignificação da renda de bilros na criação dialógica de Márcia Ganem	100
Renata Costa Leahy	

Possíveis relações entre corpo, pele, gestual e adornos corporais	113
Beatriz Ferreira Pires	
Manto da apresentação de Arthur Bispo do Rosário: astúcia contemporânea e modos de produção da presença	122
Etevaldo Santos Cruz	
Mudanças climáticas, risco e cidade: meios de comunicação brasileiros entre o silêncio e a cobertura catastrófica	135
Ilza Maria Tourinho Girardi & Débora Gallas Steigleder	
Futebol na Baixada Fluminense: perspectivas sobre consumo, representação e território	149
Mellyna Andréa Reis dos Santos Borges	
“Muitos dizem, mas não são. Muitos são, mas não dizem”. Então, “quem é o rap?” – Identidade a partir do consumo nas batalhas de rima	164
Rôssi Alves & Guilherme Santos	
CULTURA E DESENVOLVIMENTO	174
Políticas culturais e comunidade local: contributos para a análise do caso de Santiago de Compostela como meta dos Caminhos de Santiago	175
Carlos Pazos-Justo, Marisa del Río Araujo & Roberto Samartim	
Povo que Canta – a fixação documental das tradições musicais portuguesas, de Michel Giacometti a Tiago Pereira	190
Alexandre Branco Weffort	
<i>London calling</i>: a cultura e a “criatividade” na construção de uma cidade-marca na virada do século XXI	198
Natália Pauletto Fragalle	
Cultura e desenvolvimento sustentável no discurso da ONU/Unesco	216
Ruy Sardinha Lopes	
Economia criativa e sustentabilidade: contributos das mulheres empreendedoras da comunidade da Praia da Penha em João Pessoa (Paraíba)	229
Márcia Félix da Silva & Nicole Cavalcanti Silva	
Estratégias das TVs abertas brasileiras para manutenção da audiência no mercado digital	242
Amanda Azevedo & Valdecir Becker	

Sistema de indicadores de sustentabilidade para o desenvolvimento do turismo: análise da dimensão cultural do município de Areia (Paraíba)	261
Nicole Cavalcanti Silva & Márcia Félix da Silva	

O projeto “Sete Palheiras” como preservação da memória e identidade cultural local de Fafe através da comunicação digital	273
Filipa Matias & Jorge Brandão Pereira	

Sons, tempo e experiência em instalações artísticas: estudos de caso em Inhotim/Minas Gerais e 31ª Bienal de São Paulo	282
Ana Lia Rodrigues & Teresinha Prada	

Imagem, comunicação e temporalidade na <i>Propaganda Fide</i> inquisitorial	288
Geraldo Pieroni	

ESTUDOS PÓS-COLONIAIS E LUSOFONIAS **304**

As eleições de Cabo Verde (2016) nos média portugueses generalistas	305
Anabela de Sousa Lopes, Cláudia Silvestre & João Manuel Rocha	

Representações sociais e processos identitários: relações (pós)coloniais e a construção simbólica da América Latina	318
Julia Alves Brasil & Rosa Cabecinhas	

A língua portuguesa e a mitogénese da nação timorense	333
Karin N. R. Indart & Manuel A. F. da Silva	

Memórias coloniais em Reis Ventura e Dulce Maria Cardoso	345
Susana Pimenta & Orquídea Ribeiro	

Lobo Antunes: uma voz lusófona que representa a memória da guerra colonial em Angola em tempos pós-coloniais	354
Romilton Batista de Oliveira & Edilene Dias Matos	

“De braços abertos”: a programação musical a bordo da TAP Portugal como produção inclusiva de lusofonia?	365
Bart Vanspauwen & Iñigo Sánchez	

Relação recolhida dos discursos feitos com o Monsenhor Mateus de Castro – informação ou reclamação de identidade?	379
Regina Pereira da Silva	

O Brasil no imaginário português a partir da cobertura do <i>Público</i> e <i>Expresso</i> às comemorações dos 500 anos do achamento	392
<hr/> Ester Amaral de Paula Minga	
Cultura e diálogo intercultural: conhecimentos etnoecológicos no ensino da ecologia escolar	405
<hr/> Karina Vieira Martins, Rosiléia Oliveira de Almeida & Geilsa Costa dos Santos Baptista	
 MÉDIA, DIVERSIDADE E CIDADANIA	 416
De Foucault a Butler: identidade(s), performatividade e normatividade de género	417
<hr/> Sara Vidal Maia	
"Give me back my broken night" – elementos de mediação de diálogos urbanos	429
<hr/> Laryssa Tarachucky & Maria José Baldessar	
Traduzir uma parte na outra parte, será arte?	440
<hr/> Elaine Regina dos Santos	
Que vírus é esse? Reflexos da cultura <i>hacker</i> na vida política brasileira	452
<hr/> Camila Farias	
A representação da política brasileira na websérie humorística <i>Porta dos fundos</i>	465
<hr/> Carla Montuori Fernandes & Patrícia Cristina de Lima	
Activismo em rede: o papel dos média alternativos na crítica à actual política neoliberal de Brasil, Portugal e Espanha	479
<hr/> Lina Moscoso Teixeira	
A construção e a apropriação de traços identitários brasileiros em anúncios publicitários do Instituto Brasileiro de Turismo	492
<hr/> Annamaria Palácios & Patrícia Lima	
A televisão e a formação de uma memória teleafetiva	506
<hr/> Mario Júnior & Cristiane Finger	
A influência da globalização na informação especializada: um estudo sobre o jornalismo de turismo	518
<hr/> Laura Gomes da Silva	
Rimando por reconhecimento a trajetória do movimento hip hop na construção de sua identidade	529
<hr/> Paulo Fraga & Tâmara Umbelino	

A participação do público na construção da pauta dos podcasts	540
Giovanni Ramos	

SAÚDE, CULTURA E MÉDIA **553**

Saúde em dispositivos móveis: uma análise sobre as narrativas da aplicação MySNS do Sistema Nacional de Saúde português	554
Tâmela Grafolin & Fábio Giacomelli	

Educação em saúde: influência da mídia na cultura alimentar de adolescentes escolares quilombolas em uma escola de Salvador, Bahia (Brasil)	565
Helenadja Santos Mota, Márcia Lúcia dos Santos, Climene Laura de Camargo & Geilsa Costa Santos Baptista	

A influência da mídia na cultura alimentar de adolescentes: uma análise de estudos publicados em periódicos no período de 2012 a 2017	574
Erica Costa Alves, Helenadja Santos Mota & Yzila Liziane Farias Maia de Araújo	

Cultura, saúde e mídia: um estudo sobre mulheres idosas em uma academia na cidade de Salvador, Bahia	581
Cássio Luiz Aragão Matos	

UNIVERSIDADE, TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E CULTURA DA EMPRESA **591**

Comunicação Estratégica e Responsabilidade Social: estudo do pensamento estratégico nas universidades públicas portuguesas	592
Sónia Silva, Teresa Ruão & Gisela Gonçalves	

Imagem organizacional: contribuições para a gestão da IES na comunidade local	604
Valéria dos Santos Nascimento & Vanessa Brasil Campos Rodríguez	

Educação híbrida no ensino superior: possibilidades e tendências	615
Zilpa Helena Lovisi de Abreu & Annaelise Fritz Machado	

Ficha técnica do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia	626
---	------------

MOISÉS DE LEMOS MARTINS & ISABEL MACEDO

moisesm@ics.uminho.pt; isabel.macedo@ics.uminho.pt

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

CULTURAS, MÉDIA E IDENTIDADES: NOTA INTRODUTÓRIA

Pensar o humano, hoje, requer que prestemos uma particular atenção à condição tecnológica da época e à globalização. As tecnologias da informação e da comunicação constituem as condições de possibilidade e de existência do mercado global, pelo que a globalização é, antes de mais nada, uma realidade associada à condição tecnológica deste tempo e tem uma natureza preponderantemente económico-financeira. Aconteceu, entretanto, que todas as coisas deste mundo, bens, corpos e almas, foram apanhadas no vórtice da mobilização tecnológica, tomando como modelo a ideia de mercado. Em conclusão, para todos os aspetos da vida exige-se que sejamos competitivos e empreendedores, e que trabalhemos em permanência para uma qualquer estatística e para um qualquer ranking (Martins, 2010).

A cultura não pode ser pensada fora deste movimento de mobilização tecnológica (Martins, 2015). Em todas as suas práticas, o mundo é hoje mobilizado por tecnologias, sobretudo por plataformas móveis de comunicação, informação e lazer (*iPads*, tablets e smartphones), e também por novas formas de interação social (entre as quais, as redes sociotécnicas), e ainda por modelos emergentes de interação (como, por exemplo, as aplicações e os videojogos). Neste contexto, tem sentido falarmos de identidades transculturais e transnacionais (Martins, 2018a). E ser europeu ou ser lusófono não pode deixar de assinalar uma condição transnacional e transcultural da cultura, que torne possível o desenvolvimento de imaginários comuns, ou seja, uma partilha de sonhos coletivos (Martins, 2018b, 2018c, 2019).

Cingindo-nos ao espaço dos países da língua oficial portuguesa e das suas diásporas, podemos dizer que acolher e enfrentar o desafio transcultural e transnacional lusófono, que atualmente nos é colocado pelas

tecnologias da informação e da comunicação, consiste em fazer uma circum-navegação por lugares hipermediados, por pontos onde a mediação tecnológica favorece estados imersivos, deslocações geográficas, trocas sociais, travessias sensoriais e evasões imaginárias (Martins, 2018b). Mas o que é facto é que hoje todos os espaços do quotidiano se tornam híbridos, ao constituírem-se como objetos técnicos, produzidos tecnologicamente, sejam eles os cinemas, os teatros e outras salas de espetáculo, as estações de comboio, as estações de correio, os aeroportos, os museus, as bibliotecas (Martins, 2011/2012).

Entretanto, o imaginário comum a desenvolver universalmente constituiu-se como um combate a travar pela diversidade, no que respeita à ordenação simbólica do mundo, um combate tornado possível pelas redes transculturais e transnacionais de conhecimento, onde se faz, ao mesmo tempo, não apenas a abertura do mundo à diversidade das línguas e das culturas, como se colocam os problemas da língua e da cultura hegemónicas, e também da subordinação política, científica, cultural e artística de todas as outras línguas e culturas (Martins, 2018c).

Ao longo das últimas décadas, um alargado número de investigadores tem feito das relações interculturais lusófonas o seu principal objeto de estudo. Mas o debate sobre as relações interculturais lusófonas estende-se a muitos outros atores sociais, desde escritores a artistas, bloguistas e ativistas digitais. No que diz respeito ao Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), é conhecida a linha de investigação que, há mais de duas décadas, tem trazido para a boca de cena académica o debate sobre as relações transnacionais e transculturais lusófonas¹. A ideia de lusofonia, que é um conceito cheio de possibilidades e de não menos equívocos, bem como o papel da língua portuguesa no processo de (re)construção identitária de comunidades nos países de língua oficial portuguesa, têm constituído o objeto de um alargado debate (Couto 2009; Hanna, Brito & Bastos, 2011; Lourenço, 1999; Martins, 2015; Martins, 2004, 2017; Namburete, 2006; Ngomane 2012). Pode dizer-se que a ideia de lusofonia tem, numa perspetiva teórica pós-colonial, uma genealogia e uma história. Podemos discuti-la, de acordo com vários pontos de vista, todos relacionados com a identidade cultural dos países de língua portuguesa (Martins, Cabeinhas, Macedo & Macedo, 2014). Aprofundar este ponto de vista significa

¹ Investigadores do CECS participaram na organização de todos os congressos lusófonos de Ciências da Comunicação (Lusocom), o primeiro dos quais se realizou em Lisboa, em 1987. Estiveram também na fundação, em 1988, da Federação Lusófona de Ciências da Comunicação, em Aracajú (Sergipe, Brasil). E em 1999 organizaram, em Braga, o III Lusocom.

centrarmo-nos no estatuto social da língua, o que nos conduz a considerar o Inglês como língua dominante.

Mas são vários os desafios que os grupos de investigação lusófonos têm de enfrentar num mundo global dominado pelos paradigmas anglo-saxónicos. Centrar a atenção na língua significa considerá-la, todavia, como manifestação cultural, expressão do pensamento, espaço relacional e instrumento de organização simbólica do mundo. Um tal entendimento coincide com a perspetiva pós-colonial da cultura, que interroga a dominação, submissão, subordinação e controle das periferias, minorias, diásporas, migrantes e refugiados (Martins, 2019).

Sendo o mundo contemporâneo essencialmente intercultural e transcultural, o debate sobre a lusofonia obriga a pensar os fenómenos comunicacionais nestes exatos termos. Sousa (2018) considera que a maior parte dos estudos sobre a lusofonia se tem centrado na análise das suas dimensões simbólicas, assim como das estruturas políticas e económicas lusófonas, de cima para baixo. A seu ver, a academia não tem dado especial atenção à proliferação de micro-comunidades, que se autodenominam de lusófonas. Ainda segundo a autora, as associações, redes e entidades lusófonas estão em claro desenvolvimento, observando-se dinâmicas lusófonas em diversas áreas sociais, designadamente na cultura, saúde, direitos humanos, academia, etc.). Sousa acrescenta que a existência política da comunidade política lusófona não explica, por si própria, a crescente vitalidade destes movimentos, redes e associações lusófonas, argumentando que através da linguagem as comunidades são permanentemente reconstruídas, podendo ou não estar articuladas com os objetivos da comunidade política lusófona. A lusofonia é, nesta perspetiva, uma construção política, formalmente reconhecida em 1996 como Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Mas é, também, uma comunidade plural em rápida metamorfose.

Os meios de comunicação e as tecnologias da informação em muito têm contribuído para as transformações que se observam nos países lusófonos. A comunicação é hoje um fenómeno profundamente vinculado à expressão e definição das culturas contemporâneas, afetando todos os domínios da vida em sociedade nos países de língua oficial portuguesa. Tanto nas relações interpessoais como nas dinâmicas de grupo e de comunidades, a comunicação e os média tornaram-se agentes de construção e reconstrução, social, histórica, económica, política e cultural. São, no caso das comunidades lusófonas, interfaces de expressão identitária e comunicação intercultural (Cabecinhas & Cunha, 2017; Martins, 2018b). O

cruzamento de olhares, o confronto de ideias, a construção de argumentos e reflexões sobre o passado e o presente das lusofonias, assim como o papel dos média neste processo, estiveram, por isso, no cerne do debate realizado na Universidade do Minho em 2017 e que dá origem ao presente Livro de Atas, reunindo os textos completos das comunicações apresentadas ao “III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia”.

Este congresso veio, pois, reforçar um debate presente no CECS há mais de duas décadas e que teve expressão pública no “III Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação” (1999); no “Seminário Comunicação e Lusofonia” (2005); no congresso “A Comunicação Social e os Portugueses no Mundo” (2006); e também no “Congresso Interfaces da Lusofonia” (2013). Este intenso debate científico sobre a lusofonia teve continuidade, ainda em consórcio com o CECS, no “IV Congresso sobre culturas”, realizado em 2018, na Universidade do Recôncavo (Bahia), assim como no “Congresso sobre Cultura e Turismo”, realizado também em 2018, na Universidade Politécnica de Maputo. E será objeto do congresso que vai ocorrer, em novembro de 2019, na Universidade da Beira Interior, na Covilhã, subordinado ao tema “Que cultura(s) para o século XXI?”.

Organizado em sete grupos temáticos, o presente volume explora um variado leque de problemáticas atuais na área das culturas: “Arte e cultura visual”; “Comunicação, moda e estilos de vida”; “Cultura e desenvolvimento”; “Estudos pós-coloniais e lusofonias”; “Mídia, diversidade e cidadania”; “Saúde, cultura e mídia” e “Universidade, transferência de conhecimento e cultura da empresa”.

Na secção “Arte e cultura visual” são apresentados sete textos que exploram expressões artísticas como a dança, o cinema, o design e os jogos de vídeo. A sustentabilidade é o tema central dos seis textos que integram a secção “Comunicação, moda e estilos de vida”. Discutindo temas como estilos de vida sustentáveis, a ressignificação artística de elementos de culturas tradicionais, as mudanças climáticas, a indumentária e os adornos corporais, os autores propõem formas atuais de sustentabilidade artística, cultural e ambiental. A sustentabilidade é também um tópico de preocupação nos textos que constituem a secção “Cultura e desenvolvimento” (10 textos), que inclui reflexões sobre os discursos da ONU e da Unesco sobre o tema, bem como sobre o desenvolvimento sustentável na área do turismo, da economia criativa, do mercado digital e das tradições culturais populares. Esta secção apresenta ainda reflexões sobre o som e experiência em instalações artísticas, sendo ainda abordada a questão da temporalidade na imagem e na comunicação. Com um total de nove textos, na secção

“Estudos pós-coloniais e lusofonias” dá-se conta de uma vasta discussão sobre o papel da língua, da literatura e dos média na (re)construção de imaginários, memórias e identidades sociais. “Mídia, diversidade e cidadania” é o mote da secção seguinte, com 11 textos, que exploram uma variedade de temáticas, entre elas, questões relativas ao género, o papel dos média na vida política e, em particular, o papel do jornalismo, da televisão, da publicidade, e também dos movimentos sociais e do público, na construção de identidades e memórias. A saúde constitui o tópico de discussão na secção seguinte – “Saúde, cultura e mídia” – onde são apresentados textos que cruzam este tema com a educação, o consumo e o desporto. A última secção deste *Livro de atas*, com a designação “Universidade, transferência de conhecimento e cultura da empresa”, reúne três trabalhos que abordam os temas da cultura organizacional, da comunicação estratégica e da responsabilidade social, e ainda do ensino híbrido no contexto da educação superior.

Este *Livro de atas* reflete o carácter heterogéneo dos debates académicos sobre culturas na contemporaneidade, constituindo mais um passo, no longo caminho a percorrer, de afirmação da língua portuguesa como língua de ciência. Com efeito, de pouco adianta falar uma mesma língua, se essa circunstância não for acompanhada por sonhos de projetos e de trabalho a serem desenvolvidos em comum. E tem sido essa uma grande preocupação dos investigadores do CECS (Carvalho, 2019, entrevista a Moisés de Lemos Martins). Este *Livro de atas* é precisamente um produto desse trabalho científico sobre culturas, realizado pelo CECS em parceria com outras unidades de investigação no espaço da língua portuguesa. Dando continuidade à investigação desenvolvida no espaço lusófono, os trabalhos apresentados reforçam a necessidade de combater a “metafísica da unidade” (logocentrismo, etnocentrismo, clericalismo, imperialismo, colonialismo), que porventura possa afetar a ideia de diálogo intercultural, quando esta não reconhece as relações de poder e os processos de segregação e dominação social, que constituem sempre uma ameaça na relação entre os povos.

REFERÊNCIAS

- Cabecinhas R. & Cunha, L. (2017). *Comunicação intercultural: perspectivas, dilemas e desafios*. Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus, Lda. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/235

- Carvalho, C. (2019). Moisés de Lemos Martins. *MATRIZES*, 13(1), 93-106. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v13i1p93-106
- Costa, A. (2014). *Art and Artists in Mozambique: different generations and variants of modernity*. Maputo: Marimbique.
- Couto, M. (2009). Luso-Afonias. A Lusofonia entre Viagens e Crimes. In M. Couto (Ed.), *E se Obama fosse africano e outras Interintervensões* (pp. 183-198). Lisboa: Editorial Caminho.
- Hanna, V., Brito, R. & Bastos, N. (2011). Políticas da língua e lusofonia: aspectos culturais e ideológicos. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona: Lusofonia e Comunicação em Rede*, 159-175. Retirado de <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/anuario/article/view/782>
- Lourenço, E. (1999). *A Nau de Ícaro seguido de Imagem e Miragem na Lusofonia*. Lisboa: Gradiva.
- Martins, M. L. (2010). A mobilização infinita numa sociedade de meios sem fins. In C. Álvares & M. Damásio (Eds.), *Teorias e práticas dos média. Situando o local no global* (pp. 267-278). Lisboa: Edições Lusófonas. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24250>
- Martins, M. L. (2011/12). Média digitais – hibridez, interatividade, multimodalidade. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 43-44, 49-60. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/25606>
- Martins, M. L. (Ed.) (2015). *Lusofonia e interculturalidade - promessa e travessia*. Famalicão: Húmus. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/39693>
- Martins, M. L. (2017) (Ed.). *A Internacionalização das comunidades lusófonas e ibero-americanas de Ciências Sociais e Humanas. O caso das Ciências da Comunicação*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/49365>
- Martins, M. L. (2018a). A lusofonia no contexto das identidades transnacionais e transcontinentais. *Letrônica - revista do Programa de Pós-graduação em Letras da PUCRS*, 11(1), 3-11. DOI: 10.15448/1984-4301.2018.1.30438
- Martins, M. L. (2018b). Portuguese-speaking countries and the challenge of a technological circumnavigation. *Comunicação e Sociedade*, 34(2), 103-117. DOI: 10.17231/comsoc.34(2018).2938
- Martins, M. L. (2018c). Communication studies cartography in the Lusophone world. *Media, Culture & Society*, 40(3), 458-463. DOI: 10.1177/0163443717752812.

- Martins, M. L. (2019). A “crise dos refugiados” na Europa – entre totalidade e infinito. *Comunicação e Sociedade*, vol. especial, 21-36. DOI: 10.17231/comsoc.o(2019).3058
- Martins, M. L., Cabecinhas, R., Macedo, L. & Macedo, I. (Eds.) (2014). *Interfaces da lusofonia*. [e-book] Braga: CECS. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29765>
- Namburete, E. (2006). Língua e lusofonia: a identidade dos que não falam português. In N. Bastos (Ed.), *Linguística Portuguesa. Reflexões Lusófonas* (pp. 63-74). São Paulo: EDUC – IP/PUC.
- Ngomane, N. (2012, 6 de janeiro). Quem quer ser apagado? *Semanário Sol* – edição moçambicana.
- Sousa, H. (2018). Lusophone community in the digital age: the ambiguous place of scepticism and performance. *Media, Culture & Society*, 40(3), 451-457. DOI: 10.1177/0163443717752811

Citação:

Martins, M. L. & Macedo, I. (2019). Culturas, mídia e identidades: nota introdutória. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 8-14). Braga: CECS.

ARTE E CULTURA VISUAL

JOSÉ DIAS

zeddias@hotmail.com

FACULDADE DE BELAS ARTES DA UNIVERSIDADE DO PORTO, PORTUGAL

AFTER-SPACE: PARA A COMPREENSÃO DO ESPAÇO NA ATUALIDADE

RESUMO

O presente artigo pretende questionar e expandir novos campos para o conceito de espaço e sua incorporação, no contexto das condições resultantes da cultura moderna: compreender, na atualidade, a produção de *espaços outros*, partindo de um pressuposto concetual da existência de uma relação entre os entendimentos de espaço e as condições da nossa existencialidade: o espaço como uma construção histórica.

A forma como a cultura contemporânea parece privilegiar uma relação com o espaço está diretamente ligada ao crescimento das tecnologias da comunicação e da informação, que Castells (2000) definiu como “espaços de fluxos”: a comunicação, a mobilidade e a fluidez estão a (re)definir todo o sentido de permanência e estabilidade tradicionalmente identificado com o espaço e o lugar.

Procura-se assim compreender o espaço a partir de *vontades* escópicas muito presentes na nossa relação quotidiana com a cidade, a sua expansão por efeito da digitalização da experiência e extensível à nossa relação subjetiva com o mundo. Neste sentido importa referir o papel da *praxis artística* sobre a possibilidade de construir espaços com novas qualidades: o *after-space*.

PALAVRAS-CHAVE

Cidade; tecnologia; espaço; arte

INTRODUÇÃO

Da realidade da arte, da cultura, da geografia, passando pelo urbanismo, pela arquitetura, pelas ciências sociais, a categoria de “espaço” tornou-se imprescindível para descrever transformações que estão em curso. Adjetiva-se com espaço público, espaço político, ciberespaço, espaço social, entre outros. Ou seja, o conceito de espaço passou a ter uma noção difusa.

Há anos que o conhecimento na Arte e nas Ciências Sociais e Humanas tem referido uma significativa mudança na forma como o espaço (e o tempo) são pensados: caso do fim do projeto moderno, colocando-nos numa posição de “pós-modernidade” (Lyotard, 1988), de “sobremodernidade” (Augé, 1994) ou de “modernidade líquida” (Bauman, 2001). Neste contexto, onde o mundo estaria mais comprimido, mais excessivo, mais fluidificado, mais acelerado, determinado pelas tecnologias e pelos novos padrões de economia (Harvey, 1992), os espaços lugar estariam a tornar-se “espaços padronizados”, de identidade enfraquecida. De facto, à medida que crescem as alusões a esta transformação do espaço, crescem também as alusões a uma crise da noção de realidade e de experiência.

Propomos, assim, afirmar algumas circunstâncias para a compreensão do espaço, na atualidade, partindo do modelo ótico da modernidade e de enfoques como cidade ou tecnologia. Admitimos que a questão do espaço, seja pela sua representação, seja pela interpretação, reflete e exprime a relação do ser humano no ecossistema onde se encontra inserido, e por outro lado, é resultado de uma dimensão interativa na qual o indivíduo constrói a sua identidade (Habermas, 2013).

CIDADE

A partir do século XVIII as cidades modernas começaram a expandir-se, transfigurando a política, a cultura, a sociedade, a economia, o espaço e o tempo. Wirth (1996) na análise que faz do mundo contemporâneo refere a influência que a cidade exerce na vida social do homem. Ela é o centro que põe em marcha e controla a vida económica, política e cultural. Com efeito, têm sido numerosas as tentativas de identificação das características da vida urbana, que de uma forma abrangente, determinam a sua natureza: a dimensão, a densidade e as diferenças funcionais das cidades. Do ponto de vista subjetivo, Simmel sugeriu que o contacto físico estreito de numerosos indivíduos entre si produz inevitavelmente uma alteração na sua relação com o meio urbano, especialmente com os seus semelhantes. Simmel (2001, p. 31) refere, no texto *A metrópole e a vida do espírito*, que a

base psicológica sobre a qual se constrói a individualidade metropolitana é a intensificação da vida emocional decorrente da mudança brusca e continuada de estímulos internos e externos. (...) A metrópole promove condições psicológicas contrastantes e estimulantes em cada atravessar

de rua, no ritmo dos passeantes, na variedade social, no acelerar do mecanismo quotidiano.

Mas o que é hoje a cidade para nós? Questiona Calvino (2000), acrescentando que é um conjunto de várias coisas: de memórias, de desejos, de sinais de uma linguagem; a cidade é lugar de troca, de mercados de desejos, de recordações num momento de declínio e de indiferenciação.

Estrangeiros *camusianos* no seu lugar, forasteiros na nossa cidade, o habitante da grande cidade sente o espaço não mais controlado pela arquitetura. Sente a cidade liberta de limites, procurando alternativas a um mundo que por vezes lhe parece escapar, de relações fugazes com o aqui e acolá.

O universo urbano, resulta de cruzamentos de todo o tipo de referências, físicas, materiais, culturais, comunicacionais, promovendo uma diversidade de experiências e, igualmente, uma conflitualidade sociocultural latente. Neste contexto onde o olho constitui um modelo primordial, a cidade assume-se lugar para esse ímpeto de visibilidade. Porém, a experiência urbana pode proporcionar, por um lado, a alienação sensorial (pela velocidade e pela simultaneidade da percepção), estranheza ou uma realidade imaginária.

Durante os anos 70, a Geografia Humanista (influenciada pela Fenomenologia e pela Hermenêutica) propôs uma ciência pautada na experiência, nos valores e nos significados que cada indivíduo constrói na relação com o espaço. O trabalho que geógrafos¹ procuravam sobre o conceito de lugar, assentava em bases existenciais, onde o significado básico de lugar não viria da sua localização, mas sim de relações experienciais que se estabelecem entre os indivíduos e o espaço.

Edward Relph apontou a tendência globalizadora como construtora das “deslugaridades” (sem lugar): estaríamos presentes no enfraquecimento das qualidades simbólicas dos lugares e das paisagens diferenciadas. A “deslugaridade” referia-se ao desenvolvimento de atitudes inautênticas para com os lugares, atitudes simuladas. A comunicação em massa, o sistema económico, produziram espaços cada vez mais uniformes, funcionais, onde a capacidade de ligação simbólica se tornaria cada vez mais fluida (a disseminação da “deslugaridade”). De modo similar, Marc Augé na análise que fez com as relações espaciais referiu a reprodução de “não-lugares” (1994). Este procurava examinar as transformações do espaço na era da “superabundância” a partir de duas realidades complementares:

¹ Yi-Fu Tuan; Anne Buttimer, Edward Relph.

os espaços construídos e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços. Enquanto Foucault (2005) referia práticas espaciais outras (heterotopias), Michel de Certeau (1998), no sentido de criar formas de resistência ao estado de coisas, propunha a criação de novos espaços resultado das interações (“invenção do quotidiano”), num uso de espaço que saía às coordenadas existentes de uma ordem funcionalista, numa visão possibilista de novas realidades.

No seu desenvolvimento, a cidade vai-se verticalizando, as ruas são apropriadas pelos automóveis: a *cidade genérica*, tal como é descrita pelo arquiteto Rem Koolhaas (1995) será a cidade que se auto reproduz sem “sentimentalismo”, sem a menor preocupação com uma singularidade que lhe seria própria.

A emergência da *cidade genérica* assume-se como um fenómeno de perceção, onde o ritmo exponencialmente acelerado da vida urbana diminui, de facto, o tempo de relação dos habitantes com o espaço urbano e a forma como se desenrola o dia a dia dos habitantes da cidade. Como consequência, o tender-se a valorizar as relações virtuais em prejuízo das relações com os espaços. Assim, o que se passa hoje não é a emergência de um fenómeno físico novo, mas a generalização de uma perceção genérica dos espaços urbanos. Refira-se que toda a *cidade genérica*, no sentido que o Koolhaas (1995) propõe, é entendida como espaço urbano de uma cidade “igual às outras”: apresenta-se como um território visível, mas que não deixa de ser um cenário, onde os observadores representam e constroem a função urbana nas suas dimensões funcionais, visuais e simbólicas.

Na atualidade, a crise urbana parece estar contida no facto de a experiência física da cidade estar a ser substituída pela digitalização da experiência, e a promover experiências pós-geográficas e pós-territoriais. Brança de Miranda (2002, p. 9) refere a dissolução da “instrumentalidade” e a emergência de um “descontrolo” no interior da experiência, a que se responde com mais tecnologia, para explicar o processo de transformação que a experiência historicamente construída está a sofrer: razão que possibilitará novas espacialidades.

TECNOLOGIA

Ao longo da história podemos encontrar exemplos das relações entre técnica e conhecimento. O elemento técnico tornou-se um instrumento essencial, para além da construção do conhecimento, da apropriação do

território e do espaço em geral, pelo facto de introduzir uma dimensão técnica do habitar.

A alteração da percepção do espaço, promovida pelo aparecimento da cartografia e a reprodução geométrica da paisagem, modificaram não só a visão geográfica de uma época, mas também contribuíram para o processo da subjetividade e da racionalidade moderna. A geometria e a cartografia inventaram o espaço moderno.

Harvey (1992, p. 135) refere que

a técnica da perspetiva concebe o mundo a partir do olho que vê do indivíduo. Tal facto teve o mérito de desenvolver a ciência ótica e a capacidade dos indivíduos de representarem aquilo que vêm como algo verídico, em contraposição às verdades impostas pela mitologia e pela religião.

Outro exemplo é a introdução da tecnologia da visão (o olhão mecânico de Galileu): com o telescópio, a natureza externa passava a ser percebida a partir da representação e a imagem do pensamento, criando pressupostos epistémico-experienciais, e a distinção entre mundo e pensamento. Segundo Felice (2012, p. 35) “a percepção depois de Galileu, tornar-se-á resultado de uma tríplice relação que põe em diálogo o sujeito, os instrumentos técnicos de observação e o mundo, recolocando o ver e a experiência sensorial dentro da experiência cognitiva”. Se o mundo começará a ser observado, e a revelar os seus segredos, também as práticas e as concepções de habitar, tornar-se-ão mais o resultado de uma mediação técnica, que determinará as qualidades e os significados da interação entre o sujeito e o meio.

O telescópio, mais do que mostrar um outro universo, vai romper com as barreiras que se colocavam entre sujeito e natureza, desencadeando novos modos de interação: é o criar de relações de sentido mais complexo, por meio de extensões mecânicas, e não mais o sentido projetual do eu no mundo. Dão-se transformações fundamentais nas relações do sujeito com o meio ambiente: o surgimento de uma paisagem dinâmica, autónoma. Se até à altura a percepção do espaço se exprime de forma empática, permanente, o telescópio introduz fatores móveis, autónomos. Trata-se de alterar as relações sujeito-meio através de um meio mecânico, de uma interação mediatizada.

A introdução deste olhar mecânico integra um olhar científico. Um olhar não mais unicamente biológico, mas também técnico e não orgânico. Depois do telescópio, o conhecimento do mundo com a mediação ativa do

instrumento não será o mesmo, diríamos mesmo a sua impossibilidade perante a ausência dessa mediação.

A nova observação que se instala, para além de alterar as referidas relações, promove a dilatação das distâncias, expandindo a natureza.

A partir de então, o espaço torna-se resultado de uma observação técnica e das interações observador/observado. Como destaca Benjamin (2001), a reprodução técnica da paisagem determinará, um efeito dilatador e multiplicativo de espaço, que resultará na perda do *hic et nunc*, isto é, do seu sentido objetivo e único, e, ao mesmo tempo, no surgimento de uma natureza tecnológica que se coloca à frente do sujeito como alteridade autónoma.

Quando estão em causa transformações como aquelas que, no seguimento das tecnologias da visão, estão a acontecer na era digital, ficam marcas profundas nos entendimentos do espaço e do tempo, sabendo que também estão em curso transformações profundas da experiência humana. Teresa Cruz (2007) refere que a contemporaneidade está muito centrada em operações de espaço. Operações de estruturação do espaço físico, tornadas imprescindíveis pelo extraordinário crescimento das cidades, mas também operações virtuais de “dissolução e de produção de espaço”, contrariando-o e expandindo-o através das tecnologias.

Um dos elementos de caracterização do ciberespaço poderá ser, segundo a sistematização de Manovich (2005), o da navegabilidade, isto é, o ideal de fluidez. O ideal de navegação é deslizar sem atrito por dados, atravessá-los como se de um espaço contínuo se tratasse, sem barreiras. O ciberespaço é espaço para ser atravessado.

Conectividade, navegabilidade, fluidez, são características predominantes deste espaço cibernético, para o qual, cada vez mais, a nossa experiência do quotidiano se vai transferindo. Mas as características, talvez mais importantes deste espaço, são o seu carácter virtual e hipertextual.

A virtualidade não é uma mera possibilidade. Ela adquire uma existência, podendo relacionar-se com outros planos da experiência, não apenas o real, mas também o ficcional e o imaginário. Traz uma espécie de suplemento de fantasia, como por exemplo, a possibilidade de ter experiências que exigiriam a nossa presença física num outro espaço físico, ou a experiências que não poderiam ter lugar num mundo real.

Embora seja inquestionável a popularidade destes novos espaços e seus simuladores, eles representam novos desafios aos investigadores, aos arquitetos de informação, aos artistas. Quer seja com a cidade, quer seja com a tecnologia, aprofunda-se a separação do homem com a natureza.

Com a colocação dos dispositivos cibernéticos a abordagem do mundo torna-se menos física e mais mental. Por paradoxo, quantos mais dispositivos mais afastados.

Este espaço emblemático da experiência contemporânea representa, em certa medida, o prolongamento dessa vontade interior da descoberta do outro, da fantasia, da viagem, da observação como no *flâneur* que se desloca num espaço real, numa atitude voyeur. O *flâneur* passa a maior parte de seu tempo apenas olhando o “espetáculo urbano”, reagindo aos estímulos aqui e acolá. Assim, como o *flâneur* só pode existir nas grandes urbes, pois as pequenas não lhe oferecem o mesmo espaço para os passeios e para a observação, o *data flâneur* só pode cumprir-se nas redes sociais.

Manovich (2005, p. 128) refere Geert Lovink para descrever a figura do utilizador dos media e surfista da net dos dias atuais, como um *data dandy*, numa referência a Oscar Wilde, mas que exhibe comportamentos que o qualificam como um *data flâneur*. A psicologia do *flâneur* encontra, hoje, o seu correspondente numa forma de percepção representada pela experiência pós-moderna do indivíduo defronte do computador ou num smartphone.

Se a cidade continua a ser o espaço por excelência da *flanerie*, o novo cidadão encontra no ciberespaço um lugar representativo dessa vontade dinâmica de estar em movimento e de construir espaço.

ESPAÇO

Na ideia tradicional os espaços são concebidos como lugares e territórios, o que leva a atenção a ser concentrada no espaço já constituído. Embora o nosso estar pressuponha estar nalgum lugar simultaneamente parece estar em lugar nenhum. Na perspectiva de um modelo relacional incentivamos a fazer entendimentos do espaço como produção própria. Mais do que estar num espaço, os sujeitos criam e desenvolvem espaço com base nas interações. Pensar o espaço assim, pressupõe que entremos num âmbito em que há mais significado do que objetividade; remetendo para conceções mais plurais, mais abertas.

Para concetualizarmos o *after-space* partimos das nossas capacidades de apreensão sensorial e cognitiva, mas igualmente do nosso imaginário, de forma direta ou mediada tecnologicamente (mediação que vai para além da utilização da tecnologia, mas o construir de uma propriedade inerente ao sujeito observador). Examinamos o espaço a partir da Cidade, com base nas interações da vida urbana e do sentido moderno de afastamento. Afastamento que os processos mediados tecnologicamente

promovem. Como refere Robins (2003, p. 29), “a visão tecnologicamente mediada desenvolveu-se como modo decisivamente moderno de ganhar distância relativamente ao que se encontra à nossa volta, de nos retirarmos e insularmos relativamente à assustadora proximidade imediata do mundo do contacto”. A questão do medo (e da obstrução do medo) apresenta-se em Robins crucial para compreender a resposta tecnológica a ele. A visão assumiu-se sempre como uma importante defesa contra o desconhecido. Tal preocupação é igualmente encontrada em Adorno e Horkheimer (*Dialética do Esclarecimento*, 1969) quando referem que o esclarecimento,

no sentido mais amplo do progresso do pensamento, tem perseguido sempre o objetivo de livrar os homens do medo e de investi-los na posição de senhores. A distância do sujeito com relação ao objeto, que é o pressuposto da abstração, está fundada na distância em relação à coisa, que o senhor conquista através do dominado. (...) Do medo o homem presume estar livre quando não há nada mais de desconhecido. (Adorno & Horkheimer, 1969, pp. 9-10)

Elias Canetti (2014) no seguimento do princípio do afastamento refere: “nada o homem receia mais do que ser tocado pelo desconhecido. Em toda a parte, o homem evita ser tocado pelo desconhecido” (Canetti, 2014, p.13). É na procura de respostas que a modernidade, através da visão, irá racionalizar os mecanismos de defesa de um desconhecido. Se no início a visão tinha a capacidade protetora, a modernidade elaborou modos de ver formais, abstratos e posteriormente (tecnologicamente mediada) acentuou a capacidade de gerir esse afastamento. É neste contexto que podemos constatar o sucesso da iluminação pública como justificativo para desocultar o espaço aterrador que a noite da cidade contém (Gil, 2011).

Na atualidade o desenvolvimento do processo de distanciamento, promovido pelas novas tecnologias digitais, resulta em que o observador vai perdendo contacto imediato com a observação direta, e o predomínio do mundo como representação mediada; parece estar em causa, para além do contínuo afastamento, a experiência e um mundo de qualidades desrealizadas. Neste sentido podemos convocar a expressão habermasiana da modernidade como “um projeto inacabado” e em cumprimento de espaços outros. É em consequência desse distanciamento promovido pelo processo histórico ótico (incentivado pelas tecnologias da visão) e pela coprodução da realidade sensível, na qual as perceções diretas e as mediadas tecnologicamente, em contexto, constroem um espaço de qualidades de pós-espaço.

A reificação da percepção, que se apresenta como um indício da crise, é também resultado dos processos da asseptização da observação, isto é, do distanciamento do sujeito em relação a práticas de visualização. Este distanciamento apresenta-se como resultado das referidas práticas científicas e “pela trágica cultura das coisas”, nas palavras de Simmel (2001). O sujeito do *homo opticus* torna-se no *homo mediatius* (aquele que vê através de mediação e que tem consciência da sua própria medialidade e do condicionamento sociocultural da percepção humana).

Neste contexto pretendemos abordar o espaço da cidade, com base nas interações urbanas e do sentido moderno de afastamento que os processos mediados, desde o telescópio de Newton, têm promovido: diga-se um modo decisivamente moderno de ganhar distância relativamente ao que se encontra à nossa volta e que na atualidade se aprofundou com a tecnologia digital, alterando a natureza dessa relação, onde as percepções diretas se fundem com as mediatizadas.

Assim, a forma como a cultura contemporânea aprofunda a ligação aos processos de digitalização e de virtualização, implica que a comunicação, a mobilidade e a fluidez estão a (re)definir todo o sentido de permanência e estabilidade tradicionalmente identificado com o espaço e o lugar. A digitalização da experiência está a promover uma hibridização do espaço e da informação, resultando numa diluição ou liquidificação (Bauman, 2001) da cidade, sugerido-nos paisagens urbanas para além da percepção, e seguindo direções pós-geográficas e pós-territoriais.

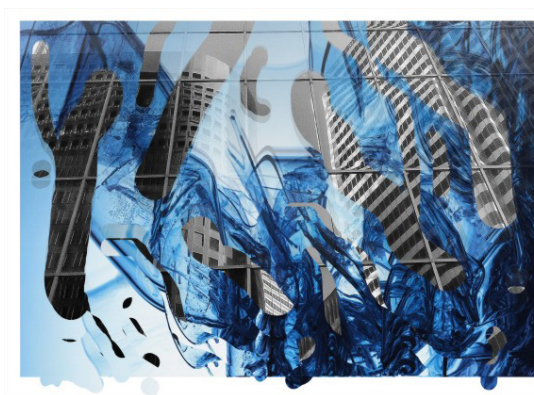


Figura 1: “Liquify”, imagem de síntese

Fonte: Dias, 2017

Propomos, assim, o *after-space*: este não é um espaço absoluto, neutro, matemático ou de localização. Não é um espaço recetáculo onde se produzem fenómenos e não é exclusivo de fenómenos perceptivos. As alterações tecnológicas, associadas aos processos de afastamento estimulam um desenvolvimento “expandido” do espaço (Krauss, 1979) e a inscrição do termo como um pós-espaço. Expressão esta que visa um enquadramento epistemológico, que parte da tradição histórica do espaço, mas com possibilidades teóricas, em deslocamento das ideias tradicionais. A sua hifenização é proposta como forma de dar uma unidade semântica de um “espaço outro”, conservando o sentido dos seus componentes (pós e espaço) e fazendo permanecer o sentido de espaço, da sua história e complexidade.

O *after-space*, numa perspetiva de modelo relacional sugere, assim, um entendimento de espaço como produção própria. Mais do que estar num espaço, os sujeitos criam e desenvolvem espaço com base numa vontade de comunicar e de interagir. Pensar o espaço pressupõe que entremos num âmbito em que há mais significado do que objetividade, remetendo para conceções mais plurais e gerando novas formas de sociabilidade: se na *análise existencial* de Norberg-Schultz (1975) é determinante a necessidade de pertença, o *after-space* resulta da necessidade de interagir e comunicar.



Figura 2: “Este é o espaço que vai de mim a ti”, QR code
[para ver utilizar leitor QR Code]

Fonte: Dias, 2017

REFERÊNCIAS

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1969), *Dialética do Esclarecimento, Fragmentos Filosóficos*. Retirado de https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf

- Augé, M. (1994). *Não-Lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Venda Nova: Bertrand Editora.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..
- Benjamin, W. (2001). Paris, capital do século XIX. In C. Fortuna (Ed.), *Cidade, Cultura e Globalização* (pp. 67-80). Oeiras: Edições Celta.
- Canetti, E. (2014). *Massa e Poder*. Lisboa: Ed. Cavalo de Ferro.
- Calvino, I. (2000). *Cidades Invisíveis*. Lisboa: Companhia das Letras.
- Castells, M. (2000). *A cidade em rede*. S. Paulo: Editora Paz e Terra.
- Certeau, M. (1998). *A invenção do quotidiano*. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Cruz, M. T. (2007). Espaço, media e experiência. Na era do espaço virtual e do tempo real. *Comunicação e Sociedade*, 12, 23-27. DOI: 10.17231/comsoc.12(2007).1094
- Felice, M. (2012). *Paisagens pós-urbanas*. Lisboa: Veja.
- Foucault, M. (2005). Espaços outros. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 34/35.
- Gil, I. C. (2011). *Literacia Visual, Estudos sobre a inquietude das imagens*. Lisboa: Ed 70.
- Habermas, J. (2013). *A modernidade: um projecto inacabado*. Lisboa: Nova Veja.
- Harvey, D. (1992). *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola.
- Krauss, R. (1979). Sculpture in the Expanded Field. *The MIT Press*, 8, 30-44.
- Lyotard, J. F. (1988). *A condição pós-moderna*. R. Janeiro: José Olympio Editora.
- Koolhaas, R. (1995). *Três Textos Sobre a Cidade*. BA: CG.
- Manovich, L. (2005). Espaço navegável. In J. B. Miranda & E. P. Coelho (Eds.), *Espaços* (pp. 109-141). Lisboa: RCL.
- Norberg-Schultz, C. (1975). *Existencia, Espacio y Arquitectura, Nuevos caminos de la arquitectura*. Barcelona: Blume.
- Robins, K. (2003). O toque do desconhecido. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 31, 27-57.
- Simmel, G. (2001). A metrópole e a vida do espírito. In C. Fortuna (Ed.), *Cidade, Cultura e Globalização* (pp. 31-43). Oeiras: Edições Celta.

Wirth, L. (1996). O urbanismo como modo de vida. In C. Fortuna (Ed.), *Cidade, Cultura e Globalização* (pp. 46-65). Oeiras: Edições Celta.

Citação:

Dias, J. (2019). *After-space: para a compreensão do espaço na atualidade*. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 16-27). Braga: CECS.

JORGE BRANDÃO PEREIRA & HEITOR ALVELOS

jmpereira@ipca.pt; halvelos@gmail.com

ESCOLA SUPERIOR DE DESIGN, IPCA | UNIVERSIDADE DO PORTO, PORTUGAL

A CULTURA DO DESIGN COMO PONTE DESDE O LOCAL A UMA ESTÓRIA GLOBAL

RESUMO

A cultura do design é um tema relativamente recente na discussão da cultura em geral e nas suas relações com a criatividade, as organizações e os cidadãos. O design é incluído nas políticas e apoiado como promotor do desenvolvimento. O presente artigo desenvolve esta reflexão, reconhecendo o design como potenciador para a interpretação da estratégia organizacional, um modelo de inovação que se amplia para as esferas económica e cultural. Evolui para a construção do conceito de economia criativa, particularmente associada com modelos de desenvolvimento territorial ligados à cultura.

Interpretando as possibilidades que se aqui se projetam na relação entre o local e o global, apontam-se os média digitais como um elemento indissociável desta discussão cultural, argumentando que a relação entre o design e os média digitais faz parte da contemporaneidade social, cultural e económica. Nesta contemporaneidade, o design é reconhecido como metodologia e estratégia e este enquadramento estimula um novo modelo.

O presente texto apresenta o projeto “Stories of Chairs”, uma investigação que relaciona o design, a comunicação e os média digitais participativos no contexto da cultura local da indústria de mobiliário da região de Paredes, no norte de Portugal. Esta é uma região industrial tradicional no Norte de Portugal, com um défice simbólico na sua principal atividade industrial, a indústria de mobiliário.

Adotando uma metodologia de investigação-ação, o trabalho de campo desenvolveu “Stories of Chairs”, um estudo de caso de interface entre design, média digitais, património local, criatividade coletiva e cultura participativa, com base no seu território. O projeto permitiu argumentar e validar a argumentação de que os média digitais participativos são um dos vetores estratégicos para o envolvimento sócio-cultural dos cidadãos com a criatividade e a cultura local.

PALAVRAS-CHAVE

Média digitais; identidade cultural local; Artesanato de Fafe; participação

O ENQUADRAMENTO GEOGRÁFICO

O concelho de Paredes está localizado no Norte de Portugal, dentro da região do Vale do Sousa, e ocupa uma área de cerca de 157 metros quadrados distribuídos em 24 freguesias. Paredes é atualmente a 27^a região mais populosa de Portugal e a sétima maior do distrito do Porto, com cerca de 87 000 habitantes (Pordata, 2016).

É uma das dez regiões mais jovens do país; mais de um terço da população é menor de 18 anos, a maioria da população está numa faixa etária ativa, fortalecendo a capacidade de desenvolvimento do território. Paredes mantém uma taxa de crescimento demográfico dinâmica, duas vezes acima da média nacional. Além disso, Paredes tem conexões com o território circundante, uma proximidade competitiva ao Porto, Braga e Aveiro – as principais cidades do norte de Portugal – e Vigo, em Espanha. Possui também uma proximidade competitiva em infraestruturas, como os aeroportos do Porto e Vigo e o porto de Leixões. Também é importante enfatizar a densidade das rodovias na Região Norte e a boa rede ferroviária em torno do Município.

A cidade está historicamente enraizada numa tradição empresarial, pois apresenta importantes ativos competitivos e um potencial de crescimento significativo. Paredes detém mais de 7.600 empresas em várias áreas de atividade, com uma taxa de empregabilidade 20% maior do que a média nacional (Art on Chairs, 2012). O município tem um conjunto de diversos ativos endógenos, com uma posição geográfica privilegiada e um forte património industrial associado ao setor do mobiliário. A sua principal atividade é a indústria transformadora, onde se aponta mais de 700 empresas, todas elas pequenas ou médias empresas.

No entanto, por todos esses ativos positivos, estão presentes fraquezas importantes, como baixa qualificação da população, baixa densidade tecnológica do setor de móveis, redução do esforço de I&D da indústria, baixos níveis de produtividade e consequentemente baixo PIB per capita e alcance municipal de compra (Selada & Cunha, 2010).

A importância da diversidade e o afluxo de novos modos de vida nesta área podem criar um ambiente para a geração de ideias, o desenvolvimento de uma massa crítica e novas oportunidades para cidadãos e organizações. É um município em desenvolvimento, dotado das infraestruturas essenciais, que registou uma mudança demográfica e uma capacidade de se tornar uma área mais atraente.

A indústria de mobiliário é um dos motores económicos, estratégicos e sociais da região. É o maior empregador da região, uma vez que

“62% da sua força de trabalho é no setor de manufatura, com o peso do mobiliário neste setor superior a 60%” (Paredes Rota dos Móveis-SACIC, 2009, p. 10). Este setor está, de fato, sobre representado em Paredes, daí a relevância que a estratégia tem para essa área económica.

A atividade industrial aparece de forma rudimentar, predominantemente dentro das empresas familiares – uma característica que ainda é predominante hoje. Além disso, as características naturais e geográficas do território contribuíram para esse desenvolvimento. Esses ativos devem ser uma identidade na atividade do município e os seus líderes reconhecem isso como tal. Este conhecimento passou de pais para filhos e entre gerações, o que reforça o património simbólico da região. Esta herança simbólica define a narrativa que é o argumento da estratégia por design.

STORIES OF CHAIRS

O projeto “Stories of Chairs” é sustentado pela crença em estabelecer um “território afetivo” para todos os agentes potenciais nesta narrativa. Incentiva o compartilhamento de ideias, conceitos, histórias e reflexões sobre o universo da cadeira, um objeto universal num contexto particular – o evento “Art on Chairs”, um grande evento artístico promovido pela autarquia de Paredes. Responde a um propósito comum: revitalizar as narrativas da indústria do mobiliário na região de Paredes. A cadeira é um objeto familiar na vida quotidiana e um ícone recorrente ao longo de histórias nas mais diversas circunstâncias. No município de Paredes, é o símbolo da indústria mais representativa.

Disponível em storiesofchairs.org, “Stories of Chairs” é uma plataforma digital participativa online para narrativas sobre cadeiras e para destacar o potencial criativo mencionado de Paredes. O desafio foi revelar representações polissémicas de cadeiras, de uma perspetiva histórica particular e com uma intenção de representação, usando todas as formas possíveis de criatividade e comunicação nos meios digitais. Desenhar, fotografar cadeiras, contar histórias envolvendo cadeiras (próprias ou de outras pessoas), fazer perguntas, compor, escrever, fazer uma cadeira real: a criatividade é o fator de mobilização do caldeirão primário, onde tudo é possível quando introduzido por “era uma vez uma cadeira...”

Com a ubiquidade do digital, encontramos um processo geral de desmaterialização que propõe novos modelos socioculturais e interrupções nos paradigmas estabelecidos. Mapear e identificar paradigmas emergentes faz parte da estratégia para analisar, conceber e propor formas de ação

capazes de uma recontextualização permanente dos processos de design e melhorar o enraizamento narrativo na população local. Com base no trabalho de campo e na atividade prática realizada em Paredes, foi possível demonstrar como a criatividade – como interpretação para uma definição de design – pode ser encontrada nas atividades quotidianas e por todos. Isso é assinalável na interação com os média digitais, porque todos resultam da criatividade real.

Juntamente com a criação de uma plataforma participativa online, as atividades de envolvimento da comunidade foram conduzidas – dentro e fora do contexto direto de “Art on Chairs” – para promover vínculos de envolvimento com a metáfora da cadeira e gerar e agregar conteúdo (para posterior arquivo online). As atividades globais que ocorreram incentivam a participação dos cidadãos através de médias digitais diversificados. Essa participação permitiu benefícios sociais, culturais e económicos. Ao tornar as narrativas da vida quotidiana e da estória desta região e da indústria local acessíveis a uma audiência global, também foram promovidas oportunidades ao nível lúdico, emocional e patrimonial. O global informa o local e, por sua vez, Paredes responde a uma escala global, reconhecendo as suas características criativas.

O potencial de “Stories of Chairs” cresceu em workshops de participação realizados em múltiplos contextos e estes garantiram a interação entre conteúdo criativo e cidadãos. Desde o início, a pesquisa abraçou o pressuposto de que a participação é um dos motores da ponte que conecta o design, os média digitais e a estratégia de desenvolvimento. Por essa razão, consideramos necessário identificar dois componentes principais:

- criar a infraestrutura de participação necessária e o arquivo online.
- incluir cidadãos locais de Paredes em simultâneo com participantes globais, fornecendo meios para que tal participação aconteça, independentemente do grau de habilidade e familiaridade com o design e/ou média digitais.

Através deste processo de interação online e offline, “Stories of Chairs” continuou a sua missão como porta de entrada para o projeto “Art on Chairs” e estratégia de regeneração narrativa e simbólica da região, possibilitada através da participação e mobilização.

STORIESOFCHAIRS.ORG

O website “Stories of Chairs” é a porta de entrada que dá a primeira visibilidade ao projeto. O desenvolvimento desta presença online foi um resultado relevante, uma vez que as primeiras discussões definiram a relevância desta comunicação digital.

O objetivo principal é agregar conteúdo criativo em torno de histórias relacionadas ao tema das cadeiras e Paredes, e agregar todas as informações e resultados sobre as atividades de envolvimento que foram realizadas, onde a principal preocupação sempre foi centrada na relevância dos conteúdos.

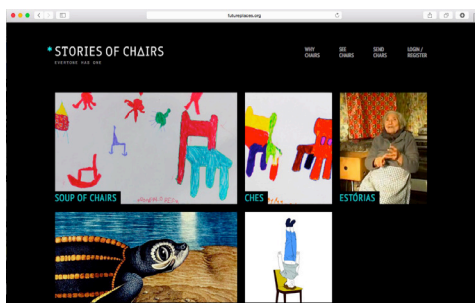


Figura 1: Stories of Chairs

Fonte: storiesofchairs.org

Novas questões e necessidades de comunicação levam a novos desafios para a sociedade e para a tecnologia. A cultura digital tenta traçar o impacto da sociedade digital na cultura e redefinir-se diante dos média, projetando uma ideia de cultura digital com origem social. Com a ubiquidade do digital, encontramos um processo geral de desmaterialização que propõe novos modelos socioculturais e ruturas evidentes em paradigmas estabelecidos. Mapear e identificar paradigmas emergentes será parte da estratégia para analisar, conceber e propor formas de ação inovadoras capazes de recontextualização permanente dos processos de design. Aplicado a este estudo de caso, Paredes pretendeu ser reconhecido como uma cidade criativa, fundamentada na sua indústria tradicional e reforçada por indústrias criativas, e parcialmente potenciada pelo design e pela dialética dos meios digitais. Um dos vetores estratégicos para o envolvimento da comunidade local e o alcance de um público internacional são os média digitais participativos.

Storiesofchairs.org evoluiu em diferentes fases e versões, todas preparadas de acordo com a linha de tempo da investigação realizada pelos autores. Passou de um website de apresentação participativa para um mediador capaz de agregar informações e resultados do património industrial de Paredes – e esse caminho proporciona sustentabilidade para o futuro enquanto projeto e conceito.

ENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES: CRIATIVIDADE COMUNICADA PELA PARTICIPAÇÃO

O potencial de “Stories of Chairs” cresceu pela participação, resultando na preparação de novas ações e workshops realizados em diferentes contextos – incluindo naturalmente Paredes. Esta característica “aberta” garante a interação entre o conteúdo criativo e os cidadãos. Através deste processo de interação online e offline, “Stories of Chairs” continuou a missão de poder ser porta de entrada para o evento “Art on Chairs”, mas principalmente ser a bandeira de uma estratégia *bottom-up* de regeneração narrativa e simbólica da região, tornada possível em parte pela participação e mobilização.

Juntamente com o modelo participativo online, as atividades de envolvimento de comunidades foram realizadas – dentro e fora do contexto direto de “Art on Chairs” – para promover vínculos de envolvimento com a metáfora da cadeira e gerar conteúdo para o arquivo online. As atividades desenvolvidas, ao longo dos últimos anos, examinam e incentivam a participação do cidadão comum através da utilização de média digitais. Esta participação promove benefícios pessoais, culturais e económicos. Ao tornar as narrativas do quotidiano e da história desta região e da indústria local acessíveis a uma audiência global, também fomentamos oportunidades a um nível lúdico, emocional e patrimonial. O global informa o local e, por sua vez, Paredes responde a uma escala global, reconhecendo seu eco criativo.

CITIZEN LABS NO MÉDIA FESTIVAL FUTUREPLACES

Devido à sua natureza, missão e interesses comuns, “Stories of Chairs” foi impulsionado através de uma parceria com o festival internacional de média digitais Futureplaces. O *citizen lab* “Stories of Chairs” – workshop criativo de cidadania e participação – foi uma das primeiras apresentações públicas do evento “Art on Chairs”, em outubro de 2011, com uma segunda edição em 2012.

Futureplaces, um evento integrado no programa governamental UT Austin | Portugal em Digital Média, visa expandir o uso e o propósito dos média digitais na sociedade, com foco em estratégias e atividades de interação entre média digitais e culturas locais. Isso decorre do pressuposto de que as várias expressões dos média digitais podem melhorar e promover culturas locais, oferecendo novas possibilidades para a produção e experimentação de conteúdo.

A metodologia dos *citizen labs* de “Stories of Chairs” seguiu a premissa de participação, apresentada numa linguagem acessível e tentando desmistificar uma complexidade presumida para utilizadores e participantes, que talvez não estivessem familiarizados com interfaces digitais ou ferramentas online. Em duas edições, os participantes foram convidados a desenvolver conteúdos criativos que usaram a cadeira como pretexto inicial para a exploração criativa. Uma vez que a natureza e as características da ação foram partilhadas e compreendidas, a abordagem visou que os participantes não fossem apenas ver, mas agir e fazer de forma ativa, levando em consideração as estratégias de design participativo descritas por Sanders e Dandavate (1999) e Westerlund (2006, 2007), onde a experiência criativa cria resultados (participações) que vão além das experiências dos envolvidos. O plano de ação enfatiza os processos de espontaneidade e não apenas a “estória final”:

experimentar é uma atividade construtiva. Ou seja, a experiência de um utilizador (com a comunicação, por exemplo) é construída de duas partes iguais: o que o comunicador aporta e o que a comunicação traz para a interação. Onde as duas partes se sobrepõem é onde ocorre a comunicação real. (Sanders & Dandavate, 1999, pp. 87-88)



Figura 2: Participantes dos *citizen labs* desenvolvidos no festival Futureplaces

Fonte: storiesofchairs.org

CHÉS

Como parte de uma estratégia para o envolvimento da comunidade local, refletimos sobre quais atividades e estratégias poderiam aumentar o envolvimento num projeto cuja natureza e objetivos originais estavam vinculados a decisões industriais e institucionais. Ficou claro que essa ação poderia ocorrer entre os cidadãos que estão mais disponíveis para a criatividade e, ao mesmo tempo, menos conscientes da “institucionalização” da estratégia de desenvolvimento proposta pelo design, assumindo-a como algo inerente à sua condição de criatividade e para a criatividade.

Partindo dos princípios orientadores que sustentam o projeto, bem como a satisfação do público-alvo específico com o qual se propôs a trabalhar, o objetivo da atividade *Chés* foi fortalecer o envolvimento dos cidadãos locais – nomeadamente crianças pré-escolares com idade entre três e seis anos de idade – no apoio à base interdisciplinar e entendimento destinado às histórias que poderiam advir.

Tendo em mente a importância da educação para promover uma visão transversal do conhecimento, *Chés* desenvolveu o pensamento crítico e incentivou o prazer na experimentação criativa, valorizando a expressão pessoal das crianças. O design da atividade baseou-se numa intenção de construir um património emocional por parte da população local e participação no evento “Art on Chairs”. Em relação à sua designação, “Ché” é a forma como uma criança portuguesa pode pronunciar a palavra inglesa “cadeira” (*chair*).

As crianças que iriam realizar a atividade eram muito jovens (entre três e seis anos): esta é uma faixa etária que traz diferenças significativas no nível de destreza e capacidade de representação. Por isso, a atividade foi organizada para atender às suas diferentes capacidades expressivas. Foi concebida uma maneira simples de monitorar a sua capacidade e independência, o que também permitiu que qualquer dificuldade ou inibição na participação fosse superada pelo envolvimento coletivo lúdico. O nível de “exigência” expressiva foi, portanto, aumentado gradualmente durante o curso da atividade, na tentativa de facilitar as habilidades que as crianças demonstraram nas propostas feitas.

As respostas foram, de modo geral, criativas e ajudaram a estimular a imaginação e o sentimento de pertença entre as crianças. Podemos ver a proximidade entre a criatividade e o desejo de expressar, que nestes participantes particulares são componentes que se complementam, proporcionando uma experiência integrativa de diferentes tipos de conhecimento, contribuindo com interpretações livres e espontâneas para a formação de

uma identificação entre a identidade da região e a indústria de mobiliário (a partir do símbolo da cadeira).

Através deste envolvimento de jovens cidadãos, os desenhos revelaram e forneceram uma base empírica para as suas relações potenciais com cadeiras e uma consciência intuitiva sobre a relação entre a identidade de Paredes e a intenção participativa de “Stories of Chairs”. Nesta convergência de história, tradição e criatividade das crianças, a comunidade local reinventa-se como um território simbólico. Esta consciência reforça o argumento de Jenkins de que as propostas de transformação são projetadas a partir da educação da primeira infância, para assegurar que as gerações futuras sejam produtoras de média conscientes dessa sua responsabilidade. A participação revela a riqueza mais importante – criatividade, originalidade e prazer que vem dessa experimentação – juntamente com a cultura local e o sentido de comunidade.



Figura 3: Participantes e as suas “cadeiras”, durante a atividade *Chés*

Fonte: storiesofchairs.org

ESTABELECEER PONTES ATRAVÉS DO DESIGN

Neste ponto é preciso entender e reconsiderar o paradigma do design de comunicação, analisando as variáveis que permitem a criação de valor e diferença num programa de design de comunicação integrado e completo pela sua natureza criativa participativa. Com o envolvimento de pessoas e organizações que os média digitais promovem, acreditamos que

“Stories of Chairs” irá ajudar a promover este lado simbólico da indústria local na região de Paredes, promover a partilha de estórias relacionadas e reunir a comunidade através da sua criatividade e património local.

O design, neste contexto de contemporaneidade, envolve-se em questões além de sua configuração e território tradicionais; não se limitando aos papéis tradicionais. Estende-se para outras áreas, usando o seu perfil integrativo, a fim de promover interdisciplinaridade e interação com diferentes partes interessadas.

O design constitui-se como uma vantagem e uma fonte competitiva tanto para as empresas como para os territórios, sendo considerado pela Comunidade Europeia como uma conexão fundamental entre a criatividade e a inovação (2009). Esta conexão exige uma perspetiva reestruturada que transforma a inovação num processo que exige proximidade e cooperação e depende do histórico e herança e das especificidades culturais, políticas e institucionais do local. O design é o centro da economia e da cultura ou, de forma mais tangível, da economia criativa. A definição do design deve ser entendida numa perspetiva holística, tanto estratégica como integrada: atravessando o desenvolvimento económico, a coesão social e a cultura urbana. O design visa contribuir para o desenvolvimento económico, como um componente estratégico que atua nos processos e mudanças de gestão. Assim, procurando uma visão partilhada, os processos criativos visam otimizar o desempenho corporativo. Esta performance envolve inovação, qualidade, aparência de produtos, ambientes, comunicação e marcas, envolvendo indústrias, públicos e mercados. A materialização das ideias é o resultado do foco no desenvolvimento da solução certa para cada projeto, reforçando a mensagem, vinculando códigos e idiomas, aprimorando afecções e considerando as necessidades e desejos do público.

CONCLUSÃO

O projeto atua sob a convicção de que o design e a criatividade são potenciadores da reinvenção de um território (tanto geográfico quanto simbólico), estimulando modelos económicos que atravessam indústrias tradicionais com indústrias criativas e serviços. Do estudo de caso específico, cuja estrutura é global e se relaciona com uma grande quantidade de partes interessadas que servirão como fontes para a construção de um modelo estratégico, procuramos inferir um modelo de implementação. Um duplo desafio foi abordado:

- foi desenvolvida uma estratégia para permitir uma identificação progressiva do projeto “Stories of Chairs”, procurando uma autonomia que permitisse que o projeto evoluísse na sua própria investigação, sem nunca romper com o seu território inicial;
- todos os envolvidos foram convidados a participar, melhorando a definição estratégica do projeto e a sua respetiva resposta aos objetivos propostos na premissa.

Num nível mais amplo, é importante, além disso, analisar quais os processos que o design precisa para motivar, mobilizar e inspirar – pois conecta práticas criativas com atividades económicas e industriais tradicionais – e qual a relevância que os média digitais têm na mobilização e participação num evento sobre design e criatividade.

Também se entende que os média digitais são parte e promotores de mudanças na comunicação semântica, agregando dimensões emocionais, reabilitadoras e recreativas para o desenvolvimento que se procura através do design. Neste contexto particular do estudo de caso em Paredes, pretendemos afirmar uma contribuição para o contexto português, ao mesmo tempo que reconhecemos o design como constituinte para inovação, competitividade e desenvolvimento de organizações. Que desafios se colocam para uma região cujo principal fator produtivo sofre um déficit de competitividade e valor simbólico? Além das condições tradicionais ligadas à estratégia industrial, o design como componente do desenvolvimento das organizações pode ser interpretado como a ponte entre estratégia, comunicação e participação. Esta ponte é o território em que os média digitais dão coerência e especificidade à cultura local, gerando diferença e incluindo um sistema destinado a ser consistente e contribuindo para o desenvolvimento de ativos específicos.

O projeto “Stories of Chairs” permitiu uma análise teórica mais profunda relacionada com a dinâmica organizacional entre estratégia e design, envolvida em processos de comunicação que interpretam essa dinâmica como parte de um património coletivo, especificamente no estudo de caso de Paredes. Este património coletivo pertence a todos os cidadãos, é independente das decisões de gestão de *top-down* em relação ao design e destaca a pluralidade, que é a característica inerente aos vários territórios em que pretende ser ativo.

REFERÊNCIAS

- Art on Chairs (2012). *Relatório Final – Art on Chairs 2012*. Documento interno do projeto, distribuído aos agentes envolvidos nas atividades do projeto.
- European Commission (2009). *Design as a Driver of User-centered Innovation. SEC(2009)501 final*. Retirado de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design_swd_sec501_en.pdf
- Paredes Rota dos Móveis-SACIC (2009). *Art on Chair Bienal — An ideia for the world on a chair. Memória descritiva e justificativa complementar*. Concurso SACIC-GE/1/2009. Paredes Rota dos Móveis Entidade Promotora-Beneficiária.
- Pordata (2016). *Municípios – Consulta por mapa*. Retirado de <http://www.pordata.pt/Municipios>.
- Sanders, E. E. & Dandavate, U. (1999). Design for experiencing: new tools. In C. J. Overbeeke & P. Hekkert (Eds.), *Proceedings of First International Conference on Design and Emotion* (pp. 87-91). Delft.
- Selada, C. & Cunha, I.V. (2010). Repensar um Distrito Industrial do Mobiliário com Base no Design: O Caso de Paredes. *Criatividade e Inovação, Cadernos Sociedade e Trabalho*, 14, 213-218.
- Westerlund, B. (2007). A workshop method that involves users talking, doing and making. In *Proceedings of the Human Machine Interaction Conference, Human'07* (s.p.). Timunoun, Agerian Sahara. Retirado de <http://www.bowesterlund.se/publications/westerlund-human07.pdf>
- Westerlund, B. (2006). How can stories get translated into future artefacts? In *Design Research Society International Conference in Lisbon* (pp. 1-6). Lisboa: Instituto de Artes Visuais. Retirado de https://www.academia.edu/3402688/How_can_stories_get_translated_into_future_artefacts

Citação:

Pereira, J. B. & Alvelos, H. (2019). A cultura do design como ponte desde o local a uma estória global. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 28-39). Braga: CECS.

RICARDO DE ARAUJO SOARES

ricosoaes@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

A DIMENSÃO ARTÍSTICA DO VIDEOGAME E SEU LUGAR NA CULTURA: UM OLHAR SOBRE A EXPOSIÇÃO *L'ART DANS LE JEU VIDÉO – L'INSPIRATION FRANÇAISE*

RESUMO

Na tentativa de ir além às compreensões generalistas sobre o caráter de “mero entretenimento” dos videogames e, ainda, de problemas como ape-lo a violência e vício, buscamos, neste artigo, apresentar reflexões sobre a dimensão artística do videogame e seu lugar na cultura. Partimos da compreensão do videogame como cultura, na medida em que entendemos que o jogo está presente desde sempre nas sociedades (Huizinga, 1938; Caillois, 1958). Com o advento da sociedade tecnológica e conectada em redes (Castells, 2011) e a onipresença do ciberespaço (Levy, 2007), o jogo, agora em sua forma digital, isto é, o videogame, se tornou um dos elementos mais evidenciados da cultura contemporânea. A inserção do videogame no espaço do museu levanta a discussão não somente do videogame como parte da cultura, mas também enquanto expressão artística. A partir da exposição francesa “L’Art Dans Le Jeu Vidéo – L’Inspiration Française”, realizada em Paris (França) entre os meses de setembro de 2015 e abril de 2016, mostraremos o caráter complexo e multidisciplinar do videogame, bem como sua dimensão artística, pois não só vincula instrumentos e criatividade para a elaboração de um produto lúdico, como também é capaz de engajar afetos e emoções, do jogador e do apreciador.

PALAVRAS-CHAVE

Videogames; cultura; artes; museus

Em uma era fortemente marcada pelo desenvolvimento tecnológico e pela conectividade em rede (Castells, 2011), o videogame é um dos elementos mais representativos da cultura contemporânea. É o meio que possibilita, ao mesmo tempo, a virtualização do real e a materialização do

virtual – quando este passa a fazer parte também do mundo físico – numa época em que o real e o virtual se co-fundem. Nesse contexto da sociedade tecnológica e conectada, o videogame tem lugar importante na história cultural da humanidade pois, como afirma Wolf (2008, p. 21), fora o primeiro a combinar interatividade em tempo real e imagem em movimento e som, além de ter sido o primeiro “computador” doméstico do ponto de vista técnico. Hoje, o videogame não apenas influencia, como também é influenciado fortemente por outras mídias como o cinema, a televisão, a literatura, a música e a internet (Jenkins, 2009), sendo, portanto, um meio altamente complexo e interdisciplinar.

Em sua história evolutiva, o videogame sempre foi alvo de inúmeros preconceitos e equívocos, desde notícias jornalísticas a pesquisas acadêmicas. Tais entendimentos equivocados vêm sendo constantemente contestados a partir de estudos sérios e de distintas abordagens (Shaw, 2010), bem como da consolidação do videogame enquanto linguagem. Ainda assim, volta e meia reverberam na mídia e, conseqüentemente, na sociedade, ideias que insistem em desqualificá-lo, a exemplo da fala da Ministra da Cultura do Brasil, em 2013, ao considerar que videogame não é cultura porque é entretenimento¹. Ligada a isso, a ideia de que videogame é entretenimento infantil e, portanto, não seria cultura, é bastante recorrente em fóruns e blogs na internet; vale observar que música e cinema não são alvo desse tipo de debate e se afirmam, sem maiores questões, como expressões culturais. Ainda, o cinema explora certas prerrogativas, como a violência, sem maiores alardes, enquanto que as mesmas, para o videogame, levam comumente a proibições e generalizações. Como exemplo, a reportagem do canal televisivo France 2 sobre o evento Paris Game Week, em 2013², que abertamente associava o videogame a um vício que deveria ser combatido.

Para além de supostas verdades sobre o lado negativo do videogame, como violência e vício, que também permeiam diversas outras áreas da sociedade, o videogame é um produto elaborado pelo homem e que faz parte dos processos de criação e simbólicos que operam a mediação das socializações. Em *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura* (1938, p. 7), Hui-zinga destaca justamente que “é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve”. Para além de buscar definir o lugar do jogo nas manifestações culturais, esse autor procurou “determinar até que ponto a própria cultura possui um caráter lúdico”, o que nos permite perceber a presença da ludicidade como componente das dinâmicas da vida em sociedade.

¹ Ver “Marta Game Não É Cultura 2013”. Retirado de <https://youtu.be/gZVddYojdKU>

² Retirado de <https://youtu.be/PqbiNOeSXnk>

O autor parece reconhecer que, como dimensão lúdica da cultura, os jogos são capazes de ultrapassar “os limites da realidade física” (Huizinga, 1938, p. 7), se localizando em um lugar da existência que não é nem vida “corrente” nem vida “real”. De fato, os jogos promovem esse trabalho da imaginação e das estratégias, tanto entretendo como complexificando ou como elemento criativo na resolução de questões que se apresentam na sociedade. Segundo Huizinga, o jogo ornamenta e amplia a vida, e vamos perceber aí também, de um lado, certa presença do entretenimento – no sentido de entreter, distrair e divertir – na vida, bem como da dimensão ornamental e ampliadora como inerente à vida humana e ao meio que o cerca. Conforme defende o autor, o jogo é uma necessidade vital tanto para o indivíduo quanto para a sociedade, “devido ao sentido que encerra, à sua significação, ao seu valor expressivo, às suas associações espirituais e sociais, em resumo, como função cultural” (Huizinga, 1938, p. 11). A dimensão do jogo faz movimentar os sentidos simbólicos de uma sociedade e a própria cultura, construindo-a e colocando-a em movimento.

Geralmente, essa dimensão de entretenimento, presente de forma ampla na vida e na cultura como um todo, acaba por carregar o estigma dos jogos e divertimentos unicamente infantis, sem nenhuma valoração cultural e apresentados como “degradações das atividades dos adultos que, tendo perdido a seriedade, descem ao nível das distrações anódinas”, como verificou Caillois em *Os jogos e os homens* (1958, p. 80). No entanto, ancorado nos estudos de Huizinga, Caillois afirma que as manifestações culturais são fruto do jogo e de suas estruturas, que envolvem de liberdade a disciplina:

o jogo é, simultaneamente liberdade e invenção, fantasia e disciplina. Todas as importantes manifestações da cultura são dele decalcadas, sendo tributárias do espírito de procura, do respeito da regra, e do desapego que ele origina e mantém. Em certos aspectos, também são regras de jogo as regras do direito, do contraponto e da perspectiva, as da tática militar, as da encenação e da liturgia, bem como as da controvérsia filosófica. Constituem convenções que urge respeitar. Os seus subtis reticulados são o fundamento da própria civilização. (Caillois, 1958, p. 80)

Para Caillois, os jogos que vigoram em uma sociedade são capazes de revelar suas engrenagens, pois expressam seus valores coletivos. Podemos pensar que na dinâmica dos jogos tais valores aparecem nas regras, mas também na forma com que os jogadores a elas respondem e se

relacionam com os outros, revelando, como inerente a uma cultura, seus modos mais complexos de funcionamento, as maneiras através das quais confrontam questões e agem criativamente. Conforme Schiller (citado em Caillois, 1958, p. 188), é “relativamente fácil” determinar variações do gosto de diferentes povos a partir de seus jogos. Desse modo, para Caillois, o que os jogos revelam “não é diferente do que revela uma cultura” (Caillois, 1958, p. 86).

Em sua forma digital, o jogo é mediado, agora, pelas convergentes tecnologias multimídias, as quais Lévy (2011, p. 25) entende como metáfora “para todas as esferas da realidade em que significações estejam em jogo”. As tecnologias não se colocam como anteparos ao jogo, mas como mais uma tecnologia que potencializa a cultura. Como parte constituidora das dinâmicas da cultura, o jogo, seja qual for o meio, trabalha justamente com a dimensão simbólica, e vamos, portanto, compartilhar do pensamento de Vilches:

a grande mudança que as tecnologias da informação está criando na sociedade ultrapassa a simples convergência entre os meios (...). O que movimenta o mundo é a migração simbólica entre espaço e tempo; não as tecnologias, mas seus conteúdos culturais. (Vilches, 2003, p. 71)

No ciberespaço, o jogo encontra um ambiente ampliado ou mesmo um contínuo da nossa realidade (Lévy, 2007). Em sua forma digital, o jogo se reinventa em técnicas e formatos e se situa num contexto em que as tecnologias da informação e da comunicação são também ressignificadas em tecnologias de interação sociocultural. Citando Wertheim (2001, p. 170), para além de um ambiente que serve apenas à coleta de informações, o espaço virtual serve também a interação social, comunicação e entretenimento interativo, da vida ornamentada e ampliada próprias da cultura, “o que inclui a criação de uma profusão de mundos de fantasia online em que as pessoas assumem elaborados alter egos”. Como cultura, o jogo sempre foi mecanismo de interação entre as pessoas e no contexto digital essa dimensão se amplia.

Somado à discussão se videogame é ou não cultura, há também o debate sobre o videogame no interior dos processos artísticos, já superado por outras formas expressivas, como o cinema, a literatura, a música... Raramente veremos questionamentos sobre a dimensão artística dessas mídias, tal como ocorre frequentemente com o videogame.

A imprensa e a crítica de arte especializada sempre ocuparam papéis antagonísticos quando se referem aos numerosos tópicos sobre videogame. Citamos alguns: em 2010, Roger Ebert, crítico do Chicago Sun, escreveu

um reverberante artigo em que afirmava categoricamente que “videogames nunca podem ser arte” (2010). Ele considerava, dentre outros aspectos, que “uma diferença óbvia entre arte e jogos é que você pode ganhar um jogo. Ele tem regras, pontos, objetivos e um resultado”. Também Jonathan Jones, crítico do *The Guardian*, reagiu, em 2012, aquando da exibição de videogame no MoMA, importante museu nova-iorquino, em artigo intitulado “Desculpe MoMa, videogames não são arte”. Para ele, “expor Pac-Man e Tetris ao lado de Picasso e Van Gogh significará ‘fim de jogo’ para qualquer compreensão real de arte” (Jones, 2012). E em 2014, o crítico do jornal *The Spectator*, Fisun Güner, publicou o artigo chamado “What makes art art? And why gaming may not make the grade”. Ele escreveu que “se Michelangelo estivesse vivo hoje, ele não estaria pintando a Capela Sistina, ele estaria decorando bolos extravagantes, estofando móveis de design, projetando jogos” (Güner, 2014).

Esse caráter decorativo o qual alguns críticos se queixam quando tecem suas considerações sobre arte e não arte faz parte de outros produtos culturais cujo uso parece ultrapassar a dimensão da contemplação. Além do videogame (considerado simplesmente entretenimento), é o caso da moda, mera cobertura corporal, contra as intempéries do clima e das leis do pudor. A pesquisadora de moda Renata Cidreira (2005) afirma que está justamente no caráter de jogo – negativamente evidenciado pelo crítico do *Chicago Sun* – e lúdico das criações a sua dimensão artística. A autora também observa que o que chama de artisticidade não é prerrogativa dos produtos sem finalidade prática. A questão, refletimos, não seria se perguntar se videogame, moda e outras expressões são arte, mas entender que, como mídias primeiramente criativas da cultura, o fazer e os instrumentos artísticos são a elas inerentes; podemos afirmar sim, com isso, sobre a dimensão artística dos videogames.



Figura 1: Cartaz da exposição

Fonte: *Art Ludique Musee*

Sucedendo exposições ocorridas em outros espaços museológicos, a exemplo do *The Art of Video Games*, no Smithsonian American Art Museum (Washington/EUA) em 2012, e do *Applied Design*, no Museum of Modern Art (New York/EUA) em 2013, a exposição *L'art dans le Jeu Vidéo – l'inspiration française* é um dos exemplos que permitem uma reflexão sobre a dimensão artística no videogame. Uma possível mudança de perspectiva pode ser observada, contudo, a partir da repercussão jornalística da exposição francesa, em 2015-2016, como é possível observar em alguns títulos de artigos publicados pela imprensa, a seguir:

Le Monde: “L'art dans le jeu vidéo”, l'exposition qui met les artistes français à l'honneur (Geisswiller; Gouteux, 2015)

Le Parisien: Les jeux vidéo, c'est tout un art (2015)

Les In Rocks: Le jeu vidéo s'expose en art total à Paris (Higuinen, 2015)

FranceInfo: Quand le jeu vidéo devient œuvre d'art (Pourquery et al., 2015)

Les Numeriques: “L'art dans le jeu vidéo”: le jeu comme une œuvre d'art – Une riche exposition à l'Art ludique (Richard, 2015)

Slate Fr: Les jeux vidéo, un terrain d'expérimentation pour «l'art total» (Ducouso, 2016)

Réseau International de la médiation numérique: Et si le jeu vidéo relevait d'une démarche artistique et culturelle ? Derniers jours pour visiter l'exposition «L'Art dans le Jeu Vidéo » à Art Ludique – Le Musée à Paris (2016)

Sparna Games: Expo “L'Art dans le Jeu Vidéo” : le jeu est un art total (Arnault, 2015)

L'Obs: Le jeu vidéo, un art total ? Oui, il nous permet de façonner un monde à notre image (Ethis, 2015)

L'art dans le Jeu Vidéo – l'inspiration française foi uma exposição de longa duração realizada pelo Art Ludique Museo (Paris/França), entre os meses de setembro de 2015 e abril de 2016. Apresentou cerca de oitocentas obras e instalações (Art Ludique, 2015), entre estas rascunhos, ilustrações, pinturas em aquarelas, esculturas tradicionais e digitais, painéis interativos e outras peças que exemplificavam as etapas de concepção (Albinet, 2015; Assis, 2006) do fazer artístico que antecede o jogo finalizado.



Figura 2: Espaço da exposição

Fonte: *Art Ludique Musee*

O foco da exposição do Art Ludique Musee não estava no videogame em si, mas na mostra de elementos artísticos das etapas essenciais que compuseram ou que contribuíram para a sua forma final, isto é, o videogame enquanto entretenimento. Quando esses elementos artísticos, mesmo que fragmentados, são expostos no museu, a dimensão artística do videogame vem à tona de maneira evidenciada, ainda mais se lembrarmos que os museus são tradicionalmente uma das instâncias legitimadoras da arte na contemporaneidade (Grefe, 2013). Ao expor peças que são fruto de etapas da composição de um jogo digital, a instituição museológica põe em evidência o programador, para além do papel de técnico, como um cooperador inventivo (Lévy, 1992), mostrando que os caminhos do fazer artístico são atualizados em tecnologia e práticas.

Ainda, o potencial artístico do videogame apresenta, neste local específico de arte lúdica (especificamente *Art Ludique Musee*), as tecnologias e as máquinas como meios de engajamento de afetos e emoções do jogador. A solicitação de sentidos variados (tocar, ouvir, ver, etc.) pode proporcionar uma experiência total a partir do videogame (Carpentier, 2013), tendo em vista justamente a convergência das múltiplas linguagens artísticas que o compõem e que são destacadas na exposição:

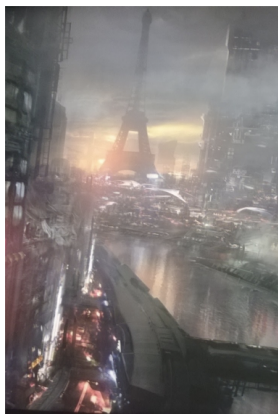


Figura 3: Arquitetura. Painel

Fonte: Art Ludique Musee



Figura 4: Escultura. Exposição de esculturas

Fonte: Art Ludique Musee

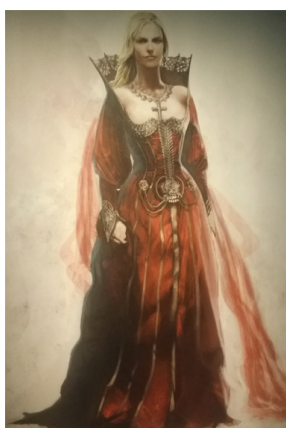


Figura 5: Desenho, pintura e moda. Painel

Fonte: Art Ludique Musee



Figura 6: Trilha sonora e efeitos. Cartaz

Fonte: Art Ludique Musee



Figura 7: Quadrinhos

Fonte: *Art Ludique Musee*

Figura 8: Cinema. Painel

Fonte: *Art Ludique Musee*

Figura 9: Interatividade. Painel interativo

Fonte: *Art Ludique Musee*

O público presente na exposição pode perceber a presença de múltiplas linguagens: a arquitetura, demonstrada através dos cenários isolados dos jogos; a escultura, por meio da modelagem dos personagens; o desenho, a pintura e a moda nos *artworks* expostos; a presença de trilha e efeitos sonoros; dos quadrinhos em *storyboards*; a aproximação com o próprio cinema, em seus roteiros e narrativas, composição de personagens e captura de movimentos nos títulos mais complexos (a exemplo de *Assassin's Creed*, *Life Stranger* e *Dishonored 2*, presentes na exposição); e, ainda, a imprescindível interação que o jogo demanda. O videogame abraça uma

multiplicidade de mídias que o precederam, cinema, literatura, música, etc. e que são incontestavelmente reconhecidas como expressões artísticas: não haveria de ser diferente com essa outra forma expressiva, complexa por sua interdisciplinaridade, que é o videogame.

A exposição desnuda o videogame entretenimento, abrindo suas engrenagens à evidência de sua complexidade nas múltiplas linguagens artísticas que o compõe e que, em realidade, nem sempre são notadas. A exposição tem um caráter universal por não ser direcionada unicamente aos *gamers*, mas sim a um público amplo, não necessariamente consumidor de games. Ao visitar a exposição, foi possível observar a presença de muitos idosos, estudantes de arte investigando e reproduzindo as formas dos desenhos e demais curiosos sobre processos artísticos que envolvem tecnologia. A presença do videogame no museu tem um potencial de evidenciar o caráter artístico do videogame e até levantar discussões sobre o entendimento da arte no videogame. A discussão entre arte e cultura, tendo por objeto o videogame, ainda não está esgotada academicamente e nem socialmente. Mas, ainda assim, a quem interessa esse debate quando o videogame é, em sua grande maioria, posicionado como entretenimento?

No que me diz respeito, nunca criei videogames com a intenção de que sejam reconhecidos como arte. [Declaração de Shigeru Miyamoto, produtor de jogos da Nintendo]. (Aragónes, 2014)

Ambos [Shigeru] Miyamoto e eu repetidamente dizemos: 'Não é como se estivéssemos fazendo peças de arte, o ponto é fazer um produto que ressoa e seja aceito pelos clientes'. [Declaração de Satoru Iwata, ex-presidente da Nintendo]. (Nakamura, 2013)

Outras formas expressivas de artes são também entretenimento: cinema, música, teatro, literatura... Enquanto forma expressiva, o videogame é um meio à arte. No entanto, não consideramos que a presença do videogame no museu representa a autenticação de qualquer produto de videogame como arte, mas evidencia sua dimensão artística. Ainda, assim como os espaços museológicos, afirma o videogame como produto da cultura, que tem relevância simbólica para a sociedade, seja como entretenimento, informação, educação, seja como forma de socialização em espaços públicos, como nos museus e batalhas virtuais.

REFERÊNCIAS

- Albinet, M. (2015). *Concevoir un jeu vidéo*. Éditions FYP.
- Aragonés, I. (2014, 26 de novembro). “No he creado mis obras para que se consideren arte”. *El País*. Retirado de https://elpais.com/cultura/2014/11/24/actualidad/1416826227_999822.html
- Arnault. (2015, 9 de novembro). Expo “L’Art dans le Jeu Vidéo”: le jeu est un art total. *Sparna Games*. Retirado de <https://sparnagames.fr/exposition-art-dans-le-jeu-video-le-jeu-comme-art-total/>
- Art Ludique Le Musée (2016). *L’art dans le jeu video – l’inspiration française*. Catalogue édité para Art Ludique – Le Musée.
- Assis, J. P. (2007). *Artes do videogame: conceitos e técnicas*. Editora Alameda.
- Caillois, R. (1990). *Os jogos e os homens* (1958). Lisboa: Edições Cotovia.
- Carpentier, A. (2013). *La dimension artistique du jeu vidéo*. Éditions Universitaires Européennes.
- Castells, M. (2011). *A Sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.
- Cidreira, R. P. (2006). Moda e Artisticidade. In R. P. Cidreira (Org.), *Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura* (pp. 78-91). São Paulo: Annablume.
- Ducouso, M. (2016, 12 de abril). Les jeux vidéo, un terrain d’expérimentation pour “l’art total”. *Slate Fr*. Retirado de <https://www.slate.fr/story/116391/artistes-conquete-jeu-video>
- Ebert, R. (2010, 16 de abril). Video games can never be art. *Roger Ebert’s Journal*. Retirado de <https://www.rogerebert.com/rogers-journal/video-games-can-never-be-art>
- Et si le jeu vidéo relevait d’une démarche artistique et culturelle ? Derniers jours pour visiter l’exposition “L’Art dans le Jeu Vidéo” à Art Ludique – Le Musée à Paris. (2016, 25 de fevereiro). *Réseau International de La Mediation Numerique*. Retirado de <https://tinyurl.com/y6h3gtdl>
- Ethis, E. (2015, 3 de outubro). Le jeu vidéo, un art total ? Oui, il nous permet de façonner un monde à notre image. *L’obs*. Retirado de <https://tinyurl.com/y4gr8coe>

- Geisswiller, L. & Gouteux, D. (2015, 24 de setembro). "L'art dans le jeu vidéo", l'exposition qui met les artistes français à l'honneur. *Le Monde*. Retirado de https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/25/l-art-dans-le-jeu-video-l-exposition-qui-met-les-artistes-francais-a-l-honneur_4771941_4408996.html
- Greffe, X. (2013). *Arte e mercado*. São Paulo: Iluminuras.
- Güner, F. (2014, 19 de maio). What makes art art? And why gaming may not make the grade. *The Spectator*. Retirado de <https://blogs.spectator.co.uk/2014/05/gaming-isnt-art-and-those-who-think-it-is-need-to-chill-out/>
- Higuinen, E. (2015, 25 de setembro). Le jeu vidéo s'expose en art total à Paris. *Les In Rocks*. Retirado de <https://www.lesinrocks.com/2015/09/25/jeux-video/le-jeu-video-sexpose-en-art-total-a-paris-11776966/>
- Huizinga, J. (1938/2000). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jones, J. (2012, 30 de novembro). Sorry MoMA, video games are not art. *The Guardian*. Retirado de <https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2012/nov/30/moma-video-games-art>
- Les jeux vidéo, c'est tout un art. (2015, 25 de setembro). *Le Parisien*. Retirado de <http://www.leparisien.fr/espace-premium/air-du-temps/les-jeux-video-c-est-tout-un-art-25-09-2015-5124545.php>
- Lévy, P. (1992). *De la programmation considérée comme un des beaux-arts*. Paris: Editions La Découverte.
- Lévy, P. (2007). A arte e a arquitetura do ciberespaço. Estética da inteligência coletiva. In P. Lévy, *A Inteligência Coletiva* (pp.103-109). São Paulo: Loyola.
- Lévy, P. (2011). *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Nakamura, T. (2013, 1 de agosto). Why Nintendo Says it Doesn't Make Art. *Kotaku*. Retirado de <https://kotaku.com/why-nintendo-says-it-doesnt-make-art-986738137>
- Pourquery, E., Mier, JM., Dupont, A., Crouzillac, L. & Delassaussé, M. (2015, 25 de setembro). Quand le jeu vidéo devient œuvre d'art. *FranceInfo*. Retirado de <https://culturebox.francetvinfo.fr/arts/expos/quand-le-jeu-video-devient-oeuvre-d-art-228103>

- Richard, J. (2015, 4 de outubro). “L'art dans le jeu vidéo”: le jeu comme une œuvre d'art. *Les Numeriques*. Retirado de <https://www.lesnumeriques.com/loisirs/l-art-dans-jeu-video-jeu-comme-oeuvre-art-n45805.html>
- Shaw, A. (2010). What Is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies. *Game and Culture*, 403-424.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Edições Loyola.
- Wertheim, M. (2001). *Uma história do espaço: de Dante à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Wolf, M. J.P. (2008). *The Video Game Explosion – A History from PONG to PlayStation® and Beyond*. Londres: Greenwood Press.

Citação:

Soares, R. A. (2019). A dimensão artística do videogame e seu lugar na cultura: um olhar sobre a exposição *L'art dans le jeu vidéo – l'inspiration française*. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 40-52). Braga: CECS.

MÍRIAM CRISTINA CARLOS SILVA

miriam.silva@prof.uniso.br

UNIVERSIDADE DE SOROCABA, BRASIL

REPRESENTAÇÕES POÉTICAS DA MORTE NAS NARRATIVAS MIDIÁTICAS: A FESTA DA MENINA MORTA

RESUMO

Este artigo tem como tema as representações poéticas da morte nas narrativas midiáticas e possui como *corpus* de análise o filme brasileiro *A festa da menina morta* (2008), dirigido por Matheus Nachtergaele. Partindo das relações entre a Comunicação e a Cultura, ampara-se teoricamente em autores como Flusser, Marcondes Filho, Baitello Júnior (para os conceitos de comunicação, incomunicabilidade e mídia); Morin, Dravet, Castro e Silva (para a comunicação poética); Benjamin e Silva (para as narrativas); Flusser e Morin (para a morte como fundamento da cultura). Com a análise dos aspectos poéticos encontrados na narrativa fílmica, discutimos a possibilidade de uma comunicação poética como forma de representação/construção complexa do fenômeno da morte. Conclui-se sobre o naturalismo da narrativa como produtor de uma poética do incômodo, que traz à tona a entropia da natureza e o fenômeno da morte, único elo de comunicabilidade entre os personagens, como transmutação do trágico em sagrado.

PALAVRAS-CHAVE

Incomunicabilidade; comunicação como artifício; representações poéticas da morte; *A festa da menina morta*

PERCURSO CONCEITUAL: DA MORTE, FUNDAMENTO DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA, ÀS NARRATIVAS

Vilém Flusser (2007) define a comunicação humana como um processo artificial, pois nos comunicamos por meio de códigos aprendidos culturalmente. Para ele, tanto o conceito de cultura quanto o de natureza devem ser postos em dúvida, pois a natureza que vemos está mediada pela cultura, da mesma forma que a cultura é naturalizada ao ponto de nos impedir a reflexão.

Segundo Flusser (2007), a comunicação artificial nem sempre é consciente, pois, ao aprendermos um código, tendemos a naturalizá-lo. Assim, o objetivo do mundo codificado em que vivemos, o mundo dos fenômenos significativos, é nos fazer esquecer o mundo da primeira natureza:

sob a perspectiva da “natureza”, o homem é um animal solitário que sabe que vai morrer e que na hora de sua morte está sozinho. Cada um tem de morrer sozinho por si mesmo. E, potencialmente, cada hora é a hora da morte. Sem dúvida, não é possível viver com esse conhecimento da solidão fundamental e sem sentido. A comunicação humana tece o véu do mundo codificado, o véu da arte, da ciência, da filosofia e da religião, ao redor de nós, e o tece com pontos cada vez mais apertados, para que esqueçamos nossa própria solidão e nossa própria morte, e também a morte daqueles que amamos. (Flusser, 2007, p. 90)

Edgar Morin (1997) explica o fenômeno da morte a partir de sua articulação bioantropológica, como o traço mais humano, “mais cultural do *anthropos*”. A angústia humana face à consciência da morte, segundo Morin (1997), resulta em reações mágicas, em tabus e presságios, que culminam nas religiões. Morin (1997) afirma também que a ideia da morte contém um vazio infinito. Nele, explica o autor, está o “impensável, o inexplorável, o não sei quê conceptual que corresponde ao não sei quê cadavérico. Ela é a ideia traumática por excelência” (Morin, 1997, p. 33). Entretanto, é também deste trauma, a morte, que nasce a cultura, e nela, as narrativas e a poesia. A consciência da mortalidade nos fez inventar deuses e outros mundos possíveis. Em resumo, a morte faz nascer a cultura e seus textos, ou, se a pensarmos na perspectiva de Vilém Flusser (2007), é a responsável pela comunicação humana.

Também Ciro Marcondes Filho (2004) esboça ideias que convergem para as de Flusser (2007), ao observar a incomunicabilidade do humano. O autor afirma que de fato:

não nos comunicamos. Mas a alma sofre, emite sinais, faz apelos, suplica. A alma está o tempo todo querendo comunicar-se com as demais almas. Em casos extremos, o suicídio acaba sendo a única forma de dizer ao outro, de fazê-lo perceber nosso sofrimento, de comunicar aquilo que pela linguagem não passava mais, de forma alguma. (Marcondes Filho, 2004, p. 99)

Marcondes Filho (2004) acrescenta que o comunicar está além da estrutura linguística, materializando-se em formas menos codificadas, tais como o silêncio, o tato, os ambientes.

Para Norval Baitello Júnior (2012), que também parece compartilhar da ideia de Marcondes Filho (2004) sobre a comunicação como algo sensível, que vai além do verbal, a matéria-prima da comunicação é o afeto, responsável pela formação de vínculos.

A ideia de incomunicação também parece convergir em alguns aspectos discutidos pelos dois autores. Segundo Marcondes Filho (2004), a incomunicabilidade está presente em uma suposta “sociedade da comunicação”, sendo que a grande mídia difunde mensagens, mas não necessariamente produz comunicação. Para ele, mesmo as fórmulas de cortesia, usadas para a comunicação cotidiana, não significam o comunicar. As tecnologias, segundo o autor, ao invés de oferecerem mais e melhores oportunidades de comunicação, apenas iludem. É consonante o raciocínio de Baitello Júnior (2012) ao afirmar que, na mesma medida em que se busca ampliar e aperfeiçoar o uso de recursos e técnicas para a comunicação humana, aumentam as lacunas e entraves próprios da incomunicação, irmã gêmea da comunicação. O autor expõe a existência de um abismo entre o eu e o outro, e as tentativas de preenchê-lo com tudo o que temos: “com os gestos, com a voz, com os rastros (olfativos, visuais, auditivos ou táteis), com as imagens arcaicas, com escritas de todos os tipos, com as imagens produzidas por máquinas e até mesmo com as próprias máquinas de imagens” (Baitello Júnior, 2012, p. 60). A essa construção de pontes sobre o abismo, o autor dá o nome de comunicação, sendo que as pontes seriam as mídias, ou meios. Baitello Júnior (2012, p. 60) acredita ser este um trabalho insano, em que temos apenas “lampejos de um fugaz preenchimento, pontes fugazes que nos levam até o outro, transpondo por breves relances o vazio do abismo”. A ideia parece se aproximar do conceito de comunicação como acontecimento, descrito por Marcondes Filho (2004) como um evento improvável, um momento único, que precisa constituir novos sentidos.

Para Flusser (2007), a comunicação se faz a partir de duas formas, sendo uma dialógica e outra discursiva. Na dialógica, os seres humanos trocam informações diferentes com o intuito de síntese, criação de uma nova informação. Na forma discursiva, preservam-se as informações já existentes, esperando que estas, uma vez compartilhadas, resistam ao efeito entrópico da natureza. Uma forma não existe sem a outra e, para que haja um diálogo, é preciso que tenha havido a recepção anterior de discursos, assim como para a produção de discursos é preciso que tenha sido produzido um diálogo anterior. Para o filósofo, portanto, somente quando há o equilíbrio entre as duas formas, discurso e diálogo, é que a comunicação alcança o

seu objetivo de superar a solidão humana e dar significado à vida. É nesse contexto que o autor trata da incomunicação, que se caracterizaria pela dificuldade de produzir diálogos efetivos, pois a onipresença dos discursos predominantes torna toda tentativa de diálogo impossível e, ao mesmo tempo, desnecessária.

Concluindo, Flusser (2007) vê a comunicação como tentativa de driblar a morte. Norval Baitello Júnior (2012) a entende como processo de vinculação, por meio do afeto. Marcondes Filho (2004) a percebe como um evento raro, único e transformador.

A partir deste quadro teórico, passamos ao poético, presente nas narrativas em seus diversos suportes, neste caso, o fílmico, como uma possibilidade complexa de representar o fenômeno da morte, vista como fundamento da cultura e princípio da comunicação.

O POÉTICO COMO POSSIBILIDADE COMPLEXA DE ABORDAGEM DOS FENÔMENOS HUMANOS

As narrativas são responsáveis por dar uma certa ordem ao caos da incomunicação, à entropia da natureza, e aproximam-se, portanto, do conceito de comunicação como processo artificial e negentrópico (Flusser, 2007), o que nos leva à possível ideia de que a narrativa carrega em si a essência da comunicação, a capacidade de mediar, de construir pontes sobre abismos.

Para Florence Dravet e Gustavo de Castro e Silva (2016, p. 6):

o pensamento profundo sobre algo só o é na medida em que possui conexões autoprodutoras e auto-realizadoras em si mesmo. O pensar profundo é o pensar amorosamente, isto é, o pensar que adota o princípio da religação ou princípio com.

Entendemos o poético como uma linguagem polissêmica, complexa, na qual todos os elementos são elementos de sentido. Nela, forma e conteúdo são indissolúveis (Silva, 2012; 2013a).

Dravet e Castro e Silva (2016) discutem o poético como uma forma de pensamento e como um modo de olhar para os fenômenos do mundo. Entendem a comunicação vista por um princípio de ligação, nomeado “princípio com”. Para eles, além de criadora de realidades, a poesia seria razão e pensamento, uma força complexa, capaz de despertar, animar e movimentar. Os autores enfatizam as diversas funções do poético nas

formas artísticas: a de entreter, divertir, denunciar, refletir, provocar, informar, encantar e arrebatá-lo, além de romper com concepções de realidade, com a linguagem e com o medo da abertura que a própria poesia nos coloca, ao nos fazer desnudos diante de nós mesmos.

Não por acaso, também Dravet e Castro e Silva (2007) referem-se à comunicação a partir do grego *koinoslogos* (*koinos* = comunicação; *logos* = rejunção, saber, linguagem), como a ciência do diálogo; diálogo inclusivo de coisas e de homens. Ao discutirem a necessidade de uma comunicação que se realize a partir de uma abertura, caracterizam o “princípio com” como recorrência que preza pela criatividade nos acoplamentos e nos acompanhamentos, cuja sobrevivência no fechamento seria impossível. Fundamentados em Heidegger, os autores explicam que entendem “o radical *com* como princípio de religação”, que “torna todas as conexões possíveis” (Silva & Pichiguelli, 2017, p. 8).

Sendo o narrar uma forma de mediação da experiência, segundo Walter Benjamin (1994), entendemos que os fenômenos do mundo podem ser mediados pelas narrativas em seus distintos suportes (Silva, 2015a; 2016) e que, quando utilizada uma linguagem poética, é possível estabelecer-se uma forma complexa de comunicação, capaz de produzir o acontecimento comunicacional, como entendido na perspectiva de Marcondes Filho (2004). Entendemos as representações poéticas como um sistema aberto (Silva 2012; 2013b), enquanto princípio animador e movimentador, que propicia a conexão, na possibilidade de uma comunicação poética (Silva, 2015b), capaz de conduzir à reflexão; capaz, nas palavras de Dravet e Castro e Silva (2016, p.8) de “efetuar uma inversão no movimento de construção lógica do raciocínio, permitindo que a indefinição, a ambiguidade ou o paradoxo permaneçam por mais tempo e abram os campos da cognição através do sensível”.

Como objeto deste estudo, entendemos o filme *A festa da menina morta* como uma narrativa poética. Como narrativa, prevê um enredo, tempo, espaço e personagens, com a perspectiva de uma amarração entre o início da trama, seu desenvolvimento, um clímax e um desfecho. Tal amarração, porém, se faz de modo não linear, rompendo com os modelos convencionais de narrativas, pois opera com a junção de fragmentos não óbvios compostos por diálogos, imagens, uso das cores e dos enquadramentos, que não necessariamente significam um elo condutor das ações.

É o primeiro filme dirigido e roteirizado pelo ator brasileiro Matheus Nachtergaele, e as filmagens foram realizadas em Barcelos, no estado do Amazonas, tendo como protagonistas Daniel de Oliveira (Santinho),

Juliano Cazarré (Tadeu), Jackson Antunes (pai), Cássia Kiss (mãe) e Dira Paes (Diana), contando ainda com a participação de Paulo José (padre). Foi exibido nos cinemas no ano de 2008 e conquistou dois prêmios da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA), um na categoria de melhor filme de ficção e outro pela direção de fotografia de Lula Carvalho. A sinopse oficial resume a construção da narrativa:

há 20 anos uma pequena população ribeirinha do alto Amazonas comemora a Festa da Menina Morta. O evento celebra o milagre realizado por Santinho, que após o suicídio da mãe recebeu em suas mãos, da boca de um cachorro, os trapos do vestido de uma menina desaparecida. A menina jamais foi encontrada, mas o tecido rasgado e manchado de sangue passa a ser adorado e considerado sagrado. A festa cresceu indiferente à dor do irmão da menina morta, Tadeu. A cada ano as pessoas visitam o local para rezar, pedir e aguardar as “revelações” da menina, que através de Santinho se manifestam no ápice da cerimônia.¹

Entretanto, alguns elementos importantes para a compreensão da trama não são facilmente identificáveis no decorrer da narrativa fílmica, para aqueles que não leram a sinopse. O suicídio da mãe de Santinho, mencionado de forma clara no texto de apresentação do filme, não é mostrado na narrativa fílmica a não ser por vagos e ambíguos indícios. Mesmo a história da menina desaparecida, cujo vestido em trapos é entregue a Santinho por um cachorro, não é claramente relatada. A montagem da narrativa se faz, portanto, de forma subjetiva e poética, amarrada por meio de fragmentos não lineares e nem sempre obviamente relacionados entre si, o que enseja a participação cúmplice do espectador na experiência de remontar estes fragmentos.

Há um intenso naturalismo nas cenas, apresentando os personagens e situações realçados por uma crueza e uma agressividade animalíscas, como forças indomadas e entrópicas da natureza, reforçadas pela sexualidade em destaque, sobretudo nas reações explosivas e sensuais de Santinho, além da presença recorrente de animais e insetos.

A paleta cromática é escura, com tons de terra – sépia, nos planos internos, o que contrasta com o azul intenso dos planos externos, que poderiam simbolizar as contradições entre o interior e o exterior dos personagens, mergulhados em conflitos e angústias intraduzíveis em palavras.

¹ Retirado de <http://academiabrasileiradecinema.com.br/a-festa-da-menina-morta/>

Os personagens são incomunicáveis – falam sozinhos, não obtêm respostas uns dos outros, e há uma presença recorrente do monólogo, quase como que uma materialização vocal e teatralizada do fluxo do pensamento, encenada na presença de outro personagem, mas sem reação de escuta, de retorno, de interesse ou de compreensão.

Tadeu, irmão da menina morta, sofre de uma angústia inócua, uma dor ora contida, ora extravasada, mas que não chega a se materializar como ação questionadora dos fatos relacionados à morte de sua irmã.

Sobre o tempo da narrativa e o desenvolvimento do enredo, tudo se passa em aproximadamente 24 horas, momento da finalização dos preparativos para a Festa da Menina Morta, com o início que traz, além da preparação da festa em si, a caracterização de cada um dos personagens e indícios da relação destes com o episódio da morte da menina.

É quando sabemos dos poderes de médium de Santinho, que supostamente tornou-se “santo” ao receber fragmentos da roupa da menina da boca de um cachorro. Sensual, feminino, além de ser a autoridade local, demonstra-se cruel, irritadiço, inseguro e violento. É respeitado e temido por todos, além de se constituir como esperança ao olhar de Diana, resiliente mãe de uma filha doente, abandonada pelo marido, e que apesar de ouvir sempre previsões ruins da boca de Santo, insiste em consultá-lo.

Tadeu, apesar do sofrimento e da descrença, auxilia Santo no ápice da festa. Vive angustiado e em sofrimento; duvida da condição mediúnica de Santo, mas ao se aproximar dele, nada consegue fazer.

O pai de Santo, alcoólatra, amoral e exacerbadamente sexualizado, demonstra-se diretamente interessado em tirar proveito financeiro da festa e abusa do próprio filho.

O clímax da narrativa se dá quando, à noite, com a festa iniciada, Santo recebe a aparição da mãe, que cometeu suicídio, fato não completamente esclarecido, mas que apresenta indícios de dúvida quanto à natureza da morte e da possível responsabilidade do pai.

É com a aparição da mãe que a dor de Santo explode e é quando ele duvida de sua própria condição mediúnica.

O desfecho se dá com o ápice da festa, no qual Santo fala pela menina, amparado por Tadeu.

Em uma primeira leitura, em uma perspectiva fenomenológica, o filme possibilita uma experiência de sonho ou pesadelo, vertiginosa e angustiante, em uma espécie de poética do incômodo, ao levar o espectador de volta à natureza, ao caos, ao asco, à negação da comunicabilidade como condição humana. Volta-se a uma animalidade primitiva, marcada pela

presença de animais como o porco, que grita desenfreadamente em um ritual demorado para a morte; o jacaré, que boia de barriga para cima no rio; jabotis que copulam, mariposas, grilos e peixes enquadrados em planos de detalhe mais demorados do que o padrão.

A incomunicabilidade dos personagens é reforçada pelos enquadramentos em primeiro e primeiríssimo plano, com monólogos teatralizados e sem respostas, sem interlocutores.

A morte, desde o título, permeia toda a narrativa, exacerbada como natureza, na presença dos animais mortos, e traz como símbolo maior o vestido da menina morta, que se transfigura em poder, para Santo; em esperança, para Diana; em dor, para Tadeu; em memória, no retorno da mãe de Santo, e sobre a qual paira a dúvida do suicídio ou do assassinato.

CONSIDERAÇÕES

As narrativas repercutem discursos e suscitam o diálogo, sempre no presente, pois o narrar não se realiza a não ser no agora, e ainda que se narre o que já passou, transforma-se o passado em presente, de modo que a organização se torna ruptura ao promover o retorno ao passado. *A Festa da Menina Morta* parece permitir ao espectador uma experiência vertiginosa de aproximação com a natureza mortal que nos constitui, daí o incômodo: lembrar que somos animais finitos.

Ainda que sustentada por uma estrutura que prevê tempo, espaço, enredo, narrador e personagens, quando poética, a narrativa, além de representar, mediar, criticar e interpretar os fenômenos do mundo, possibilita a construção de um novo mundo, por meio de novas conexões entre os seres, as coisas e os seus (im)possíveis.

Morte e incomunicação parecem equivalentes, pois enquanto criamos artifícios para tornar a vida plena e vivível, enquanto nos vinculamos aos outros, compartilhando nosso tempo e espaço, enquanto possibilitamos que algo nos toque de forma rara e transformadora, comunicamos; estamos vivos. Por outro lado, ao nos perdermos em meio aos artifícios que criamos, ao nos vincularmos mais aos artifícios que aos outros humanos, ao separarmos a poesia do cotidiano, produzimos incomunicação; morreremos.

O poético é capaz de representar o fenômeno da morte, comum e singular, que nos irmana e angustia, provocando uma experiência sensível, dialógica, capaz de múltiplas conexões e vinculações, a partir de um

deslocamento em nossa subjetividade, que nos leva para além de nós mesmos, como possibilidade de viver o não vivido.

Como signos de múltiplos sentidos e conexões, que reverberam e permanecem, as representações poéticas da morte se inserem em nossa memória como acontecimento comunicacional, artifício que nos traz uma possibilidade sensível de compreensão da morte, como retorno ao sentido das coisas, reconectando-nos ao único possível do agora, ao outro, ao mundo e a nós mesmos.

A estética do incômodo, ao nos remeter à nossa animalidade, aproxima-nos da entropia da natureza, da morte, o único vínculo entre os personagens, produtor de alguma comunicabilidade, daí a necessidade de celebrá-la, para que ocorra a transmutação do trágico em sagrado, no qual a natureza se torna cultura e o caos se faz narrativa.

REFERÊNCIAS

- Baitello Júnior, N. (2012). *O pensamento sentado: sobre glúteos, cadeiras e imagens*. São Leopoldo: Unisinos.
- Benjamin, W. (1994). O narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In W. Benjamin (Ed.), *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (pp. 197-221). São Paulo: Brasiliense.
- Dravet, F. M. & Castro e Silva, G. de. (2016). *O pensamento comunicacional mediante o pensamento poético*. Comunicação apresentada no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa do INTERCOM. Retirado de <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1592-1.pdf>
- Dravet, F. M. & Castro e Silva, G. de. (2007). A mediação dos saberes e o pensamento poético. *Revista Famecos*, 32, 71-77.
- Flusser, V. (2007). *O mundo codificado*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Marcondes Filho, C. (2004). *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* São Paulo: Paulus.
- Morin, E. (1997). *O homem e a morte*. Rio de Janeiro: Imago.
- Silva, M. C. C. (2007). *Comunicação e cultura antropofágicas: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana*. Porto Alegre-RS / Sorocaba-SP : Sulina / Eduniso.
- Silva, M. C. C. (2009). *A pele palpável da palavra*. Sorocaba-SP: ProvoCare.

- Silva, M. C. C. (2010). Contribuições de Iuri Lotman para a Comunicação: sobre a complexidade do signo poético. In G. Ferreira, A. Hohlfeldt, L. C. Martino & O. J. de Moraes, (Eds.), *Teorias da Comunicação: trajetórias investigativas*, v.1 (pp. 273-291). Porto Alegre-RS: ediPUCRS.
- Silva, M. C. C. (2012). Sobre o poético e o hipertexto - por uma linguagem da complexidade em sala de aula. In E. M. Sacramento Soares & L. Petarnella (Eds.), *Cotidiano escolar e tecnologias - tendências e perspectivas* (pp. 113-136). Campinas-SP: Alínea.
- Silva, M. C. C. (2013a). Crônica de verão e Jogo de Cena: tecendo outros cotidianos. *Revista Rumores*, 7, 253-269.
- Silva, M. C. C. (2013b). A comunicação como artifício: uma leitura sobre Vilém Flusser. In Ferreira, G., Hohlfeldt, A., Martino, L. C. & Moraes, O. J. de. (Eds), *Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá* (pp. 45-65). Salvador-BA: EDUFBA.
- Silva, M. C. C. (2015a). João da Filmadora e as narrativas midiáticas: o papel da comunicação informal no jornalismo participativo. *Revista Brazilian Journalism Research*, 11, 52-71.
- Silva, M. C. C. (2015b). O Infiltrado: narrativas midiáticas e uma poética antropofágica. *Revista Galáxia*, 30, 125-137.
- Silva, M. C. C. & Hohlfeldt, A. (2015). *O poético das mídias*. Porto Alegre: EdiPUCRS.
- Silva, M. C. C. & Santos, T. C. (2015). Peregrinação, experiência e sentidos: uma leitura de narrativas sobre o Caminho de Santiago de Compostela. *Revista E-Compós*, 18, 1-15.
- Silva, M. C. C. & Silva, P. C. da. (2012). Em busca de um conceito de comunicação. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 16, 26-35.
- Silva, M. C. C. & Violla, E. S. D. (2016). A cultura alimentar e midiática: Narrativas sobre o feminino nas redes sociais. *Revista Razón y Palabra*, 1, 372-388.
- Silva, M. C. C., Martinez, M. & Azoubel, D. (2016). *Eduardo Coutinho em Narrativas*. Sorocaba: Provocare.
- Silva, M.C.C. & Pichiguelli, I. R. (2017). Comunicação, poesia e o religare. *Revista Comunicologia*, 10, 3-18. Retirado de <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/8776>

Citação:

Silva, M. C. C. (2019). Representações poéticas da morte nas narrativas midiáticas: *A festa da menina morta*. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 53-62). Braga: CECS.

ELAINE REGINA DOS SANTOS

elansantoselan@gmail.com

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA, BRASIL

MULHER ARTISTA. REGISTROS CLÁSSICOS DA PRÁTICA ARTÍSTICA E DOCÊNCIA

RESUMO

Notadamente é reduzido o número de nomes de artistas mulheres na História da Arte, bem como autores que tenham registrado a produção artística feminina. As perguntas que surgem são: não existiram mulheres no campo artístico? Ou o fato, assim como afirmam outros pesquisadores, foi construído historicamente? Refletindo sobre o tema, parece importante apontar registros dos autores clássicos italianos Plínio, “O Velho” (23 d.C.-79 d.C.), Giovanni Boccaccio (1313-1375) e Giorgio Vasari (1511-1574). Há de se considerar o hiato no tempo entre as publicações e o tempo presente, e a contextualização da sociedade de cada época. Este artigo busca iluminar estas questões e refletir a partir dos primeiros registros sobre a produção artística de mulheres e pesquisas posteriores desenvolvidas sobre o tema, como uma valorização da atividade artística independente de gênero, salientando a importância do aspecto social, político, econômico, artístico e humano de seres que compartilham saberes e trabalham na direção de enriquecimento e disseminação de cultura. As mulheres atuaram juntamente e não como coadjuvantes. Cabe aos pesquisadores dar luz aos fatos que deixaram lacunas na memória, colaborando para a compreensão e concepção de uma história mais próxima possível da realidade e para a evolução mais justa da humanidade.

PALAVRAS-CHAVE

Mulheres artistas; Plínio, O Velho; Giovanni Boccaccio; Giorgio Vasari

INTRODUÇÃO

O papel das mulheres na sociedade deparou-se com sérios problemas de submissão e controle sociais. “Foram raras, ao longo de muito tempo, as mulheres que se destacaram em atividades profissionais fora do

campo doméstico” (Santos, 2011, p. 35), e são escassos os apontamentos da produção feminina ao longo da História da Arte, inclusive no campo artístico, mesmo porque de boa parte do que foi produzido, raramente se tem registro. Quando há menção a um nome de mulher referente a uma certa obra artística do passado remoto, por vezes é “uma suspeita”, isto é, falta o reconhecimento do trabalho feminino, e muitos deles são atribuídos a artistas homens.

Os registros históricos, por um longo período, foram obtidos a partir do viés masculino, a quem não interessava destacar a produção feminina, sendo que ameaçava o *status quo*. Conforme Michelle Perrot (1994, p. 11) a publicação *O Segundo Sexo* de Simone de Beauvoir de 1949 estimulou a pesquisa sobre o tema, “muitas historiadoras do âmbito social demonstraram grande interesse ou investiram logo em seguida na história das mulheres”. Linda Nochlin em 1971 introduziu no debate a polêmica questão: “Why are there no great women artists?” Ao que, já em 1881, a artista Marie Bashkirtseff concluía: “perguntaram-nos com ironia indulgente quantas grandes mulheres artistas é que existiram. Ah, senhores, existiram algumas o que é surpreendente tendo em conta as enormes dificuldades com que se depararam” (Bashkirtseff citado em Vicenta, 2005, p. 209). Nochlin assinala que a questão não foi a inexistência de grandes mulheres artistas, talentosas ou dignas de grandeza, o silêncio e a invisibilidade feminina foi um fato construído historicamente. Além da falta de estímulos à aprendizagem ou à prática artística e o fato de serem submetidas e controladas ao longo da história pela dominante estrutura social masculina suas funções eram fundamentalmente ligadas à esfera doméstica. Perrot (1995) destaca que houve um silêncio sobre as mulheres no relato histórico, que foi pautado pelo egotismo político, econômico e social masculino, e a história que foi produzida é uma história na maioria das vezes idealizada pelos homens.

ARTISTAS FEMININAS? NÃO EXISTIRAM?

Embora tenham existido mulheres artistas destacadas e/ou acadêmicas ao longo da História, o registro de sua atuação foi bastante incomum. Os livros referência de História da Arte nos cursos de ensino demonstram bem isto.

Uma ilustração que define bem a condição de prestígio da mulher artista é a famosa pintura de Johan Joseph Zoffany (1733-1810), um dos fundadores da Academia Real Britânica (Figura 1). A Instituição tinha 34 membros fundadores, entre eles as artistas Mary Moser (1744-1819) e Angelica

Kauffman (1741-1807), e no quadro elas estão representadas apenas como dois retratos pintados pendurados na parede. Isto mostra como o reconhecimento era ambivalente e o credenciamento institucional era simplesmente simbólico. “Como mulheres, Kauffman e Moser foram proibidas de participar de reuniões de comissão e jantares que eram, e continuam sendo, principais arenas de discussão que determinam a direção da Academia” (Vickery, 2016, s.p.). Depois delas somente em 1936, outra mulher, Laura Knight foi aceita na Instituição.



Figura 1: Johan Joseph Zoffany (Frankfurt 1733-Londres 1810)
The Academicians of the Royal Academy - 1771-72 - Óleo sobre tela 101,1 x 147,5 cm

Fonte: <https://tinyurl.com/y4h9ap8w>

Outro fato que merece ser mencionado é o que narra a pesquisadora Ana Paula Cavalcanti Simioni (2007), quando, em 2002, fazia a coleta de dados de sua pesquisa sobre artistas brasileiras que frequentaram a Academie Julian, em Paris, principal escola privada em nível internacional que recebia estudantes estrangeiros e mulheres a partir do último quartel do século XIX. Ao pesquisar os documentos que se encontravam nos *Archives Nationales*, não encontrou nenhum nome feminino na longa lista de estudantes que por lá passaram, eles tinham apenas documentos relativos a classes masculinas, e ninguém por lá sabia explicar onde estariam as fontes relativas às alunas mulheres. Acabou por descobrir que havia uma escola particular chamada Academie Julian “refundada” em 1980, para onde

se dirigiu. Ao indagar ao diretor sobre o material ele respondeu “artistas Femininas no século XIX? Não existiram”. Ou seja, os documentos não estavam lá. Voltou a pesquisar a partir de publicações sobre o tema e descobriu, por fim, que as fontes se encontravam com um particular, Sr. André Del Debbio, a quem procurou e descobriu inúmeros documentos encaixotados, ainda em estado bruto, assim como obras produzidas por artistas mulheres dispostas em sua parede. Ao perguntar por que a documentação não estava nos *Archives Nationales* ele respondeu que quando comprou a marca, Academie Julian, em virtude da importância dos alunos homens que frequentaram a Academie, toda a documentação foi doada para o arquivo nacional. Porém, como as mulheres eram pouco consideradas e conhecidas, junto com a marca o novo proprietário levou de “brinde” o material das alunas. Fica a pergunta de Simioni (2007, s.p.) “como reavaliar os critérios de pertencimento e exclusão dos artistas se, no que tange a tais discípulas, sequer o acesso às fontes nos é permitido de modo igualitário?”

Refletindo sobre o tema, parece importante apontar registros dos autores clássicos italianos Plínio, “O Velho” (23 d.C.-79 d.C.), Giovanni Boccaccio (1313-1375) e Giorgio Vasari (1511-1574). Há de se considerar o hiato no tempo entre as publicações e o tempo presente, e a contextualização da sociedade de cada época, e o fato de que na antiguidade era corriqueiro o apontamento de informações disponíveis sobre algumas pessoas notáveis em curtas biografias ou *Vitae*. As informações eram combinadas com mitos ou acontecimentos idealizados e ao serem secularmente reproduzidas e repassadas, ganhavam veracidade (Momigliano, 1993).

Ítalo Calvino (1993, p. 10) apresentou 14 motivos convincentes para se ler um clássico, ele nos lembra que “os clássicos são livros que exercem uma influência particular quando se impõem como inesquecíveis e também quando se ocultam nas dobras da memória, mimetizando-se como inconsciente coletivo ou individual” e que o Clássico “tende a relegar as atualidades à posição de barulho de fundo, mas ao mesmo tempo não pode prescindir desse barulho de fundo”. Quem escreve acredita num momento futuro que vai ser lido, acredita na força e potência da cultura humana. Ao ler e refletir um clássico dialoga-se com as marcas de leituras que precedem a nossa, desvela-se a incrível maneira de tornar-se humano através dos tempos. Traz vivo o ser humano que reside na cultura e em cada ser. É possível encontrar pistas na escrita de um autor clássico do encontro com a leitura no tempo seguinte, e no tempo agora, mesmo que persista “como rumor, mesmo onde predomina a atualidade mais incompatível” (Calvino, 1993, p. 15). Vamos a eles.

Giovanni Boccaccio (1374) afirma na introdução de sua publicação *De Claris Mulieribus* que este é o primeiro livro da literatura ocidental voltado exclusivamente à vida de mulheres. Sua obra agrupou cento e seis biografias de mulheres ilustres, umas mitológicas, outras históricas. Basicamente suas fontes foram obras de autores da tradição romana, como Ovídio, Suetônio e “Plínio, O Velho”. As obras de Plínio e Giorgio Vasari exibem ampla desproporção relacionada ao número de biografias de artistas homens e de mulheres atuantes, há um grande número de artistas do sexo masculino apresentados contra um diminuído número do sexo feminino, e estas com biografia mais abreviada.

MULHERES ARTISTAS NA ANTIGUIDADE

Naturalis Historiae (Pliny The Elder, 1896) é uma enciclopédia escrita pelo naturalista romano Plínio, “O Velho”, publicada entre os anos 77 d.C. e 79 d.C., que foi modelo para enciclopédias e trabalhos acadêmicos posteriores como resultado de sua amplitude de assunto, referências de autores originais e índice. A enciclopédia consta de trinta e sete livros, organizados em dez volumes, e aborda temas como astronomia, matemática, geografia, etnografia, antropologia, fisiologia humana, zoologia, botânica, agricultura, horticultura, farmacologia, mineração, mineralogia, escultura e pintura.

No capítulo 40 do livro XXXV Plínio aponta seis mulheres artistas da antiguidade, entre elas três pintoras gregas que antecedem sua época: Timarete, Aristarete e Olimpia (sobre a última destacou a prática do ensino, apontando o pintor Autoboulus como seu aluno), e três helenísticas, das quais duas filhas de pintores famosos. Sobre Calypso, ele apenas cita seu nome, e sobre Helena de Egípto, faz referência ao fato de ter pintado o mural retratando “A Batalha de Issus”, onde lutaram Darío III, rei dos persas e Alejandro Magno (Alexandre o Grande), rei da Macedônia no século 333 a.C. Sobre Iaia de Kyzikos (encontrada em outras citações com variações de nome como Yaya de Cizico ou Lala de Cizicus, e Marcia na publicação de Boccaccio), aponta sua destreza artística na realização de retratos de mulheres, enaltecendo seu trabalho que inclusive superava em qualidade aos dos pintores masculinos da época, merecendo preços melhores no mercado, e ressalta o fato de ela ser solteira. Plínio expõe que tanto a atuação artística, como a atuação no ensino, relativo à Olímpia, era desempenhada por mulheres naquela época, a despeito do reduzido número de artistas citadas (Plínio “O Velho”, 1896, p. 171).

Giovanni Boccaccio em sua publicação *De Mulieribus Claris*, publicada em 1374, apresenta três pintoras da antiguidade. Já no índice destaca sua filiação ligada a “homens” ilustres: LVI. Thamyris, Daughter of Micon (56 - Thamyris, Filha de Micon); LIX. Irene, Daughter of Cratinus (59 - Irene, Filha de Cratinus) e LXVI. Marcia, Daughter of Varro (66 - Marcia, Filha de Varro). As três foram citadas na obra *Historia Naturalis* de Plínio mais de um século antes.

Na apresentação de Tamaris, embora Boccaccio (2003, pp. 114-115) mencione as qualidades de sua pintura, sua habilidade em comparação à fiação e tecelagem de outras mulheres, suas escolhas e ousadia ao se afastar de tarefas identificadas como femininas, ao apresentá-la a identifica como filha de Micon. Aponta que não importa o que sua filiação possa ter sido, não por sua própria capacidade, mas porque naquela época existiam dois artistas com o mesmo nome, seja ele quem fosse Tamaris “praticou o ofício de seu pai com talento notável”. Fica uma possível informação de que suas qualidades não seriam méritos dela e sim por sua filiação, fosse qual fosse. Quando compara o seu trabalho à fiação e tecelagem de outras mulheres suscita dúvida impressão, uma a de elogiar e a destacar entre outras mulheres, porém não a compara com a de outro artista com a mesma atividade, a da pintura.

Ao se referir a Irene (com variação dos nomes Eirene, Yrene), Filha de Cratinus, Boccaccio (2001, pp. 249-251) tece elogios sobre ela, no entanto, salienta que o fez motivado pela concentração intelectual da artista, já que as mulheres em geral “são muito lentas a adquirir” tal capacidade. Aqui fica clara a questão de como a mulher era vista como um indivíduo inferior, e diante de tal expectativa social deveria ser um grande desafio desenvolver habilidades e se impor.

Embora Boccaccio registre em sua obra a importância da presença da mulher na cultura, com este tratado aprecia também a subordinação feminina. Exibe em seus registros o contexto social da época, com a virgindade feminina como um trunfo atrelada à moral e religiosidade. Ao citar Marcia, Filha de Varro, (com variação de nome: Laia; Lala; Laya; Maia; Marcia; Martia), descreve que ela se manteve virgem por toda a vida, por sua própria vontade, não por pressão de autoridade superior ligada à Igreja ou outro compromisso, o que restringia as mulheres da época (Boccaccio, 2003, p. 135).

Boccaccio (2003, p. 136) destaca também sobre Marcia a capacidade intelectual e destreza manual, não sabendo exatamente se tinha aprendido

com algum professor ou se tinha sido naturalmente dotada, e que seu trabalho se destacava entre os pintores da época.

Le vite de' piú eccellenti Pittori, Scultori et Architettori, da Cimabue insino a tempi nostri foi a obra de Giorgio Vasari (1511 – 1574), pintor e arquiteto italiano, publicada em 1550 e corrigida e ampliada em 1568, com o título *Le vite de piú eccellenti architetti, pittori, et scultori italiani*. Entre cerca de duzentas biografias uma é dedicada a uma mulher, a escultora Bolognesa Madonna Properzia de' Rossi (C. 1490 – 1530) apresentando uma breve biografia da artista na qual exaltou sua destreza, habilidade e ousadia de trabalhar em tão árduo ofício, enfrentando a rugosidade e dureza do mármore e do ferro, e a destacou entre as mulheres notáveis, guerreiras, poetas e artistas da antiguidade (Vasari, 1550, p. 362). Apesar de apenas uma biografia da obra ser dedicada a uma artista mulher “Properzia De' Rossi - Scultrice Bolognese”, comparada com o número de homens artistas, Vasari faz a seguinte introdução:

é uma ótima coisa que, em todas as virtudes e em todos os exercícios em que, a qualquer momento, quiseram as mulheres intrometer-se com algum estudo, sempre foram excelentes e famosas, como com uma infinidade de exemplos que pode facilmente provar para aqueles que talvez não tenham acreditado nisso. (Vasari, 1550, p. 362)

O autor cita a presença de outras mulheres, porém inseridas em biografias de seus pais, sem mencionar o nome das mesmas, como ao finalizar a biografia de Paulo Uccello onde conta que ao falecer o artista deixou uma filha que sabia desenhar (Vasari, 1550, p. 123). Na página 407, ao narrar a vida do “Intagliadore” Valerio Vicentino, menciona que o artista ensinou o ofício à sua filha, que trabalhava muito bem.

Na edição de 1568 expande o texto e na mesma página da biografia da pintora bolognesa Properzia de Rossi menciona outras mulheres artistas: Irmã Plautilla, Lucrezia Quistelli della Mirándola, Irene di Spilimbergo¹, aluna de Tiziano, Barbera Longhi e Soffonisba Angusciuola, alude pouco sobre esta na biografia de Properzia e na página 619 tece mais comentários relativos a seu trabalho e as habilidades de suas irmãs Minerva, Lucia, Europa e Anna.

Vasari elogia com elegância, porém fica clara a posição de exceção que a mulher apresentava. O verbo “intromettersi” aponta isto, e a

¹ Na obra referida de Giorgio Vasari o nome aparece apenas Irene, quando narra a vida de Tiziano, na obra “Opere di Giorgio Vasari pittore e architetto aretino: 2” de David Passigli e Soci, 1832 - 772 páginas.

expressão “provar para aqueles que talvez não tenham acreditado nisso”, como aparece na edição de 1550, corrobora a falta de seriedade com que as mulheres eram identificadas, ou quiçá a ameaça que pudessem representar. Neste contexto a mulher era vista como frágil, pueril, quase santificada. Sobre a escultora Properzia de Rossi comenta que não se envergonhava de trabalhar na escultura, com material rude, e ainda cuidava do serviço doméstico.

Embora Vasari mencione pouco sobre Sofonisba Angusciola (c.1530-1626), variação do nome Sofonisba Anguissola, é importante expor que foi uma pintora italiana, de nobre família de Cremona, educada em pintura juntamente com suas cinco irmãs. Na Figura 2 que ilustra um autorretrato da artista é admirável notar a inscrição em latim ao redor da borda do medalhão que empunha: “a donzela Sofonisba Anguissola, representada por sua própria mão, de um espelho, em Cremona” (Vasari, 1568/1997, p. 501) mostrando atitude e personalidade ao apresentar autoria e valorização de seu trabalho.



Figura 2: Autoretrato Sofonisba Anguissola c.1532-1625
Miniatura. Aguarela em pergaminho 8,3 x 6,4 cm

Fonte: <http://www.mfa.org/collections/object/self-portrait-33656>

Na página 617 outra artista é apontada na obra de Vasari, ao citar o gravador Giovambattista, um cidadão montuano, como um excelente escultor, e a habilidade de dois filhos seus que entalham divinamente estampas em cobre: “e, o que é a coisa mais maravilhosa, uma filha, chamada Diana, ela também esculpe tão bem que é maravilhoso, e eu que a vi,

que é muito gentil e graciosa menina, e suas obras que são belíssimas, me deixaram estupefato” (Vasari, 1568/1997, pp. 617-618). Vasari (1568/1997, p. 723) menciona Barbera, filha do Mestre Luca de’ Longhi, que o autor considera desenhar muito bem. E na página 729, outra artista é identificada “Irene, virgem belíssima, literata, música e encaminhada no desenho”. O autor faz referência a artistas miniaturistas holandeses, acompanhados de algumas mulheres (*alcune donne*): Susanna, Clara Skeysers, Anna, Levina e Caterina, que em sua maior parte são filhas de grandes mestres (Vasari, 1568/1997, p. 752).

Stephenson (2008, pp. 6-7) menciona como curioso o fato de Vasari não ter se referido à Lavínia Fontana, já que era amigo de seu pai, porém crê que possivelmente Lavínia tenha recebido formação na pintura até a década de 1570, assim como, em letras, matemática e geometria, durante sua juventude, porque além de seu pai admirar a nobreza e a vida aristocrática, sua pintura tem o mesmo estilo da de Prospero. Segundo Everson, Reidy e Sampson (2016) Lavinia Fontana, pintora italiana, filha do pintor Prospero Santana, pintor maneirista da Escola de Bologna, foi contemporânea de Sofonisba, nasceu em 24 de agosto de 1552 na Bologna e faleceu no dia 11 de agosto de 1614, em Roma. É considerada a primeira artista mulher a se destacar profissionalmente, e a primeira mulher artista a pintar nus femininos. Contraiu matrimônio com Gian Paolo Zappi, que foi discípulo de seu pai. A artista com seu próprio trabalho sustentou uma família de treze pessoas. Pintou para clientes ilustres como o Papa Clemente VIII e Paulo V. Lavinia, foi eleita para a Academia de San Luca em Roma no ano de 1609, ano em que a Academia mudou suas regras para admitir uma artista mulher.

CONCLUSÃO

O período entre a publicação de Plínio e de Giovanni Boccaccio compreende mais de um século, e o número de mulheres apresentadas é reduzido. Depois de cento e setenta e seis anos Giorgio Vasari publica sua obra, mencionando reduzido número de artistas de sua época. O que podemos verificar é que há uma enorme lacuna de tempo além de poucos registros da produção artística feminina nas obras clássicas citadas, comparativamente aos registros masculinos, porém ainda assim são em maior número do que nos livros de História da Arte usados como referências em cursos de ensino, que por vezes são nulas. Conforme apontam outros pesquisadores, a questão não foi a inexistência de grandes mulheres artistas, habilidosas ou virtuosas, e sim o silêncio e a invisibilidade feminina, um fato edificado

através da história. Além da ausência de estímulos à aprendizagem ou à prática artística suas funções eram essencialmente vinculadas ao campo doméstico e familiar, e a imagem feminina esteve vinculada à fragilidade e pureza, ou perigosa sedução, quando não à falta de pouca inteligência ou habilidade, resquícios estes encontrados ainda na sociedade atual. A grande maioria das mulheres apresentadas nas obras clássicas, que obtiveram alguma notoriedade, eram de famílias abastadas e/ou filhas de pai artista, com o qual aprenderam o ofício.

Inúmeros estudos foram e estão sendo realizados para recontar a história da sociedade humana trazendo luz aos fatos que ficaram ocultos e dando voz aos silêncios, quando possível, já que muitos registros não mais existem. Trata-se de iluminar estes caminhos que denunciam o quanto a maioria das mulheres artistas, por estar submetida, ou participar da manutenção do poder social estabelecido, teve sua atuação anulada ou obscurecida, e desvelar a qualidade e importância de sua produção.

As mulheres atuaram juntamente e não como coadjuvantes. Cabe aos pesquisadores dar luz aos fatos que deixaram lacunas na memória, colaborando para a compreensão e concepção de uma história mais próxima possível da realidade e para a evolução mais justa da humanidade.

A memória, onde cresce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro. Devemos trabalhar de forma a que a memória coletiva sirva para a libertação e não para a servidão dos homens [e das mulheres] (Le Goff, 1990, p. 477).

REFERÊNCIAS

- Boccaccio, G. (2001). *De Molieribus Claris*: [Famous Women]. Cambridge e London: Harvard University Press.
- Boccaccio, G.. (2003). *Famous women*. [De mulieribus claris. English]. Cambridge: Harvard University Press.
- Calvino, Í. (1993). Por que ler os clássicos. São Paulo: Cia das Letras.
- Everson, J. E., Reidy, D. V. & Sampson, L. (2016). *The Italian Academies 1525-1700: Networks of Culture, Innovation and Dissent. Italian Perspectives*. Great Britain: Editora Routledge.
- Le Goff, J. (1990). *História e memória*. Coleção Repertórios. Campinas: Editora da UNICAMP.

- Momigliano, A. (1993). *The Development of Greek Biography*. London: Harvard University Press.
- Nochlin, L. (1988). Why have there been no great women artists? In *Art and Sexual Politics*. New York: Harper and Row.
- Plínio O Velho (1896). The Painting. In *The Elder Pliny's Chapters On The History Of Art* (pp. 119-173). London: Macmillan and CO., Ltd. New York: The Macmillan. Retirado de <https://ia600208.us.archive.org/2/items/cu31924031053550/cu31924031053550.pdf>
- Perrot, M. (1995). Escrever uma história das mulheres: relato de uma experiência. *Cadernos pagu*, (4), 9-28. Retirado de <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=50915>
- Santos, E. R. (2011). *Celeida Tostes: O barro como elemento integrativo na Arte Contemporânea*. São Paulo. Dissertação de Mestrado em Artes, Instituto de Artes, UNESP, São Paulo, Brasil.
- Simioni, A. P. C. (2007). *As mulheres artistas e os silêncios da história: a história da arte e suas exclusões. Labrys, études féministes/ estudos feministas* [Post em blogue]. Retirado de <https://www.labrys.net.br/labrys11/ecrivaines/anapaula.htm>
- Stephenson, A. H. (2008). *The Portrait Drawings of Lavinia Fontana: Gender, Function, and Artistic Identity in Early Modern Bologna*. Lexington: ProQuest.
- Vasari, G. (1550). *Le vite de' più eccellenti architetti, pittori, et scultori italiani da Cimabue insino a' tempi nostri*. Firenzi: sem editora.
- Vasari, G. (1568/1997). *Le vite dei più eccellenti pittori, scultori e architetti*. Firenzi: Newton Compton Editori.
- Vickery, A. (2016). Hidden from history: the Royal Academy's female founders. *RA Magazine*. Retirado de <https://www.royalacademy.org.uk/article/ra-magazine-summer-2016-hidden-from-history#related-articles>

Citação:

Santos, E. R. (2019). Mulher artista. Registros clássicos da prática artística e docência. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 63-73). Braga: CECS.

VALÉRIA NANCÍ DE MACÊDO SANTANA

valeriananci@ig.com.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

O DESIGN DAS CAPAS DE DISCOS BRASILEIRAS E PORTUGUESAS DOS ANOS 1960: UM ESTUDO COMPARADO

RESUMO

“O design das capas de discos brasileiras e portuguesas dos anos 1960: um estudo comparado” apresenta o resultado do intercâmbio internacional, do qual participei, via convênio de cooperação acadêmico-científica, estabelecido entre o curso de Licenciatura em Artes Visuais da Universidade de Évora (Portugal) e o Mestrado em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade Estadual de Feira de Santana (Brasil). A proposta do mesmo é apresentar um estudo do design das capas de discos brasileiras e portuguesas dos anos 1960, demonstrando através das imagens destas, e do contexto da época, possíveis diferenças ou similaridades em termos de importância histórica frente à década aqui posta. Para isso, fiz uma pesquisa documental e bibliográfica nos dois países, colhendo informações sobre a temática supracitada, cruzando dados e analisando aspectos inerentes às mesmas que me dessem respaldo para a escrita deste artigo.

PALAVRAS-CHAVE

Design; capas de discos brasileiras e portuguesas; 1960

FAIXA INICIAL

Na fusão entre meu objeto de estudo no Brasil (o Desenho das capas de discos da Bossa Nova e da Tropicália) com algo referente a este em Portugal, desenvolvi um estudo comparado do design das capas de discos produzidas nos dois países na década de 1960. Tal década foi escolhida para fazer esta pesquisa porque, nesse período, houve várias transformações nos países em estudo, que marcaram o campo cultural. No campo do design e da música não foi diferente. No Brasil a ditadura militar reinava absoluta e viria a ser determinante em grande parte deste tempo, tanto na

vida social das pessoas, quanto nas artes em geral – como foi o caso do design capista e da MPB (música popular brasileira) em si que “sofreu amputações de versos em várias das suas canções, quando não eram totalmente censuradas”¹. Em Portugal, Salazar tentava obstruir a intelectualização dos cidadãos via cultura, literatura, etc., o que afetou, não só a música local, como a produção capista de discos neste período.

Sabe-se que as capas de discos surgiram, a princípio, apenas como meros invólucros sem o intuito de informar – apenas proteger o conteúdo fonográfico. A imagem era relegada a segundo plano e, com isso, o poder da mesma que hoje conhecemos era inexistente. Com o decorrer do tempo, a imagem foi ganhando espaço, e as capas passaram a ser personalizadas e esteticamente muito mais trabalhadas. Nesse sentido, a contemplação passou a ser, não só dos fonogramas, como também de sua produção e design capista: a estética visual tornou-se determinante na identificação visual fonográfica.

LADO A – BRASIL, MÚSICA E DESIGN CAPISTA

No contexto dos anos 1960, o Brasil passou por dois momentos históricos da música no país: a Bossa Nova e a Tropicália. No início da década a Bossa Nova viveu tempos áureos – João Gilberto, Tom Jobim, Tamba Trio, Nara Leão, todos, sem diferenciação fizeram sucesso. Nesse período, o que se convencionou chamar de Bossa Nova foi um novo estilo musical que inaugurou um novo jeito de se ouvir e retratar a música no Brasil: tons mais suaves, tanto em forma de canção, quanto em sua concepção visual. Mas, de acordo com Naves (2001, pp. 9-10), “não se pode dizer que os músicos e letristas que criaram o estilo musical bossa-novista (...) estivessem (...) prontos para liquidar uma estética ultrapassada e fundar uma inteiramente nova, calcada na experimentação formal”. Já em meados do final da década, a Tropicália veio revolucionar o que se via e ouvia no país. Era o auge da contracultura e de tudo o que se considerava como arte até então. Ela foi além de um movimento musical: foi revolucionária. Trouxe cores, nova estética e novos valores na forma de pensar diante de sua época: “configurou-se como um movimento cultural, transcendendo os limites de questões meramente estéticas ou confinadas ao âmbito da canção popular” (Naves, 2001, p. 47).

¹ Retirado de <http://virtualia.blogs.sapo.pt/20962.html>

A produção das capas de discos, diante de estilos musicais tão diferenciados, também teve dois momentos bastante distintos. O fato é que tanto a Bossa Nova (que perpassou o início dos anos 60) quanto a Tropicália (no fim da década) trouxeram consigo, portanto, novas formas de “ouvir” e “ver”. Ambas marcaram a época, com nova estética musical e imagética em que as capas dos discos e as canções traduziam e identificavam a cultura comportamental, material e ideológica espaço-temporal. As capas, nesse sentido, identificam a materialização clara em que ocorreram.

A linguagem visual das capas de discos bossa-novistas e tropicalistas trouxe estéticas revolucionárias para este período e, desde então, passou a identificá-las: aspectos da cultura se revelam em suas produções capistas, até porque, fica claro que conforme afirma Gomes (2011, p. 63) “a cultura (...) estará sempre integrada e presente em (...) desenhos industriais”.

A Bossa Nova, por exemplo, surgida na Zona Sul do Rio de Janeiro de 1958, e que teve seu auge nos anos 1960, buscava fugir das extravagâncias da Era das canções exageradas e das cores “aberrantes” que até então reinavam no Brasil. A Bossa trazia suas canções e imagens ligadas ao “barquinho, praia e sol” através de um aspecto *clean* das chamadas músicas de apartamento. Vozes e tons suaves clarificavam e dimensionavam o estilo, até então, impensado (Figuras 1 e 2).



Figura 1: Nara Leão – *Nara* (1964)

Fonte: <https://tinyurl.com/y536apss>



Figura 2: Wanda Sá – *Vagamente* (1964)

Fonte: <https://tinyurl.com/y2ersvyz>

O contexto histórico da época bossa-novista (fim da década de 1950 e início dos anos 1960), reflete-se, portanto, nas ideias, comportamentos, canções e na estética então em voga – estética esta visível no design das capas dos discos do estilo musical, também. “Nos fins da década de 50, no Brasil tudo se tornou *Bossa Nova*; a música era *Bossa Nova*, o futebol

era Bossa Nova, a praia era Bossa Nova e o presidente era Bossa Nova” (Rebouças, 2008)². Isso quer dizer que o momento vivido pelo país era muito diferenciado. Algo nunca antes visto ou pensado: “o Brasil (...) viveu um interessante momento de modernização de sua sociedade e economia. (...) deixava de ser um país ‘tradicional’, ‘agrícola’ e ‘atrasado’ para agora se definir pela grandeza de suas cidades e a imponência de seus feitos” (Sousa, s.d.)³.

O que se viu no país em transição de décadas foi a ideia de se poder (e querer) fazer algo novo, sobretudo no campo artístico/cultural. Novas reflexões, revisões. Assim, “em alguns casos, consolidou-se um movimento que já se iniciara em décadas passadas. Mas, outros movimentos nasceram exatamente naquele momento e se tornaram marcos e/ou referências de renovações estéticas que viriam a se firmar mais plenamente depois” (Kornis, s.d.)⁴ – como no caso da Tropicália.

A Tropicália, surgida num período conturbado da história brasileira (a ditadura militar), queria e conseguiu ser revolucionária. Nos idos de 1967-69 a turma de Gil, Caetano, Tom Zé, e tantos outros, parecia querer fazer provocantes suas canções e identificações imagéticas. Músicas e linguagens visuais em tons agressivos e “aberrantes”: cores fortes e um estilo psicadélico inconfundível (Figuras 3 a 5).



Figura 3: Tropicália – Tropicália ou Panis et Circencis (1968)

Fonte: <https://tinyurl.com/y3jpk3q9>



Figura 4: Caetano Veloso - Caetano Veloso (1969)

Fonte: http://365cancoes.blogspot.com.br/2010_01_01_archive.html

² Retirado de <http://www.infoescola.com/musica/bossa-nova-no-brasil-50-anos/>

³ Retirado de <http://educador.brasilecola.com/estrategias-ensino/o-brasil-bossa-nova.htm>

⁴ Retirado de <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Sociedade/Anos1950>



Figura 5: Tom Zé – *Grande Liquidação* (1969)

Fonte: <https://tinyurl.com/y6omyfs9>

A busca de mudanças e conquistas ficou clara quando das manifestações artístico-culturais da época tropicalista – um momento de grande tensão e vontade de revolucionar, onde “a música, a literatura, o cinema e os movimentos sociais no Brasil foram atingidos por este clima efervescente de mudança e conquista por uma cultura nacional e liberdade em diversos âmbitos” (Santos, 2009, p. 488).

O fato é que a Tropicália, bem como a Bossa Nova, trouxe novas concepções ideológicas, comportamentais e materiais. Esteticamente o movimento tropicalista foi revolucionário, tanto em suas canções, quanto em suas ações e, porque não dizer, nas produções de design capista da época (reflexo de todo o momento vivido) – momento este, um dos mais marcantes da história do Brasil, por sua rispidez e censura.

LADO B – PORTUGAL, MÚSICA E DESIGN CAPISTA

Em alguns escritos pesquisados, observa-se que a música lusitana até os anos 1960 não teve grande representatividade. Em relação a essa questão, dizia-se que “o isolamento das décadas de trinta e cinquenta começará a ser quebrado pela progressiva abertura do país ao exterior e, no plano musical, pela vulgarização do *mass media*, a rádio, a televisão e o cinema” (Brito & Cymbron, 1992, p. 171). Havia uma inquietação por parte dos músicos da época em inovar e dar nome ao que se produzia musicalmente, sobretudo no final dos anos 1960, quando se começa a buscar termos para uso e denominação do que se fazia: “nova música popular portuguesa”, ‘renovação da música popular portuguesa’ ou simplesmente ‘nova música portuguesa’ traduzia as preocupações sociais de uma nova geração politicamente empenhada de compositores e intérpretes” (Castelo-Branco, 2010, p. 877).

Bem como a música, alguns teóricos consideram que o design de capas de discos dessa década em Portugal também não teve tanta expressividade. Em consultas das mais variadas possíveis, e no contato com portugueses nativos, acervos fonográficos, websites do país e idas às bibliotecas de Lisboa (Gulbenkian e Nacional), acabei por descobrir alguns discos importantes do período, mais por sua parte auditiva do que visual (design de capas) é bem verdade: assim, cheguei a uma lista dos considerados melhores daqueles anos.

Dentre os discos tidos como mais emblemáticos do início da década de 60 em Portugal estão: Alfredo Marceneiro, *The Fabulous Marceneiro* (1961); Amália Rodrigues, *O Busto* (1962); Carlos Paredes, *Verdes Anos* (1962); José Afonso, *Baladas e Canções* (1964); Amália Rodrigues, *Estranha Forma de Vida* (1965) (Figuras 6 a 10).



Figura 6: Alfredo Marceneiro – *The Fabulous Marceneiro* (1961)

Fonte: <https://tinyurl.com/y2dr7bdw>



Figura 7: Amália Rodrigues – *Amália Rodrigues (O Busto)* (1962)

Fonte: <https://tinyurl.com/y2wgv4xk>



Figura 8: Carlos Paredes – *Verdes Anos* (1962)

Fonte: <https://tinyurl.com/yxkgh7dx>



Figura 9: José Afonso – *Baladas e Canções* (1964)

Fonte: <https://tinyurl.com/yyqq6xfv>

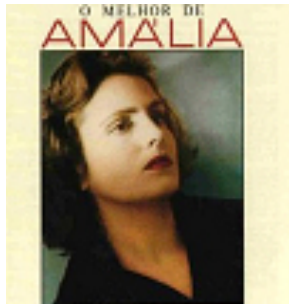


Figura 10: Amália Rodrigues – *Estranha Forma de Vida* (1965)

Fonte: <https://tinyurl.com/y3zsjenw>

Fazendo a relação com o que acontecia no início dos anos 1960 e em Portugal (o governo Salazar), as capas dos discos lusitanas – Amália Rodrigues, *O Busto*, 1962; Carlos Paredes *Verdes Anos* (1962); José Afonso, *Baladas e Canções* (1964) e Amália Rodrigues, *Estranha Forma de Vida* (1965) – têm uma coerência lógico-formal com o contexto histórico repressivo: utilizam poucas cores, fontes não extravagantes e disposição dos elementos sem muitas assimetrias. A única que foge à regra é a colorida capa de Alfredo Marceneiro *The Fabulous Marceneiro* (1961).

É bem verdade que são capas sem grandes referências de design (muitas até com a mesmice do uso do perfil em quatro delas – exceto a de Carlos Paredes), mas que, ao menos, seguem o contexto cultural vivido no momento: expressam características próprias do início da década referenciada.

Já no final dos anos 1960, encontramos como destaque os discos de Carlos Paredes, *Guitarra Portuguesa* (1967); Adriano Correia de Oliveira (1967); José Afonso, *Cantares do Andarilho* (1968); Carlos do Carmo e Lucília Carmo, *An Evening at The Faia* (1969); Filarmónica Fraude, *Epopéia* (1969) (Figuras 11 a 15).

Percebe-se que essas capas nada expressam aquele mundo do final dos anos 1960 que buscava, a todo custo, uma libertação a partir de suas revoluções políticas, sociais e sobretudo, artístico-estéticas. Dessas cinco, apenas a de Carlos do Carmo e Lucília Carmo, *An Evening at The Faia* (1969) traz mais extravagâncias nas cores, ousa mais nas imagens, na disposição dos elementos e nas fontes em amarelo.

É bem verdade que estes 10 discos portugueses citados foram fonograficamente marcantes nos anos 1960. No entanto, embora alguns

deles tenham tido seus designs de capas confeccionados com coerência na época especificada, eles, para muitos estudiosos, não podem ser considerados marcantes visualmente.



Figura 11: Carlos Paredes – *Guitarras Portuguesa* (1967)

Fonte: <https://tinyurl.com/y33xt3kf>



Figura 12: Adriano Correia de Oliveira – *Adriano Correia de Oliveira* (1967)

Fonte: <https://tinyurl.com/y4f4s7sj>



Figura 13: José Afonso – *Cantares do Andarilho* (1968)

Fonte: <https://tinyurl.com/bu6mxln>



Figura 14: Carlos do Carmo e Lucília Carmo – *An Evening at The Faia* (1969)

Fonte: <https://tinyurl.com/yx8uzb6x>



Figura 15: Filarmónica Fraude – *Epopeia* (1969)

Fonte: <http://pdclinks.net/forum/index.php?topic=148o8.o>

LADO A X LADO B: UM ESTUDO COMPARADO

Ao contrário do design das capas brasileiras da década de 1960 que teve figuras consideradas revolucionárias como Cesar Villela (designer Bossa Novista) e Rogério Duarte (designer Tropicalista), o que se sabe é que o design em Portugal, durante os anos 1960 foi, muitas vezes, relegado a segundo plano – talvez isto explique o fato das capas de discos no país, neste período, não terem tido tão grande expressividade quanto as brasileiras. As dificuldades desta atividade em terras lusitanas eram imensas, visto que

o problema do Design em Portugal começa por uma inexistência de conhecimento e de assunção da própria actividade profissional por parte do público em geral. Em grande parte seriam arquitetos (...) e os artistas, que invocariam a sua legitimidade na tarefa. (Redol, 2008, pp. 71-72)

Não era nada fácil lidar com tal empecilho, pois o que se via era uma “falta de delimitação de fronteiras, uma indefinição absoluta de parâmetros, até por parte dos próprios executantes, a falha no estabelecimento de uma profissão e por falta de informação e de acesso à mesma”. Além de todos estes problemas, o design português vivia às voltas com questões políticas que geravam incertezas e angústias. O governo Salazar sufocou os lusitanos “numa tentativa de obstrução de qualquer entrada de cultura, literatura, ou outros meios de intelectualização dos portugueses”. Com o autoritarismo ditatorial, o estadista “tornava a chegada de novos valores estéticos e culturais e dos mais recentes avanços tecnológicos muito difícil de prosseguir, impossíveis de avançar e de alcançar no dia a dia de todos” (Redol, 2008, pp. 71-72).

Os problemas do estudo e formação profissional do design em Portugal não findaram nos anos 1960, pelo contrário, arrastaram-se até 1970. Ainda de acordo com a autora, “José Bartolo comentava na Arte Capital: ‘o design não é afirmado como disciplina autônoma, território definido (...) o esforço de afirmação do *Design* nos anos 60 foi desenvolvido assumindo-se o *Design* como ‘pretexto de interdisciplinaridade’” (p. 72). Para se ter uma ideia, o ensino do design em Portugal, apenas depois de 25 de abril de 1974, veio a ter um real desenvolvimento “com a criação das primeiras licenciaturas em escolas públicas, nomeadamente Escolas Superiores de Belas Artes de Lisboa e Porto (1975) e o Instituto Superior de Artes Plásticas da Madeira (1977)” (Gomes, 2001, p. 179). Nesse sentido, fica claro o porquê do design capista lusitano não ter sido tão rico quanto o brasileiro nesta década específica: a Bossa Nova e a Tropicália, musical e imageticamente, foram além de seus tempos e espaços.

Em termos musicais a fragilidade da música portuguesa ainda resiste. É sempre comum quando se fala nela, com pessoas de diversos países, a ideia de que se produziram fados em terras lusitanas e nada mais! É como se atualmente nada mais fosse feito para além disso. Mas, é comum também lermos, em Portugal, autores que demonstram que a música portuguesa carece de maiores definições e cuidados. Faria (1965), por exemplo, numa tentativa de entendimento e/ou explicação da música portuguesa, da década de 1960, disse em sua obra “Algumas considerações sobre a música popular portuguesa”, lamentando-se: “entre nós, porém, e infelizmente, tudo está no começo”. Ele referia-se à música portuguesa vigente, à qual prosseguia desabafando: “não podemos fazer estudos comparativos sem estar devidamente recolhida e sistematizada a música popular portuguesa e, só deste estudo poderão resultar conclusões genéricas e fundamentadas sobre o folclore musical português”. E complementa: “ora o que nós posuímos neste campo são algumas recolhidas audiográficas de canções duma ou outra região, bem delimitada, e nem sempre de acordo com os melhores critérios” (pp. 3-4).

Enfim, após esta exposição comparativa, percebe-se que o Brasil, passando por uma ditadura militar rigorosa, e Portugal, sofrendo a repressão salazarista, lidaram de modos diferentes com seu design de capas de discos.

NOTA FINAL

Fica evidente que para a música e a produção capista de discos portuguesa, os anos 1960 não foram tão generosos como o foram para os brasileiros. Enquanto a música seguia “a passos curtos”, as capas portuguesas não representavam tão bem o momento vivido (governo Salazar) quanto as brasileiras (período militar) – muito em parte por conta do não desenvolvimento do design lusitano.

No Brasil o design das capas de discos dos anos 1960 foi marcado por dois grandes momentos musicais: a Bossa Nova e a Tropicália, que caracterizaram e indicaram suas épocas a partir do contexto espacio-temporal em que surgiram – ambas materializaram visualmente o período: puseram suas “grifes”; suas identificações. Nesse sentido é interessante ver como a cultura, em todas as suas vertentes, influencia a música, as capas de discos ou o que quer que seja. No caso da Bossa Nova e da Tropicália, chama a atenção o quanto seus contextos identificam-se em tais produções das canções da época e das capas de discos desenhadas. Já em Portugal,

percebe-se que, tanto no campo fonográfico, quanto nas produções do design capista do mesmo período (governo Salazar), havia preocupações estéticas a serem sanadas – no caso do design, por conta do não desenvolvimento da profissão no país.

O Brasil viu neste período uma das suas maiores riquezas musicais e visuais expressadas social, política e ideologicamente. Mas, também é bem verdade que Portugal, por sua vez, mesmo com os problemas no desenvolvimento do design, produziu algumas capas com coerência contextual desenhística no início dos anos 1960 – o que não se pode dizer das capas do fim da década, pois elas de nada lembram a ousadia das capas da Tropicália no Brasil ou das produzidas em várias outras partes do mundo com a transgressão impressa.

Percebe-se, por fim, que mesmo com um design capista desenvolvido (Brasil) ou não desenvolvido (Portugal) na década de 1960, as capas de discos, enquanto representação da cultura material, trazem consigo aspectos das culturas comportamentais e ideológicas de cada país.

REFERÊNCIAS

- Brito, M. C. & Cymbron, L. (1992). *História da música portuguesa*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Castelo-Branco, S. (2010). *Enciclopédia da música em Portugal no século XX. Temas e debates*. Portugal: Círculo de Leitores.
- Faria, F. (1965). *Algumas considerações sobre a música popular portuguesa*. Coimbra: Instituto de Estudos Românicos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Gomes, A. I. C. B. (2001). *A Evolução e a qualidade do ensino do Design gráfico em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Gomes, L. A.V. N. (2011). *Criatividade e Design: um livro de desenho industrial para projeto de produto*. Porto Alegre: sCHDs.
- Kornis, M. A. (2012). *O Brasil de JK > Sociedade e cultura nos anos 1950*. CPDOC - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Retirado de <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Sociedade/Anos1950>
- Naves, S. C. (2001). *Da Bossa Nova à Tropicália*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Rebouças, F. (2008). *Bossa Nova no Brasil – 50 anos*. Retirado de <http://www.infoescola.com/musica/bossa-nova-no-brasil-50-anos/>

- Redol, A. C. O. (2008). *A influência do abstracionismo geométrico no Design Gráfico dos anos 60. Para uma abordagem em Portugal*. IADE
- Santos, J. S. (2009). O papel dos movimentos sócio-culturais nos “anos de chumbo”. Revista online do Grupo Pesquisa em Cinema e Literatura, 6, 488-505. Retirado de http://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/BaleianaRede/Edicao06/6c_o_papel_dos_movimentos_culturais.pdf
- Souza, R. (2012). *O Brasil da Bossa Nova*. Retirado de <http://educador.brasilecola.com/estrategias-ensino/o-brasil-bossa-nova.htm>
- Virtualia (2009). *A música e a censura da ditadura militar* [post em blogue]. Retirado de <http://virtualia.blogs.sapo.pt/20962.html>

Citação:

Santana, V. N. M. (2019). O design das capas de discos brasileiras e portuguesas dos anos 1960: um estudo comparado. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 74-85). Braga: CECS.

MARTA MARTINES FERREIRA

mm_mt2000@hotmail.com

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, BRASIL

CURURU E SIRIRI – MATO-GROSSENSES – UMA REFLEXÃO SOBRE SEU PROCESSO HISTÓRICO E LEGITIMAÇÃO

RESUMO

Este artigo aponta alguns aspectos do percurso histórico de legitimação das danças de Cururu e Siriri, suas relações de trocas, negociações e inserção na cultura local, assumindo o lugar da tradição na contemporaneidade, agregando valores identitários ao contexto cultural local. Transitando entre o local e o internacional, essas danças trazem à tona as atualizações na sociabilidade festiva e nas dinâmicas dos grupos, quando suas exibições são dimensionadas para grandes espetáculos.

PALAVRAS-CHAVE

Cururu e siriri; identidade; memória; cultura popular

INTRODUÇÃO

Cuiabá¹, uma cidade do centro-oeste brasileiro, fundada por portugueses, localizada à margem direita do rio Cuiabá, cuja ata de fundação data de 8 de abril de 1719, elevada à categoria de vila em 1727, vislumbra a partir da segunda metade do século XVIII, a consolidação do seu ambiente urbano e dessa forma, caminha para significativa expansão populacional.

De acordo com os estudos de Luiza Volpato (1993), as regras que normalizavam o convívio social na Vila Real do Senhor Bom Jesus do Cuiabá, ao longo do século XVIII e XIX, apontavam o incessante esforço das autoridades na repressão aos ajuntamentos, muitas vezes passivos de tumultos e agressões. Os termos frequentes expressos nos relatos policiais

¹ Cuiabá, assim chamado, apelido do gentio que nas margens deste rio habitava. Para os Boróros – Baá-curirêu – (aldeia grande) (Magalhães, 1919. p. 16).

eram, danças de preto, assuadas, motins e assassinatos, termos que sugerem uma noção da aplicação da lei e severas punições.

No Código de Posturas da Villa do Cuiabá, está registrado o processo de disciplinamento da sociedade que se deu basicamente por meio da aplicação de medidas que tinham como objetivo normatizar o comércio, a convivência, as idas e vindas nos espaços públicos como ruas, bicas d'água, travessas, becos, chafarizes e também no que se refere às festas e folguedos, entre outros. Acreditava-se que livres, pobres, escravos ou não, se articulavam nesses ajuntamentos para a prática de crimes de toda a natureza. Também é possível avaliarmos o modo como agiam as autoridades diante desses ajuntamentos, sobretudo, na sua associação às rodas de cururus, dança rejeitada por parte da população que a considerava desagradável, perigosa e de pobres. Sancionada em 4 de janeiro de 1831, as Posturas continham entre outras medidas a proibição da prática do cururu sob pretexto de se prevenir desordens, brigas com facas e até assassinatos, segundo estabelece o décimo parágrafo:

sendo mais conveniente prevenir os males que remediar os danos que continuamente resultam dessas funções de batuques, cururus e tambaques, cuja consequência são pancadas, facadas e mortes, como por muitas vezes têm acontecido, d'ora em diante ficarão proibidas estas funções; e aquele proprietário ou inquilino que em sua casa promover ou consentir pagará para as obras da Câmara 30\$000 ou trinta dias de prisão; sendo na rua, serão quebrados os instrumentos e presos os da função; sendo livres, por 30 dias; e sendo escravos, 100 açoites e metidos presos até os senhores. (Arquivo Público de Mato-Grosso 01, 1831, p. 7)

O sociólogo Machado Filho, assegura que apesar das severas punições expressas nos Códigos de Posturas às práticas do cururu, as mesmas não logravam a eficácia desejada pelas forças policiais, já que sair escondido para se divertir em cururus era comum entre os cativos e se constituía uma das formas que encontravam para circular pela capital da província além de ser “uma poderosa arma para nivelar as diferenças sociais e aproximar brancos e negros, livres e escravos” (Machado Filho, 2003, p. 31). As autoridades e os chefes de polícia, na ânsia de exercer uma ação de controle sobre a população mais pobre, levavam ao extremo a sua missão de controlar o lazer e a ordem. O autor aponta que a punição, independentemente da culpa ou inocência de um indivíduo sob suspeita, era prática corrente no Brasil colônia. O propósito era a intimidação e coerção, “a polícia gastava a

maior parte de seu tempo no trabalho de capturar escravos fugidos” (Machado Filho, 2003, p. 221).

Chama atenção o desprezo das autoridades por tais práticas e a facilidade com que vinculavam às rodas de cururu e siriri e seus apreciadores, a pecha de desocupados, movimentação violenta, roubos, vadiagem, assassínatos, desordens, desobediência e outros. Repressão e punição, justificados, segundo Volpato,

pelo alto índice de atritos que ocorriam nestas reuniões, as festas, funções, divertimentos, batuques, eram vistos pelas autoridades como momentos privilegiados de brigas e por isso evitados ao máximo. (...) Apesar do intenso controle e das prisões insistentes por esse motivo, os cururus continuavam acontecendo, reunindo em seus folguedos pessoas pobres e escravos. (Volpato, 1993, p. 205)

Para Volpato, os escravos e os pobres que, “no caso de Cuiabá, eram preferencialmente descendentes de negros e índios” (Volpato, 1993, p. 223), sofriam toda sorte de opressão e controle, com pouquíssimas ou nenhuma possibilidade de lazer. Não lhes restando alternativas, a não ser as de resistir, evadir e encontrar linhas de fuga, quer seja em ajuntamentos de cururu, quer seja em outros ajuntamentos, ainda que proibidos. Agiam induzidos ou oprimidos pelas contingências da vida, pelas dinâmicas da história, apesar de todas as restrições às quais estavam submetidos.

CURURU

Se levarmos em conta elementos históricos e as hipóteses acerca de uma cultura disseminada pelos bandeirantes nas áreas mais distantes do centro-sul brasileiro, parece-nos razoável supor o cururu “uma expressão musical própria dos homens pobres do lugar que, se fez efetivamente somente a partir da sedentarização do sertanista” (Rocha, 2015, p. 101). Ao se estabelecer na beira dos rios, no entorno dos povoados e nas fazendas, estes desenvolveram um modo particular de adaptação de sua vida socio-cultural, para além da relação econômica. Fizeram do lazer com sua música e suas danças, um importante fator de aproximação social.

Para o folclorista Cornélio Pires, o cururu é uma dança

dos poetas sertanejos, (...) formando roda e cantando, cada um por sua vez atirando seus desafios mútuos (...), os cururueiros cantam sem mostras de cansaço, desde o anoitecer até o amanhecer, os instrumentos são pandeiro,

adufe e a célebre viola (...) uma dança mista do africano e do bugre. (Pires, 2002, p. 264)

Para Antônio Americano do Brasil, o cururu é “uma dança em que dois violeiros mostram (...) a habilidade de rimar sobre diversos assuntos (...) em roda, palmas e sapateados” (Americano do Brasil, 1973, p. 109).

O português Joaquim Moutinho não só fincou raízes em Cuiabá, como registrou em suas crônicas o mais antigo relato produzido em Mato Grosso, com relação ao cururu e a viola até então, cocho, seu principal instrumento musical acompanhante. Classifica-o como;

o mais insípido e extravagante divertimento a que temos assistido depois da dança dos bugres [índios]. Formam uma roda de homens, um dos quais toca o afamado cocho e volteando burlescamente cantam a porfia numa toada assaz desagradável de versos improvisados. (Moutinho, 1869, p. 19)

Deixa claro seu estranhamento e reprovação, pois eram praticados pela população pobre e gente do campo, as “classes baixas” (Moutinho, 1869, p. 19). Todavia ao concluir admite, “achamos originais estes folguedos, que sempre se dão quando festejam algum santo” (Moutinho, 1869, p. 20).

Para João Chiarini, trata-se de uma dança de volteios e flexão de pernas, importada dos salões portugueses, originária do trovadorismo ibérico e provençal da Idade Média, característica dos festejos portugueses que miscigenou pelo interior do Brasil, tornando-se “mais pura, mais indígena” (Chiarini, 1949, p. 87). Miscigenação essa que segundo o autor, se deu a partir da Bahia, sede do governo geral do Brasil no século XVI, por ocasião dos dois primeiros ciclos econômicos brasileiros, pau-brasil e açucareiro. Sendo absorvido pelo cristianismo jesuítico que “dominou-as, transformou-as, humanizou-as em *folguedos* em honra e glória de S. João Batista” (Chiarini, 1949, p. 1011). Torna certo e infalível ser “o cururu uma *canturia* luso-afro-indígena” (Chiarini, 1949, p. 1011).

Antônio Candido defende a ideia de que o cururu, mesmo sendo constantemente presente nas festas católicas, é uma dança originalmente ritualística de povos indígenas e “corresponde a uma constelação de elementos, transposta da sociedade tribal e reinterpretada em vista da integração de uma nova sociedade, não primitiva, mas rústica” (Candido, 1956, p. 43). Sobretudo após ter sido a catequese consolidada, “incorporou-se de forma espontânea, aos festejos populares de junho, de Pentecostes e do

Natal [nesse caso] menos por intervenção jesuítica [mas mais], pelo significado emocional para as populações mamelucas” (Candido, 1956, p. 18).

De acordo com Otávio Ramos e Arnaldo F. Drummond, o cururu é uma dança arrodada, na qual os cantadores giram ritmadamente da esquerda para a direita “dando um passo e parando; dois passos e parando por fração de segundo; depois mais três pequenos passos” (Ramos & Drummond, 1978, p. 14), para recomeçarem novamente, sob ritmo da viola e do ganzá. Diante do altar arrumado no canto da sala da casa, os cantadores fazem uma genuflexão e iniciam a louvação, “a festa é para o santo, pode ser Santo Antônio, São Pedro, Senhor Divino, São Benedito, qualquer um. É o santo da devoção do dono da casa que comemora sua data todos os anos” (Ramos & Drummond, 1978, p. 12,). Os autores explicam que a dupla que inicia a louvação canta com um verso e arremata com a toada,

os versos não têm donos. Podem ser de saudação ao santo, ao dono da casa, ao rei, rainha e demais figuras do simbolismo (...) podem ser da tradição ou improvisados de momento. O verso é sempre trovado, rimado. Já a toada, quase nunca tem rima. (Ramos & Drummond, 1978, p. 13)

Não obstante, esses registros apontam evidências de uma dança descendente direta das danças tupis, ligada às festas tradicionais portuguesas sob intervenção jesuítica, incorporadas à cultura popular. Um processo de reorganização cultural com forças exercidas ora pelo conquistador, ora pelo conquistado.

SIRIRI

Poucas são as menções ao siriri ou *ciriri* mato-grossense. Entre elas apontamos a de João Ribeiro que, assegura que o siriri é uma dança “generalizada por quase todo o Brasil” (Ribeiro, 1919, p. 227). O autor associa o siriri brasileiro a uma dança portuguesa do século XVIII, por nome otiriri e sem apresentar maiores detalhes sobre essas danças, assegura que os vocábulos ciriri, (correr) e otiriri (que fogo, corre) que também são dialetos tupi, suficientes para explicar a sua denominação indígena. Ainda de acordo com o autor, pode ter havido uma fusão “contínua e ininterrupta transformação” (Ribeiro, 1919, p. 231), dessas danças em terras brasileiras.

Para o folclorista Francisco Brasileiro, o siriri é uma dança típica dos cuiabanos, que de frente para os violeiros,

abrem uma clareira que é ocupada por um único dançarino que improvisa um sapateado acompanhando o ritmo da música. Depois de certo tempo o figurante se aproxima de um dos circunstantes e com uma mesura tira-o para dançar, e passa por sua vez a espectador. (Brasileiro, 1951, p. 343)

De acordo com Brasileiro trata-se de uma dança com palmas e canto de versos simples, porém amáveis.

Rossini Tavares Lima, assim a descreve, “uma dança em que homens e mulheres se organizam em fileiras, frente a frente, o instrumental consiste em tambor e reco-reco, posicionados no centro da fila” (Lima, 1957, p. 505) e afirma que sua forma de dançar muito se associa ao Samba Lenço de São Paulo. E acrescenta:

os homens ao som do instrumental, e fazendo-se acompanhar de palmas, cantam o baixão em “ai, lai lai lai”. Logo, terminado este, um cantador joga uma quadrinha, que não demora a ser repetida por todos. E com os instrumentos a tocar, o bater de palmas, um e outro dançador saem a procurar as damas, e com estas eles vêm num dançar cadenciado e sambado, sem lhes tocar as mãos. (Lima, 1957, p. 505)

Edson Carneiro, ao escrever para o *Diário de Notícias*, em 1960, sobre o ciriri de Cuiabá, tece severas críticas às definições de Rossini Tavares, e afirma a impossibilidade da aproximação do siriri com os ritmos africanos. Segundo o folclorista, os elementos apresentados por Tavares são insuficientes para que se possa afirmar que o siriri seja uma dança afrodescendente. O autor assegura que “o ciriri é ainda agora dança, tecnicamente baile, essencialmente rural” (Carneiro, 1960, p. 506). Rejeita qualquer vinculação do siriri com as danças africanas e porque a “pequena população negra de Mato Grosso (...) não guarda proporção quer com a área de propagação, quer com a importância social do ciriri” (Carneiro, 1960, p. 506), para os moradores da região. O folclorista argumenta que o instrumento que forma a base sonora do siriri, é a viola-de-cocho. Esse fato por si só causaria certa estranheza, já que os batuques “prescindem dos instrumentos de corda” (Carneiro, 1960, p. 506). Para o autor

a explicação para o ciriri, não estará na África, mas na Europa (...) assim a música e as figurações do ciriri teriam vindo na bagagem dos emigrados, não africanos, mas portugueses, e em Mato Grosso se teriam mesclado e afeiçoado ao cururu local. (Carneiro, 1960, p. 506)

O autor assim a descreve:

os dançarinos em roda, alternam as palmas nas palmas ora da esquerda ora da direita, de mãos dadas avançavam ora para o centro da roda, ora de volta aos seus lugares, sempre com movimentos de giros e balanços, novamente em fileiras, os casais iam se deslocando por entre os outros pares, até o último da fila. (Carneiro, 1960, p. 506)

São movimentos que, segundo o autor, sugerem boa lembrança da Cana Verde paulista e o caranguejo dos Fandangos do centro-sul brasileiro e outras danças de roda infantis, de origem do sul da Europa. Lembra que no cururu há espaço para improvisação, enquanto o siriri, se reduz a uma quadra ou sextilha, com o acréscimo de alguns versos, repetidos infinitamente pelos dançantes.

Julietta de Andrade enfatiza que as características do siriri, se aproximam de outras danças de elementos mistos, africanos, portugueses e espanhóis. A autora define o siriri como uma dança “hispano-lusitana fortemente aculturada no ritmo e no andamento com a expressão africana banto” (Andrade, 2006, p. 10).

Santos (2010) reforça a descrição de uma dança em pares, com formação em círculo ou fileiras, tendo como movimento básico a coreografia das palmas, batendo as mãos nas mãos dos dançarinos ora da esquerda, ora da direita, giram a roda respondendo aos tocadores (cururueiros), que conduzem o canto. Na formação em fila, se colocam frente a frente, mulheres de um lado, homens de outro, sempre com o movimento de bater as mãos espalmadas nas mãos dos vizinhos. Nessa formação, a dupla que se encontra em uma das extremidades da fila sai dançando por entre a fileira, nos mais variados ritmos e movimentos, seguidos pelos demais até que cada par retorne ao seu lugar de origem. De acordo com a autora, um saber cuja transmissão privilegia essencialmente a oralidade.

O professor e pesquisador Ricardo Lima, em *O povo do Candeal: caminhos da louça de barro*, ao inferir sobre a oralidade na cultura popular, assegura que os sujeitos constroem suas histórias baseados em um conhecimento que busca referência nas memórias consagradas pelo tempo como um testemunho transmitido de pai para filho, de uma geração para outra e de um grupo para outro, “em uma densa e silenciosa trama de memória, aprendizado, transmissão de saberes” (Lima, 2012, p. 151), um processo ativo e dinâmico. Desta feita, em um mesmo espaço geográfico, esses grupos de cururu e siriri, restabelecem o vínculo afetivo dos sujeitos com a comunidade, através das “memórias que o tempo consagra” (Lima, 2012,

p. 152), construindo, preservando e dando continuidade às suas tradições as quais “a oralidade torna perene” (Lima, 2012, p. 151), se reconhecem, reconhecem o mundo e explicam-se a si mesmos.

BASE SONORA

A viola-de-cocho constitui o principal instrumento da base sonora do cururu e do siriri. Acrescenta-se também ao cururu, o ganzá². Para o siriri, além da viola-de-cocho e o ganzá, também faz parte dessa composição o mocho³.

A viola-de-cocho, um instrumento de cinco ordens simples de cordas, ainda hoje confeccionada artesanalmente é escavada com faca e formão. Primeiro escolhe-se a madeira, esculpe-se o braço, depois molda-se o corpo da viola.

Sua origem não é totalmente certa, entretanto não há como negar um conhecimento partilhado, apropriado, se considerarmos estudos que revelam documentos que sugerem sua origem da guitarra latina, que por sua vez, se pressupõe herdade da vihuela ou viola quinhentista espanhola, até chegar a viola, mas não a de cocho.

Em diversos registros, cartas, diários e crônicas de missionários e viajantes estrangeiros, fica explícita a seriedade com que os ameríndios cultivavam seus cantos, suas danças e manuseavam seus instrumentos em festas ritualísticas distintas. Todavia não há como afirmar quais tipos de violas estão incluídas nesses registros, sobretudo pelo fato de não constar nos tratados internacionais de organologia o termo “viola-de-cocho”.

Autores que se dedicaram a investigar a viola-de-cocho⁴, sua origem na história e características, sugerem que a viola-de-cocho pertença à família dos alaúdes curtos. E que sua presença e características singulares, fazem parte da fusão e difusão da cultura ibérica, trazida pelas expedições das missões católicas portuguesas e espanholas.

² Otavio Ramos e Arnaldo Drummond (1978) apresentam o ganzá ou caracachá, na designação antiga. Espécie de reco-reco feito de bambu. Mario de Andrade (1942) aponta o ganzá como herança africana, instrumento exclusivo de percussão rítmica, trazido nos navios da escravidão.

³ Ernesto Vieira (1899, p. 36), em seu Dicionário musical, apresenta o mocho como Adufe, espécie de pandeiro antigo mais usualmente utilizado por mulheres em danças e cantos. Distingue-se por ser quadrado, não ter soalhas e ser coberto dos dois lados como um tambor. Sua antiguidade remonta da cultura assíria. Os árabes usam desde os tempos imemoriais e dão-lhe o nome daff ou duff.

⁴ Andrade, 1981; Santos, 2009; Viana, 2005.

Registrado em 2005, no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional Brasileiro – IPHAN, sob o número – n.º 1450. 01090/2003-03, o *Modo de fazer: Viola de Cocho*, sua forma de produção artesanal e a execução musical, associadas ao cururu e siriri, a viola-de-cocho se apresenta como “uma expressão única no fazer popular [e] referência cultural importante (...) incorporando contribuições de diversas etnias, como tradição que se reitera e atualiza” (IPHAN, 2009, p. 81). Neste contexto, conforme apontam Fonseca, Pacheco, Dias e Vianna,

o registro do modo de fazer a viola-de-cocho, como patrimônio imaterial, no Livro dos Saberes, tem se mostrado hoje como mais uma ação complementar aos esforços que vêm sendo empreendidos de coletar, sistematizar, valorizar e salvaguardar conhecimentos tradicionais, testemunhos significativos da pluralidade cultural da nação. (...) e poderá estimular o desenvolvimento de políticas de preservação patrimonial pelos poderes públicos. (IPHAN, 2009, p. 71)

Dada a importância da viola-de-cocho para o cururu e o siriri, esta incorpora-se definitivamente na cultura local, e atualmente fortemente ligada aos meios de comunicação em massa, sua imagem está impressa nos mais variados canais de divulgação configurando-se em um dos ícones da cultura local. É possível hoje, ao percorrer a cidade, com um olhar mais atento, encontrar em algumas de suas principais ruas e avenidas, esculturas e painéis estampados em muros, calçadas, praças e canteiros, de um saber que se manifesta como um lugar de memória articulando o passado e o presente dos sujeitos e seus respectivos lugares nas comunidades onde vivenciam suas práticas sociais.

DA CRIMINALIZAÇÃO AO RECONHECIMENTO ATUAL

Para Osvaldo Meira Trigueiro, as práticas festivas praticadas pelo homem ao longo de vida, estão carregadas de significados e ao se desdobrarem incorporam novos valores, novas identidades, em diferentes demandas de consumo e valorização. Essas negociações e trocas promovem uma transformação da cultura popular que deixa de ser de interesse apenas de seus protagonistas, passam a interessar o turismo, o entretenimento, o comércio de bebidas, comidas e várias outras organizações sociais, econômicas e políticas. Dessa forma, “os ativistas culturais locais criam estratégias próprias de permanência nos seus pedaços” (Trigueiro, 2005, p. 4),

divulgando e ampliando seus produtos culturais. O autor explica que para atenderem demandas do mercado de consumo e ampliarem seu público, no mundo globalizado, esses grupos passam por intensas transformações, arranjos e acomodações na dinâmica interna.

Em consequência dessas transformações e diante da possibilidade de incrementar suas práticas, dando visibilidade através dos festivais, eventos e circuitos, esses grupos acrescidos de novos elementos, passam à categoria de festivais e abrem caminho para grupos que até então estavam restritos aos espaços periféricos da cidade. Entre negociações e apropriações, na busca por integrarem-se ao mundo globalizado, passam à ocupação física de outros espaços urbanos, como defende Canclini, “em um sistema interurbano e internacional de circulação cultural” (Canclini, 2008, p. 218).

Para Schmidt, não há como separar cultura e cotidiano, momento em que os aspectos da vida se apresentam, criam-se sinais e comportamentos que unem e identificam determinados grupos, assegurando condições para satisfazer as mais variadas necessidades, assim sendo, “as manifestações da cultura popular não expressam apenas os aspectos ligados a uma sociabilidade, apresentam características decorrentes do contexto socioeconômico em que estão inseridas, dando-lhes uma nova forma e um novo significado” (Schmidt, 2008, p. 5), expressam uma ordem que ocorre no tempo e espaço, mantendo sua continuidade.

Desta feita, no que diz respeito ao cururu e siriri, enquanto manifestação popular, nossos protagonistas produziram novas histórias a partir dos instrumentos que tinham em mãos. Conforme propõe Chartier, “a maneira como os atores sociais dão sentido a suas práticas” está na sua capacidade inventiva e das suas comunidades, face “às restrições, as normas, [e] as convenções que [os] limitam de acordo com sua posição nas relações de dominação”, ou seja, fazem, pensam e formatam “o que lhes é possível” (Chartier, 2002, p. 91), dentro das condições às quais se submetem social e economicamente.

Hoje, de acordo com Rocha, o cururu e o siriri estão mais do que nunca presentes na vida cotidiana e econômica da cidade, se entrelaçando a novos sistemas de comunicação global e que,

em suas atuais representações, figuram como os gêneros folclóricos de maior destaque na política para a cultura em Mato Grosso. Originalmente praticados pelas comunidades de pequenos roceiros, peões, artesãos e demais habitantes ribeirinhos da Baixada Cuiabana e da região do

Pantanal, estes dois gêneros revelam-se quase tão dinâmicos quanto as demais expressões em música e dança que são hoje mais associadas à noção do contemporâneo. (Rocha, 2013, p. 5)

Constituem práticas culturais capazes de formar bases com marcos indelévels na construção identitária, seja coletiva ou individual.

REFERÊNCIAS

- Americano do Brasil, A. (1973). *Cancioneiro de trovas do Brasil Central*. Goiânia: Oriente.
- Andrade, J. de. (1981). *Cocho mato-grossense: um alaúde brasileiro*. São Paulo: Escola de Folclore.
- Andrade, J. de. (2006). *Siriri. Cadernos de Cultura*. Cuiabá: Central de Texto.
- Andrade, Mário de. (1942). *Pequena história da música*. São Paulo: Martins.
- Arquivo Público de Mato Grosso – APEMT - Doc. 01 (1831). *Posturas Policiais da Câmara Municipal da Cidade de Cuiabá, ano de 1831*. Fundo: Câmara; Grupo: Códigos de Posturas – Originais; Caixa 01.
- Brasileiro, F. (1951). Monografia folclórica do Rio das Garças. *Separata da Revista do Arquivo*, n.º CXLIV. São Paulo: Dep. de Cultura.
- Canclini, N. G. (2008). *Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Ensaios Latino-americanos.
- Candido, A.. (1956). Possíveis raízes indígenas de uma dança popular. *Leituras de etnologia brasileira. Revista de Antropologia*, 4(1), 1-24. DOI: 10.11606/2179-0892.ra.1956.110332
- Carneiro, E. (1960, 11 de setembro). O Ciriri de Cuiabá. *Diário de Notícias*. Retirado de <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=Tematic0&PagFis=11066&Pesq>
- Chartier, R. (2002). *A História Cultural – Entre práticas e representações*. Algrés: Difel - Difusão Editorial SA.
- Chiarini, J. (1949, 23 de maio). Ainda o Cururu. *A Gazeta de São Paulo*. Folha 1011. Retirado de <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=Tematic0&PagFis=11066&Pesq>
- Instituto do Patrimônio histórico e Artístico Nacional – IPHAN - (2009). *Modo de fazer Viola de Cocho*, n.º 8. Brasília.

- Lima, R. G. (2012). *O povo do Candeal: caminhos da louça de barro*. Rio de Janeiro: Aeroplano.
- Lima, R. T. de. (1957, 25 de maio). Ciriri de Mato Grosso. *A Gazeta*. São Paulo. Retirado de <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=Tematico&PagFis=11066&Pesq>
- Machado Filho, Osvaldo. (2003). *Legalismos e Jogos de Poder: um crime célebre em Cuiabá (1872) e suas verdades jurídicas (1840-1880)*. Tese de doutorado, UNICAMP, Brasil. Retirado de <http://www.jmesquita.brtdata.com.br/Crimes%20Celebres%20em%20Cuiaba.pdf>
- Magalhães, B. (1919). Vocabulário-Língua dos Borôros-Coroados do Estado de Mato Grosso. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, Tomo 83.
- Moutinho, J. F.. (1869). *Notícia sobre a província de Matto Grosso seguida d'um roteiro da viagem da sua capital à S. Paulo*. São Paulo: Typographia de Henrique Schroeder.
- Pires, C. (2002). *Conversas ao pé-do-fogo*. São Paulo. Ed. Ottoni.
- Ramos, O. & Drummond, A. F. (1978). *Função do Cururu*. São Paulo: Ed. Planimpres.
- Ribeiro, J. (1919). *O folk-lore: estudos de literatura popular*. Rio de Janeiro. Ed. Jacinto Ribeiro dos Santos.
- Rocha, A. (2013). Política e Cultura em Mato Grosso: Considerações sobre estratégias de construção de uma identidade local. *Atas do XXVII Simpósio Nacional de História. Conhecimento histórico e diálogo social* (pp. 1-15). Natal: ANPUH. Retirado de http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364928992_ARQUIVO_SNH2013_artigo_AndersonRocha.pdf
- Rocha, A. (2015). *Festa Ribeirinha: Cenas de um Brasil Antigo nas práticas do Cururu Mato-Grossense*. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Brasil. Retirado de http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNB_82767cf2e54022acf9b97a2fe161b4d8
- Santos, A. (1993). *Viola-de-cocho; Novas Perspectivas*. Cuiabá: Ed. Da UFMT.
- Santos, G. L. da S.. (2010). *O siriri na contemporaneidade em Mato Grosso: Suas Relações e trocas*. Dissertação de mestrado, UFMT, Cuiabá, Brasil. Retirado de http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=184230
- Schmidt, C. (2008). Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina. *Revista da Sociedade Brasileira de estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom*, 1(1), 3-17. Retirado de <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/view/1488>

- Trigueiro, O. M. (2005, fevereiro). *A espetacularização das Culturas Populares ou produtos folkmediáticos*. Comunicação apresentada no Seminário Nacional de Políticas Públicas para Culturas Populares, Brasília. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.pdf>
- Vianna, L. (2005). O caso do registro da viola-de-cocho como patrimônio imaterial. *Revista Sociedade e Cultura*, 8(2), 53-62. DOI: 10.5216/sec.v8i2.1011
- Vieira, E., (1899). *Diccionario musical. Ornado com gravuras e exemplos de música*. Lisboa: Ed. J. G. Pacini.
- Volpato, L. R. R.. (1993). *Cativos do sertão: vida cotidiana e escravidão em 1850/1888*. Cuiabá: Marco Zero.

Citação:

Ferreira, M. M. (2019). Cururu e siriri – mato-grossenses – uma reflexão sobre seu processo histórico e legitimação. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 86-98). Braga: CECS.

COMUNICAÇÃO, MODA E ESTILOS DE VIDA

RENATA COSTA LEAHY

renatagrd@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL / UNIVERSITÉ PARIS NANTERRE, FRANÇA

TRADIÇÃO E INVENTIVIDADE NA MODA: A RESSIGNIFICAÇÃO DA RENDA DE BILROS NA CRIAÇÃO DIALÓGICA DE MÁRCIA GANEM

RESUMO

Este artigo reflete sobre a moda como potencial de diálogo e atualização de tradições, através da ressignificação artística de elementos culturais típicos em uma cultura, para a elaboração de novas formas de composição da presença, aqui exemplificadas pelo trabalho da estilista brasileira Márcia Ganem com as tradicionais rendas de bilros da cidade de Saubara (Brasil). Técnica secular, esse entrecruzamento de fios, presos a materiais sólidos que pendem de uma almofada, tem registros antigos e migrações pela Europa, chegando ao Brasil pela exportação por Portugal e Espanha. Assim como em Portugal, a prática da renda no Brasil foi afixada próxima ao mar e propagada ao interior, transmitida pelas gerações. Hoje, a renda faz parte da cultura brasileira como uma de suas representações típicas. As criações artísticas, como a moda, figuram como potencializadores do processo cultural e atualizadores da cultura e dos modos de vida do presente. O “design dialógico” da estilista Márcia Ganem é um exemplo de conexão inventiva na moda, pois agrega tradição e inovação através de pesquisas em novos materiais e formas e de parcerias com comunidades tradicionais locais.

PALAVRAS-CHAVE

Renda de bilros; tradição; moda; ressignificação

OS CAMINHOS DA TRADIÇÃO

Os trabalhos artesanais são elementos de tradição no Brasil, especialmente nos lugares mais afastados dos grandes centros, onde os produtos são reflexos diretos de suas práticas costumeiras por gerações. O artesanato tem origens tanto no próprio país, a partir dos produtos manufaturados indígenas, como também externas, trazido por imigrantes e tendo recebido adaptações em práticas e materiais.

A renda é apresentada em duas modalidades, se consideradas as técnicas de execução: a de agulha, cuja origem viria diretamente do bordado, e a de bilros, com provável derivação dos entrançados e nós do macramé e do *filet* (Lemos, 1962, s.p.). Enquanto que com a agulha se conduz, por meio desta, um único fio através de cada ponto de laçada ou de casear, os numerosos fios utilizados na confecção da renda de bilros são conduzidos por quantidade também variável de pares deste material – os bilros – sobre almofadas e desenhos-guia traçados em papelão, onde se torcem e trançam os fios em pontos variados, compondo possibilidades inesgotáveis de fundos e modelos.



Figura 1: Rendeira Maria do Carmo, da cidade de Saubara (Bahia-Brasil), com a almofada de renda de bilros

Créditos: Adailton Nunes

As origens da renda de bilros são tão incertas quanto as da renda de maneira geral. Embora originadas de tramas primitivas, Girão (citado em Drumond, 2006, p. 58) diz que “nunca se poderá afirmar, com segurança, o país originário dessa atividade artesanal”. Flandres e Itália disputam a origem do nascimento das rendas modernas e Ramos (1948, p. 15) relata que a maioria dos estudiosos acredita a Itália “como berço da renda de agulha. O próprio historiador belga Pierre Verhaegen isso o admite, embora considerando que Flandres inventou, por sua vez, a renda de bilros”. As rendas, de maneira geral, foram bastante utilizadas na moda vestimentar dos séculos XVII e XVIII, especialmente nos espaços de corte europeus, em

que representavam demonstração de prestígio aristocrático. Nessa época, a moda despontava em seu formato moderno e foi responsável pelo tremendo impulso dado à manufatura da renda, que pode ser vista em pinturas que retratavam personalidades da corte, masculinas e femininas, cujas vestes ostentavam o adorno da renda (Lemos, 1962, s.p.).



Figura 2: Pintura autorretrato de Rubens com sua esposa, Isabella Brant, em Honeysuckle, (1609). Retrata as rendas nas golas das roupas, conforme moda da época

Fonte: <https://www.wga.hu/index1.html>

A despeito dos focos de renda de bilros – Itália, Bélgica e França –, há a presença desse artesanato em outros lugares, pela difusão dos seus modelos e técnicas de feitura durante o século XVI, como na Alemanha, Suíça, Espanha, Inglaterra, Irlanda e alguns focos no Japão, China, Dinamarca e Escócia. No Brasil, é possível dizer, de acordo com Girão (citado em Drumond, 2006, p. 58), que a renda de bilros foi levada pelas mulheres portuguesas, já que às moças de família do país era apropriado o aprendizado da

técnica. Em Portugal, o artesanato de bordados e trançados já era há muito praticado, levado justamente por italianos, belgas ou franceses, atingindo o auge entre os séculos XVI e XVII (Ramos, 1948, p. 28).

A renda de bilros portuguesa foi desenvolvida principalmente na orla marítima do país. Ramos (1948) mostra que, nesses locais, a arte de rendar se transmite na infância, passada de geração em geração, e muitas das comunidades eram e são geralmente famílias que vivem da pesca; daí o ditado, muito conhecido também no Brasil, de que “onde há redes, há rendas”. No chão ou sentadas em cadeiras, as mulheres portuguesas fazem o trabalho da renda e os materiais utilizados são “a almofada, cilíndrica, com aberturas laterais, e que se coloca sobre um banquinho, ou sobre um cesto; os piques de cartão de cor de açafreão; os bilros, etc.” (Ramos, 1948, p. 33), técnicas e materiais da renda de bilros não só de localidades portuguesas, mas que Ramos considera serem praticamente as mesmas utilizadas no Brasil.

É consenso entre os pesquisadores que, no Brasil, não se pode ter certezas sobre a introdução da renda de bilros e é indicado que de Portugal e Espanha se exportava esse artesanato para terras brasileiras. Assim como em Portugal, os locais de renda no Brasil começaram a ser afixados próximos ao mar ou aos rios; propagada a partir do litoral em direção ao interior, hoje a renda faz parte da cultura nacional como uma de suas representações típicas. Essa renda ganha nomes diversificados no país: além de bilros, é também chamada de renda de almofada, renda da terra, renda do norte e, ainda, renda do Ceará¹.

Em várias regiões do Brasil, há registros da realização do trabalho com bilros, com suas histórias e estórias, contadas pelas rendeiras ao rendar nas portas das casas, remetendo a imigrantes açorianos, colonos portugueses e mesmo descendentes de Maurício de Nassau, como no estado de Pernambuco. No estado da Bahia, contudo, pouco se tem referenciado sobre a história mais antiga do aparecimento das rendas de bilros: pode ser encontrada na pesquisa de Ramos (1948, p. 40) menção a “focos importantes da renda de almofadas” em cidades localizadas na margem do Rio São Francisco e outras como Esplanada, Mangue Seco e Castro Alves. Uma pesquisa da FUNARTE (1986) mostra, ainda, a Ilha de Maré, São Francisco do Conde, Bom Jesus dos Pobres e Saubara como cidades ou pontos de realização de renda de bilros na Bahia.

¹ Nome de um estado do Nordeste brasileiro, um dos maiores produtores de rendas de bilros do país.

PRÁTICAS TRADICIONAIS: DESAFIOS E POSSIBILIDADES

Em Saubara (Bahia-Brasil), a renda de bilros permeia as portas das casas, onde as rendeiras conversam depois de afazeres domésticos e, enquanto contam casos, trançam fios e histórias. As rendeiras dessa localidade, em seu fazer tradicional, manejam bilros de madeira aos pares, que pendem de fios que prendem um molde em papelão a uma almofada cilíndrica, cujo comprimento pode variar de 40 cm a 70 cm. Relatos colhidos (Leahy, 2012) com as rendeiras de Saubara testemunham que o aprendizado da técnica começava na infância; as rendeiras mais antigas foram ensinadas pelas mães, tias e avós desde crianças, com o objetivo de tirá-las da rua e dar-lhes o que fazer, segundo contam. Passada de geração em geração, a técnica, e mesmo os pontos, moldes e desenhos da renda de bilros, são comumente percebidas como formas tradicionais de artesanato.

Dentre uma série de tipos e classificações, a renda de bilros pode ser entendida, segundo modelo proposto por Barroso (2002), como artesanato tradicional: a produção tem finalidade expressiva cultural, mostrando tradições e culturas locais e de grupo. Esse tipo geralmente é realizado por pessoas de dentro da comunidade que aprenderam o ofício passado por gerações, podendo ser vizinhos ou familiares, refletindo sua organização social. Nessa classificação, pouco se inova em formas e processos de produção, preservando a maioria de suas características milenares, oriundas dos países ou regiões de origem; se configura, deste modo, como patrimônio cultural.

O artesanato tradicional se define muito mais do que por seu resultado estético típico, mas, além disso, por ser uma expressão cultural própria de uma prática costumeira e que caracteriza um *modo* de um grupo. A forma de transmissão desses conhecimentos tradicionais “impõe práticas fixas (normalmente formalizadas), tais como a repetição” (Hobsbawm, 1984, p. 10), não havendo mudanças em sua composição. Por sua vez, tal prática pode, sem dúvida, ser considerada, como classifica Hobsbawm, como um costume, cujas propriedades visuais do produto gerado são tradicionais, mas sendo permitidas mudanças e inovações, que não fazem nem a prática nem a visualidade do material perderem as principais características que as liguem compatível ou identicamente com as antigas, garantindo sua continuidade.

Os modos ditos tradicionais de se fazer a renda de bilros no Brasil são fruto de adaptações às condições naturais, sociais e econômicas em que se encontram as rendeiras: em Saubara, os modos de se fazer rendas de bilros foram igualmente adaptados ao local. O município, de vida

simples e calma, compõe o recôncavo litorâneo da Bahia, portanto, lugar de praia e de costumes típicos de regiões assim configuradas. Em relação aos materiais, por exemplo, os bilros, que já foram pedaços de chumbo na Itália e passaram a ser feitos em osso, marfim e madeira na Europa, são confeccionados, em Saubara, com a madeira paparaíba para a canela (corpo do bilro) e, para a cabeça, sementes de buri, ambos materiais encontrados na fauna da região. Também a almofada de bilros é feita com o que existe de mais comum no local: para enchê-las, são usados desde folhas de bananeira a pó de serra. E nada mais baiano² do que a chita, pano utilizado para forrar as almofadas, que são elaboradas a partir de grandes sacos de açúcar.

Os desenhos das rendas são geralmente elaborados a partir de pontos e moldes, muitos deles milenares, surgidos em seu desenvolvimento e migrações pela Europa, por Portugal e, posteriormente, pelo Brasil. Visto que os pontos podem resultar em toda uma infinidade de desenhos, também novos motivos e moldes sempre podem ser elaborados. Em Saubara, um dos desenhos típicos e diferentes realizados é uma cabeça de Nossa Senhora feita em renda de bilros. As rendeiras tomam do seu ambiente, de suas crenças e valores, os motivos inspiradores para criarem novos modelos, sem deixarem de perpetuar os pontos típicos, como os que remetem a pétalas de flores.



Figura 3: Renda de bilro com desenhos e pontos típicos que remetem a pétalas de flores

Créditos: Adailton Nunes

No entanto, a garantia da continuidade desse artesanato e a sua técnica não tem sido plenamente sustentada pelas adaptações aos locais nem

² No Brasil, refere-se a quem ou ao que é oriundo do estado da Bahia.

ao modo como é aprendido, através das gerações. Uma desvalorização acometeu o artesanato desde o crescimento da industrialização no Brasil, a partir dos anos 1950, substituído pela produção industrial (Barroso, 2002). Um dos motivos é o fato de a produção artesanal não ser, na maioria das vezes, adepta de lógicas produtivas e mercadológicas atualizadas, o que exigiria das próprias comunidades produtivas certas mudanças maiores – que poderiam vir a ser positivas ou negativas – ao seu modo de vida. Ainda, por mais que sobreviva por sua harmonia estética única, os produtos artesanais foram, muitas vezes, considerados de estilo ultrapassado, o que contribuiu para a diminuição da ocorrência de algumas formas artesanais e na quase extinção de outras, bem como o interesse dos jovens pelo aprendizado de suas técnicas, como foi possível verificar em Saubara.

Algumas alternativas de revitalização e valorização do artesanato no Brasil são identificadas pelo menos desde a metade do século XX, tanto em âmbito governamental, pela criação de órgãos e editais de apoio, quanto pela iniciativa privada. Mas, nessas tentativas, há uma série de problemas na atuação de instituições (Banco do Nordeste, 2002; Dias Filho, 2009), que vão de uma não uniformidade metodológica, conceitual e tipológica, ao desprezo das reais necessidades e realidades culturais dos grupos produtivos. A questão é ainda mais delicada, pois deve considerar justamente a cultura local, suas práticas e seu modo de vida, a necessidade de agregar outros valores ao produto artesanal, com vista a uma atualização que o torne consumível pela sociedade atual, ávida por novidades e produtos diferenciados – em que a moda é um dos grandes casos.

“DESIGN DIALÓGICO”: A MODA COMO RECURSO DA CULTURA

Atualmente, os produtos artesanais voltam a aparecer ligados à roupa; pelas passarelas, têm retornado a remeter a valores usáveis, já que com o aval da moda, instituição moderna capaz de instaurar, não só nas roupas, mas em toda a sociedade, uma lógica da novidade constante (Lipovetsky, 1989): inseridos numa “lógica de moda”, a tais produtos, que remetem, em prática e estética, ao antigo, são agregados valores simbólicos de atualidade.

Essa atualização passa por dois fatores de ordem simbólica. O primeiro, é justamente a atualidade, no sentido de modificações estéticas que agreguem ao antigo um valor atual. O segundo fator é a volta da estima da tradicionalidade de certos produtos como valor. Isso não quer dizer que a máxima da novidade tenha caído, pelo contrário: busca-se, nas próprias

retomadas, a atualização necessária para fazê-las condizer com os valores – inclusive estéticos – do momento.

Nesse empenho, no campo da moda alguns designers e estilistas têm trabalhado em parceria com artesãos e grupos produtivos, propondo formas e associações inovadoras e atualizadas aos produtos artesanais. Apesar das ressalvas sobre as ajudas que são dadas ao artesanato, já apontadas aqui, a moda, com o aporte do design como recurso para melhorar a funcionalidade, estética e possibilitar inovações como valor agregado, tem sido um dos elos possíveis entre artesanato e mercado para a sua valorização enquanto objeto de desejo e consumo. O mais interessante, para os grupos produtores e para a moda, é quando o esquema não se constitui em destruição de costumes e sobreposição de interesses, mas em real parceria. Márcia Ganem é uma das designers brasileiras que realizam parcerias com comunidades tradicionais para a confecção de coleções de moda. Com o objetivo de promover diálogo entre tradição e inventividade, a designer realiza o seu trabalho baseado em pesquisa e inovação, valorizando práticas e produtos tradicionais e possibilitando novas conexões à moda, através de materiais inusitados e design. A ideia de “design dialógico” pensado pela designer (Ganem, 2016) é uma proposta de relação entre artesãos e designers que fortaleçam identidades, tanto do designer quanto das comunidades.

A vida dos produtos, mesmo relacionados a tradições, está sujeita à manutenção desses vivos dentro da dinâmica cotidiana. Podemos ter um produto tradicional importante, mas se ele não se faz presente e necessário no espaço contemporâneo, se ele perde o uso e função, possivelmente ele pode se extinguir (...). A inovação é um valioso instrumental para ampliação de possibilidades de novas formas, funções, usos, em busca da renovação dos saberes e fazeres tradicionais, sendo capaz de ancorar produtos vivos no espaço contemporâneo, que falam sobre suas histórias e cultura. (Ganem, 2016, p. 47)

A conexão dialógica entre práticas tradicionais e moda é um processo que contribui para a sustentabilidade das práticas e saberes das comunidades, além de produzir materialidades agregadoras, na medida em que realiza o diálogo e possibilita a inovação e a inventividade para ambos. A ideia de design dialógico entende artesanato tradicional e design como cultura; portanto, o design dialógico é um processo que, mais do que produtos, trabalha os modos de fazer a cultura de um povo, com uma proposta de preservação e inovação.

Se, como afirma Simmel (1998), a cultura é um processo que prescinde da subjetivação dos elementos socioculturais simbólicos e retorno ao meio cultural após ressignificação, as continuidades e mudanças na tradição da renda de bilros e de seus modos de fazer, tanto em sua história como na atualidade da moda, estão inseridas no interior dessa dinamicidade própria da cultura. Nesse sentido, as criações artísticas, como a moda, podem figurar como potencializadores do processo cultural, pois envolvem jogo e artisticidade (Cidreira, 2005) em arranjos ainda mais inventivos e lúdicos dos elementos da cultura. A moda, como signo da novidade (Lipovetsky, 1989), é um dos meios para a ressignificação da cultura, podendo atualizar os elementos reconhecíveis e os tradicionais.

Com influência nas manifestações culturais simbólicas de práticas tradicionais baianas, o trabalho de pesquisa e inovação de Márcia Ganem se concretiza nas suas coleções de moda, como na inspiração no xequeré, instrumento musical de raiz africana encontrado no Centro Histórico da cidade de Salvador (Bahia) e que foi utilizado como inspiração na coleção *Oxum: espelho do feminino*. Nessa coleção, é agregada outra técnica tradicional, as amarrações e nós do macramé, que aparecem, ainda, em *Ninho*, coleção baseada na artesanaria de tramas que origina bolas de lustres, também vistas pelo Centro Histórico. Na coleção *Dandi*, a designer já se debruça sobre o delicado trabalho das rendas de bilros feitas em Saubara. Para a renda de bilros, Ganem propôs um novo material, que vinha trabalhando em algumas peças desde 1998: a fibra de poliamida, utilizada em pneus e cintos de segurança, e que passou a compor os fios de que são feitas as rendas encomendadas pela estilista às rendeiras.

Desde 2005, Márcia Ganem tem as rendeiras de Saubara como parceiras em seu design de moda. No contato da prática tradicional com o elemento de inovação, os relatos das rendeiras desse local mostram que, dos movimentos que as mãos fazem no manejo dos bilros, foi preciso adaptação ao novo material, pois o fio da fibra de poliamida, diferente do fio comum em algodão, escorre pelos bilros. Na visualidade, os desenhos e motivos da renda de bilros com os fios do novo material podem ser os mesmos e o efeito pode claramente ser reconhecido como renda de bilros; o que muda, em aparência, é o aspecto lustroso vindo da fibra de poliamida, além das cores trabalhadas por Ganem.

Em 2008, a inovação proporcionada pela ligação entre esse artesanato tradicional e a moda evoluiu para um rearranjo da própria renda de bilros. Desta vez, além da utilização dos fios em poliamida, Márcia Ganem sugeriu que as tradicionais flores que compõem muitos dos modelos da

renda feita com bilros fossem desprendidas da renda circundante e que suas pétalas fossem alongadas. Com essa proposta, a estilista realizou a coleção *Flor da Maré*, nome dado à nova renda pelas rendeiras de Saubara.

Na coleção *Flor da Maré*, as pétalas das flores soltas permitiram a Ganem o manejo necessário à composição das peças na técnica em que trabalha, a *moulage*. Moldando as Flores diretamente no corpo escultórico do manequim, foram elaborados muitos dos vestidos em que tais flores eram predominantes; ligando-se umas às outras justamente pelas pétalas, formaram o jardim almejado pela estilista (Leahy, 2012). Outras peças foram completadas por cortinas de fios de poliamida, pedraria e gaze, além de peças em alfaiataria e vestidos longos, que também compunham alguns *looks* desta coleção e são capazes, na gramática da moda, de conferir estilo como valor.



Figura 4: Peça da coleção *Flor da Maré*

Fonte: foto do catálogo da coleção, cedida por Márcia Ganem

A delicadeza das tramas remete a um fazer cuidadoso, revelada entre certa simplicidade relacionada ao trabalho manual e um refinamento e elegância que remetem para a sua histórica popularidade na aristocracia em tempos remotos. As conexões das pétalas alongadas promovem grandes tramas de flores, que, por sua vez, são apresentadas em formas de peças de roupas. As cores completam esse visual com o frescor dos contrastes de amarelo e roxo, por exemplo. Tais formas, texturas e cores de flores

de rendas compuseram uma coleção marcada pela ludicidade e pela analogia à confecção manual e experimental. A moda conferiu, pelos novos materiais e suas conexões, frescor e atualidade à renda de bilros que, por sua vez, volta a fazer parte da moda pelo trabalho de Márcia Ganem. Na coleção *Flor da Maré* é possível perceber a ressignificação da tradicional renda de bilros de forma agregada a simbolismos próprios dessa artesanania, apresentada em design atualizado pelos meios da moda.



Figura 5: Peça da coleção *Flor da Maré*

Fonte: foto do catálogo da coleção, cedida por Márcia Ganem

Nas mãos de Ganem, a renda de bilros estava sujeita à moda; portanto, aos olhos da estilista, precisava ser trabalhada em rearranjos que abrissem a visualidade dessa renda a outros sentidos e possibilidades de uso. Numa lógica de mercado própria da moda, que demanda atualidade e novidade, a estilista buscou oferecer mais: uma ressignificação da renda de bilros, agregada aos valores de atualidade e beleza, sem deixar de entender este trabalho milenar como um processo em que estão envolvidos significados culturais que não podem ser dele dissociados. A renda de bilros, para Márcia Ganem (Leahy, 2012), acontece não só como um material disponível em lojas para ser trabalhado, mas como um elemento oriundo de práticas da cultura, agregado de valores e que deve ser visto em seu conjunto: comunidade, rendeiras, rendas, formas, flores. A ideia, que originou a *Flor da Maré*, era transmutar a uma nova realidade, através da rearticulação de possibilidades de existência material e de sentidos.

Podemos pensar na moda para além de seu poder de mercado e de suas criações unilaterais, entendendo seu potencial dialógico tanto no sentido proposto por Ganem, das influências mútuas que são capazes de estabelecer com diversos setores da sociedade, como comunidades produtivas tradicionais, mas também no diálogo próprio da constituição da cultura, que se faz de migrações e ressignificações de práticas e produtos, como o percurso da renda de bilros na história, sua passagem por diversos países europeus, e a inserção no Brasil através da prática portuguesa com essa artesanaria.

A ressignificação na moda traz, assim, seu potencial dialógico e de reavivamento do tradicional como valor. A inovação na moda pode operar um movimento enriquecedor para a humanidade, não porque elimina o passado, mas por utilizar as suas próprias experiências e construções históricas e transformá-las em algo significativo no presente (Zumthor, 1997). Tal enriquecimento da cultura, operado pela moda, atualiza a tradição em novos materiais e formas, mas ainda como novas propostas aos indivíduos para a configuração de sua presença no mundo.

REFERÊNCIAS

- Banco do Nordeste (2002). *Ações para o desenvolvimento do artesanato do Nordeste*. Fortaleza: Banco do Nordeste.
- Barroso, E. (2002). *Artesanato e mercado*. Fortaleza: SEBRAE/FIEC. Retirado de www.eduardobarroso.com.br/Artesanato_%20mod2.pdf
- Barroso, E. (2002). *O que é artesanato*. Fortaleza: SEBRAE/FIEC. Retirado de www.eduardobarroso.com.br/Artesanato_%20mod1.pdf
- Cidreira, R. P. (2005). *Os sentidos da moda*. São Paulo: Annablume.
- Dias Filho, C. S. (2009). Produção, distribuição e consumo dos bens simbólicos: reflexão sobre os programas de apoio ao artesanato. V *ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Salvador: UFBA. Retirado de www.cult.ufba.br/enecult2009/19543.pdf
- Drumond, T. B. P. (2006). *Tecendo vidas: cultura e trabalho das rendeiras da Prainha de Aquiraz-Ce*. Dissertação de mestrado em História Social, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Brasil.
- FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore (1986). *Artesanato Brasileiro: rendas*. Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore.

- Ganem, M. (2016). *Design dialógico: gestão criativa, inovação e tradição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Hobsbawm, E. (1984). Introdução: A invenção das tradições. In E. Hobsbawm & T. Ranger (Eds.), *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. Retirado de http://www.janduarte.com.br/textos/teoria/invencao_tradicoes.pdf
- Leahy, R. C. (2012). *Flor da Maré: a (re)configuração da renda de bilros por Márcia Ganem*. Dissertação de Mestrado em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.
- Lemos, F. (1962). *A renda através dos tempos*. Salvador: Gráfica Furest.
- Lipovetsky, G. (1989). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Ramos, A. (1948). *A renda de bilros e sua aculturação no Brasil: nota preliminar e roteiro de pesquisa*. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Antropologia e Etnologia.
- Simmel, G. (1998). O conceito e a tragédia da cultura. In J. Souza & B. Öelze (Eds.), *Simmel e a modernidade* (pp.79-108). Brasília: UnB.
- Zumthor, P. (1997). *Tradição e Esquecimento*. São Paulo: HUCITEC.

Citação:

Leahy, R. C. (2019). Tradição e inventividade na moda: a ressignificação da renda de bilros na criação dialógica de Márcia Ganem. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 100-112). Braga: CECS.

BEATRIZ FERREIRA PIRES

beatrizferreirapires@usp.br

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, BRASIL

POSSÍVEIS RELAÇÕES ENTRE CORPO, PELE, GESTUAL E ADORNOS CORPORAIS

RESUMO

Desde tempos imemoriais os homens confeccionam e utilizam adornos corporais. Supõe-se que a principal motivação para a feitura e utilização destes estava relacionada com as esferas da magia e do sagrado. Desta forma ao portar um adorno corporal, o indivíduo adquiria proteção contra possíveis perigos, tanto materiais, como imateriais. Contemporaneamente, algumas linhas de adorno agregam ao inerente caráter estético que estes possuem características que evocam reflexões, denúncias, questionamentos e críticas a assuntos e situações que estão em evidência no momento em que são projetados. Criadas para atuarem junto ao corpo, tais joias ocupam um lugar privilegiado para tratar de demandas nas quais ele é o centro.

Para refletir sobre este modo processual e esta categoria de ornatos serão apresentadas a seguir três coleções de joias: “Terrifying Beauty”, “Ornamental Hand” e “Energy Addicts”, desenvolvidas respectivamente pelas designers Burcu Büyükdinal, Jennifer Crupi e Naomi Kizhner, que colocam em pauta novas conexões entre corpo e joia, nas quais, de modos diferentes, o inanimado e o orgânico se influenciam.

PALAVRAS-CHAVE

Adornos corporais; corpo; pele; joias

INTRODUÇÃO

Desde tempos imemoriais a humanidade confecciona e utiliza adornos corporais, sejam estes pertencentes à categoria de objetos sobrepostos à pele como – pingentes, colares, faixas, etc. – ou ao conjunto resultante de técnicas que ora pigmentam a pele de forma impermanente, temporária, como a pintura facial e/ou corporal, ora nela são inseridos ou surgem como reação desta a estímulos externos provocados pela feitura de

tatuagens, escarificações, remoções de partes da pele (*skin removal*), etc. Diferentemente das primeiras, estas produzem modificações perenes, que podem se alterar, basicamente, por dois motivos: pela ação do tempo sobre a pele ou pela aquisição, intencional ou involuntária, de novas interferências corporais que afetem diretamente as já existentes.

Embora seja impossível precisar o momento do surgimento do desejo, da ideia e da necessidade de ter sobre o corpo determinados elementos, formas, cores, desenhos e texturas que em nada se assemelham às inatas, é possível pressupor que a razão ou o conjunto de razões que impulsionou tal iniciativa possuía força suficiente para superar as dificuldades instrumentais e técnicas presentes nos processos de feitura das primeiras peças ou das primeiras interferências feitas sobre e na pele.

Impelidos a obter o que materialmente não era necessário à sobrevivência, nossos ancestrais mais longínquos, mesmo com todas as dificuldades inerentes aos primórdios, desenvolveram procedimentos e criaram instrumentos que permitiram a confecção de adornos corporais.

Entre os motivos que propiciaram o empenho do ser humano na execução destes adornos, supõe-se que o principal estaria relacionado com as esferas do sagrado e da magia. Seguindo esta linha de pensamento, o indivíduo, ao adquirir um adorno corporal, pertencente a qualquer uma das categorias anteriormente apontadas, adquiria proteção contra possíveis perigos tanto materiais, como imateriais e passava a ter características e qualidades próprias do reino e da espécie que daria origem ao adorno. Por exemplo, ao utilizar um dente de onça como pingente, o indivíduo contraía sua força, rapidez, etc.

Contemporaneamente a principal razão que leva à utilização de adornos corporais, principalmente os pertencentes ao rol de adornos sobrepostos à pele, está associada à capacidade que estes possuem de representar e transmitir as variadas vertentes da estética vigente.

Suprir tais vertentes se torna possível materialmente em decorrência dos inúmeros instrumentos e maquinários empregados na confecção destas peças e da farta gama de técnicas e de matérias-primas a elas destinadas que não se limitam mais a elementos provenientes dos reinos animal, vegetal e mineral, nem aos metais considerados nobres e passam a englobar todo tipo de material, independentemente do valor econômico a ele atribuído.

Pertencentes agora, de modo majoritário, à esfera da moda e não mais à do sagrado e da magia, tais peças, que são criadas em resposta a questões estéticas, econômicas, socioculturais e ambientais, podem ser

classificadas, basicamente, em quatro tipos: joias, semijoias, bijuterias, *piercings*. Essencialmente, a distinção das categorias está atrelada aos materiais utilizados na feitura das peças. Deste modo para a confecção das joias são utilizadas pedras e metais preciosos; das semijoias, pedras e metais semipreciosos; das bijuterias, materiais menos nobres e de menor custo; dos *piercings*, materiais hipoalergênicos e materiais utilizados ancestralmente na confecção destas peças. Na escala de valor econômico, joias, semijoias e bijuterias seguem uma classificação decrescente.

Atuando na esfera da moda concomitantemente com as roupas, os adornos corporais desempenham papéis de maior ou menor protagonismo dependendo da época em que surgem, do propósito ao qual estão vinculados e da materialidade que se servem, tanto no que diz respeito às formas que ostentam, quanto aos materiais com que são feitos.

Para exemplificar brevemente, alguns dos papéis desempenhados por estes acessórios, podemos citar dois momentos históricos muito distintos. O primeiro seria o período vitoriano que se estendeu entre os anos de 1837 a 1901. Nele há a exacerbação da morte e de seus ritos. Isso ocorre devido ao comportamento da rainha Vitória que, profundamente afetada pelo falecimento, em 1861, de seu cônjuge o príncipe Albert, institui várias normas de conduta para o período de luto que explicitavam o empenho dos vivos em não esquecer seus mortos. No campo do vestuário tal empenho fez surgir as chamadas joias de luto que eram confeccionadas com fios de cabelo dos mortos. Ao portar uma dessas joias o indivíduo, normalmente um familiar, trazia consigo a lembrança do morto através de uma parte do corpo deste sobreposta ao seu.

O segundo momento seria o do pós-guerra. A escassez de recursos, que instigou a utilização de novos materiais e que ocorreu em todas as áreas de produção e criação deste período, propiciou a utilização de materiais destituídos de valor econômico para a confecção de adornos corporais. Atenta às necessidades do momento, Coco Chanel se posicionou de forma inovadora quanto à utilização de adornos corporais e lançou a *bijou fantasie*. O valor das peças que compunham esta linha, que não tinham o intuito de imitar as joias verdadeiras, estava associado ao design e não aos materiais com que eram feitas.

A proposta de Chanel serviu para legitimar junto ao campo da moda a utilização simultânea de ornatos cujos valores, ora são determinados somente pelo design que possuem, ora pelos materiais preciosos com os quais são confeccionados.

Atendo-nos a estes últimos, etimologicamente a palavra joia que significa “objeto de matéria preciosa”¹, tem sua origem na França do século XII, por volta de 1135. O emprego do termo explicita que a valoração da peça está associada ao valor monetário dos materiais com os quais é feita e confere a ela a natureza de bem econômico, passível de ser trocado por outros bens.

Conforme Georg Simmel, sociólogo alemão que em 1908 publicou *Psicologia do adorno*, a superioridade das joias em relação às roupas ocorre pelo fato de que diferentemente destas, aquelas, feitas de materiais indelévels, ao não se deixarem impregnar pelo corpo, pelos gestos e pelos hábitos do usuário, preservam, por mais que sejam usadas, suas formas originais.

O fato dos materiais utilizados para a confecção das joias serem bastante resistentes e pouco ou nada deformáveis faz com que, em algumas circunstâncias decorrentes de possíveis variações da relação dimensional entre a peça e o corpo, causadas principalmente pela dilatação dos vasos sanguíneos em decorrência de temperaturas elevadas – inchaço – ou por impactos, o corpo se amolde a elas.

Até certo ponto moldável e adaptável a mudanças em seus contornos, o corpo pode sofrer alterações de maior ou menor intensidade causadas, tanto pelo uso de determinadas vestes, como pelo uso de diferentes tipos de acessório, como por exemplo: sapatos de salto, anéis, etc. Tais deformações, também em maior ou menor escala, podem influenciar o funcionamento orgânico e o gestual. Exemplo corriqueiro de tais deformações recai sobre a utilização de sapatos de salto alto. O indivíduo que os calça ao alterar a forma como seus pés se apoiam no chão, altera toda sua postura corporal e, conseqüentemente, o funcionamento de suas estruturas e órgãos, seu gestual e a forma como se movimenta.

Bem menos relevantes, não tão evidentes e nem tão drásticas as alterações orgânicas resultantes da utilização de joias são de outra natureza e por estarem comumente associadas ao aumento do volume de determinadas partes do corpo, devido à elevação de temperatura, são efêmeras e possuem caráter transitório. Tal premissa, verdadeira ainda hoje para a grande maioria das joias produzidas e comercializadas, deixa de ser a única quando da introdução de alguns princípios originários da esfera da arte na concepção projetual das peças de adorno.

As joias resultantes desse tipo de criação agregam juntamente a seu inerente caráter estético, características que evocam reflexões, denúncias,

¹ Grande Dicionário Houaiss.

questionamentos e críticas a assuntos e situações que estão em evidência no momento em que são projetadas. Tal procedimento faz com que o processo de criação destes ornatos seja similar ao processo de criação contemporâneo de determinadas obras pertencentes ao campo das artes.

Projetadas para atuarem junto ao corpo, tais joias ocupam um lugar privilegiado para tratar de demandas nas quais ele é o centro.

Para refletir sobre este modo processual e esta categoria de ornatos apresentaremos a seguir três coleções de joias: “Terrifying Beauty”, “Ornamental Hand” e “Energy Addicts”, desenvolvidas respectivamente pelas designers de joias Burcu Büyükcünal, Jennifer Crupi e Naomi Kizhner, que colocam em pauta novas conexões entre corpo e joia, nas quais, de modos diferentes, o inanimado e o orgânico se influenciam.

COLEÇÃO “TERRIFYING BEAUTY” DE BURCU BÜYÜKÜNAL

Criada pela designer de joias turca Burcu Büyükcünal, a coleção “Terrifying Beauty” coloca em pauta o crescente fenômeno contemporâneo relativo às modificações corporais feitas através de procedimentos médicos cirúrgicos com o objetivo de atender o ditame aceito por muitos de padronizar seus corpos segundo o modelo de beleza momentaneamente vigente. Inúmeros, tanto nos tipos e na oferta, como nas intervenções já realizadas e desejadas, tais procedimentos deixam evidente a progressiva e íntima relação existente entre moda e ciência médica, cuja especialização destinada a acolher tais demandas é denominada medicina estética.

No Brasil, tomando como referência os dados divulgados no site da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, fundada em 1948 e composta atualmente por cerca de cinco mil e quinhentos médicos, as práticas existentes, entre procedimentos e cirurgias, atingem o número de trinta e cinco. Destes, alguns podem ser subdivididos em diferentes modos de feitura, seja porque o procedimento pode ser realizado em diferentes partes do corpo, seja porque pode ser realizado através da utilização de diferentes técnicas.

O modo escolhido por Büyükcünal para explicitar e criar questionamentos sobre os padrões de beleza estabelecidos e sobre o crescente número de intervenções corporais provenientes das ciências médicas, realizadas por motivos estéticos, que compreendem não somente alterações dos contornos e volumes do corpo, como também a negação da passagem do tempo sobre este, foi o de criar uma coleção de joias que, ao serem utilizadas, intencionalmente, deformam a face.

Região corporal à qual é atribuída a função de nos identificar social e juridicamente, a face é o ponto focal de grande parte das intervenções cirúrgicas e cosméticas realizadas atualmente.

Feitas na forma de fio, as joias confeccionadas por Büyükkunal, evocam não só o termo linha – elemento utilizado para a sutura, a cosedura, seja de tecidos epidérmicos, seja de tecidos têxteis –, como o termo traço – utilizado para designar qualidades ou atributos que distinguem os indivíduos.

As imagens que seguem enfatizam duas das partes da face que apresentam maior número de interferências. São elas: os lábios, através de preenchimento labial que pode ser feito com diferentes substâncias, tais como ácido hialurônico e gordura autógena, e o nariz através de diferentes procedimentos cirúrgicos.



Figuras 1 e 2: Coleção Terrifying Beauty de Burcu Buyukunal

Fonte: <http://www.trendtablet.com/27375-burcu-buyukunal/>

COLEÇÃO “ORNAMENTAL HAND” DE JENNIFER CRUPI

A coleção “Ornamental Hand” criada pela designer de joias americana Jennifer Crupi tem como foco o modo como nos comunicamos através da linguagem corporal. Suas peças, feitas para as mãos, são projetadas com o intuito de fazer com que o corpo do usuário assuma determinadas posições que deixem visíveis alguns dos códigos culturais, pertencentes à sociedade ocidental, que são impressos no corpo e expostos pelo gestual.

As peças, voltadas para as mãos, que compõem a coleção se dividem em quatro linhas principais. Na primeira, que carrega o nome da coleção

“Ornamental Hand”, as peças desenvolvidas têm o objetivo de fazer com que, ao utilizá-las, o indivíduo reproduza algumas das maneiras de manter as mãos que foram, ao longo dos séculos, consideradas elegantes. Para escolher as posições que as mãos deveriam assumir com o uso das joias, a designer recorreu a algumas representações artísticas nas quais estas posturas foram retratadas.

Com o intuito de evidenciar a origem de cada joia, os expositores que sustentam as peças, apresentam detalhes das pinturas que inspiraram e serviram de base para a confecção de cada uma delas.

Na segunda, intitulada “Power Gesture”, as peças fazem com que o corpo do indivíduo ao utilizá-las transmita, segundo nossa cultura atual, a ideia de autoridade e de confiança.

Na terceira e na quarta, respectivamente denominadas “Unguarded Gestures” e “Guarded Gestures”, que também se baseiam na gama de gestos de nossa cultura atual, a designer desenvolve peças que, no caso da primeira, levam as mãos a assumir posições que expõem o corpo e transmitem a ideia de abertura e, no da segunda, que abrigam o corpo e transmitem a ideia de preservação.

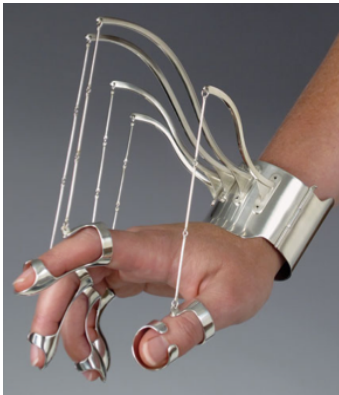


Figura 3: Ornamental Hand de Jennifer Crupi

Fonte: <https://www.jennifercrupi.com/work>



Figura 4: Power Gesture de Jennifer Crupi

Fonte: <https://www.jennifercrupi.com/work>



Figura 5: Unguarded Gestures de Jennifer Crupi

Fonte: <https://www.jennifercrupi.com/work>

Figura 6: Guarded Gestures de Jennifer Crupi

Fonte: <https://www.jennifercrupi.com/work>

COLEÇÃO “ENERGY ADDICTS” DE NAOMI KIZHNER

Partindo da indagação “o quão longe podemos ir a fim de ‘alimentar’ a nossa dependência [de eletricidade] em um mundo de recursos em declínio”, a designer americana Naomi Kizhner desenvolveu peças que utilizam o corpo humano como fonte geradora de eletricidade.

Para atingir este objetivo a designer desenvolveu joias com formatos especiais, compostas de elementos capacitados à apreensão e transmissão de energia e por agulhas que ao serem introduzidas nas veias dos usuários transformam o movimento causado pela circulação sanguínea em energia.

Ao captarem parte da energia humana constantemente produzida através de movimentos corporais involuntários, as joias criadas por Kizhner deixam de ser exclusivamente estéticas e passam a ser estéticas funcionais.



Figura 7: Ponte Sanguínea de Naomi Kizhner

Fonte: Treggiden, 2014



Figura 8: E-pulse de de Naomi Kizhner

Fonte: Treggiden, 2014

CONCLUSÃO

Atuando de modo a tornar explícitos comportamentos que, por incidirem diretamente sobre o corpo, os moldam conforme os ditames socio-culturais do período em que são desenvolvidas, as joias aqui apresentadas assumem papéis que aditam às suas funções primeiras, estética e de proteção imaterial, as de crítica e denúncia em relação a alguns dos preceitos vigentes em nossa sociedade em relação ao corpo.

REFERÊNCIAS

Grande Dicionário Houaiss. Versão digital. Retirado de <https://houaiss.uol.com.br/>

Pires, B. F. (2013). Adornos Corporais - uma Breve Investigação sobre Joias-Relicário. *Anais 9º Colóquio de Moda – 6ª Edição Internacional*.

Simmel, G. (2014). *Filosofia da Moda*. Lisboa: Texto & Grafia.

Treggiden, K. (2014, 4 de agosto). Naomi Kizhner's jewellery collection harvests energy from the human body. Retirado de <https://www.dezeen.com/2014/08/06/naomi-kizhner-energy-addicts-jewellery-human-electricity-production/>

Citação:

Pires, B. F. (2019). Possíveis relações entre corpo, pele, gestual e adornos corporais. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 113-121). Braga: CECS.

ETEVALDO SANTOS CRUZ

theozurc@hotmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

MANTO DA APRESENTAÇÃO DE ARTHUR BISPO DO ROSÁRIO: ASTÚCIA CONTEMPORÂNEA E MODOS DE PRODUÇÃO DA PRESENÇA

RESUMO

A partir do conceito de contemporâneo proposto por Giorgio Agamben, este estudo reflete sobre três aspectos compreendidos como contemporâneos no *Manto da Apresentação* de Arthur Bispo do Rosário (1909-1989), artista afro-brasileiro de arte contemporânea. O Manto é uma indumentária produzida e bordada ao longo dos anos em que Bispo permaneceu internado na Colônia Psiquiátrica Juliano Moreira, Rio de Janeiro, entre 1938 a 1989. Desse modo, o primeiro aspecto proposto diz respeito à dimensão visual e a força que o Manto aglutina no gesto do corpo vestido; o segundo aponta para a complexa heterogeneidade e exuberância do Manto, revelando também uma vida expropriada, apanhada pelas redes do racismo. E, por fim, o terceiro propõe lançar um olhar sobre os entrelaçamentos mestiços que se presentificam na referida indumentária.

PALAVRAS-CHAVE

Manto da Apresentação; Arthur Bispo do Rosário; presença;
contemporâneo

A VISUALIDADE DO CORPO-MANTO

A proposição desse estudo procura compreender os processos intrínsecos ao Manto da Apresentação, em sua dimensão “contemporânea” a partir do pensamento de Giorgio Agamben, que em uma perspectiva nietzschiana diz que o contemporâneo é aquele que pertence ao seu tempo sem, contudo, coincidir verdadeiramente com ele. Ou de outro modo, o contemporâneo é aquele que mantém os olhos fixos em seu tempo, não para enxergar as luzes, mas as trevas de seu presente. Olhar fixamente as trevas é pôr-se no vestígio de um “não mais” e “ainda não”. Posto isso,

pensamos sobre os processos artísticos de Arthur Bispo do Rosário, em um movimento nietzschiano de reconstrução das emendas e das formas que foram forjadas na experiência de si.

Em outras palavras, atravessado pela experiência de interno de um manicômio, nada resta além das ruínas de um ente destroçado pela instituição e pela sociedade. No entanto, através da complexidade e força de sua obra, o Bispo faz o movimento reverso ao se recompor enquanto ente destroçado buscando, pela via expressiva e plástica, o lugar e o modo de um novo ser na presença que, de forma inarredável, destaca a composição da aparência como forte vetor de sentidos, isto é, outros modos de pertencimento à cultura e à sociedade.

Por isso, é preciso destacar, juntamente com Renata Pitombo Cidreira, que os modos de produção da aparência são modulações e formas de estar no mundo, que se realizam em processos intersubjetivos, circunscritos em um dado contexto epocal, “visíveis e incontornáveis” (Cidreira, 2013, p. 109), que, por sua vez, revelam os modos de pertencimento e rearranjo da própria presença, cuja força da história está encarnada no corpo de forma aberta e dinâmica.

Dessa forma, concordamos com a autora na afirmação de que, os modos de produção da aparência trazem em si estreitos vínculos de “comunicabilidade entre os corpos, entre estilizações de presença” (Cidreira, 2013, p. 119), como os que são presentificados no Manto da Apresentação e na maneira como estes acontecem em seu presente, nos remetendo à sua condição contemporânea de fratura temporal cindida em seu instante, e, ao mesmo tempo, uma presença movente do “não agora” que se coloca em transformação e recolocação com outros tempos.

O Manto é um desvelador da tecedura do tempo através de seus bordados. A julgar pelo tempo em que ele foi confeccionado, muitas experiências foram encarnadas junto às linhas e ao tecido. É o tempo que se investe na vida do artista e o tempo incorpóreo da história, onde o autor põe-se em experiência na amplificação dos horizontes de sentidos, manifestando copertencimentos com e no mundo.

É possível pensar o Bispo com o Manto da Apresentação como resistência à condição assujeitada pelas estruturas de poder e seus dispositivos entendidos, aqui, de modo foucaultiano, como elementos discursivos, organizações institucionais, enunciados médicos e sociais, “o dito e o não dito” que atravessam seu corpo, mas que, por ele e com ele, a política de sua aparição cria brechas para expressar-se, produzindo a ampliação do rearranjo da aparência como lugar da possibilidade, campo do possível por

onde se reinventa, de forma astuciosa, a própria presença resistente. Ora, resistir é situar-se na fratura do tempo e “soldar com seu sangue o dorso quebrado do tempo” (Agamben, 2009, p. 60).

Eis, portanto, a primeira dimensão contemporânea defendida nesse estudo. Isto é, as vértebras quebradas do *corpo-manto* o recolocam no contemporâneo, pois as emendas mantêm a distância de seu tempo, mesmo que a totalidade da obra esteja imersa no próprio presente através do ato de vestir, isto é, no seu gesto performático. Por isso, afirmamos, também, que o Manto é um corpo fraturado onde as perdas, ganhos, desfazimentos e emendas se reconfiguram como marcas da própria experiência. Cada bordado, aplicação, costura ou franja, portam adensamentos de sentidos que se formaram e se transformam conforme a disposição do gesto do artista, que por seu turno, pertence à “carnalidade da história” nos seus complexos entrelaçamentos de luzes e trevas. Em outras palavras, ao trazer uma imagem da contemporaneidade, diz Agamben (2009, p. 61): “é o das vértebras quebradas do século e da sua sutura, que é obra do indivíduo” ao referir-se à obra dos poetas, mas que tomamos como um atributo da obra de Bispo.



Figura 1: Arthur Bispo do Rosário com o Manto da Apresentação na Colônia Juliano Moreira, RJ, 1985

Fonte: Firmo, 2013, p. 19

A EXUBERÂNCIA INTERPELA(DOR)A DO MANTO

A segunda característica contemporânea que identificamos no Manto da Apresentação é a dimensão compreensiva das trevas de seu tempo que se revela no avesso simbólico da indumentária. Maria Esther Maciel em *A memória das coisas* (2004) afirma que “as coleções de Bispo arrancam o objeto de sua própria inércia, dão-lhe um nome e uma história. Ao mesmo tempo em que se configuram como registros de uma vida marcada pela pobreza, pela loucura e pela exclusão” (Maciel, 2004, p. 19). Por isso, o Manto ergue-se como monumento testemunhal de uma vida expropriada, marcada pela violência e abandono do estado.

Arthur Bispo do Rosário emerge do e no interior de uma instituição psiquiátrica, que como outras, resulta de um sofisticado projeto moderno de autorreferência, ensimesmamento e enclausuramento da alteridade. Numa perspectiva foucaultiana, é preciso considerar que a ciência médica, em especial a psiquiatria, é “um saber-poder que incide ao mesmo tempo sobre o corpo e sobre a população” (Foucault, 2005, p. 302) de forma regulatória e disciplinadora.

Dessa forma, compreendemos a complexa relação do saber-poder como um conjunto de enunciados estrategicamente centrados num fluxo de narrativas e saberes científicos que, de modo empírico, atingem o corpo do outro. No corpo de Bispo, esse movimento de enunciados, composto por múltiplos estratos, encontram na epiderme o seu álibi de agenciamento, onde o projeto aritmético do racismo se realiza como “condição de aceitabilidade de tirar a vida numa sociedade de normalização” (Foucault, 2005, p. 306).

Desse modo, do ponto de vista do racismo institucional e dos processos compulsórios de internamento nos manicômios no Brasil, podemos, a partir das reflexões de Achille Mbembe, em *Crítica da razão negra* (2017), pensar o investimento da internação e da expropriação da vida, atributos de um projeto de saber-poder, como um movimento de investimento contra o corpo do outro, reduzindo-o a uma pele, a uma aparência, outorgando-lhe, através da cor, um estatuto biológico, ou mais do que isso, o saber moderno, compreenda-se, aqui, os mundos euro-americanos. Diz Mbembe: “fizeram do Negro e da raça duas versões de uma única e mesma figura, a da loucura codificada” (Mbembe, 2017, p. 11).

Oriundos desses agenciamentos, Mbembe destaca três momentos marcantes desse vertiginoso entrelaçamento. O primeiro diz respeito à realização do projeto de espoliação através do tráfico transatlântico (séc. XV a

XIX) que transformou homens e mulheres originários da África em corpos-objetos, aprisionados em “calabouços das aparências”, a serviço de outrem e expropriados das relações co-humanas, mas que, apesar disso, não impediu que fossem forjadas outras formas de sociabilidades. O segundo momento refere-se à presença da escrita como meio auto compreensivo, organizado e sistematizado de percepção do ser no mundo vivo. O terceiro momento é a globalização dos mercados e a privatização do mundo sob a égide do neoliberalismo, onde toda a vida tem valor de mercado, cujo resultado é a produção da indiferença, da codificação da paranoia e da vida regida pela lógica empresarial.

Ao considerarmos o modo contemporâneo do gesto bispiano que emerge neutralizando as luzes do seu tempo, ao revelar, através de suas obras, uma espécie de “negativo” da plasticidade do presente, nos aproximamos da dimensão de “terror moderno” dos sistemas de internamento e produção da loucura no Brasil, afeiçoando-o de modo direto ao que em *Necropolítica* (2016), Mbembe (2016, p. 130) chama de “estrutura de estado de exceção” e da escravidão, inclusive com seus paradoxos.

A escravidão é a manifesta condição de uma morte em vida, cujo poder sobre a vida “assume a forma de comércio” (Mbembe, 2016, p. 132). Ao dissolver a humanidade numa instrumentalização, confirma-se a condição de “sombra personificada” (2016, p. 132), uma espécie de vestígio de uma vida sequestrada. Essa condição também se presentifica na experiência da loucura, sendo que esta parece não alcançar o estágio de vida instrumentalizada ou humanidade dissolvida em “mercadoria”, pois de modo complexo, o suplício do corpo louco encontra suas trevas nas “luzes” do saber médico que, confirmando o aspeto “patológico” da loucura, ao louco só resta a confissão de sua própria condição, atestando a propriedade do saber médico sobre a vida e, assim, a vida não se torna mercadoria, mas peso e refugio improdutivo.

Todavia, tal como afirma Mbembe (2016, p. 132), “apesar do terror e da reclusão simbólica” que envolve a vida das pessoas escravizadas e, do mesmo modo, consideramos a vida daqueles acometidos pela “loucura”, há um desenvolvimento compreensivo sobre alternativas de espaço-tempo, trabalho e consciência de si mesmo. Segundo o filósofo, este é um dos paradoxos do estado de exceção do mundo colonial. Lançados na experiência-limite de suas vidas, tanto as pessoas escravizadas como os acometidos pela loucura, procuram extrair de suas condições, através de artefactos, poéticas, gestos e linguagens, outros modos de resistência e recomposição, a exemplo da obra de Arthur Bispo do Rosário, cujo trabalho resulta do seu devir-corpo-artista da presença.

Esses elementos podem ser encontrados na vida e a na obra de Arthur Bispo Rosário. O primeiro elemento marcador incontornável em sua vida diz respeito à sua condição de interno, espoliado e lançado nos calabouços das “aparências”, mas que, por seu turno, encontra nessa condição, o lugar para envergar em si mesmo e produzir uma forma de auto compreensão e expressão que resultaram na remodelação da experiência sensível com o mundo de forma consciente, organizada, dinâmica e pujante. Esse processo de “envergamento” aponta ainda para o movimento de devir-negro-artista, como modo de afirmação de presença no mundo, afirmando a experiência intersubjetiva de copertencimento aos artefactos da nossa vida cotidiana.

A segunda consideração, nos remetendo à dimensão da aparência, propõe uma simetria junto ao que Georg Simmel (1858-1918) destacou na reflexão sobre a moda dentro do indivíduo ao afirmar que no interior das intersubjetividades encontram-se refletidas as condições e contradições que são engendradas pela dinâmica da moda na exterioridade das sociabilidades. Com isso, o autor nos aproxima compreensivamente da condição onde o indivíduo forja para si mesmo “um estilo que se caracteriza como moda pelo ritmo da sua manifestação” (Simmel, 2008, p. 47). Este ritmo aponta para um alargamento e diferenciação, característica presente na moda social, mas que neste caso, está presente, de modo análogo, no interior do indivíduo. Pensando o modo de composição da aparência de Bispo do Rosário, há um movimento intrigante de deslocamento dessa lógica, sem, contudo, propor um ensimesmamento de seu gesto, pois em se tratando do Manto, estamos falando do modo de remodelação da aparência.

Ora, se a obra é resultante de uma vida de abandono e expropriação, erguendo-se como “contemporânea”, é preciso reconhecer seu afeiçoamento ao modo de enxergar as trevas de seu presente “não como uma forma de inércia ou de passividade, mas uma atividade e uma habilidade particular de neutralizar as luzes para descobrir as trevas provenientes delas” (Agamben, 2009, p. 63), sem estabelecer a separação das próprias luzes, já que as trevas e as luzes são condições imbricadas do próprio presente.

De outra forma, esvaziando a possibilidade de vitimização autoidulgente, que, mesmo recebendo no corpo os resultados da degradação, embrutecimento e exclusão, Bispo produz uma “reviravolta espetacular”, tornando-se símbolo de desejo pela vida, cuja expressão da experiência Negra é manifestada na obra com todo reboque de ancestralidades, cores, transformação e refragmentação do tempo e da história. Tais características

demonstram o forte elemento de descolamento e distanciamento estratégico do presente como meio para enxergar as trevas de seu tempo, realizando, com isso, um gesto de espelhamento e interpelação.



Figura 2: Arthur Bispo do Rosário com o Manto da Apresentação na Colônia Juliano Moreira, RJ, 1985

Fonte: Firmo, 2013, p. 37

Ao afastar-se das luzes de seu presente Bispo evidencia e institui “as capacidades polimorfos das relações humanas por meio do próprio corpo” (Mbembe, 2016, p. 132). Eis um modo contemporâneo de Bispo enxergar e desvelar as trevas de seu presente. Envergando em si mesmo, a partir de seus escombros corporais, ele recompõe os pedaços de si lançando mão do bordado e da confecção de indumentárias, mumificações e miniaturas, vitrines e estandartes, afirmando-se frontalmente com seu presente, ao mesmo tempo em que dele se distancia, justamente por trazer uma obra que vinca um “ainda não” e um “não mais” ao *modus* da lógica da moda. Mas de que modo podemos atribuir tal lógica no trabalho produzido por Bispo?

Uma suspeita recai sobre o impulso de dilatação do tempo-espço e alargamento do próprio eu que Bispo evidencia em suas produções, cujo *telos* aponta para um *a posteriori*, onde o personagem central é ele próprio,

vestido com o Manto da Apresentação. Além disso, obedecendo à lógica interior de extremo rigor simétrico alinhado à liberdade da imaginação que animam seu colecionismo e o modo de categorização do inventário através de sua poética, Bispo lança mão dos artefactos da cultura para transformá-los.

Tudo isso, de modo algum, pode ser apartado do gesto de simetria e continuidade, ordenamento e preenchimento total que apontam para os “ritmos assimétricos, entre o eixo real e o eixo virtual (...) como possessão de unir a terra ao universo”, como destaca Emanuel Araújo em *Santo Bispo do Rosário* (2012, p.33). Eis, portanto, mais uma dimensão de contemporaneidade no Manto de Bispo, cujas condições de descolamentos e distanciamentos de sua cosmogonia exigem uma profunda e densa inter-relação com a realidade do presente, revelando também, uma atitude desprovida de qualquer marca de ressentimento e indiferença para com o mundo.

O MANTO E A PRESENÇA MESTIÇA

O terceiro movimento visto como contemporâneo no Manto da Apresentação corresponde à sua força de mestiçagem, mas em uma perspectiva crítica. A mestiçagem está situada na condição fratura da espinha dorsal do tempo e corresponde a um longo processo no Brasil. Conforme aponta Lilian Schwarcz em *Brasil: uma biografia* (2015), “a alma mestiça do Brasil é construída na fronteira – resultado de uma mistura original entre ameríndios, africanos e europeus – ela é resultante do efeito de práticas discriminatórias centenárias, mas que, ao mesmo tempo, levam à criação de novas saídas” (Schwarcz, 2015, p. 15). Por seu turno, Serge Gruzinski em *O pensamento mestiço* (2001), a mestiçagem pode ser compreendida como a mistura, violenta e compulsória – América, Europa, África e Ásia – de seres humanos que resultou na produção de imaginários, formas de sociabilidade, domínio, instituições, saberes e formas de pensamento que, por sua vez, resultaram em processos objetivos, observáveis em fontes variadas, “como à consciência que têm deles os atores do passado, podendo essa consciência se expressar tanto nas manipulações a que eles se dedicam, como nas construções que elaboram” (Gruzinski, 2001, p. 62). Sob outros termos, a mestiçagem compõe os movimentos de criação, encontros, esquecimento e memória de nossa cultura, cujo pertencimento em Bispo é algo irrevogável.

No entanto, ao alargarmos tal compreensão, destacamos a necessidade de nos desvencilharmos da tentativa de pasteurização e

homogeneização dessa condição, pois, compreendemos que esse movimento facilmente nos recoloca no esvaziamento de sentidos heteróclitos agenciados nos micro movimentos da “identidade nacional”, inclusive com seus jogos de apagamento e indiferença, recalcando, mais uma vez, a realidade violenta que perpassa, também, esse conceito. Por isso, ao propor o recorte de mestiçagem, optamos pela tensão das contradições fragmentadas que são cobertas pela máscara da identidade nacional, e, por isso, seguimos as caleidoscópicas dinâmicas adensadas ao corpo e aos modos de deslocamento instituídos na experiência de modo que a diversidade de elementos na obra emerge do gesto de uma mão afro-brasileira, que, por sua vez, encontra nessa porosidade da mestiçagem, a possibilidade para inventar modos diferentes de expressividade.

Portanto, é nessa condição que situamos a força mestiça do Manto manifestada nas emendas e fraturas bordadas em sua superfície, mas também pela forte carga “mítica” que o faz tropo da mestiçagem brasileira, estabelecida entre a mistura que resultou das ações arbitrárias de abandono e apagamento, bem como diversidade que surgiu das várias feições que marcam a forma de perceber o Brasil. O aspecto da mestiçagem no Manto da Apresentação, contribui substancialmente para sustentar o nosso argumento sobre a dimensão contemporânea, visto que essa característica dialoga fortemente com o modo encontrado por Bispo para a sua poética. O Manto se reafirma na sua constituição inclusive mnemônica, trazendo à cena contemporânea uma espécie de espelho polimorfo na religiosidade brasileira com suas constradições e paradoxos.

Parte do imaginário que se materializa no bordado do Manto da Apresentação desde a gola, dragonas, cordões e franjas da parte exterior se configuram como o primeiro elemento da afirmação da aparência, produzida no interior da cela do manicômio. O movimento de produção enquanto forma de vida e maneira de estar no mundo reintroduz pelo Manto da Apresentação, a forte presença barroca da cultura brasileira como marca no corpo afro-brasileiro, emergência que se reinventa na experiência-limite da condição existencial marcada pela precariedade histórica e estruturante de uma cidadania sempre no porvir. Em outros termos, uma indumentária vertiginosamente exuberante e densa, que reatualiza o barroco brasileiro, através do que Marta Dantas (2009) chama de “alcance simbólico” do Manto da Apresentação.



Figura 3: Arthur Bispo do Rosário. Manto da Apresentação (frente). Sem data. Dimensões: 118 x 141,2cm. Acervo: Museu Arthur Bispo do Rosário, Rio de Janeiro

Fonte: Lázaro, 2012, p. 292

A dimensão barroca presente no Manto da Apresentação está situada nos aspectos festivos e trágicos da indumentária como peso dos contrários, remetendo-nos, ainda, ao caráter movente e inconstante dessa condição. Bordando o Manto, Bispo toma para si, no próprio corpo, a condição do homem da experiência-limite, expropriado pelos dispositivos institucionais, extraindo desse esvaziamento a força de salvaguarda da própria intersubjetividade, encontrando, assim, outras formas de repensar e reconfigurar os condicionamentos e modulações que permeiam os nossos papéis sociais (Cruz, 2016).

Esse traço das diferenças está presente nos bordados do Manto da Apresentação, pois o Manto como lugar da intersubjetividade, traz também a potência do próprio Bispo do Rosário que se posiciona na aventura inventiva do homem cindido pelas forças da história, buscando incessantemente o impulso para mover-se nas profundidades dessa tensão enquanto devir artista afro-brasileiro.

Situada na tensão da fratura, a mestiçagem do Manto impede o tempo de se recompor em alinhamento e total luminosidade, mas, por outro lado, é o seu próprio sangue que sutura a quebra, pois é a dimensão movente e inapreensível que emerge na expressividade do Manto, onde devemos considerar o tempo de confecção e as múltiplas inscrições epocais em cada bordado e imagem que, por sua vez, encontram na totalidade do

corpo vestido de Bispo e na sua relação com o tempo a potência para alargar outros sentidos. Dessa forma, enquanto indumentária, o Manto manifesta o adensamento ao tempo, propondo, reevocando e reatualizando outros tempos.

Ora, não é a condição intercambiante que evoca essa manifestação contemporânea arrastando consigo o devir da história que age de modo efetivo no corpo e no modo como Bispo percebeu o mundo? São esses recortes que encontramos no Manto da Apresentação como um passado que não se permite apreender, mas que incessantemente é evocado de modo arqueológico. Nas palavras de Agamben: “ser contemporâneo significa nesse sentido, voltar a um presente onde jamais estivemos” (Agamben, 2009, p. 70).



Figura 4: Arthur Bispo do Rosário com o Manto da Apresentação na Colônia Juliano Moreira, RJ, 1985.

Fonte: Firmo, 2013, p. 11

Esse parece ser o movimento que atravessa cada ponto dos bordados do Manto da Apresentação em sua condição de vários tempos de confecção e coparticipação, de tantos outros reveladores do seu aspeto contemporâneo de não-homogeneidade e fraturas. Uma obra carregada de outros tempos, que não significa passados originários, mas um presente em devir. Eis a sua astúcia da presença, uma obra de copresença, hospitalidade e

disposição que se revelam na profusão de nomes, imagens, números e pessoas, impossibilitando a tarefa de separar a dimensão ética da poética e da estética bispiana, pois nela encontramos o devir-negro de correspondência e movimento com o outro.



Figura 5: Arthur Bispo do Rosário. Manto da Apresentação
– Face interna. Sem data. Dimensões: 118,5 x 141,2 cm.
Museu Arthur Bispo do Rosário, Rio de Janeiro

Fonte: Lázaro, 2012, p. 290

Por fim, compreende-se como um gesto contemporâneo de Bispo a capacidade de interpelar o tempo que, percebendo a escuridão de seu presente, nele mesmo apreende a luz que o persegue, transformando o presente, recolocando-o em correspondência com outros tempos de pertencimento e compartilhamento de sentidos. Abrindo-se de modo afirmativo como experiência de percepção e coparticipação. Daí a força da presença dos artefactos e a astúcia que sua poética produz.

Em outros termos, Bispo sente a exigência da história no corpo e se faz sentir instituindo a comunicabilidade compreensiva em sua obra, em especial no Manto da Apresentação, cujo sucesso de sua força comunal se reafirma no copertencimento e disposição receptiva onde o espelho da mnemônica mestiçagem brasileira encontra seus horizontes comuns de sentido, mesmo que estes se manifestem de modo paradoxal e complexo. De acordo com essa afirmação podemos reconhecer a forma exitosa de sua experiência, que nos reenvia à força contemporânea de seu trabalho na cultura e na sociedade.

REFERÊNCIAS

- Agamben, G. (2009). *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Chapecó: Argós.
- Araújo, E. (2012). Santo Bispo do Rosário. In W. Lázaro (Ed.), *Arthur Bispo do Rosário* (p. 33). Rio de Janeiro: Réptil.
- Cidreira, R. P. (2013). *As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade*. São Paulo: Annablume.
- Cruz, E. S. (2016). *Por entre linhas, agulhas e tecidos: processos intersubjetivos do Manto da Apresentação de Arthur Bispo do Rosário*. Dissertação de Mestrado em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.
- Dantas, M. (2009). *Arthur Bispo do Rosário: a poética do delírio*. São Paulo: Editora UNESP.
- Firmo, W. (2013). *Walter Firmo: um olhar sobre Bispo do Rosário*. Rio de Janeiro: Livre Galeria.
- Foucault, M. (2003). *História da Sexualidade I: A Vontade de Saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, M. (2005). *Em defesa da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Gruzinski, S. (2001). *O pensamento mestiço*. São Paulo: Companhia das letras.
- Lázaro, W. (2012). *Arthur Bispo do Rosário*. Rio de Janeiro: Réptil.
- Maciel, E. M. (2004). *A memória das coisas*. Rio de Janeiro: Lamparina.
- Mbembe, A. (2016). Necropolítica. *Arte & Ensaios*, 32, 123-151. Retirado de <https://revistas.ufjf.br/index.php/ae/article/view/8993/7169>
- Mbembe, A. (2017). *Crítica da razão negra*. Lisboa: Antígona.
- Nietzsche, F. (1999). *Humano, Demasiado Humano*. São Paulo: Abril Cultural.
- Schwarcz, M. L. (2015). *Brasil: um biografia*. São Paulo: Companhia das letras.
- Simmel, G. (2008). *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia.

Citação:

Cruz, E. S. (2019). Manto da apresentação de Arthur Bispo do Rosário: astúcia contemporânea e modos de produção da presença. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 122-134). Braga: CECS.

ILZA MARIA TOURINHO GIRARDI & DÉBORA GALLAS STEIGLEDER

ilza.girardi@ufrgs.br; deboragallas@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

MUDANÇAS CLIMÁTICAS, RISCO E CIDADE: MEIOS DE COMUNICAÇÃO BRASILEIROS ENTRE O SILÊNCIO E A COBERTURA CATASTRÓFICA

RESUMO

Nosso trabalho analisa o discurso dos meios de comunicação massivos de Porto Alegre sobre a intensificação de eventos do clima que já afetam a região. Identificamos inicialmente que o jornalismo de referência local, sobretudo aquele produzido pelas emissoras de rádio e TV e publicações do Grupo RBS, optou por ressaltar as imagens catastróficas e o cenário de caos na cidade no dia seguinte à ocorrência do fenômeno. Na abordagem dessas mídias, houve pouca ou quase nenhuma percepção sobre o risco ambiental construído na arena social (Hannigan, 2009) e ausência de questionamento sobre a falta de estrutura da cidade para lidar com este e com outros possíveis eventos extremos. Assumimos, nesta proposta, que o jornalismo se constitui como discurso (Benetti, 2006) e sabemos, de imediato, que o jornalismo local do Brasil não repercute o aspecto global-local da mudança climática, contribuindo para falhas na comunicação dos riscos (Loose, 2016). Ao nos basearmos nos princípios do jornalismo ambiental, perspectiva que prevê a abordagem sistêmica dos acontecimentos e o compromisso educativo e mobilizador do trabalho jornalístico (Girardi, Schwaab, Loose & Masierer, 2012), investigamos como ocorrem silenciamentos sobre discussões importantes relativas ao contexto socioambiental da atualidade.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; mudança climática; discurso; risco

DISCURSO JORNALÍSTICO SOBRE MEIO AMBIENTE: RISCO, CLIMA E CIDADE NO CENTRO DO DEBATE

Apesar de considerarmos as diversas possibilidades de compreensão do jornalismo¹, nesta análise optamos inicialmente por sua caracteri-

¹ Como ator social, como construção social da realidade, etc. (Loose, 2016).

zação como gênero discursivo (Benetti, 2006). Isso porque o discurso é intersubjetivo – a produção de sentido se dá em um espaço entre sujeitos e considera-se suas respectivas condições de produção, de acordo com Benetti (2006). Nesse processo dialógico, o discurso é orientado, portanto, por seleções compatíveis com o interesse do leitor imaginado e com a formação ideológica a que o enunciador se filia. Em tal contexto, o silenciamento também passa a ser, consciente ou inconscientemente, uma estratégia de comunicação.

As ausências das narrativas de resistência no jornalismo servem para questionar os valores ainda tidos como centrais para a instituição jornalística, como a objetividade e a imparcialidade na comunicação dos acontecimentos (Resende, 2003). Entendemos que “o jornalismo lança mão de mapas culturais de significado que existem na sociedade e ajuda a reforçá-los ou apagá-los, contribuindo para o estabelecimento de ‘consensos’ a respeito de valores e atitudes” (Benetti, 2006, p. 5). No que diz respeito às informações sobre meio ambiente, vemos que, por consequência, “o advento das evidências científicas sobre as mudanças ambientais globais consolidou o ecológico como eixo recorrente de enquadramento da vida contemporânea” (Girardi, Schwaab, Loose & Massierer, 2012, p. 134), mas, por outro lado, a tendência de um enfoque puramente noticioso e centrado em catástrofes e em fenômenos pontuais retira a complexidade da cobertura.

Propomos, aqui, um passo em direção à perspectiva do construtivismo a fim de caracterizar as principais limitações da produção de notícias ambientais (Hannigan, 2009): a massiva presença de fontes oficiais em detrimento de outras vozes e posicionamentos; a dificuldade de encaixar conteúdos sobre meio ambiente na estrutura já consolidada de produção de notícia e a consequente desvinculação dos acontecimentos climáticos em relação às pautas de atenção permanente, como as políticas e econômicas.

Em seu trabalho, Loose (2016) identifica, no jornalismo local brasileiro, a comunicação e a legitimação de uma percepção desconectada do risco associado ao clima, uma vez que no jornal estudado não ocorre abordagem preventiva e comprometida com a governança: “estes achados reforçam que, mesmo em um País no qual as vulnerabilidades socioambientais são muitas, o que agrava o impacto dos riscos climáticos, a preocupação com o tema não se converte em ação” (Loose, 2016, p. 408). Loose entende o risco como construção social associada à probabilidade de ocorrência de um dano, e afirma que o apagamento do contexto social e histórico da região urbana que é tema da mediação jornalística analisada acaba por

não conseguir sensibilizar os leitores. Podemos então dizer que “estórias sobre tragédias favorecem molduras monocausais ao invés de molduras envolvendo redes de causas longas e complexas” (Hannigan, 2009, p. 129).

TEMPORAL EM PORTO ALEGRE E ANÁLISE DA COBERTURA EM JORNAL LOCAL

Porto Alegre é a capital do Rio Grande do Sul, estado localizado no extremo meridional do Brasil, e concentra 1,4 milhões de habitantes. Está situada às margens do Lago Guaíba, no qual desaguam os principais rios do estado², e ao redor dos quais se registam grandes densidades demográficas: Porto Alegre conta com 2.868,3 habitantes por km² e, juntamente com nove municípios de sua Região Metropolitana, erguidas à beira de rios como Gravataí e Sinos, é a área mais populosa do estado³. A aglomeração urbana na região é, portanto, fator de risco diante do histórico crescente de fenômenos como tempestades⁴ e, por consequência, enchentes e deslizamentos de terra.

De acordo com o Núcleo de Pesquisas Antárticas e Climáticas (NU-PAC) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Aquino, 2012), identifica-se a tendência de aumento na temperatura sazonal do estado ao longo do século XX e, até o final do século XXI, prevê-se a ocorrência de chuvas entre 35 e 40% acima do normal. Trata-se de uma situação preocupante, pois a cidade de Porto Alegre já foi o epicentro de um fenômeno extremo em janeiro de 2016: uma provável microexplosão, com rajadas de vento de até 120 km/h, causou a queda de milhares de árvores na zona urbana (Freitas, 2016). Em outubro de 2017, repetiu-se evento semelhante – possibilidade

² O Lago Guaíba, por sua vez, abre-se para a Laguna dos Patos, a qual possui ligação direta com o mar. Tratava-se de uma posição estratégica para o início da colonização da região, a partir da segunda metade do século XVIII: em Porto Alegre, estabeleceram-se casais vindos do Arquipélago dos Açores; mais tarde, no século XIX, foi porta de entrada para imigrantes europeus – massivamente alemães e italianos – vindos em contexto de uma política de embranquecimento de um país massivamente negro e indígena e de ocupação de fronteiras do recém-estabelecido Império do Brasil.

³ Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul, na seção relativa à densidade demográfica do estado em 2013, retirado de <http://feedados.fee.tche.br/feedados>

⁴ De acordo com o Departamento de Esgotos Pluviais da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, “as cheias que ocorrem no Lago Guaíba são decorrentes de vários fatores ambientais inter-relacionados, principalmente das chuvas intensas que ocorrem nas cabeceiras dos rios afluentes juntamente com o efeito de represamento decorrente do vento Sul”. Retirado de http://www2.portoalegre.rs.gov.br/dep/default.php?p_secas=65. A maior cheia desde 1941 ocorreu em outubro de 2015 e, pela primeira vez na história, alcançou os muros e comportas construídas ao redor do Cais Mauá nos anos 1970. Retirado de <https://www.sul21.com.br/jornal/muro-do-cais-maua-volta-ao-debate-depois-da-cheia-do-guaiba>.

já apontada por especialistas: chuva e ventos de até 100 km/h provocaram estragos e duas mortes em Porto Alegre e na Região Metropolitana.

Neste trabalho realizamos uma análise descritiva de abordagem qualitativa baseada na percepção do jornalismo como gênero discursivo e nos princípios do jornalismo ambiental. Nosso objeto de estudo são as reportagens especiais publicadas pelo jornal *Zero Hora*⁵ entre 30 de janeiro e três de fevereiro sob a denominação “A Grande Tempestade”, seção provisória que contou com a colaboração de jornalistas de diversas editorias.

Nas edições dos dois primeiros dias após a ocorrência do fenômeno (30 e 31 de janeiro), a cobertura menciona suas causas possíveis, mas não as relaciona com as mudanças climáticas e não questiona o planejamento da cidade diante da iminência de outros eventos extremos ocasionados pelo processo de alterações climáticas no planeta. Aqui, ainda percebemos a desconfiança dos sujeitos enunciadorees na medida em que há silenciamento sobre o contexto. Isso porque o jornal apenas reproduz o entendimento oficial das agências de meteorologia sobre o fenômeno e cita os dados considerados “inquestionáveis” – apesar de não se saber, ao certo, qual a velocidade máxima atingida pelos ventos, uma vez que a tempestade perpassou de forma mais severa áreas que não contavam com estações de medição.

Em ambas as edições, predominam imagens sem legendas de contextualização sobre o local fotografado, o que pode endossar a desconexão com o âmbito local, entendido de acordo com a preocupação de Loose (2016). Entendemos que se trata, ainda, de uma tentativa de dessubjetivação, conforme o entendimento de Resende (2003) sobre a busca de credibilidade do discurso jornalístico por meio do apagamento do sujeito jornalista, que leva também ao apagamento do outro, por meio de “(des) realizações” (Resende, 2003, p. 12).

Esta edição é marcada, ainda, pela recorrência das fontes oficiais, o que pode ser justificado não somente pelo pouco tempo disponível para apuração, mas também pela impressão de neutralidade e pelo ideal de objetividade (Hannigan, 2009) pretendida pela mídia hegemônica. “Um dos princípios epistemológicos do jornalismo ancora-se no fato de este ser o lugar do discurso pautado pela verdade. E é esse o eixo que norteia a construção da narrativa jornalística” (Resende, 2003, p. 11).

⁵ Jornal impresso com maior tiragem do estado e a sexta maior tiragem do Brasil. Sua média de circulação diária, em 2015, foi de 152.573 exemplares, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação. Também dispõe de edições online exclusivas para assinantes. Retirado de 30 de outubro de 2017, de <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>.



Figura 1: Imagens catastróficas, capa

Fonte: Zero Hora, 30 de janeiro de 2016



Figura 2: Imagens catastróficas, contracapa

Fonte: Zero Hora, 30 de janeiro de 2016



Figura 3: Versões das agências oficiais de clima brasileiras

Fonte: Zero Hora, 31 de janeiro de 2016

O campo dos média, segundo Resende (2003), é autônomo e dependente ao mesmo tempo, pois seu discurso cria e sobrevive dos discursos das demais instituições. Nestes dois primeiros dias de cobertura, é predominante a voz e a versão das fontes oficiais.

O discurso oficial publicado em 30 de janeiro de 2016 é baseado nas estações de medição existentes em Porto Alegre – Bairro Jardim Botânico e Aeroporto Salgado Filho. Apesar das afirmações reproduzidas nas duas edições anteriores sobre a velocidade dos ventos registrada, o próprio jornal destaca, na edição de 1 de fevereiro de 2016, que as áreas mais atingidas foram os bairros Menino Deus e Praia de Belas. Neste ponto, a descrição dos efeitos da tempestade novamente conduz o leitor à ideia de catástrofe, conforme verificado no texto que abre a reportagem do dia:

os prejuízos da tempestade foram tão expressivos que um final de semana não foi suficiente para contabilizá-los – e muito menos para solucioná-los. Durante dois dias, Porto Alegre tratou de consertar, de remover, de religar, de reabrir. E mesmo assim, terminado o domingo, parte da cidade continuava convulsionada. A tempestade durou minutos, mas os dias tempestuosos não têm data para acabar (Zero Hora, 2016, p. 5)

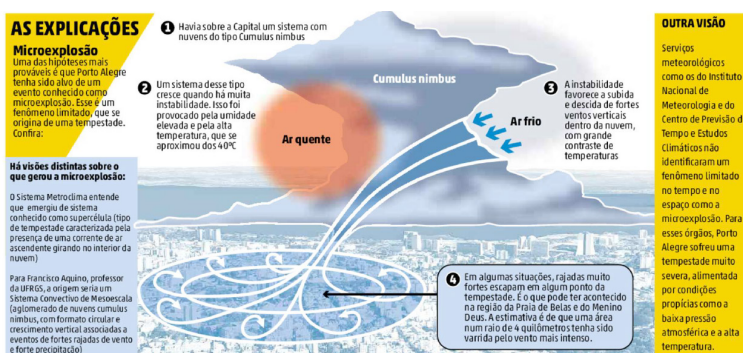


Figura 6: Explicações dos especialistas, que questionam a versão divulgada pelos serviços meteorológicos nas datas anteriores

Fonte: *Zero Hora*, 1 de fevereiro de 2017

As primeiras explicações sobre o fenômeno surgem, então, a partir da edição de 1 de fevereiro. As mudanças climáticas são finalmente mencionadas a partir da ampliação da variedade de fontes; sua provável relação com o fenômeno é apontada por um dos três especialistas entrevistados para o texto principal. No entanto, essa menção ocorre apenas em um contexto seccionado, quando o jornal aborda o fato de muitas árvores terem caído durante a tempestade. Nessa edição, no entanto, percebemos que o jornal se mostra mais afinado com a proposta de abordar os riscos, apontada por Loose (2016).

O biólogo e professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul Paulo Brack, em entrevista na edição de 1 de fevereiro de 2016, menciona as mudanças climáticas no contexto do fenômeno. A afirmação é completada pelo discurso jornalístico, que desconsidera a tese de incerteza científica (Hannigan, 2009) e passa a utilizar o termo “mudanças climáticas”.

Constatamos que a voz da população local aparece apenas em relatos – primeiramente esparsos, mais detalhados nas datas posteriores – que endossam a gravidade do fenômeno e de seus efeitos. Loose (2016) pontua que, a partir da escala local, seria possível estabelecer governança “de baixo para cima”. No entanto, a maioria dos moradores entrevistados apenas relatou suas experiências antes e após a tempestade. E, enquanto isso, o discurso relatado das autoridades, em que o jornal se baseia em medida semelhante às recorrências das agências oficiais, busca acalmar a população.



Figura 8: Depoimentos publicados com destaque

Fonte: *Zero Hora*, 31 de janeiro de 2016



Figura 9: Um coqueiro que caiu

Fonte: *Zero Hora*, 1 de fevereiro de 2016

Conforme alerta Loose (2016, p. 102), “os riscos climáticos são invisíveis (quando sua manifestação é percebida, eles já se tornaram catástrofes; passaram da fase em que eram riscos e tornaram-se acontecimentos concretos)”.



Figura 10: Discurso das autoridades

Fonte: *Zero Hora*, 1 de fevereiro de 2016

Percebemos que o discurso do jornal demonstra preocupação com a impossibilidade de previsão dos eventos extremos. Isto é compreensível, visto que as discussões institucionais sobre mudanças climáticas e, por consequência – ou não –, as abordagens jornalísticas ainda são incipientes. Hannigan (2009, p. 130) afirma que “em vários pontos na sua história recente, a cobertura das notícias ambientais também sofreu porque não se encaixa facilmente dentro da estrutura de rotina da produção de notícia”; diante da perplexidade presente no texto jornalístico referente ao fenômeno climático, podemos relacionar tal constatação ao nosso objeto de estudo.

Da mesma forma, embora o jornal aborde a preocupação com as árvores nas entrevistas com especialistas, não realiza questionamento acerca do sistema de podas ao poder público, pois os dois especialistas entrevistados para a edição de 1 de fevereiro são as únicas fontes consultadas a respeito do assunto. A conduta do poder público, mesmo diante da deficiência de recursos, é elogiada em texto editorial do Grupo RBS, ao qual pertence o jornal Zero Hora.



Figura 11: Opinião RBS

Fonte: *Zero Hora*, 1 de fevereiro de 2016

O silenciamento na posição institucional evidencia a construção de sentidos da realidade pelo jornalismo (Benetti, 2006). Ao destacar a gerência sobre a arborização da cidade e o fornecimento de água e luz aos consumidores – e não, propriamente, cidadãos, visto que são “clientes” que pagam por um serviço –, o discurso jornalístico direciona a estruturação de uma normalidade que reduz o problema ambiental à queda das árvores e desconsidera a importância do princípio de precaução (Hannigan, 2009).

Apenas em 2 de fevereiro o jornal fala sobre o que é preciso mudar na cidade diante da ocorrência de eventos extremos. O jornal dá voz a fontes oficiais que admitem essa possibilidade. No entanto, sobre a avaliação relativa à condição das árvores pela cidade, apontada como necessária pelo poder público e especialistas, as autoridades não esclarecem como isso seria feito, e o jornal não as questiona – mesmo esta sendo uma das principais preocupações da população, conforme relatado em diversos textos ao longo da cobertura.

Outro ponto a permanecer em aberto é a abordagem sobre mudanças climáticas, restrita à voz das fontes especialistas no dia anterior. As fontes das agências oficiais são ampliadas frente às duas versões – Inmet e Metroclima – publicadas na primeira edição e passam a admitir uma provável intensificação dos fenômenos climáticos extremos. Uma das fontes menciona que se trata de evidência científica e o discurso jornalístico posiciona tal constatação em equilíbrio com a citação ao fenômeno El Niño. Junto à citação realizada por especialista no dia anterior, somente esta referência a mudanças climáticas se faz presente na cobertura. Uma das constatações realizadas por Hannigan (2009, p. 137) a respeito do discurso ambiental mediado é que “o meio ambiente é examinado através da lente das instituições formuladoras de opinião”.

De qualquer forma, frente ao risco envolvido por conta da provável intensificação de fenômenos de aquecimento da atmosfera e do oceano – e, por consequência, no aumento da precipitação, conforme apontado por Aquino (2012) –, consideramos fundamental ao jornalismo repensar o espaço do discurso ambiental em sua prática diária. Isso porque,

seja na gestão de catástrofes, riscos ou mesmo da sua prevenção, a necessidade de que os públicos percebam os fatores causadores e as maneiras de superá-los é de suma relevância e depende da mediação dos comunicadores. Quando se fala de riscos globais, como é o caso das mudanças climáticas, o trabalho jornalístico é indispensável. (Loose, 2016, p. 115)

Na perspectiva do jornalismo ambiental, conforme apontado por Girardi, Schwaab, Loose & Massierer (2012, pp. 136-138), é necessário haver uma prática engajada, ou seja, uma cobertura que considere o interesse público intrínseco à questão ambiental e, assim, defenda a abordagem dos problemas ambientais a partir da “atitude de alteridade”, da “incorporação da visão sistêmica” e da “alfabetização ecológica dos jornalistas”.



Figura 12: Ocorrência de fenômenos semelhantes em Porto Alegre

Fonte: *Zero Hora*, 2 de fevereiro de 2016

Nelcir Tessaro, coordenador da Defesa Civil de Porto Alegre, admite que fenômeno semelhante possa ocorrer novamente e atingir moradores de Porto Alegre – mas a preocupação, novamente, se restringe à queda das árvores.

No momento em que não há um pensamento complexo acerca do planejamento da cidade diante dos problemas ambientais, as soluções propostas não podem ser consideradas eficientes. Percebemos, então, que as soluções não são abordadas de forma integrada, com participação da sociedade e ampla divulgação. No caso de Porto Alegre, a partir do discurso jornalístico, percebemos que a cidade não é vista em sua totalidade, além de as políticas públicas de adaptação e mitigação serem recentes⁶. “Estragos”, “prejuízos” e “transtornos” são termos frequentes nos títulos e no corpo dos textos da edição de 2 de fevereiro de 2016. Uma abordagem sobre risco destacaria não a catástrofe e o desastre, mas a sua antecipação (Loose, 2016).

⁶ É importante ressaltar que, em 27 de janeiro de 2016, a gestão vigente à época lançou o desafio Porto Alegre Resiliente, administrado pela Fundação Rockefeller no âmbito da iniciativa global 100 Resilient Cities. Além de Porto Alegre, o Rio de Janeiro é a outra cidade brasileira a fazer parte das localidades selecionadas pelos patrocinadores. Em Porto Alegre, a organização não-governamental Centro de Inteligência Urbana de Porto Alegre – CIUPOA, além de outros apoiadores, também participa da iniciativa. Disponível em: http://www.portoalegreresiliente.org/downloads/estrategia_de_resiliencia_de_porto_alegre.pdf

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatamos que a cobertura jornalística do fenômeno, nos dois dias seguintes à sua ocorrência, foi permeada por silenciamentos. A reportagem foi evidentemente surpreendida e o fato de haver uma tempestade tão severa em uma sexta-feira à noite, durante o verão – época em que a cidade costuma se esvaziar – é certamente representativo para a existência de tantas lacunas no texto escrito. Portanto, diante das poucas respostas que o jornalismo foi capaz de trazer aos cidadãos, percebemos a necessidade cada vez mais proeminente de fontes jornalísticas que falem sobre eventos climáticos extremos. Entendemos que esta não seja uma responsabilidade intrínseca do jornal, pois o preparo das fontes está além das capacidades dos veículos midiáticos. Contudo, ressaltamos que essa carência na cobertura evidencia um despreparo do poder público para lidar com os crescentes recortes em ocorrências relacionadas às mudanças climáticas, assim como a ausência de questionamento e de cobranças, pelo Jornalismo, sobre medidas de prevenção e mitigação.

Instalação de sistemas de alerta à população e de rede elétrica subterrânea são algumas das possibilidades abordadas nos textos analisados de acordo com as experiências de outros estados do Brasil, como Rio de Janeiro e Santa Catarina, que sofreram na última década com tempestades que provocaram deslizamentos de terra, que, por sua vez, levaram à morte de moradores das regiões afetadas. No entanto, tais bandeiras não são assumidas pela reportagem, já que, assim como em relação a outras problemáticas apontadas na análise, as fontes oficiais consultadas não são questionadas sobre a viabilidade de implementação de novos sistemas. Hannigan (2009, p.135) destaca a dificuldade em relacionar problemas ambientais a questões científicas e a uma “agenda de ação”. Porém, acreditamos, a partir dos dados compilados por Aquino (2012), que as mudanças climáticas são uma realidade e que os meios de comunicação devem abraçar o princípio da precaução diante dos riscos comprovados e experienciados, no caso da tempestade.

O Jornalismo tem que articular vozes e discursos, de modo a garantir uma “pluralidade de perspectivas de enunciação” (Benetti, 2006, p. 9) e, portanto, circulação da diversidade social e cultural. É necessário, portanto, construir uma proposta contra-hegemônica e de resistência (Resende, 2003) diante de um jornalismo que não é propositivo e que dá mais destaque à catástrofe do que à complexidade do problema. Frente à preocupação manifestada pelo poder público, que se resume à arborização e ao impacto

das quedas de árvores no abastecimento de energia das residências e no trânsito, acreditamos que o jornalismo da mídia hegemônica, por seu amplo alcance, deve assumir o compromisso com a abordagem sobre os riscos ambientais.

Neste sentido, destacamos que Porto Alegre é a cidade berço do movimento ambientalista mais ativo do país e local de atuação do ecologista José Lutzenberger, um dos fundadores da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural, nos anos 1970⁷. Contudo, percebemos que tal tradição ainda pouco permeia o jornalismo e a comunicação na cidade e no estado e que vícios no processo de conscientização dos cidadãos, apontados há mais de 40 anos, devem ser superados em nome da precaução. Como apontam Girardi et al. (2012), é preciso haver, então, a emergência de uma “abordagem sistemática, e não apenas motivada por eventos ou catástrofes” (p. 142). Acreditamos que as empresas jornalísticas precisam reconhecer a gravidade do problema que compromete o futuro de todos e estimular e investir na capacitação dos jornalistas para que eles façam coberturas que contribuam para informar corretamente a população incorporando o princípio da precaução e assumindo o seu papel na construção dos riscos ambientais.

REFERÊNCIAS

- Aquino, F. (2012). *Conexão climática entre o Modo Anular do Hemisfério Sul com a Península Antártica e o Sul do Brasil*. Tese de Doutorado, Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.
- Benetti, M. (2006) Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. *Intexto*, 1(14), 1-11.
- Freitas, A (2016). *Como a meteorologia explica o temporal que atingiu Porto Alegre*. *Nexo Jornal*. Retirado de <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/02/01/Como-a-meteorologia-explica-o-temporal-que-atingiu-Porto-Alegre>
- Girardi, I., Schwaab, R., Loose, E. & Massierer, C. (2012). Caminhos e descaminhos do Jornalismo Ambiental. *C&S*, 34(1), 131-152.
- Hannigan, J. (2009). *Sociologia ambiental*. Petrópolis, RJ: Vozes.

⁷ Em Porto Alegre e Região Metropolitana, atuaram, ainda, outros pioneiros da ecologia no Brasil, como Henrique Luis Roessler (1896-1963), Augusto Carneiro (1922-2014), Magda Renner (1926-2016) e Giselda Castro (1923-2012).

- Loose, E. B. (2016). *Riscos climáticos no circuito da notícia local: percepção, comunicação e governança*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Resende, F. (2003). Ausências na comunicação social e no jornalismo: a lógica da rua. *Oficina do CES*, 197, 1-29. Retirado de <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/197/197.pdf>

Citação:

Girardi, I. M. T. & Steigleder, D. G. (2019). Mudanças climáticas, risco e cidade: meios de comunicação brasileiros entre o silêncio e a cobertura catastrófica. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 135-148). Braga: CECS.

MELLYNA ANDRÉA REIS DOS SANTOS BORGES

mellynareis@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE, BRASIL

FUTEBOL NA BAIXADA FLUMINENSE: PERSPECTIVAS SOBRE CONSUMO, REPRESENTAÇÃO E TERRITÓRIO

RESUMO

O sonho da ascensão social domina o imaginário de milhares de meninos que moram nas favelas, subúrbios e rincões do Brasil. E o futebol é visto por eles como uma estratégia para alcançar este lugar. A partir de uma reflexão sociocultural, a proposta deste artigo – que é fruto de uma pesquisa de mestrado em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense sobre futebol e práticas sociais – é discutir as tensões e contrastes no território da Baixada Fluminense, no Rio de Janeiro, a partir do consumo de produtos da Adidas e Nike pelos jogadores das categorias de base do Nova Iguaçu Futebol Clube (N.I.F.C.).

Consideradas duas das marcas mais valiosas do mundo, a Adidas e a Nike patrocinam os jogadores mais bem pagos do futebol mundial, como Lionel Messi (Barcelona) e Cristiano Ronaldo (Real Madrid) e são as mais utilizadas pelos jovens atletas do clube iguaçuano, reconhecido por formar atletas para serem vendidos a outras equipes.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; futebol; identidade; território

A CULTURA DO ESPORTE POR UM VIÉS TERRITORIAL

O esporte pode reavivar a esperança onde antes só havia desespero
Nelson Mandela

A jornada desta pesquisa começa na estação de trem da Supervia, em Campo Grande, Zona Oeste do Rio de Janeiro, em mais uma típica

manhã de vagões lotados e interrupção não programada do trajeto. Começava assim o meu primeiro dia de campo no Nova Iguaçu Futebol Clube, na Baixada Fluminense. Até lá, seriam dezoito estações com uma baldeação obrigatória em Deodoro, acompanhada de trabalhadores, conversas aleatórias, o frenesi dos smartphones – seja para suprir a falta de informação do maquinista sobre o que afetava a viagem ou mesmo para fazê-la passar sem aquela sensação de estar vivendo um calvário moderno –, e claro, os ambulantes, que mesmo sem intenção transformam o sufoco em entretenimento, com estratégias de vendas que os mais habilidosos marqueteiros profissionais seriam capazes de imaginar. São eles que muitas vezes ditam o ritmo daqueles deslocamentos, ao oferecerem todo o supérfluo necessário para sobrevivermos até o destino final.

Assim segue a viagem de trem, costurando as zonas territoriais do Rio de Janeiro em uma experiência antropológica. Foi preciso refazer algumas vezes esse trajeto (que ainda é complementado por um ônibus, ao sair da estação de Nova Iguaçu) para se dar conta disso, uma vivência que antecede a minha própria busca por um *ethos* ou, nas palavras de Stuart Hall, “a sensação familiar e profundamente moderna de deslocamento, a qual – parece cada vez mais – não precisamos viajar muito longe para experimentar” (Hall, 2003, pp. 27-28). A imprescindibilidade de contextualizar a trajetória para chegar ao campo de pesquisa se deve ao fato de que este também é o percurso de alguns dos garotos que jogam no Nova Iguaçu. Ademais, é válido notar que o desgaste dessa logística é condicionante e afeta mais do que o esforço diário pelo sonho de se tornar um jogador de futebol profissional. As relações sociais desses adolescentes são diretamente tangidas por essa rotina de deslocamentos, que inclui estudar em uma escola distante de casa, porém, mais próxima do clube, na Baixada, impondo assim um vínculo involuntário com aquele território. O discernimento dos jovens atletas ainda em processo de formação não permite que eles percebam o elo mantido com aquele lugar, no qual alguns dispõem a maior parte de tempo do dia, incluindo as horas gastas no caminho. Uma conjuntura que nos possibilita perceber a relação, organização e os significados atribuídos pelas pessoas para com o espaço, e assim, compreender as dinâmicas desses sujeitos na Baixada.

Nas primeiras entrevistas houve certa resistência dos atletas em reconhecerem uma identificação com a Baixada, tanto por parte dos jovens que moram na região, como dos que são de fora. A negação dos “nativos” e dos “forasteiros” se deu principalmente quando questionados sobre a morada e as opções de lazer e cultura na região. Não se utilizaram

de parcimônia para justificar as melhores possibilidades que os aguardam em outros territórios onde vivem ou onde gostariam de viver. A rejeição inicial ao que representa a Baixada reflete o que Kathryn Woodward (2014) entende como “sistemas classificatórios”, os quais remontam ao processo de construção de identidades a partir das diferenças. De acordo com Woodward:

as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas *simbólicos* de representação quanto por meio de formas de exclusão *social*. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade *depende* da diferença. (Silva, Hall & Woodward, 2014, p. 40)

Mas as questões sobre identidade e diferença serão aprofundadas ao longo da pesquisa. O que é oportuno considerar nesse artigo é como essas marcações de identidades e diferenças contribuem com a noção de territorialidade inerente a este trabalho. Exceto pela escola, o meu percurso para chegar até o clube, no bairro de Moquetá, onde fica o Centro de Treinamento do Nova Iguaçu Futebol Clube, é similar ao de parte dos atletas. Majoritariamente, trens e ônibus nos servem nesse deslocamento, cujo início se dá do centro de Nova Iguaçu. O cenário é típico de um centro comercial: diversidade de lojas, comércio informal, poluição sonora, transeuntes, congestionamento de veículos e de pessoas, como por exemplo, nas rampas de acesso à estação, durante as chegadas e partidas dos trens. Não é muito diferente de bairros como Campo Grande, na Zona Oeste, ou Madureira, na Zona Norte, exceto pela evidente diferença de que se trata de um município. Na expectativa de exercitar o pensamento paradoxal proposto por Bourdieu (2008), o qual depõe contra o “bom senso e os bons sentimentos”, busquei experimentar aquela realidade para além dos discursos existentes, em especial, os que taxaram a Baixada como uma mancha de sangue no mapa do Rio de Janeiro. Há ali, na área central, um caos urbano que remete à ineficiência do Estado e ao processo em que este importante município da Baixada foi organizado territorialmente. Apesar disso, a violência midiaticizada não parece ser latente, como em territórios mais vulneráveis do estado.



Figura 1: Populares improvisam para assistir a estreia da Taça Guilherme Embry, em Xerém, na Baixada

Ainda que esse deslocamento seja insignificante considerando as dimensões geográficas da Baixada, essa paridade entre os trajetos, meu e dos jovens, me fazem querer perscrutar o que motiva a negação da afetividade com aquele território. Por outro lado, é um movimento que possibilita fazer ponderações sobre a ideia de territorialidade, para refletir as relações sociais deste local, as quais podem ser complementadas com o pensamento de Pierre Bourdieu sobre o *espaço social*: “não há espaço, em uma sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e distâncias sociais” (Bourdieu, 2008, p. 159). Quer dizer, essa diferenciação de lugar e não-lugar assumida pelos garotos reforça o entendimento da Baixada Fluminense como um território com diversas significações e microterritórios. É possível perceber nos discursos desses atletas, principalmente os que são “crias”, o sentido de moradia e acolhimento para além dos limites físicos de um muro ou questões geográficas, que definem bairros e municípios. Semanticamente, parece não haver quase diferença. Contudo, ao conversar com esses garotos é possível perceber que há várias Baixadas na mesma Baixada.

Eu acho que aqui [o clube] é a minha segunda casa. Pra mim, eu ficava aqui até... Dormia aqui, fazia tudo, pra mim, eu fazia isso. Mas, se Deus quiser, eu tô lá que nem meus amigos estão, em outro clube. (Andrey, “Coxinha”, 16 anos)²

¹ Nascidos e/ou que vivem há muito tempo na Baixada Fluminense.

² Entrevista realizada com o jogador Andrey, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 27 de junho de 2017.

O deslocamento desses jovens nos espaços urbano e social já des-
perta por si só uma relevância que poderia ser apreciada em qualquer ini-
ciativa empírica, já que representam uma peça fundamental no sistema.
Isto é ainda mais estimado ao levarmos em conta a configuração social
desses adolescentes, cuja maioria é de famílias de classes mais baixas,
sendo várias afetadas diretamente pela atual crise econômica/política que
acomete o país:

lá onde eu moro, do outro lado, é área dominada pelo tráfico.
Não passo perto não, é do outro lado. Mas é tenso. Às vezes dá
pra ouvir assim, mas nada que possa, assim, atrapalhar que eu
saia pra treinar. Não interfere não”. (Fabiano, 16 anos)³

Assim, há que se ter como referência a recomendação de Milton San-
tos (2006, p. 221; grifos do autor): “por serem ‘diferentes’, os pobres abrem
um debate novo, inédito, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as
populações e as coisas já presentes”.

O FUTEBOL COMO FATO SOCIAL NA BAIXADA FLUMINENSE

Segregada dos holofotes dos Jogos Olímpicos Rio 2016, a Baixada
tem vilas olímpicas em todos os oito municípios, que totalizam 3,13 mi-
lhões de habitantes⁴. Porém, a maioria desses equipamentos encontra-se
em situação de abandono⁵, desrespeitando o artigo 217 da Constituição
Federal, que imputa ao poder público o papel de incentivar o lazer, como
forma de promoção social (Parágrafo 3º): “é dever do Estado fomentar prá-
ticas desportivas formais e não-formais, como direito de cada um” (Con-
stituição Federal, 1988). Isso significa que a dotação de espaços adequados
à prática esportiva é uma forma de garantir o direito constitucional dos ci-
dadãos. “Políticas de esporte e lazer podem contribuir para melhorar a vida
das pessoas nas cidades e democratizar possibilidades de acesso à cultura
em todas as dimensões” (Feix, 2007, p. 31). A região também conta com
três unidades do Sesc Rio – em Nova Iguaçu, Duque de Caxias e São João
do Meriti –, que abrigam equipamentos culturais, como biblioteca, teatro,

³ Entrevista realizada com o goleiro Fabiano, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 29 de junho de 2017.

⁴ O número de habitantes apresentado no texto é a soma da população dos oito municípios pesquisa-
dos, com base nos dados do Censo 2010 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE).

⁵ As informações atualizadas sobre a situação dessas vilas estão em processo de apuração na
pesquisa.

galeria de arte e salas de cinema, para além dos complexos esportivos. Apesar dos espaços serem abertos à comunidade, o fato de as estruturas serem cercadas por muros, grades e catracas para controlar o fluxo, agravado pela escassez de canais de comunicação mais eficientes e direcionados, provoca o afastamento do público, que muitas vezes desconhece o direito de acessar os serviços prestados no local. Em artigo sobre o planejamento de equipamentos esportivos urbanos, o pesquisador Carlos Mulatinho Pedroso e colegas ressaltam que o esporte só terá condições de produzir práticas sociais se houver espaços esportivos públicos: “nos espaços da cidade e na vida cotidiana das pessoas que o esporte desenvolve seus valores e manifestações” (Pedroso, Silva, Menezes & Lopes, 2010, p. 16).

Historicamente, a Baixada Fluminense foi se delineando a partir do processo de urbanização iniciado com a construção da Estrada de Ferro Dom Pedro II, em 1858. A rota foi desenvolvida para conectar a área central do Rio de Janeiro ao município de Queimados, que na época pertencia a Nova Iguaçu. A pesquisadora Alessandra Barreto (2004) enfatiza que a violência reiterada nas narrativas midiáticas sobre o território tem a sua origem nas disputas de terra que eclodiram no período da urbanização.

Essa construção provocou a intensificação da urbanização nos trechos às margens da linha férrea através do loteamento das fazendas, em grande parte de forma ilegal, em terrenos pequenos e baratos, atraindo assim uma população de migrantes de baixa renda vindos do Nordeste em sua maioria, mas, também, do município do Rio de Janeiro, expulsos pelos preços dos aluguéis e terrenos. (Barreto, 2004, p. 59)

Vale ressaltar que a escolha desse *ethos* atravessa muitas questões, entre as quais, o desejo de ampliar as discussões sobre o esporte como um fato social e as relações com determinados territórios e sujeitos. Ronaldo Helal (1990, p. 12) ressalta que,

assim como a língua ou religião, o esporte nos é herdado pelo nosso meio no início da infância. E a sua presença entre nós é tão impositiva que, muitas vezes, aquele que não se liga ao esporte de seu grupo social, se sente, de certa forma, como uma pessoa não integrada, que vive à margem da sociedade.

Ou seja, apesar das consciências e sentimentos individuais, o esporte é capaz de influenciar culturalmente e de forma coletiva a sociedade, ao ponto de interferir significativamente no nosso cotidiano. Essas impressões

ficam ainda mais evidentes no contexto do futebol, uma expressão da cultura de massa, cuja história no Brasil ajudou a construir uma identidade de nação (Hall, 2015) ou “país do futebol” no imaginário da sociedade que perdurou por décadas, até que viesse a ser questionada diante dos retumbantes revezes – com destaque para a fatídica derrota da seleção masculina para a Alemanha, em 2014. Em sua obra, *Sociología Política del Deporte*, Jean-Marie Brohm (1982) define que:

a história do esporte é explicitamente concebida como uma mitologia de ascensão ininterrupta para a superação: mais rápido, mais alto, mais forte. É esse espírito novo, industrial, que reflete todas as categorias centrais do modo de produção capitalista e as coloca abaixo do princípio de rendimento que integra o corpo humano a uma corrida fantástica para o sucesso. Essa consciência desportiva é parte constitutiva do universo industrial contemporâneo. (Brohm, 1982, p. 11)

O papel social que o esporte pode desempenhar na vida do cidadão tende a ser mais impactante em regiões marcadas pela pobreza e vulnerabilidade, o que compreende uma parcela considerável da Baixada. De acordo com o Censo 2010, mais de 200 mil pessoas residem em favelas – ou “aglomerados subnormais”, como o IBGE classifica –, sendo que 70% desse público está concentrado nos municípios de Duque de Caxias⁶, São João de Meriti e Belford Roxo.

As cidades agrupam uma série de indivíduos, grupos, atividades e processos sociais que, via de regra, não se distribuem linear ou uniformemente sobre o espaço, delineando – ora mais, ora menos – diversas linhas de divisão. Nesse sentido, a investigação da divisão social urbana, em suas múltiplas manifestações e processos, aparece como central, sendo capaz, entre outras coisas, de captar a relação – configurada em um processo de duas vias – entre prática e estrutura social (Grafmeyer citado em Melo & Peres, 2009, p. 22)

Na Baixada, onde sequer as competições olímpicas resvalaram – houve apenas a passagem da tocha⁷ –, os agentes políticos do território

⁶ A favela Vila Operária, em Duque de Caxias, é a maior da Baixada Fluminense, com aproximadamente nove mil moradores (Censo 2010, IBGE).

⁷ As narrativas midiáticas de homogeneização da Baixada prevaleceram na divulgação da passagem da tocha olímpica pela maioria dos veículos de comunicação, que não detalharam os locais que receberiam o símbolo máximo dos Jogos.

se encarregam de promover eventos esportivos, como a 23^a Olimpíada da Cidadania na Baixada Fluminense; a 20^a edição dos Jogos da Baixada, realizada em junho passado, cuja abertura foi realizada no Parque Olímpico da Barra, na Zona Oeste do Rio; eventos municipais, como o Domingão Esportivo e o Campeonato Iguaçuno de Futebol. Considerando a densidade da vida social observada nos espaços urbanos, com ressalvas para o aumento da especulação imobiliária e os projetos de cidades empresaria-listas⁸, a Baixada ainda preserva o espaço público mais democrático para o desenvolvimento da prática esportiva: a rua. Para o treinador da categoria Sub 16 do Nova Iguaçu Futebol Clube, Júlio Neres, esse é um dos fatores que contribui para o esporte ser um dos mais praticados pelos garotos da região, considerando que não requer uma estrutura complexa.

A Baixada Fluminense hoje é um dos lugares mais pobres do Rio de Janeiro e aqui ainda a gente costuma dizer que a globalização ainda não chegou aqui, pelo seguinte: não que a informação não chegou, não é no nível de informação. Mas é no nível de infraestrutura, né? Principalmente com relação à cidade. Ou seja, um pouquinho mais pra Zona Norte, Zona Sul e Zona Oeste, os campos foram dando lugares para os prédios, pra outros empreendimentos comerciais. E aqui na Baixada Fluminense o garoto ainda tem acesso a um campo de futebol, àquele futebol de rua, em jogar descalço na periferia, a oportunidade que ele tem de desenvolver assim, a sua coordenação motora e sua capacidade de criatividade. Então assim, hoje a Baixada Fluminense é um celeiro nesse ponto. (Neres, 2017)⁹

É pertinente salientar que a infância nas periferias e rincões do Brasil ainda é muito marcada por uma educação patriarcal, que direciona as crianças para gostos e preferências antes mesmo que possam ter um entendimento de mundo – no qual já somos influenciados por “um sistema de representação cultural” (Hall, 2015, p. 13). Assim, é comum ver meninos induzidos por seus familiares a gostarem e praticarem o futebol, até quando não há uma empatia inicial com o esporte, como no caso do goleiro do sub-16 do Nova Iguaçu, Fabiano, morador de Belford Roxo: “eu não sabia o que é que eu tava fazendo. Eu só fazia porque gostava de fazer, sem saber o que estava fazendo”, lembra o jogador, sobre as brincadeiras de “agarrar a bola” e pular que mais curtia na infância, antes que a mãe tivesse a

⁸ Ver *Semântica Urbana e Segregação: Disputa simbólica e embates políticos na cidade empresarialista* do geógrafo Marcelo Lopes de Souza (2013).

⁹ Entrevista realizada com o treinador do NIFC, Júlio Neres, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 24 de maio de 2017.

iniciativa de conversar com pai para inseri-lo no futebol já como goleiro. Contudo, Neres acredita que o interesse pela profissionalização no futebol por parte dos garotos da região é motivado pela estrutura do clube e/ou pela perspectiva do atleta como solução financeira da família.



Figura 2: Público acompanha partida contra o Botafogo, válida pela Taça Guilherme Embry, Nova Iguaçu

A INTRINSECIDADE DA POBREZA NO FUTEBOL E O SONHO DA ASCENSÃO SOCIAL

Considerado um fenômeno de expressão cultural massificado, o futebol vem se reconfigurando na história da sociedade contemporânea. No contexto do Brasil, o esporte que nos primórdios foi acalentado no berço da elite branca aristocrática, virou sinônimo de um caminho para a ascensão social de milhares de garotos das periferias e favelas do país. Nas entrevistas com jogadores do NIFC, o discurso de “levantar a família” é repetitivo: “qualquer criança que pensa em ser jogador de futebol, eles pensam em levantar a família, tirar a família desse aperto”, conta o garoto Alberto, de 16 anos. Em outro relato, o goleiro Fabiano afirma:

eu sempre espero uma mudança e, principalmente, futebol... eu jogo futebol pela minha família, pra levantar a minha família. É, assim, condição financeira, tirar eles daquele lugar, dar uma vida melhor, morar... dar uma casa

pra minha mãe e alguma coisa a mais, ou então um carro. Fico porque... Eles dão muito pela gente, né? Aí a gente tenta retribuir isso tudo que eles fazem pela gente.

Contudo, a realidade dos jogadores que chegam ao *status* de astro e desfrutam de salários exorbitantes é restrita a poucos. Uma matéria¹⁰ produzida pelo *Jornal Extra* (Calil, 2012) traz um levantamento da Confederação Brasileira de Futebol, o qual revela que dos 30.784 jogadores registrados no país em 2012, 82% recebiam até dois salários mínimos – incluindo atletas que jogavam sem remuneração. Por outro lado, apenas 2% ganhavam acima de R\$ 12,4 mil – cerca de 20 salários mínimos na época. O texto também mostra que, de acordo com a Federação Nacional dos Atletas Profissionais (Fenapaf), cerca de 20% dos profissionais (de qualquer faixa de renda) do Brasil sofrem ainda com atrasos salariais e no pagamento de encargos e bônus. No NIFC, o treinador Júlio Neres não encara como um problema os desejos expostos pelo seu plantel, mas confessa que tenta blindar os garotos das possíveis pressões que venham a sofrer, principalmente dos familiares: “sonhar é livre” (Neres, 2017).

A história dos dois maiores ícones do futebol atual, o português Cristiano Ronaldo, de 32 anos, e o argentino Lionel Messi, 30 anos, é mais um retrato dessa estrutura desigual que leva milhares de meninos a idealizarem uma projeção social semelhante. Dono de 4 Bolas de Ouro, o maior reconhecimento a um jogador de futebol¹¹, CR7, como se identifica, nasceu no bairro da Quinta do Falcão, no Funchal, ilha da Madeira. A mãe do craque, Dolores Aveiro, conta em sua autobiografia¹² que tentou por duas vezes interromper a gravidez em que esperava Ronaldo, o quinto filho de uma família pobre. A um oceano de distância, em Rosário, um garoto argentino que sofria de nanismo fora rejeitado pelo seu clube do coração: Newell's Old Boys. Devido à falta de apoio, seu pai e sua mãe resolveram arriscar ir para a Catalunha, onde já vivia uma tia do menino, em busca de um tratamento para aquele que anos mais tarde alcançaria a alcunha de gênio, designada a apenas um punhado de nomes na história do futebol. A crença que nasce dessas trajetórias é uma fonte de inspiração para meninos das favelas, subúrbios e rincões no país afora e também de seus familiares.

¹⁰ Disponível em <http://extra.globo.com/esporte/triste-realidade-no-brasil-82-dos-jogadores-de-futebol-recebem-ate-dois-salarios-minimos-6168754.html>

¹¹ Até 2015, o prêmio era entregue pela tradicional revista francesa *France Football*, em parceria com a FIFA. Desde o ano passado que a revista faz a premiação de maneira independente, enquanto a FIFA promove o prêmio “The Best”.

¹² Ver “Mãe Coragem”, Aveiro (2014).

Como bem define o jornalista Breiller Pires, “é um trajeto de mão única idealizado por milhares de garotos pobres no Brasil” (Pires, 2017). A construção desses sonhos é fundamentada em diversas realidades:

da nossa parte é todos os incentivos, das coisas boas e incentivo a ele. Mais pra ele ter foco, que o futuro dele é esse, pra ele brilhar lá na frente e vim ter o reconhecimento, que ele não veio pra cá sozinho. (...) Então, a expectativa da gente é essa, que ele brilhe daqui pra frente. O foco dele é esse. Ele fala que dá o sangue dele pra tirar da vida que a gente vive. Então ele fala que o que ele faz é pela família dele. E o foco dele é me tirar do aluguel. (Danielle da Silva, mãe de Andrey)¹³

Quando questionados sobre o que eles gostariam que o futebol proporcionasse, foi necessário dizer algumas opções para os que tiveram mais dificuldade de entender a pergunta. Entretanto, os discursos continuavam bem afinados. O jogador Ítalo Conceição, morador de Belford Roxo, disse que queria proporcionar “a alegria da minha família. De assim, poder dar uma vida melhor para todos, de ajudar a quem precisa”. Já o jovem Alberto, de 16 anos, que passou por outros três clubes antes de aportar no Nova Iguaçu (Flamengo, Botafogo e Boavista), foi ainda mais específico, ao dizer que quer deixar o bairro onde mora, em Curicica, na Zona Oeste do Rio:

fica feio, né? Você morar num lugar assim, né? Pô, cê fica até com medo de sair na rua às vezes. Teve um tempo que, pô, você num podia sair na rua que os caras ‘tavam roubando tudo lá. Aí você num tem como. (Alberto, 16 anos)¹⁴

“CONSUMO, LOGO EXISTO”: A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO DE SUCESSO

Toda essa inclusão pelo consumo, ampliada a partir das políticas de redução da desigualdade social desenvolvidas em boa parte dos governos do PT na presidência da República, desencadeou outros reflexos, como o acesso a marcas mais caras. No caso dos garotos do NIFC, as preferidas são Adidas e Nike, duas das mais valiosas do mundo. De acordo com a

¹³ Entrevista realizada com Danielle da Silva, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 8 junho de 2017.

¹⁴ Entrevista realizada com o jogador Alberto, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 29 junho de 2017.

Revista Forbes¹⁵, em 2016 a Nike teve um crescimento de 3,8% e fechou o ano no topo do ranking: avaliada em 27 bilhões de dólares, cerca de 90 bilhões de reais. Nessa lista, a alemã Adidas ficou no terceiro lugar, cujo valor estimado está na casa dos 7 bilhões de dólares, ou aproximadamente 24 bilhões de reais. Em seguida, a também germânica Under Armour, ultrapassando os 5,5 bilhões de dólares (cerca de 18 bilhões de reais).

A Adidas e Nike também são patrocinadoras dos clubes mais ricos do futebol, o espanhol Real Madrid e o catalão Barcelona. Os embaixadores das marcas são, invertidamente, as maiores estrelas desses clubes: Cristiano Ronaldo (Nike) e Messi (Adidas). Logo no meu primeiro contato com os atletas do NIFC, ficou constatada a predileção deles, como é o caso do Alberto, que recorre a lojas de *outlet* da marca e prefere as chuteiras coloridas para chamar atenção nos jogos: “eu sou um pouquinho fanático pela Nike. Só gosto de usar Nike. Modelo, conforto... É diferente, eu acho diferente”. O meio-campo Ítalo Conceição é incisivo ao definir a Adidas: “é marca de goleiro”. A marca que patrocina o Messi também é a favorita do goleiro Fabiano: “eu gosto mais da Adidas, não sei dizer porquê”. Em um mundo globalizado, no qual o futebol é cada vez mais tratado como um negócio de cifras estratosféricas, a sociedade do consumo definida por Zygmunt Bauman também é estimulada por essa paixão nacional, o que propicia o surgimento de novas representações identitárias, que vão além das premissas desportivas básicas, como a disciplina e o lúdico. Segundo Eneida Feix (2007, pp. 32-32)

o ser humano precisa do lúdico para se desenvolver, pois, desde criança, através do brinquedo, vai entendendo o seu mundo, lidando com seus medos, aprendendo seus limites, relacionando-se com o outro, resolvendo situações-problema e criando novas possibilidades.

Neste mundo sem fronteiras, onde as distâncias foram reduzidas a partir da comunicação global¹⁶, o capitalismo é um dos fatores que mais favoreceu a construção dessas representações.

¹⁵ O ranking da Forbes considera todas as marcas do meio esportivo, não só as de vestuário. Ver mais em http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/nike-e-marca-esportiva-mais-valiosa-do-mundo-segundo-forbes_31449.html

¹⁶ Sobre comunicação global, ver *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo* (Paiva, 2003).



Figura 3: Atacante Andrey, o Coxinha, corre em direção à câmera após marcar o gol de empate contra o Botafogo

Entretanto, os meios de comunicação também desempenham um papel social nesse processo. Néstor García Canclini (2007, p. 50) entende que “a comunicação com o que está além do local pode levar ou a imaginar que as identidades se dissolvem ou a procurar referentes globais indefinidos”. Em *Globalização Imaginada*, Canclini (2003, p. 50) narra:

hoje, quem faz um gol, ele e seus companheiros de time, festejam “saudando um público imaginário, uma audiência como se ela estivesse ali presente”. Já não fazem o círculo, mas sim – como se vê nos jogos transmitidos pela televisão – acenam para um público planetário. (...) Nas ruas do México vi meninos correndo, depois do gol, até a beira do campo, perante uma plateia inexistente, mas imaginada, e repetirem, um as acrobacias de Hugo Sánchez, outro o embalo de um bebê feito por Bebeto logo depois de ser pai, outros os saltos rastejantes do “Gusano” Nápoles.

Utilizando a perspectiva proposta por Jesús Martín Barbero (2008, p. 232), podemos inferir que as mediações no fenômeno de consumo de marcas por uma geração de futuros jogadores de futebol profissional “adquiriram materialidade institucional e densidade cultural”. Apesar de jogadores-celebridades como Daniel Alves e Neymar, frequentemente citados pelos atletas do Nova Iguaçu como parâmetro em estilo de moda possuírem histórias de vida semelhantes à da maioria dos jovens da Baixada, a construção social desses sujeitos é indissociável do que representam. Desta forma, a ascensão de classe que esses jogadores-celebridades tiveram não deve ser considerada como exclusiva na definição de um estilo de moda (ou de vida), pois, mesmo que a mobilidade social alcançada por esses astros do futebol permita o acesso a bens de consumo e marcas

– que muitas vezes patrocinam essa representação –, as práticas sociais e vivências desses sujeitos também impactam no processo da construção de um imaginário que os cerca.

REFERÊNCIAS

- Barbero, J. M. (2008). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Barreto, A. S. (2004). Um olhar sobre a Baixada: usos e representações sobre o poder local e seus atores. *Campos-Revista de Antropologia*, 5(2), 45-64.
- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Brohm, J. M. (1982). *Sociología política del deporte*. Ciudad del México: Fondo de Cultura Económica.
- Canclini, N. G. (2007). *Globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras.
- Feix, E. (2007). *O Esporte e Lazer da Cidade e as Fases da Vida*. In E. Feix (Eds), *Brincar, Jogar, Viver: Programa Esporte e Lazer da Cidade*, volume 1.
- Grafmeyer, Y (1994). Regards sociologiques sur la ségrégation. In J. Brun & C. Rhein (Eds.), *La ségrégation dans la ville: concepts et mesures* (pp. 85-117). Paris: Editions L'Harmattan.
- Hall, S. (2015). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina.
- Helal, R. (1990). *O que é sociologia do esporte*. São Paulo: Brasiliense.
- Melo, V. de. (2009). Equipamentos culturais na América do Sul: desigualdades. In V. A. Melo & F. de F. Peres (Eds.), *Coleção Sport: História*. Rio de Janeiro: Apicuri.
- Paiva, R. (2003). *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Pedroso, C. A. M. Q., Silva, F., Menezes, V. & Lopes, J. (2011). Planejamento de equipamentos esportivos na cidade: os parques urbanos do Recife-PE/ Brasil. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 1(1), 15-32.
- Pires, B. (2017, 12 de outubro). Adriano Imperador, a sobriedade de um craque que trocou o futebol pela favela, escrito por Breiller Pires. *El País Brasil*. Retirado de https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/12/deportes/1507827980_653003.html

- Santos, M. (2006). *A Natureza do espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. São Paulo: EDUSP.
- Souza, M. L. (2013). Disputa simbólica e embates políticos na cidade empresarialista. In P. Vasconcelos, R. Correa & S. Pintaudi (Eds.), *A cidade contemporânea: segregação espacial* (pp. 127-146). São Paulo: Editora Contexto.
- Woodward, K. (2014). Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In T. T. Silva, S. Hall & K. Woodward (Eds.), *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis, RJ: Vozes.

Citação:

Borges, M. A. R. S. (2019). Futebol na Baixada Fluminense: perspectivas sobre consumo, representação e território. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 149-163). Braga: CECS.

RÔSSI ALVES & GUILHERME SANTOS

rossialves14@gmail.com; guilhermemarcelinodossantos@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE, BRASIL

“MUITOS DIZEM, MAS NÃO SÃO. MUITOS SÃO, MAS NÃO DIZEM”. ENTÃO, “QUEM É O RAP?” – IDENTIDADE A PARTIR DO CONSUMO NAS BATALHAS DE RIMA

RESUMO

O presente trabalho analisa a forma como a juventude, frequentadora de Rodas Culturais do Rio de Janeiro, aciona modos de desenvolver as suas identidades através de vestuários ligados ao rap. A Roda Cultural é uma manifestação cultural no espaço público, que compreende várias modalidades artísticas, sobretudo, a batalha de rimas. A reflexão parte de uma pesquisa feita nas duas principais batalhas de rima de São Gonçalo – Rio de Janeiro. Os jovens utilizam bonés, camisas, cordões e outros acessórios como um modo de evidenciar apreço aos artistas e/ou pertencimento ao grupo. Porém, há uma questão que se interpõe: a legitimidade do “modinha”, sendo esta categoria entendida comumente como um consumidor que não está imerso na cultura urbana, apenas cultiva alguns produtos desta que estão mais próximos aos propagados pela cultura hegemônica. Assim, a disputa que se estabelece dentro da cena de rua faz com que existam “projetos ideais de identidade”. Entrevistas com os usuários das marcas e observação de campo colaboram na compreensão dessa dinâmica construída pelos jovens nas Rodas Culturais.

PALAVRAS-CHAVE

Consumo; rap; identidade; cidade

RODAS CULTURAIS

Nos últimos anos, o Rio de Janeiro esteve no centro das atenções do mundo. Uma série de eventos esportivos ocupou o estado como os XV Jogos Pan-Americanos, em 2007, a Copa do Mundo, em 2014, e, em 2016, os Jogos Olímpicos. Porém, os benefícios que esses megaeventos trouxeram ficaram limitados a uma pequena área do território carioca.

Neste cenário, onde muitas pessoas são excluídas por conta da gentrificação, as grandes cidades têm sido concebidas de uma forma quase sempre muito excludente. A "revitalização" de determinadas áreas guardam por trás das "suas melhores intenções" planos que limitam o acesso da população. Enquanto o estado volta sua atenção para os modos de atrair turistas, grandes empresas e, conseqüentemente, arrecadar capital, uma parte da população se encontra com poucas opções de moradia e lazer. E as formas culturais trabalhadas neste texto – as batalhas de rima – surgem nas franjas dessa cidade¹.

Hoje, o estado do Rio de Janeiro, em toda sua extensão, conta com cerca de 130 Rodas Culturais espalhadas pelas ruas, segundo levantamento realizado pelo site Arte de Rua e Resistência². Isto posto, vale salientar que uma roda cultural contempla várias atividades artísticas, como saraus, *shows* de rap, *slackline*, performance e – a forma artística mais cultivada – batalha de rimas. A batalha de rimas se constitui a partir da disputa de rimas entre os MCs (*Master of Ceremonies*). As manifestações ocorrem, frequentemente, em praças públicas por serem locais de fácil acesso a todos os que desejam participar e integrar os eventos. Neste trabalho, utilizaremos o espaço da Batalha de Rima, visto ser a manifestação mais popular dentro de uma Roda Cultural.

Nas grandes cidades do Rio de Janeiro, a remodelação para os jogos esportivos alijaram os moradores, sobretudo do Centro da Cidade e do subúrbio, mas também fomentaram lutas, associações, resistências. E se na "cidade maravilhosa" houve segmentos sociais desconsiderados, nas cidades em torno do Rio de Janeiro, os impactos da reforma carioca foram mais cruéis. Sem quaisquer obras que pudessem minimamente beneficiar a população, suplantadas pela repercussão que a capital Rio de Janeiro experimentava, com a expulsão de moradores de áreas "revitalizadas", e com a política de segurança pública centrada nas UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora), os municípios da Baixada Fluminense e cidades litorâneas receberam parte dos problemas que, ora, o Rio de Janeiro varria, como elevados índices de violência, população em situação de rua e miséria.

Assim, apontamos o município de São Gonçalo como indicativo para o estudo. São Gonçalo é o segundo município mais populoso do estado do

¹ Este artigo é um recorte de uma pesquisa sobre rodas culturais, que se iniciou em 2012, refletindo sobre a produção poética dos MCs (master of ceremonies), ocupação do espaço público pela juventude e formas de negociação com políticas públicas. Como este estudo, que aqui se coloca, é recente, busca-se, apenas, trazer os primeiros resultados e articulá-los aos pensamentos de teóricos do consumo e identidade.

² Disponível em <http://www.artederuaeresistencia.com.br>

Rio de Janeiro, o 16º do país, segundo o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística³. Essa cidade, que abriga um amplo número de jovens, comporta hoje sete Rodas Culturais.

No *rap*, São Gonçalo é uma cidade conhecida por ser uma grande escola para os jovens que desejam ser Mcs. Nos últimos anos, a cidade teve representantes – campeões – nas batalhas de rima mais conhecidas do Brasil: Batalha do Real, com o Mc Naan, e o Duelo Nacional de Mcs, com o Mc Orochi. Dada essa notoriedade e o consistente trabalho pela cultura de rua existente em São Gonçalo, duas batalhas de rima – as de maior repercussão – foram escolhidas para ser o campo de pesquisa deste artigo: a Roda Cultural de São Gonçalo, Batalha do Tanque, e o Festival de Rap de São Gonçalo, também conhecido como Batalha da Trindade.

As duas batalhas ganharam notoriedade por fugirem da tradição (não seguirem os critérios mais consensuais). Conforme Hobsbawn e Ranger (1997, p. 12), “a invenção de tradições é essencialmente um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição”. As batalhas ocorrem no formato de “sangue”. Nestas, não há nenhum tipo de impedimento em fazer ofensas de âmbito pessoal como agredir a mãe do adversário. Rimas homofóbicas, racistas, misóginas e outras ofensas são permitidas também. Logo, a tradição dada pelas rodas mais antigas ou até mesmo de outros estados é quebrada em São Gonçalo, o que confere polêmica maior à cena urbana de rap da cidade.

O local escolhido para ocorrerem essas batalhas de rima são praças públicas. A Praça da Trindade, local da Batalha da Trindade, está localizada num bairro pobre de São Gonçalo. A praça passou por um processo de revitalização e, em seu entorno, foram colocadas grades, numa tentativa evidente de impedir a apropriação desse espaço por moradores em situação de rua que utilizavam parte da praça para passarem a noite. Ao cercar a praça, o poder público municipal garantiu o que Angelo Serpa (2013) afirma em sua pesquisa sobre parques públicos e fruição: que o parque público é um meio de controle social.

Já a Praça dos Ex-Combatentes, local da batalha do Tanque, é ampla, aberta e encontra-se na rua principal da cidade, de frente para a Faculdade de Formação de Professores da Universidade Estadual do Rio de Janeiro.

Assim, como nada fazemos hoje que não seja a partir dos objetos que nos cercam, como expõe Milton Santos (2006, p. 218), os dois espaços

³ Retirado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/sao-goncalo/panorama>

são ressignificados, baseados no movimento cultural que ocorre em ambas as praças. Comumente, as duas praças são vistas apenas como locais de passagem, se transformando em cenário para os carros e casas que se erguem em volta delas. Assim, com a intervenção juvenil corrente nessas paisagens, as praças se transformam em um espaço vivo e interativo. É nesse espaço que se dão as relações formadoras da identidade juvenil através do consumo.

MEU ESTILO DE ME VESTIR É A CONSEQUÊNCIA DO QUE EU SOU, IRMÃO, NÃO A CAUSA⁴

Faço minhas próprias roupas/ minha própria base/ minhas próprias
frases/ sou meu próprio agente/ Faço os irmãos sentir o que é
espírito independente.
Mc Marechal⁵

Um dos inúmeros exemplos de artistas que não dependem exclusivamente de suas músicas, porque contam também com a venda de roupas e acessórios, é o grupo carioca ConeCrewDiretoria⁶.

Se um artista esperar gravadora para deslanchar na carreira, vai ficar esperando pra sempre. Hoje em dia as pessoas têm abertura total na internet para andar com as próprias pernas. A loja virtual ajuda muito no sustento da banda. Afinal, a gente se propõe a liberar nossos discos de graça. E a grana que ganhamos com as vendas, estamos conseguindo reinvestir na própria loja. (Rany Money, 2014)⁷

Não seria possível neste espaço realizar um estudo profundo sobre a ideologia e a estética dos artistas, mas procuramos trazer a mensagem divulgada por eles, através das marcas. E principalmente perceber como isso se transporta para os produtos e afeta a identidade dos jovens usuários.

⁴ Trecho retirado da música "Glória Pra Nós Pt. Erik Skratch (versão Wutang) de Filipe Ret. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=PfnTBcdWtY8>

⁵ Trecho da música "Quem tava lá", de Costa Gold feat Marechal. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=B5cevaGXldw>

⁶ Ver <http://www.conecrew.com.br/>

⁷ Retirado de <http://oglobo.globo.com/cultura/rappers-brasileiros-driblam-crise-da-industria-fonografica-investindo-em-roupas-acessorios-12668860>

Por conseguinte, descreveremos três das marcas mais utilizadas pelos jovens frequentadores das batalhas de rima: #VVAR⁸, Tudubom⁹ e Oriente¹⁰.

A banda Oriente surgiu em Niterói, município do estado do Rio de Janeiro. Em sua loja online, denominada *Boca do Oriente*¹¹, o grupo descreve-se como um modo de "desconstrução de uma "boca"¹²; onde se pretende traficar cultura e informação, divulgar o grupo e desenvolver produtos de qualidade que se alinhem com a ideologia contida nas músicas da banda.

Outro artista niteroiense, Mc Marechal, expressa a sua marca, VVAR, a partir do seguinte discurso:

VVAR posso dizer que é a extensão da "Um só caminho". Porque "Um só caminho" é um bagulho muito complexo, só que tem fundamentos da VVAR, que é "Vamos voltar à realidade"¹³, é você deixar de cair na ilusão que estão te jogando. A falta de educação que o planeta tem, que nosso país tem, que a nossa cidade tem e que nosso Estado tem... É muito difícil, mano. Tudo está aqui pra te tirar da realidade. As músicas que os caras jogam para você ouvir, te tirar da realidade, mano. (Marechal, 2014)¹⁴

Se a VVAR é uma extensão da "Um só caminho" (marca fundada pelo MC anteriormente à VVAR), como MC Marechal afirma, é importante destacar a mensagem que era impressa em todas as camisetas da marca. Esta articulava a filosofia taoísta (que propõe a restauração do estado pleno de vida e consciência, chamado Tao, caminho) e o Bushido. A marca também se colocava com uma filosofia de vida definida pelo respeito, lealdade, disciplina, sem hierarquia ou discípulos.

A outra marca de roupas e acessórios com a qual nos ocupamos é a Tudubom, que também é um selo musical, pertencente aos músicos Filipe Ret¹⁵, Henrique Mãolee¹⁶ e Daniel Shadow¹⁷. Segundo Shadow, em

⁸ Ver <https://loja.vvar.com.br/>

⁹ Ver <https://www.tudubomshop.com.br/>

¹⁰ Ver <http://orienterj.com/>

¹¹ Ver <http://www.bocadoorient.com/quemsomos/>

¹² No Brasil, locais fixos dentro de favelas e comunidades onde se realiza venda de drogas são chamadas de "bocas de fumo" ou apenas "bocas".

¹³ Ver <https://www.facebook.com/vamosvoltararealidade/>

¹⁴ Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=FWA5nkWop3A>

¹⁵ Ver <https://www.facebook.com/FilipeRetOficial/>

¹⁶ Ver <http://www.maolee.com.br/>

¹⁷ Ver <http://danielshadow.com.br/>

entrevista¹⁸, a expressão "Tudu Bom" nasceu na zona sul do Rio de Janeiro, através de uma brincadeira entre ele, Filipe Ret e outros amigos que, ao se encontrarem, falavam sempre que estava "tudu bom".

Dentro do site da marca ou no site dos próprios criadores, não há uma explicação mais detalhada do que vem a ser a marca TuduBom. Entretanto, os donos da marca são MCs bastante conhecidos no Brasil, com extenso público formado por jovens e adolescentes, e frequentemente são confrontados por pessoas ligadas à cultura hip-hop sobre o "pouco envolvimento" que mantêm com as causas defendidas pela "old school". Isso é, são também colocados ao lado dos "modinhas", categoria que será explicada mais à frente.

O que é explicitado nas músicas desses artistas é impresso em suas roupas. O discurso expresso por eles é levado para os seus artigos. Seja o Maktub¹⁹ usado pelo Oriente ou apenas a logo da VVAR estampados em uma camisa, os símbolos carregam em si uma carga ideológica que é, em alguma medida, refletida na identidade juvenil dentro das batalhas de rima.

Assim como a VVAR se põe como uma marca que defende a cultura como instância empoderadora das pessoas – através da leitura e da música principalmente –, e o discurso do Mc representante da marca é o mais entrelaçado possível com a marca, a concepção do consumidor é a de unidade. Vários entrevistados afirmam se identificarem com a proposta do MC. Carlos Eduardo²⁰, de 14 anos, frequentador da Batalha do Tanque, usa um cordão da VVAR e explica que significa "lealdade, humildade, um só caminho; ser alguém bom para o mundo"; já "Batoré"²¹, 19 anos, também frequentador da Batalha da Trindade, incorpora o sentido da marca à sua identidade, quando diz que, "assim como *Um Só Caminho* é o caminho certo, eu sou um exército de um homem só!". Ighor Teles, de 22 anos, diz que costuma usar camisas VVAR:

primeiro porque eu acho o trabalho dele legal. Ele incentiva a cultura dentro das comunidades, principalmente, e critica muito o sistema educacional. Além de fazer diversas palestras elevando e mostrando a cultura do rap, que é uma cultura de rua que vai de encontro diretamente com a cultura que é imposta. A própria música popular brasileira, que não é tão popular, e o rap vêm para mostrar a realidade de dentro da favela. (Ighor Teles, 2016)²²

¹⁸ Entrevista cedida ao autor a 16 julho de 2016.

¹⁹ Maktub é uma palavra em árabe que significa "já estava escrito" ou "tinha que acontecer". É uma palavra utilizada constantemente pelo grupo Oriente tanto em suas músicas quanto em suas roupas.

²⁰ Entrevista cedida ao autor em 11 maio de 2016, na Batalha do Tanque.

²¹ Entrevista cedida ao autor em 24 junho de 2016, na Batalha da Trindade.

²² Entrevista cedida ao autor em 24 junho de 2016, na Batalha da Trindade.

Mikhail Bakhtin (1997) aponta que tudo que é ideológico possui um significado que remete a algo situado fora de si, ou seja, os produtos utilizados representam algo que vai além do objeto e anexa significados à identidade. Sendo assim, neste caso, a linguagem é um modo ideológico de demonstrar o conhecimento dentro de determinado ciclo, neste caso, o rap. Esse processo de significação pode demonstrar alguns fatores ligados diretamente à identidade juvenil: validar a identidade, demonstrando que faz parte de um determinado grupo. Assim, a linguagem falada, escrita ou imagética é um ponto importante para olhar o fenômeno identitário dentro das batalhas de rima.

É essa relação entre o produto e a linguagem que impulsiona o consumo. Porém, não se pode desviar o olhar da questão estética. Muitos consumidores das marcas citadas dizem que não se sentem influenciados pela ideologia destas (também não desconsideram a estética musical). Porém, afirmam que usam as roupas "para gerar um visual". Esses jovens parecem se construir com uma identidade independente daquelas elaboradas pelos artistas-empresários, tendo mesmo comportamentos bem diversos daqueles defendidos pela marca que consomem. Assim, há usuários da marca VVAR (que criticam o uso de drogas) que usam drogas e até se engajam num discurso em defesa das substâncias químicas.

Porém, é nítido que o comprador vê-se atravessado, em alguma medida, pelas mensagens que os produtos carregam. Consumindo por motivos diferentes, esses jovens são influenciados de todos os modos pela cultura urbana – pela estética do produto, da música, ideologia, afeto. Por diversos valores que os produtos podem gerar no grupo social.

Inicialmente devemos ter em mente que os bens consumidos e postos nos corpos são objetos de marcação. Essa marcação existe por conta da relação cultural, da concordância e do reconhecimento do grupo, neste caso, os *hip-hoppers*. Assim que escolhem a marca ou qualquer indumentária que represente o grupo ou artista e, conseqüentemente, parte de sua ideologia, a escolha desses bens cria continuamente certos padrões de discriminação, superando ou reforçando outros. Os bens são, portanto, a parte visível da cultura (Douglas & Isherwood, 2004).

Daniel²³, 16 anos, que usava um boné do grupo paulistano Haikaiss²⁴, afirmou ter um boné do grupo Oriente, mas não o utilizava com frequência, pois havia "entrado na moda". Também afirmou que muitas pessoas

²³ Entrevista cedida ao autor em 18 maio 2016, na Batalha do Tanque.

²⁴ Ver <https://haikaiss.com.br/>

usam essas marcas não por serem fãs, mas para "seguir a moda". Aqui vale ressaltar que a referência que os jovens fazem à moda vem carregada de uma conotação pejorativa: seguir a moda para o público da cultura de rua é usar acessórios e roupas de marcas do hip-hop, apenas para alcançar algum tipo de estatuto, sem ser um "seguidor" desta cultura hip-hop. Ou seja, não manter compromisso com os ideais da cultura hip-hop. Esta é a figura conhecida por "modinha".

O "modinha", se não se põe como o fã e seguidor aguerrido do hip-hop, ou mesmo se caracteriza por aquele que pouco conhece a cultura em discussão, também causa embaraço, quando se questiona o motivo de, entre tantas marcas mais estimadas, usar uma marca do hip-hop, que produz um reconhecimento e pertencimento a um grupo reduzido. Por que o "modinha" opta por marcas como "Oriente", "Tudubom", "VVAR", dispondo-se a pagar um bom valor por estes produtos, quando, com o mesmo valor, poderia adquirir produtos de marcas como Adidas, Nike?

Consumindo os produtos e assim prestando e obtendo serviços de marcação (Douglas & Isherwood, 2004), acabam afirmando aquilo que são e distanciando suas identidades de outros grupos, reafirmando aquilo que não são. A marca da diferença é o que constrói a identidade dos jovens naquele local. Alguns apontaram que se identificam com os grupos e suas ideologias; já outros, mesmo sentindo-se afinados com a ideologia das marcas indicadas, disseram não poder definir-se a partir das roupas que vestem.

Vemos que esses produtos também se tornam símbolos para eles em dois níveis. O primeiro nível simbólico diz respeito àquilo que eles são e como se reconhecem por conta do que consomem e utilizam. Partindo do pensamento apresentado por Kathryn Woodward (2009, p. 6), onde a autora aponta que "a identidade é marcada por meio de símbolos", e levando em conta a questão da linguagem exposta anteriormente, esses objetos afirmam aquilo que seus usuários são e também o que consomem culturalmente. Eles constroem parte de suas identidades, a partir do simbolismo estampado nas camisetas ou em outros objetos. Podemos citar como exemplo os jovens que consomem os produtos da ConeCrew Diretoria (grupo que é declaradamente a favor da legalização da maconha). Mesmo que nos produtos isso não esteja exposto, no nível simbólico – para aqueles consumidores e outros conhecedores da banda –, isso está subentendido. Assim, como a construção da identidade se dá na camada social e simbólica, com esses produtos, as duas se entrelaçam. Isso dá sentido de pertencimento a um grupo e promove a sua afirmação.

O segundo é um pouco intrincado. A identidade gerada através do consumo desses produtos propõe uma apreensão do consumidor. Porém, por se tratarem de bens da moda, os usuários não se definem uns aos outros, mesmo que os produtos causem aproximação da identidade desejada. Há um projeto do que o outro pode ser, mas não é definitivo. Ou seja, há uma internalização da ideologia exposta pelo produto no sujeito que utiliza, mas esse mesmo sujeito, embora reconheça o outro a partir daquilo que usa, entende que não se trata de uma definição final; isto é: os consumidores, quando se entrecruzam nas batalhas de rima, percebem que as roupas e acessórios geram certo reconhecimento, cumprimentam-se, sinalizam que "estão juntos", mas sabem que não se trata de uma compreensão fechada da identidade do outro. Os produtos indicam possibilidades de representações das identidades dos frequentadores, sendo extensão do que pensam, do que são, do que desejam ser e também de a qual grupo pertencem; mas indicam também, que os consumidores apenas estão inseridos numa rede de consumo e que, mais do que divulgar e apoiar uma marca, desejam usá-la de forma desprendida, sem pactos. Ou mesmo, ressignificá-la. Conforme Hall (2003) propõe, as formas culturais são frequentemente ressignificadas; a representação não se cristaliza; insurge-se sempre colocando novas leituras e antigas leituras que se mesclam.

Utilizar uma camisa de algum grupo não garante a compreensão da identidade do sujeito. O indivíduo, como construção e exposição de sua identidade, pode optar por utilizar uma camisa do grupo Oriente (por exemplo); isso fará com que o grupo social ao qual pertence o reconheça como alguém que, de alguma forma, se enquadra dentro das propostas elaboradas pelas roupas e músicas do grupo. Porém, o fato de utilizar aquela indumentária não garante aos demais usuários que a leitura a ser feita dele será fiel àquilo que ele quer apresentar:

as representações incluem as práticas de significações e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: quem sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? (Woodward, 2009, p. 17)

Essa percepção que não parece encontrar negativas atualmente, quando os estudos das identidades já declararam o quão móveis, complexas, embaralhadas elas são, causa alguns sobressaltos dentro do hip-hop, porque ainda se identifica nessa cultura um discurso que define o movimento pelas suas propostas iniciais, sem alterações, rígidas. Crê-se que, embora perpassada por tantos estímulos, a cultura hip-hop possa resistir, "protegida". Isso evoca um debate infinito e permeado de radicalismo e essencialismo, julgando mal o consumidor de hip-hop que não seja um adepto integral das pautas do movimento.

O que se pode afirmar, neste curto tempo de conversas e observações nas batalhas de rima, é que os jovens, mesmo que intensamente identificados com alguns artistas e seus acessórios, são autônomos na escolha dos bens de consumo. Reivindicam, assim, o direito à moda, ao livre-comprar, à fruição, à contradição. O corpo destes jovens está mais liberto de purismos e, assim, podem criar a sua performance à vontade.

REFERÊNCIAS

- Douglas, M. & Isherwood, B. (2004). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Hall, S. (2003). Pensando a diáspora. In L. Sovik (Ed.), *Da diáspora – Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG/Brasília.
- Hobsbawn, E. & Ranger, T. (1997). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Bakhtin, M. (1997). *Marxismo e Filosofia da Linguagem. Problemas fundamentais do método sociológico na Ciência da Linguagem*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M. (2006). A Força do lugar. In M. Santos (Ed.), *A natureza do espaço*. (pp. 221-231). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Serpa, A. (2013). Segregação, território e espaço público na cidade contemporânea. In P. Vasconcelos, R. Correa & S. Pintaudi (Eds.), *A cidade contemporânea: segregação espacial* (pp. 169- 188). São Paulo. Editora Contexto.
- Woodward, K. (2009). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In T. T. Silva (Ed.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis, RJ: Vozes.

Citação:

Alves, R. & Santos, G. (2019). "Muitos dizem, mas não são. Muitos são, mas não dizem". Então, "quem é o rap?" – Identidade a partir do consumo nas batalhas de rima. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 164-173). Braga: CECS.

CULTURA E DESENVOLVIMENTO

CARLOS PAZOS-JUSTO, MARISA DEL RÍO
ARAUJO & ROBERTO SAMARTIM

carlospazos@ilch.uminho.pt; marisa.delrio@usc.es; roberto.samartin@udc.gal

UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL | UNIVERSIDADE DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA | UNIVERSIDADE DA CORUNHA (GET), GALIZA

POLÍTICAS CULTURAIS E COMUNIDADE LOCAL: CONTRIBUTOS PARA A ANÁLISE DO CASO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA COMO META DOS CAMINHOS DE SANTIAGO

RESUMO

A cidade de Santiago de Compostela enfrenta vários desafios – alguns partilhados com outras localidades, outros específicos das cidades património e outros particulares da própria urbe. Estes desafios relacionam-se, entre outras questões, com as modificações nos consumos culturais e turísticos, nas lógicas identitárias da própria cidade ou nos usos dos espaços urbanos. Com base no projeto de investigação “Discursos, imagens e práticas culturais sobre Santiago de Compostela como meta dos Caminhos”, continuado pelo atual “Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameaças para o bem-estar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela” (Grupo Galabra-USC), pretende-se problematizar as linhas de força das políticas culturais públicas seguidas na cidade, nomeadamente no que diz respeito ao Caminho de Santiago, estabelecendo um diálogo com os resultados de um corpus construído a partir de entrevistas à comunidade local compostelana. Persegue-se, assim, contrastar as premissas e objetivos das políticas culturais implementadas com as ideias e imagens que o corpus elaborado denota relativamente à comunidade local.

PALAVRAS-CHAVE

Santiago de Compostela; políticas culturais; impactes do turismo;
comunidade local

INTRODUÇÃO

A cidade de Santiago de Compostela, enquanto meta dos Caminhos de Santiago, alcançou, a partir das últimas décadas do século XX, uma intensa visibilidade a nível internacional praticamente inédita na época contemporânea. De alguma forma, recuperou uma antiga capacidade de atração de origem medieval que, passando por diferentes fases, tinha acabado

por decair na época contemporânea (Lois & López, 2012). A par, a cidade, como tal, experimentou um forte reposicionamento nos mercados turísticos internacionais.

Este processo, relativamente rápido no tempo, não pode ser entendido sem ter em consideração o protagonismo crescente das cidades no panorama cultural, económico e também turístico – turismo cultural – durante décadas recentes; no contexto europeu, e não só, é notória uma tendência para a elaboração e implementação de políticas culturais cujo fim último passa por projetar as cidades no exterior. O papel da cultura como factor de desenvolvimento (Lopes, 2010; Rodríguez Morató, 2010; Paül, 2013; Barrera, 2017) apresenta-se fundamental para entender muitas das políticas aplicadas nas cidades, como é o caso de Santiago de Compostela. A conjuntura, segundo Rodríguez Morató (2005), de progressivo esvaziamento do papel do Estado no âmbito cultural, a partir da década de 80, está por trás da emergência de políticas culturais locais fundamentadas na cultura como elemento central para o desenvolvimento em várias direções¹. Para Remoaldo e Cadima Ribeiro (2017, p. 23):

a globalização em termos económicos e culturais fez aumentar a competição entre as cidades e transformou-as em bens de consumo para serem comercializadas como marcas que precisam de ser difundidas (...) Daí nasceu a oportunidade para (a necessidade de) as cidades repensarem a sua imagem, isto é, a imagem que queriam transmitir ao mundo, cada vez mais globalizado (...) Uma das vertentes mais destacada desse processo é a competição entre destinos turísticos, que se tornou cada vez mais feroz devido ao crescente número de cidades que tentam atrair visitantes internacionais.

Em linha com esta *competição entre cidades*, o caso aqui em foco também deve ser analisado tendo presente o facto de a mobilidade de bens e pessoas ter aumentado nas últimas décadas de forma muito significativa; determinadamente o turismo enquanto fenómeno económico, mas também social e cultural central nas sociedades ocidentais (e não só). Segundo

¹ “Os anos 80 significaram uma mudança geral muito importante da política cultural: a mudança encaminhada à economia, como nova perspectiva de avaliação e de legitimação da ação cultural pública. A nível local, esta mudança é resultado, em primeiro lugar, de uma estratégia defensiva da administração cultural perante o contexto negativo que supunham a subida da direita nos governos nacionais europeus e a ameaça da diminuição do financiamento local à cultura devido à crise económica. Esta situação provocou uma mudança de perspectiva, do ponto de vista da despesa ao ponto de vista do investimento, com a intenção de legitimar a manutenção dos orçamentos e para atrair capitais privados à prática do financiamento” (Rodríguez Morató, 2005, p. 360).

a Organização Mundial do Turismo, em 2016 o número total de turistas foi de 1.235 milhões em todo o mundo, 4% superior aos resultados de 2015 e, acresce, com um aumento continuado de sete anos consecutivos (UNWTO, 2017); tendo em consideração as perspetivas desta organização, em poucos anos o turismo pode inclusive converter-se na primeira atividade económica mundial (Pereiro, 2009, p. 22).

Neste quadro, turismo e cidade configuram-se como um binómio emergente, amiúde promovido e entendido na sua dimensão económica (Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2017, p. 23) e, nesta direção, com alto potencial de rentabilidade financeira para as comunidades recetoras. Contudo, os impactes para as cidades, para as comunidades locais, podem ser de signo diverso, positivos ou negativos; nas suas dimensões económicas, socioculturais e ambientais (Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2017; Pereiro Perez, 2009)². O turismo, deste ponto de vista, pode ser um aliado ou uma ameaça para a coesão social e a identidade das comunidades. *Turistificação*, *gentificação*, *turismofofia* e outros neologismos dão conta de novas realidades (e sensibilidades) mais complexas em que os impactes são crescentemente visibilizados e problematizados (Milano, 2017)³.

A seguir, será exposta uma caracterização geral das políticas culturais aplicadas na cidade de Santiago de Compostela, com foco no fenómeno turístico. Num segundo momento, contrastá-las-emos com a perceção, em várias direções, da comunidade local.

POLÍTICAS CULTURAIS EM SANTIAGO DE COMPOSTELA

Como já apontámos, Santiago de Compostela usufruiu na época medieval de uma considerável capacidade de atração fruto da *inventio*, i. e., do surgimento da lenda, no século IX, relativa à descoberta dos restos

² Caberia ainda isolar o que denominamos *impactes simbólicos*, igualmente de signo positivo ou negativo, em linha com a noção de capital simbólico de P. Bourdieu (2001) ou, mais especificamente, com o conceito de *sustentabilidade identitária* de Torres Feijó (2015, p. 148): “a sustentabilidade da identidade é o que garante a continuidade de uma comunidade e o consenso sobre a identidade da comunidade, sob a sustentabilidade de forma dupla: como a ação da comunidade para manter os mesmos ítems e a ação da comunidade para preservar a sua identidade e os seus limites”.

³ No momento atual, os problemas associados à massificação de determinados destinos turísticos e ao uso – escassamente regulamentado – de plataformas como, por exemplo, Airbnb tem sido objeto de atenção dos média e inclusivamente causa de incipientes ações cidadãs; repare-se, a modo de exemplo, na iniciativa de janeiro de 2018 que conseguiu congrega Madrid, Barcelona, Bruxelas, Paris, Cracóvia, Viena, Reiquiavique e Amsterdão num pedido à Comissão Europeia no sentido de regulamentar as operações da empresa antes mencionada. Retirado de https://elpais.com/economia/2018/01/28/actualidad/1517154558_107147.html.

do apóstolo Santiago dando lugar à célebre peregrinação. Após um amplo período de esplendor medieval, a rota jacobea (e com ela a cidade) experimenta uma progressiva e longa decadência até a segunda metade do século XIX, em que começam a despontar movimentos de recuperação. Já no século XX, em plena ditadura espanhola, a cidade e o Caminho recebem uma atenção institucional significativa, em função dos interesses propagandísticos do regime da altura (Lois & Lopes, 2012); deste modo, Santiago será o *Patrono de las Españas* e o Caminho de Santiago é declarado *conjunto histórico-artístico* no Estado espanhol em 1962. Paralelamente, surge igualmente algum interesse de tipo académico no sentido de recuperar a memória do Caminho e de Santiago como meta dos Caminhos (Lois & Lopes, 2012).

Será, no entanto, a partir de 1980 quando as políticas culturais públicas (e outras) vão decididamente promover o que chamaremos de *reinventio* – ou terceira *inventio* – de Santiago e dos Caminhos por meio de uma série de iniciativas alicerçadas nos discursos e ideias que apontaremos já a seguir e, convém notar, com o concurso de diversos atores e seus respectivos impulsos.

Um dos fatores conjunturais determinantes relaciona-se com a re-dinamização da construção europeia (da União Europeia) na década de 80. Nesta direção, coincide, por exemplo, a assinatura em 1986 do Ato Único Europeu com a entrada do Reino da Espanha (e da República de Portugal) na Comunidade Económica Europeia, hoje União Europeia. Todo este processo teve na sua dimensão cultural um foco de interesse principal (Ribeiro, 2002), onde as questões relativas à existência de uma *identidade europeia* (também, e com ênfase, do ponto de vista religioso) se tornaram objeto de intenso debate, para o qual o Caminho de Santiago é significativamente convocado.

Por seu turno, no contexto do Estado espanhol, ao abrigo da Constituição de 1978, são criadas as Comunidades Autónomas, entre elas a galega, com capital oficial em Santiago de Compostela a partir de 1981 e amplo debate social e político⁴. A nova administração autonómica, principal ator cultural, investiu na década de 80 na “consolidação das políticas culturais

⁴ Na altura, as elites políticas da Corunha defenderam o estatuto de capital para a sua cidade. Por outro lado, o relativo peso simbólico de Santiago de Compostela não tinha tido na história recente consequências de tipo político ou administrativo: “a Administração Autónoma da Galiza instalou os seus serviços centrais na cidade de Santiago de Compostela, capital histórica ou sentimental do país (...), mas tradicionalmente postergada pela Administração do Estado ao não ser cabeça de distrito. Compostela arrastava falta de tradição e liderança nacional ou infraestrutura administrativa” (Lage, Losada & Gómez, 2012, p. 116).

(...) para o seu uso simbólico como elemento construtor da legitimidade política e social da autonomia” (Lage, Losada & Gómez, 2012, p. 122). Em estreita colaboração com o governo autonómico, o poder autárquico, promoveu um ambicioso plano de desenvolvimento com centralidade cultural. A incipiente *ansiedade de status* de Santiago foi enfrentada, segundo Rodríguez González (2015, p. 379), com a

confluência de uma câmara municipal empenhada em apostar no património urbano e arquitetónico, e uma administração autonómica que ideou um ambicioso programa de promoção cultural e económica (a partir do turismo) à volta do discurso do Caminho de Santiago: o Xacobeo.

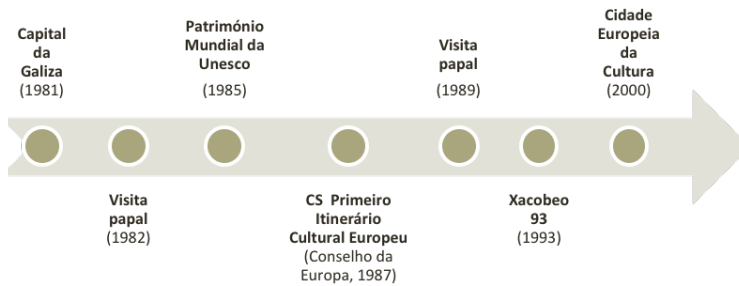


Figura 1: Eventos (político-)culturais da *reiventio*

Os episódios (político-)culturais mais salientes (Torres Feijó, 2011 e 2014) apontados na Ilustração 1 enformam o que denominamos a *reiventio*⁵. Muito provavelmente, entre os vários assinalados, o megaevento *Xacobeo* – cuja primeira edição foi em 1993 – configura-se como o elemento catalisador dos vários atores e discursos que sobre Santiago de Compostela e os Caminhos começam a operar nas décadas de 80 e 90 do século passado. As ideias centrais a funcionarem nesta fase podem ser sumariadas de acordo com Torres Feijó (2014, p. 293):

⁵ Não nos detemos aqui noutros eventos e atores, como por exemplo o papel das associações de amigos do caminho (Somoza-Media e Lois-González, 2017), nem nos debruçamos no relevantíssimo papel de alguma produção cultural, Paulo Coelho à frente (particularmente o romance *O diário de um mago* de 1987), para o cabal entendimento dos discursos – e as práticas – à volta da cidade e dos Caminhos (Rodríguez Prado, 2015; Fernández Rodríguez, del Río & Rodríguez Prado, 2016; Fernández Rodríguez, 2016; Fernández Rodríguez & Samartim, 2016).

os diversos discursos enunciados correspondem a diversas estratégias, que podem ser sintetizadas, no caso das organizações (...) envolvidas, no apoio a um impulso proselitista da Igreja Católica, sobretudo dirigido às pessoas jovens e no alicerçar esta Igreja como base e fundamento da Europa e na vontade de articulação e consolidação europeias pela EU; e, igualmente, na proteção e valoração do património material e imaterial que a UNESCO persegue.

O *Xacobeo*, elemento chave, acaba por funcionar “como veículo e expressão máxima do desenvolvimento turístico da Galiza” (Santos Solla, 1999, p. 116) em que participam, direta ou indiretamente, uma série de atores cujos discursos caracterizar-se-iam por uma relativa unanimidade quanto a ideias e propósitos.

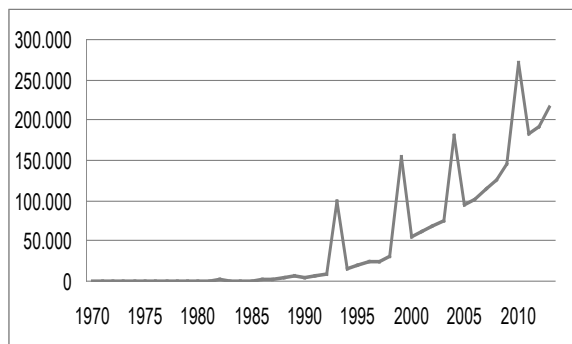


Gráfico 1: Evolução temporal dos peregrinos a Santiago (1970-2013)

Atendendo ao Gráfico 1, do ponto de vista da capacidade de atração de visitantes (peregrinos explicitamente), o caso de Santiago de Compostela é uma história de sucesso⁶ com, no entanto, ampla margem para a discussão: quanto ao modelo de cidade em construção; as práticas de visitan-

⁶ “O Caminho segue a bater recordes e melhora o dado histórico do ano passado” era o destaque do jornal compostelano *El Correo Gallego* a 16.10.2017; com evidente satisfação, na notícia destacava-se: “O Caminho Cavalga mais um ano a um ritmo de recorde, e cada dado publicado melhora o do exercício anterior. O contador da Compostela [certificado com que a Igreja católica acredita a peregrinação] da Oficina de Acolhida ao Peregrino trabalha intensamente e na jornada de ontem já foi superado o dado total do ano passado, quando chegaram a Compostela 277.854 peregrinos. Assim sendo, a Rota Jacobeia segue a pulverizar marcas e terá este ano um novo exercício para a história. Há que ter em conta que no ano passado já foi superada a histórica cifra do último Jacobeu, em 2010, quando chegaram à cidade 272.412 peregrinos” (retirado de <http://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/camino-sigue-rompiendo-records-mejora-dato-historico-ano-pasado/idEdicion-2017-10-16/idNoticia-1078300/>).

tes e, nomeadamente, de locais; o real impacto económico; o apagamento de outras dimensões cidadinas; etc. (Santos Solla, 1999; García Vázquez, 2009; Torres Feijó, 2014; Bello, 2014; Carral, Carreira, Vila & Torres Feijó, 2016; Somoza-Media & Lois-González, 2017; Martin-Duque, 2017).

A PERCEÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL

Os dados apresentados seguidamente têm por origem um *corpus* construído por entrevistas (939), realizadas nas ruas de Santiago de Compostela entre junho de 2014 e abril de 2015 junto da comunidade local no âmbito do projeto de investigação indicado anteriormente⁷. O instrumento de recolha de informação foi um questionário constituído maioritariamente por perguntas abertas – visando a obtenção de respostas livres, naturais e não condicionadas pelo pessoal investigador – e no qual foram utilizadas perguntas fechadas, mormente, para medir as características sociodemográficas dos entrevistados. O inquérito foi implementado em três vagas: a primeira no verão, a segunda no outono e a terceira no inverno-primavera. Para o tratamento dos dados utilizámos o programa SPSS.

ANÁLISE E RESULTADOS

Do conjunto de dados derivados do *corpus*, analisamos aqui vários itens relativos aos blocos do inquérito Imagem de Santiago, Turismo e Caminho de Santiago. Para esta primeira abordagem, selecionamos um conjunto de cinco perguntas que entendemos informam da perceção da comunidade local no que diz respeito às políticas culturais implementadas na cidade com foco na dimensão turística. Estas perguntas são as seguintes: “pensa que o Caminho de Santiago faz parte da identidade santiaguesa?”, “concorda com a imagem promovida da cidade (promoção turística, comércio, hotelaria, restauração) e percebida na sua vida cotidiana?”, “considera que há algum elemento importante de Santiago que não se conhece fora?”, “qual/ quais seria(m) o(s) elemento(s) alternativos de Santiago a serem promovidos?”, “percebe que o seu modo de vida se modifica por causa da chegada de visitantes à cidade?”.

⁷O projeto contemplou também inquéritos a visitantes e comerciantes; e, numa segunda fase agora em curso, também a realização de grupos de discussão com locais e comerciantes.

	N	MÍNIMO	MÁXIMO	MÉDIA	DESV. TÍP.
Identidade	890	1	8	7,26	1,479

Tabela 1: Caminho e identidade de Santiago

Como se pode apreciar na Tabela 1 (escala de Likert; 1 em desacordo, 8 completamente de acordo), perguntados pela relação identitária entre o Caminho e a cidade, os dados espelham um notório entendimento do Caminho como parte essencial da identidade de Santiago de Compostela. Não será sentido, portanto, como sendo um elemento artificial ou alheio à cidade.

	N	MÍNIMO	MÁXIMO	MÉDIA	DESV. TÍP.
Imagem promovida	859	1	8	5,66	1,906

Tabela 2: Imagem de Santiago promovida

Em relação à imagem promovida da cidade (nos âmbitos turísticos, comerciais, de hotelaria e restauração), os locais inquiridos estão maioritariamente conformes, apesar de a resposta não ser tão expressivamente positiva como no caso anterior. De facto, um 57,2% (Tabela 3) declara haver elementos importantes próprios de Santiago de Compostela desconhecidos no exterior.

FREQUÊNCIA RELATIVA	
Sim	57,2%
Não	30,1%
NS	8,8%
NR	3,9%
Total	100,0%

Tabela 3: Elementos desconhecidos no exterior

Relativamente à questão de quais seriam os elementos a promover, as respostas obtidas não foram significativas, devido a alta dispersão. Com o objetivo de extrair informação significativa para os nossos propósitos, associamos as respostas dadas aos *parâmetros da cultura* formulados por Torres Feijó (2012)⁸. Deste modo, como se depreende do Gráfico 2, não constam os parâmetros Língua e Identidade ao passo que, mais relevante qualitativamente, se destacam dois elementos: História, Património e Cultura (36%); e Espaços: zonas verdes (28%). Repare-se que, se agrupados, os elementos associados a Espaços sumariam um total de 43%, sendo o parâmetro mais destacado na imagem da cidade que as pessoas inquiridas desejariam ver promovida.

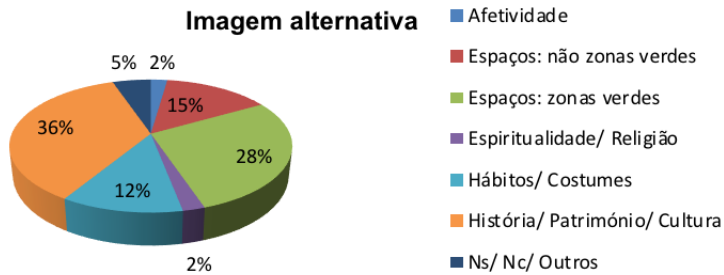


Gráfico 2: Imagem alternativa de Santiago

Por último, perante a questão “Percebe que o seu modo de vida se modifica por causa da chegada de visitantes à cidade?”, os resultados são:

	N	MÍNIMO	MÁXIMO	MÉDIA	DESV. TÍP.
Mudança	892	1	8	2,61	2,253

Tabela 4: Visitantes e mudança nos modos de vida

⁸ Remetemos para o trabalho citado (também Bello Vázquez, 2015) e apenas indicamos aqui a denominação dos parâmetros: Espaço e paisagem; História, Património e Cultura; Hábitos e costumes; Identidade; Língua; Espiritualidade e Religião. No Gráfico 2, como se verá, estabelecemos dois grupos, Espaços: zonas não verdes e Espaços: zonas verdes.

Apesar de os resultados indicarem, em geral, a perceção de os visitantes não estarem a modificar a vida dos locais, é significativo o valor expressivamente alto de desviação típica da Tabela 4. Em função deste valor de dispersão, associamos as respostas a três zonas da cidade onde residiam os entrevistados: lugares pelos que passam os caminhos; parte antiga da cidade; e outros lugares ou bairros.

ZONA DA CIDADE	N	MÉDIA (1)	DESV. TÍP.
Outros	388	2,52	2,173
Caminhos	255	2,85	2,300
Parte antiga	64	3,28	2,837
Total	707	2,71	2,295

Tabela 5: Mudança nos modos de vida por zonas

Os resultados, igualmente com valores altos de desviação típica (Tabela 5; diferença de médias significativa com o 95% de confiança), mostram uma tendência para perceber os modos de vida modificados nas zonas mais impactadas pelo turismo.

DISCUSSÃO

A análise realizada acerca das políticas culturais implementadas em Santiago de Compostela e os dados apresentados relativamente à perceção da comunidade local, apesar dos matizes necessários e da obrigada síntese, apontam para uma dupla unanimidade.

Em primeiro lugar, uma conformidade, explícita ou implícita em função dos casos, entre os atores institucionais envolvidos quanto aos discursos e ações promovidos no âmbito do que denominámos a *reinvenção*. A Igreja, instituições de âmbito europeu e estatais, o governo da Galiza ou a Câmara Municipal intervieram ativamente, a partir de inícios da década de 80 do século XX (em conjuntura, como vimos, propícia) numa unidade de ação de carácter compósito e, em ocasiões, colaborativa. Não foram detetadas, portanto, quaisquer linhas de atuação ou discursos públicos significativos dos atores assinalados a problematizar Santiago de

Compostela como meta dos Caminhos de Santiago, nas suas dimensões europeia, cristã e também de emergente capital autonómica, patrimonial e historicamente caracterizada; e, significativamente, vocacionada para ser protagonista principal nos mercados turísticos internacionais.

Os dados relativos à perceção da comunidade local mostram igualmente unanimidade, apesar de matizável. Quer dizer, a população local não mostra evidências de oposição às políticas culturais em Santiago de Compostela como meta dos Caminhos de Santiago. Neste sentido, cabe destacar o entendimento da cidade na sua dimensão História/Património/Cultura, coincidência aparente com uma das linhas de força da *reinventio*. Em regra, além do mais, os locais não sentem os seus modos de vida modificados. Os dados indiciam uma população local a assumir a unanimidade dos agentes identificados; e desinteressada, *a priori*, em problematizar e repensar a planificação cultural/turística da cidade. Poderia pensar-se, nesta linha de análise, na fortaleza dos discursos institucionais acerca do modelo de cidade e do turismo, particularmente neste caso; por esta via, parece necessário explorar quais são os reais benefícios sentidos e obtidos pelos santiagoueses.

Por outro lado, caberia lançar uma hipótese a partir de uma interpretação mais apurada dos dados. O facto de os entrevistados com residência em zonas impactadas pelo turismo sentirem mais alterados os seus modos de vida, juntamente com a percentagem de 43% para o parâmetro Espaços (relativamente ao elemento considerado como desconhecido no exterior e necessitado de promoção) poderão estar a indicar uma tendência para o afastamento (físico ou simbólico) dos cenários da Santiago mais *jacobea* e, portanto, turística. Muito provavelmente, o resultado 43% de Espaços indicia a perceção por parte dos locais de o fenómeno turístico se concentrar (problematicamente?) numas zonas muito limitadas da cidade.

Por fim, parece-nos muito revelador a alta percentagem do parâmetro Espaços: zonas verdes (em respostas do tipo: Bonaval, Pedroso, Zonas verdes, Parques, Alameda, etc.), elementos que, numa primeira análise, apontam para uma relativa singularidade e um desvio das linhas de força da referida *reinventio*.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado do projeto, parcialmente subsidiado pelo FEDER/ Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades – Agencia Estatal de Investigación, “Narrativas, usos e consumos de visitantes como

aliados ou ameaças para o bem-estar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela” (Ref: FF12017-88196-R). Pazos-Justo integra o grupo Galabra-UMinho, Del Río faz parte do grupo Galabra-USC e Samartim integra a Rede Galabra e o Grupo de Estudos Territoriais da Universidade da Corunha.

REFERÊNCIAS

- Barrera Fernández, D. (2017). La cultura como motor de cambio urbano. Renovación en ciudades elegidas y candidatas al título de Capital Europea de la Cultura. In F. M. Rocha da Cruz (Ed.), *Cultura e cidade: abordagem multidisciplinar da cultura urbana* (pp. 37-74). Natal: EDUFRRN.
- Bello Vázquez, R. (2014). Discursos religiosos, recriação histórica e “cultura do Caminho” nos Caminhos de Santiago. *Revista Mosaico*, 7(1), 35-44.
- Bello Vázquez, R. (2015). A existência de uma comunidade luso-galega como elemento afetivo nas visitas a Santiago de Compostela procedentes de Portugal. Primeiros resultados através de inquéritos quantitativo-qualitativos. In E. J. Torres Feijó, R. Bello Vázquez, R. Samartim & M. Brito-Semedo (Eds.), *Estudos da AIL em Teoria e Metodologia Relacionamento nas Lusofonias II* (pp. 87-96). Santiago de Compostela/Coimbra: Associação Internacional de Lusitanistas.
- Bourdieu, P. (2001). *O Poder Simbólico*. Viseu: Difel.
- Carral V., E., Carreira, X. C., Vila, B. M. & Torres Feijó, E. (2016). A inter-relação entre gastronomia, cultura, turismo e comércio local em Santiago de Compostela. Primeiros resultados. Em M. L. Tibério et al. (Eds.), *III Seminário “Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais”/II Simpósio Internacional “Alimentação e Cultura: Tradição e Inovação na Produção e Consumo de Alimentos”* (pp. 263-280). Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Fernández Rodríguez, M. L. (2016). *Discursos sobre Santiago de Compostela y el/los Camino(s) de Santiago en la novela española actual (2010) a través de técnicas analíticas digitales: Posibilidades y valor del conocimiento generado*, Tese de Doutoramento, Santiago de Compostela, Espanha.
- Fernández Rodríguez, L., Río Araujo, M. del & Rodríguez Pardo, F. (2016). Dos productos y un destino: *TheWay* (2010), *Diario de un Mago* (1987) y la imagen de Galicia como destino turístico. *IS Working Papers*, 3.^a Série, 32. Retirado de http://isociologia.up.pt/sites/default/files/working-papers/wp32_160902115811.pdf

- Fernández Rodríguez, M. L. & Samartim, R. (2016). Impacto dos discursos literários nas práticas e consumos culturais ligados aos Caminhos de Santiago: de Paulo Coelho aos souvenirs de cavaleiros templários. *15 Working Papers*, 3.ª Série, 37. Retirado de http://isociologia.up.pt/sites/default/files/working-papers/wp37_161014113435.pdf
- García Vázquez, Y. (2009). La ciudad como espectáculo. Marketing territorial, internet y atracción turística en Santiago de Compostela. ¿Éxito o fracaso?. *UOC Papers. Revista sobre la sociedad del conocimiento*, 8, 1-10.
- Lage, X., Losada, A. & Gómez, M. (2012). La política cultural en la comunidad autónoma gallega: de la dependencia a la autonomía. *RIPS*, 11(3), 115-148.
- Lois González, R. C. & Lopez, L. (2012). El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 58(3), 459-479.
- Lopes, J. T. (2010). Da cultura como locomotiva da cidade-empresa a um conceito alternativo de democracia cultural. In M. de L. Santos & J. Pais (Eds.), *Novos Trilhos Culturais. Práticas e Políticas* (pp. 51-61). Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Martin-Duque, C. (2017). Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa. *Methaodos. revista de ciencias sociales*, 5(1), 62-73.
- Milano, Claudio (2017). Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea Urbana*, 25(1). Retirado de <https://mareaurbanabcn.wordpress.com/2017/04/25/turismofobia-cuando-el-turismo-entra-en-la-agenda-de-los-movimientos-sociales/>
- Paül i Agustí, D. (2013). Las políticas culturales y sus repercusiones en la imagen de la ciudad. *Scripta Nova*, XVII(432). Retirado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-432.htm>
- Pereiro Pérez, X. (2009). *Turismo cultural: Uma visão antropológica*. Tenerife: Pasos.
- Remoaldo, P. & Cadima Ribeiro, J. (2017). *O legado de Guimarães Capital Europeia da Cultura de 2012: A leitura dos residentes e dos visitantes*. Porto: Afrontamento.
- Ribeiro, M. M. T. (coord.) (2002). *Identidade Europeia e Multiculturalismo*. Coimbra: Quarteto.
- Rodríguez González, M. A. (2015). Del espectáculo cultural y sus efectos: arte y políticas culturales en Santiago de Compostela. *Espacio, tiempo y forma*, VII(3), 377-402.

- Rodríguez Morató, A. (2005). La reinención de la política cultural a escala local: el caso de Barcelona. *Sociedade e Estado*, 20(2), 351-377.
- Rodríguez Morató, A. (2010). A metamorfose do valor cultural na sociedade contemporânea: desafios e paradoxos”. In M. de L. Santos & J. Pais (Eds.), *Novos Trilhos Culturais. Práticas e Políticas* (pp. 37-50). Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Rodríguez Prado, M. Felisa (2015). Textos ficcionais e práticas culturais de portugueses com relação a Santiago de Compostela: contrastes e homologias. In E. J. Torres Feijó, R. B. Vázquez, R. Samartim & M. Brito-Semedo (Eds.), *Estudos da AIL em Teoria e Metodologia Relacionamento nas Lusofonias I* (pp. 143-157), Santiago de Compostela/Coimbra, Associação Internacional de Lusitanistas.
- Santos Solla, X. M. (1999). Mitos y realidades del Xacobeo. *Boletín de la AGE*, 27, 103-117.
- Somoza-Media, X. & Lois-González, R. C. (2017). Improving the walk ability of the Camino. In C. M. Hall, Y. Ram & N. Shoval (Eds.), *The Routledge International Handbook of Walking* (pp. 363-375). Abingdon: Routledge.
- Torres Feijó, E. J. (2011). Discursos contemporâneos e práticas culturais dominantes sobre Santiago e o Caminho: a invisibilidade da cultura como hipótese. In A. A. Lourenço & O. M. Silvestre (Eds.), *Literatura, espaço, cartografias* (pp. 391-449). Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa/Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Torres Feijó, E. J. (2012). Interesses culturais e âmbitos receptivos em dous romances sobre o Caminho de Santiago: Frechas de ouro e O enigma de Compostela. *Romance Notes*, 52(2), 135-149. DOI:10.1353/rmc.2012.0033
- Torres Feijó, E. J. (2014). Autor, Texto e Espaço Geo-cultural Mediatizado. Processos de Ressemantização, Banalização e Misturaçã de Géneros em Produtos sobre o Caminho de Santiago. In S. Quintero & R. Baleiro (Eds.), *Lit& Tour: ensaios sobre literatura e turismo* (pp. 291-310). Lisboa: Húmus.
- Torres Feijó, E. J. (2015). Identity Sustainability, Identity Affectivity, and the Ithaca Traveler: Conceptual Tools for Measuring and Modeling Tourism as an Opportunity. In G. R. Ricci (Ed.), *Travel, Tourism and Identity, Culture & Civilization* (pp. 143-162). New Brunswick/New Jersey: Transaction Publishers.

World Tourism Organization (2017). *UNWTO Annual Report 2016*, Madrid, UNWTO. Retirado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_o.pdf

Citação:

Pazos-Justo, C., Araujo, M. R. & Samartim, R. (2019). Políticas culturais e comunidade local: contributos para a análise do caso de Santiago de Compostela como meta dos Caminhos de Santiago. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 175-189). Braga: CECS.

ALEXANDRE BRANCO WEFFORT

abweffort@gmail.com

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

POVO QUE CANTA – A FIXAÇÃO DOCUMENTAL DAS TRADIÇÕES MUSICAIS PORTUGUESAS, DE MICHEL GIACOMETTI A TIAGO PEREIRA

RESUMO

A série televisiva “Povo que Canta”, integrada na cinematografia integral de Michel Giacometti, recentemente editada em formato DVD¹, constituiu um passo pioneiro no registo cinematográfico das tradições populares portuguesas. A sua transmissão televisiva pela RTP (entre os anos de 1970 e 1973) constituiu, ela própria, um evento cultural da maior relevância.

A filmografia de Michel Giacometti representou um momento de ruptura no processo discursivo da etnomusicologia portuguesa. O acervo reunido (e o exemplo enquanto gesto de ruptura) foi ainda objeto de várias sequelas. Em 2002 a RTP cofinancia a produção de uma série intitulada “Povo que canta não pode morrer”², projecto que assumia como objetivo percorrer o roteiro seguido por Giacometti em inícios da década de 1970, no intuito de estabelecer um olhar comparado com a nova realidade.

Por sua vez, e mais recentemente, o realizador Tiago Pereira apresentou uma série de registos intitulados “A música portuguesa a gostar dela própria” (iniciada em 2011, formatada depois para uma plataforma de difusão/arquivo online) e, na sequência, uma série televisiva de 26 programas sob o título “O povo que ainda canta” com transmissões iniciadas em 2014, também na RTP³.

PALAVRAS-CHAVE

Michel Giacometti; Tiago Pereira; documentarismo; etnomusicologia

¹ Compilação de registos realizados entre 1960 e 1973, constituída por 12 volumes (integrando 10 DVD e 2 CD áudio), com organização de Paulo Lima. Foi editada em 2012, pela Tradisom (Coimbra) em colaboração com a RTP e o jornal *Público*.

² Série televisiva realizada por Ivan Dias e Manuel Rocha, posteriormente editada em DVD com o selo Zon Lusomundo.

³ Editado em 2016 pela Tradisom (Coimbra), sob o formato de livro acompanhado de oito DVDs.

INTRODUÇÃO

Na década de 1960, o etnólogo corso Michel Giacometti iniciava a sua atividade de pesquisa em Portugal, centrando a sua atenção nas tradições musicais populares, que documentará seja no âmbito do registo sonoro seja no do registo cinematográfico, além de outras áreas de interesse, trabalho do qual resultou um vasto acervo que se encontra distribuído por diversos museus (tanto de âmbito local como nacional).

O conhecimento e valorização do modo de vida das populações rurais constituiu um passo fundamental no reconhecimento da realidade social portuguesa, das condições de vida e da diversidade e riqueza das suas manifestações culturais e, também, da precariedade e do atraso a que se encontravam sujeitas largas camadas da população. Michel Giacometti participou assim do movimento cultural de reação às circunstâncias sociais e políticas do Estado Novo.

Ao longo das quatro décadas subseqüentes ao 25 de Abril de 1974, o processo de registo das tradições populares ampliou-se, seja através de iniciativas locais e de pesquisadores isolados, seja pela assunção desse propósito de registo a nível institucional, inclusivamente, de âmbito académico, em processos que vão da notação musical ao registo sonoro por meios mecânicos, do registo cinematográfico ao multimédia e sua publicação na internet.

A tecnologia de registo e difusão de conteúdos, hoje com amplo desenvolvimento em virtude dos meios digitais de fixação e difusão de documentos, constitui um elemento determinante para a existência e transformação de práticas que se enquadram no âmbito das tradições populares. E, acompanhando o desenvolvimento das chamadas “redes sociais”, contribui activamente para a criação de novas expressões coletivas.

O CAMINHO DE MICHEL GIACOMETTI: NO ENCALÇO DE KURT SCHINDLER E F. LOPES-GRAÇA

Michel Giacometti chega a Portugal no ano de 1959, trazendo na bagagem um livro de Kurt Schindler (*Music and Poetry of Spain and Portugal*, editado em 1941) com recolhas realizadas em Trás-os-Montes. À época, o interior transmontano, assim como a generalidade das localidades afastadas dos principais centros urbanos, era considerado lugar remoto, ao qual não chegava ainda a rádio.

O modo de vida das populações que viviam nas pequenas aldeias e lugares do interior retinha traços de rituais arcaicos, hábitos de vetusta

origem, que guiavam o ciclo da vida em sociedade. Neles, a música desempenhava um papel muitas vezes estruturante, função social que, perdida sua funcionalidade estrita, se conservará no plano simbólico das dinâmicas identitárias.

O projecto de Giacometti cedo se cruzou com aquele que F. Lopes-Graça sintetizou em 1953 (em *A Canção Popular Portuguesa*). E, o contacto entre ambos marcou o trabalho subsequente, tanto do etnólogo como do compositor, numa cooperação interdisciplinar que se manteve ininterrupta nas três décadas seguintes⁴.

O caminho seguido por Giacometti nas suas pesquisas em Portugal foi assim determinado pelo projecto de Lopes-Graça, assumindo a necessidade de registo e estudo da música tradicional portuguesa assente num paradigma científico (ainda que delimitado pela perspectiva do folclore), todavia, balizado por uma valoração estética e pela, então nascente, disciplina dedicada ao estudo das expressões musicais populares: a etnomusicologia.

O CAMINHO DE TIAGO PEREIRA: DA MANIFESTAÇÃO DO AFETO À FIXAÇÃO DA MEMÓRIA

Tiago Pereira assume uma perspectiva mais pessoal no trabalho de registo. Diz: “desde há muito tempo que gravo compulsivamente (...) para que fique registado, para poder imortalizar aquele momento, aquela pessoa” (Pereira, 2016, p. 9).

O discurso de Tiago Pereira sobre o seu próprio trabalho remete-nos para um nível afetivo, emocional. A sua ligação com a música tradicional tem raízes paternas e, conforme indica o próprio, marcada de forma complexa⁵ pela oportunidade de conviver com os acervos documentais e de instrumentos musicais populares do Museu Nacional de Etnologia em Lisboa.

Tiago Pereira (2016, p. 83) não procura assumir um estatuto específico (enquanto cientista, académico ou etnomusicólogo). Diz: “não quero

⁴ Testemunho de Lopes-Graçasobre Giacometti: “o que Giacometti me fez conhecer na sua primeira recolha anunciou uma pessoa capaz de ir mais esclarecidamente e mais ao fundo, do que até àquela altura (...) trouxe-me a convicção de que finalmente estamos num bom caminho do conhecimento assente em boas e sérias bases da nossa música tradicional. Giacometti tinha um plano e um programa que eu não podia deixar de escusar. Afiancei-lhe, então a minha colaboração até onde pudesse ir...” (em *Lembrança de Michel Giacometti* de F. Lopes-Graça, testemunho gravado recolhido por nós em 1991, com transcrição editada no catálogo da exposição Michel Giacometti, realizada em Macau, editado em 1997 pelo Instituto Português do Oriente).

⁵ “Quando eu era pequeno (...) meu pai levava-me ao Museu de Etnologia onde o Ernesto Veiga de Oliveira era director e eu sabia quem ele era, portanto eu soube sempre primeiro quem eram os outros que faziam recolhas antes de saber da existência do Giacometti. E, nessa altura, eu odiava profundamente a música tradicional...” (Pereira, 2016, p. 83).

ser nada disso e muito menos o Giacometti do séc. XXI”. A questão da comparação com Giacometti representará um peso explícito no discurso de Tiago Pereira. Mas, embora tenha feito uso do título da série que a RTP produziu em 1970, recusa assumir com ela uma relação de continuidade⁶.

A meio percurso, entre Michel Giacometti e Tiago Pereira, encontramos o trabalho intitulado “Povo que canta não pode morrer”, já referido, onde Giacometti será explicitamente assumido como modelo, procurando aqueles autores dele apresentar uma atualização, percorrendo os mesmos lugares e caminhos trilhados por Michel Giacometti, dizendo tratar-se de uma “viagem contemporânea num Portugal Desconhecido. [Feito] na esteira do mítico seriado para a RTP (...) [onde] percorreram Portugal de lés-a-lés à procura de um país que tinha sido deixado para trás na modernização dos tempos” (Dias & Rocha, 2010, s.p.).

PARADIGMAS CONDUTORES DE OLHARES CONTRASTANTES

Das três filmografias referidas, procuramos estabelecer um olhar comparado sobre um tema comum: o canto do *almocreve*, canto acompanhado de interjeições de incitamento (ao animal que move a charrua) e também companhia (o canto) nas longas jornas de trabalho solitário.

No primeiro registo, realizado por Giacometti⁷, a câmara busca o olhar etnográfico, surpreendendo o processo na sua existência mais crua⁸; o segundo olhar, registado mais de três décadas depois⁹, segue (diríamos mesmo, procura copiar) o registo anterior, submetendo-o todavia aos critérios televisivos do tempo presente¹⁰; por fim, o terceiro registo¹¹ irá focar-se

⁶ Na entrevista realizada já referida, por Claudia Faro em 2015, diz Tiago Pereira: “as pessoas estão sempre a querer referenciar alguma coisa em relação a mim, eu nunca sou eu próprio. Dizem: “ah não, ele é o Giacometti do século XXI” ou “ah não, ele é o filho do Júlio Pereira” (...) quando eu digo que não sou o Giacometti do séc. XXI, digo-o porque a referência de hoje deveria ser eu (...) porque o que gravo está vivo hoje...” (Pereira, 2016, p. 85).

⁷ Intitulado “A Moda da Lavoura” (1º programa, realizado em 1971, em Vila Verde de Ficalho, no Baixo Alentejo).

⁸ Alfredo Tropa, o realizador de “Povo que Canta” procura registar o próprio processo de pesquisa de Giacometti, que será, assim, remetido à condição de protagonista no processo documental. O discurso expande assim a perspectiva documentarista, incluindo o pesquisador e incidindo também sobre os processos de trabalho por este realizado no trabalho de recolha.

⁹ No DVD Alentejo, n.º 4 da série (Dias & Rocha, 2010).

¹⁰ A cor, a montagem inicial (com o ecrã dividido em uma captação distanciada e um grande plano), o tempo de mudança dos planos, a ênfase no detalhe e no movimento.

¹¹ Registo intitulado “A Pastora”, gravada em 2013, em Serpa, no Baixo Alentejo (disponível em http://amusicaportuguesaagostardelapropria.org/videos/pastora/?_sf_s=Pedro+Mestre&_sft_distrito=beja&sf_paged=2&_=1514645406098).

integralmente no intérprete – já não se procura sinalizar o contexto social de que o canto era parte integrante – e a música se afastará ela própria do conteúdo do texto, assumindo um sentido notadamente lúdico, ausentando-se praticamente da carga poética inicial.

Na comparação estabelecida com o registo inicial de Giacometti, vemos que, enquanto Ivan Dias e Manuel Rocha percorrem um caminho marcado pela perspectiva *revival*, Tiago Pereira assumirá um claro distanciamento face ao conhecimento científico (ou, como diz o próprio, “académico”) da música tradicional, valorizando um enfoque afetivo: daí que resulte absolutamente coerente o título do seu projecto de difusão online: “A música portuguesa a gostar dela própria” (designação que levará, em seguida, a assumir a dimensão de uma marca em outros projetos, *da gastronomia, da dança portuguesa, ... a gostarem delas próprias*)¹².

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

A mudança de perspectiva assinalada apresenta uma correlação com as estratégias de comunicação seguidas por cada pesquisador. O primeiro embate de Michel Giacometti com as instituições que, em Portugal, se dedicavam à promoção da pesquisa da música folclórica (no caso, a Fundação Gulbenkian) deu-se exatamente por divergências explicitadas na questão da comunicação¹³.

Giacometti pretendia, como veio aliás realizar, utilizar uma parcela das suas recolhas para fins editoriais. Fundou os Arquivos Sonoros Portugueses, editora discográfica com que produziu, entre outros, a *Antologia da Música Tradicional Portuguesa*, coletânea com largo impacto nos meios intelectuais portugueses na década de 1960. Os passos seguintes consistiram na realização da série *Povo que Canta* e, por fim, na edição (em 1984) de um trabalho de síntese: o *Cancioneiro Popular Português*.

Inserido nos tempos modernos, o projecto de Tiago Pereira nascerá desde logo vinculado a processos comunicacionais em larga escala, com o recurso a plataformas de armazenagem e partilha online, promovendo depois a sua alocação num servidor, com acesso aberto através de uma base de dados multimédia.

¹² Consultar <http://amusicaportuguesaagostardelapropria.org/sobre-nos/>

¹³ Conforme esclarece Cristina Brito da Cruz na sua dissertação sobre Artur Santos, uma das razões principais da recusa da FCG em apoiar Giacometti prendia-se com o facto de este pretender conservar o direito de editar “com ou sem a ajuda da fundação uma antologia de música popular portuguesa”, o que foi considerado inaceitável pela FCG, respondendo a Directora do Serviço de Música que “os materiais recolhidos por qualquer investigador devem sempre ficar pertença da Fundação, que oportunamente lhe dará o destino que entender” (Cruz, 2001, p. 130).

Tiago Pereira sublinhará uma ideia de continuidade nos processos comunicacionais (em relação a Giacometti)¹⁴. Mas exprimirá, ainda, um propósito mais largo do seu trabalho, consubstanciado numa missão de “consciencialização”, que apresenta como sendo um “mecanismo de alfabetização da memória” (definição ambígua, que requer algum apuramento conceptual).

Procura conjugar propósitos contraditórios, de registo documental de desempenhos sem artificialismos (das “pessoas reais tal como são, sem artifícios ou maquilhagem”), com uma estética formatada segundo os parâmetros dominantes e praticados nos media globais “um youtube focado na música portuguesa do século XXI, onde todos os filmes têm a mesma estética”. Em texto publicado na internet, Tiago Pereira (s.d.) acaba por definir o seu propósito num sentido (seguindo um paradigma dominante) da instrumentalização da cultura: “alfabetização da memória é isso mesmo: construir uma memória colectiva de uma música que podia ser um cartão de visita e um atractivo turístico”¹⁵. Encontramos, neste ponto, uma forte correlação entre o discurso produzido por Tiago Pereira e aquele que é promovido por instâncias várias, a nível cultural tanto local como internacional, em torno da patrimonialização das práticas culturais regionais e sua inscrição na lista do património imaterial da Unesco¹⁶.

CONCLUSÃO

A valoração dos projetos, das intenções implícitas ou daquelas que são explicitadas pelos autores (bem como o seu modo de inserção na prática científica, estética ou mesmo comercial), não é o que aqui nos prende.

¹⁴ Afirma que o “processo é idêntico: estes registos deixam de estar encerrados no meio académico e passam a pertencer à comunidade” (Pereira, 2016, p. 85). Na senda dessa comparação, afirma serem (Tiago Pereira e Giacometti) “as únicas pessoas” que trouxeram os seus registos sonoros para o grande público (esquecendo todavia nomes como Armando Leça ou José Manuel Sardinha, para referir apenas aqueles que, como Pereira, se situam fora do contexto académico).

¹⁵ Tiago Pereira (s.d.) acrescenta: “imaginemos um youtube focado na música portuguesa do século XXI, onde todos os filmes têm a mesma estética (...) onde se grava as pessoas reais tal como são, sem artifícios ou maquilhagem, e ainda se pode ver a paisagem como algo em contínua transformação (...) há muita música por documentar que não tem hipóteses (...) essa é a cultura musical que me interessa resgatar e dar a conhecer. A alfabetização da memória é isso mesmo: construir uma memória colectiva de uma música que podia ser um cartão de visita e um atractivo turístico”.

¹⁶ Aquando da inscrição do Cante na lista da Unesco, encontramos o valor identitário daquela prática fortemente ligado à ideia do seu valor enquanto activo económico, nomeadamente, no âmbito do turismo (em “Inscrição do Cante na Lista do Património Imaterial da Humanidade pela UNESCO”), trabalho disponível em https://www.academia.edu/17159812/INSCRIÇÃO_DO_CANTE_NA_LISTA_DO_PATRIMÓNIO_IMATERIAL_DA_HUMANIDADE_PELA_UNESCO

Interessa-nos sobretudo o modo como as estratégias de comunicação se revelaram em relação a cada um destes atores e a compreensão do significado que os meios tecnológicos, por eles empregues nos processos de registo e difusão, tiveram em cada momento.

Seja assumindo o exemplo de Giacometti como referência ou buscando estabelecer uma forma de ruptura, seja copiando-o ou dele apresentando uma leitura algo difusa, a série “Povo Que Canta” continua a revelar uma forte presença no imaginário daqueles que se dedicam ao conhecimento da música tradicional portuguesa.

Cada uma das versões analisadas de “Povo que Canta” remete-nos para um paradigma dominante a seu tempo de realização: com Giacometti e na perspectiva de afirmação de uma cultura contra-hegemónica, a compreensão do papel da música na sociedade será sobretudo de natureza funcional; já na sequência de 2002, produzida por Dias e Rocha, aquele papel e aquela forma de compreensão serão rememorados, na busca de alguma continuidade. Todavia, enquanto na sua relação com a Televisão, Giacometti procurou dar preponderância à face científica do processo de pesquisa, na sequência de 2002, a Televisão acabou por determinar muito do produto final com os seus critérios (técnicos e de mercado).

Com Tiago Pereira, não obstante a procura de um gesto de ruptura (assinalado no plano das intenções, gesto esse sustentado numa tecnologia de registo mais ergonómica e tendo como horizonte o mundo virtual, global), manifesta-se o poder gravitacional do gesto original de Giacometti. Tiago Pereira procura romper com o paradigma representado por Giacometti. O seu trabalho resultará submetido a um outro paradigma, hoje dominante, caracterizado pela ideia de fragmentação, pensamento onde a totalidade é sistematicamente evitada.

REFERÊNCIAS

- Cruz, C. (2001). *Artur Santos e a Etnomusicologia em Portugal (1936-1969)*. Dissertação de Mestrado em Ciências Musicais, Universidade Nova de Lisboa.
- Dias, I. & Rocha, M. (2009). *Povo que canta não pode morrer*. Lisboa: Zon Lusomundo.
- Giacometti, M. (1984). *Cancioneiro Popular Português*. Lisboa: Círculo de Leitores.

- Lima, P. (Org.) (2010). *Michel Giacometti - Filmografia Completa*. Coimbra: Tradisom.
- Pereira, T. (2016). *A música portuguesa a gostar dela própria*. Coimbra: Tradisom.
- Pereira, T. (S.d.). A Música Portuguesa a Gostar dela Própria, Forma de Vida - revista do Programa em Teoria da Literatura da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Retirado de <https://formadevida.org/musicaportfdv11>
- Schindler, K. (1941). *Music and Poetry of Spain and Portugal*. New York: Hispanic Institute in the United States.

Citação:

Weffort, A. B. (2019). Povo que Canta – a fixação documental das tradições musicais portuguesas, de Michel Giacometti a Tiago Pereira. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 190-197). Braga: CECS.

NATÁLIA PAULETTO FRAGALLE

natalia.fragalle@usp.br

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, BRASIL

LONDON CALLING: A CULTURA E A “CRIATIVIDADE” NA CONSTRUÇÃO DE UMA CIDADE-MARCA NA VIRADA DO SÉCULO XXI

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar o conceito de *city branding* e sua importância para as chamadas “cidades criativas”, tomando como objeto de estudo a cidade de Londres – pioneira na implementação desse discurso em suas políticas públicas e intervenções urbanas a partir do final do século XX – e mais especificamente o projeto de revitalização urbana que acompanhou a construção do novo edifício do museu e galeria Tate Modern. Procura-se, com isso, evidenciar a importância da criação de uma “marca” que identificasse e unisse um conjunto de imagens e significados atribuídos à cidade, tendo a arte e a cultura como núcleo central em um momento no qual o “capital humano” passava a ser visto como a chave do desenvolvimento econômico (Blair, 2006).

PALAVRAS-CHAVE

City branding; cidade criativa; Londres; Tate Modern

INTRODUÇÃO

A partir da década de 70 as economias dos países ditos desenvolvidos iniciaram um processo de reestruturação, fruto de uma crise do capital que já dava sinais a partir da década de 60, com o esgotamento do modelo fordista de produção e a transição para o que Harvey (1989) chamou de estágio de “acumulação flexível” do capitalismo, caracterizado pela superação da rigidez fordista, pela internacionalização da economia, por uma maior velocidade na circulação de mercadorias, por um consumo ampliado não mais apenas de bens, mas também de serviços e por uma aceleração da acumulação de capital, gerando mudanças na relação capital-trabalho e uma adesão desenfreada a comportamentos competitivos (Sánchez, 2010).

Tais mudanças estavam ainda ligadas a um reposicionamento do papel do Estado – que parecia se afastar das políticas de matriz keynesiana que marcaram sobretudo a recuperação das economias no pós-guerra – passando a agir não mais como um “obstáculo” ao processo de acumulação, mas sim como um facilitador e coordenador do mesmo¹ (Harvey, 2006). Desse modo, com o Estado intervindo de forma ativa a partir de um novo sistema normativo que buscava estender a lógica concorrencial capitalista para além da esfera econômica de modo a produzir novos tipos de relações sociais e novas subjetividades, tinha início aquilo que Dardot e Laval (2016), denominaram uma *nova razão* neoliberal na década de 1980. Neste sentido, cabe ao Estado assumir um papel “empreendedor”, constituindo a concorrência e conduzindo os indivíduos a atuarem também como “empreendedores”, através de ideais de flexibilidade, adaptabilidade, competitividade e inovação.

Os espaços urbanos, desde há muito instrumentos fundamentais para a absorção de excedente de capital (Harvey, 2014), ganham atenção redobrada ao produzirem também novos estilos de vida, novos produtos e necessidades. A redução da capacidade acumulativa e distributiva dos Estados centrais implicou, igualmente, a intensificação das gestões empresariais das cidades no sentido de se mostrarem individualmente atrativas ao capital, com o objetivo de gerar respostas competitivas aos novos desafios econômicos, de modo a atrair novos investimentos e uma força de trabalho altamente qualificada. Dentre essas ações, destaca-se aqui os grandes projetos de *revitalização urbana*, que, em geral, buscavam reutilizar antigas áreas industriais em processo de degradação, mas com baixos custos de aquisição, qualidade arquitetônica e valor histórico, dando a elas novas funções “estratégicas” e, dessa forma, aumentando o valor de uso de determinada cidade ou região².

¹ No Reino Unido, isso se manifesta a partir do governo da Primeira Ministra Margaret Thatcher, que assume o governo pelo Partido Conservador em 1979 tendo de lidar com o processo de desindustrialização que assolava o país em detrimento da migração das indústrias para localidades com menores custos de produção e reprodução. Neste sentido, Thatcher atuou a partir de uma estratégia que não pretendia resgatar a indústria em declínio e na qual não bastava frear o crescimento dos gastos públicos, mas sim alterar profundamente o modo de gestão e da ação pública (Dardot & Laval, 2016), impulsionando uma economia mais livre, aberta e competitiva com o objetivo de atingir alcance global, através de políticas que se distanciavam do *welfare state*, pautando-se na internacionalização do capital, na mudança do foco econômico para o setor terciário, e sobretudo de serviços altamente qualificados, nas privatizações e em cortes de gastos com programas e benefícios sociais, e, ao mesmo tempo, na promoção da imagem do país enquanto competitivo e em ações de reforço da identidade britânica.

² Tal estratégia teve origem sobretudo nas experiências americanas realizadas nas cidades de Baltimore e Boston na segunda metade do século XX, nas quais as suas regiões portuárias foram

Essas ações ocorriam em concomitância com um importante desenvolvimento do marketing e a crescente importância da marca como elemento diferenciador de produtos e empresas. Desse modo, com a aceitação cada vez maior da ideia de que as cidades devem ser administradas usando os mesmos critérios empregados nas empresas, a aplicação do conceito de marketing na gestão e no planejamento urbano aparece, então, como uma consequência natural neste momento (Seisdedos, 2006). Apesar de a promoção de localidades se apresentar como um fenômeno que já vinha ocorrendo ao menos desde o século XIX³, a “produção total e global” do espaço (Lefebvre, 1998, citado em Sánchez, 2010, p. 43) é um fenômeno recente devido à sua crescente importância nas estratégias contemporâneas do capital. Dessa forma, a partir da década de 80, observa-se uma importante transformação com relação à promoção das cidades, caracterizada pelo uso consciente de estratégias de marketing pelos planejadores urbanos dentro da esfera pública, não apenas como um instrumento adicional, mas como elemento central no planejamento urbano (Kavaratzis, 2004), desenvolvendo o conceito que foi chamado de *city marketing*⁴.

Buscou-se, então, incorporar iniciativas de planejamento específicas que visassem transformar a infraestrutura física do lugar, além de estratégias de desenvolvimento econômico que procurassem atrair investimentos através da gestão de uma imagem forte da cidade, com o objetivo de impulsionar exportações e atrair ou reter investidores, turistas, residentes e eventos. Desse modo, não se limitando apenas à formulação e à comunicação de imagens, o *city marketing* abrange uma análise das características da cidade, a identificação de seus pontos fortes e fracos e a elaboração de

remodeladas – acompanhadas de processos estratégicos de planejamento, marketing, gestão e monitoramento – com a intenção de construir uma nova imagem urbana, voltada para a atração de novos investimentos para essas áreas (Del Rio, 2001). Além disso, muito contribuíram as ações realizadas na França durante o governo do Presidente Mitterand e o Ministro da Cultura Jack Lang, que, em resposta às forças da globalização, procuraram criar uma série de marcos culturais e arquitetônicos na cidade de Paris com o intuito de identificar a cidade, o que a tornaria também competitiva para atrair novos investimentos.

³ Segundo vários autores (Ashworth & Voogd, 1994; Gold & Ward, 1994; Seisdedos, 2006; Ocke & Ikeda, 2014), a promoção de cidades tem uma longa história e, ao menos desde o século XIX, sempre houve algum tipo de promoção dos atributos dos lugares tendo como objetivo o desenvolvimento econômico dos mesmos, porém com um caráter ainda muito restrito, limitando-se à diferenciação dos locais com o objetivo de promover a venda de bens tangíveis, tais como residências (principalmente os subúrbios nos países industrializados) e localidades turísticas, comunicando imagens seletivas dos lugares, com destaque para o conteúdo das mesmas (Ocke & Ikeda, 2014).

⁴ Cabe ressaltar aqui que uma série de autores (como Kotler, Haider & Rein, 1993) utilizam o termo *place marketing* (marketing de lugares, marketing de localidade ou marketing territorial), nomenclatura mais abrangente que pode se referir a várias escalas territoriais. Entretanto, neste trabalho nos restringiremos à escala da cidade, utilizando sempre o termo *city marketing* e, posteriormente, *city branding*.

uma visão daquilo que ela pode se tornar para que então sejam estabelecidas metas e objetivos específicos, atingidos pela formulação de estratégias aplicadas a partir da concepção de um plano de ação constantemente reavaliado (Kotler et al., 1993).

Esses processos estão associados ainda a um crescente protagonismo da cultura em um circuito de valorização do capital que, desde a segunda metade do século XX, veio justapondo às suas bases tradicionais novos elementos, observando-a como um novo campo a ser “colonizado”. Dessa forma, o “simbólico” se tornou “pró-ativo” (Arantes, 2000): mais determinante de valor do que elementos derivados do processo de produção, o que contribuiu para a configuração de uma economia cada vez mais especulativa, que acarretou novas especificidades como a questão da “identidade”, que passou a ser um elemento produzido e ofertado pelo capital.

Com isso, a cultura passa a ser uma poderosa ferramenta para tornar uma cidade mais atrativa, tendo sido usada como força motriz de uma série de projetos de desenvolvimento urbano no sentido de fortalecer a imagem das cidades, incorporando-se rapidamente a outras matrizes, como a “inovação”, o que deu origem às discussões acerca da “criatividade”. Neste processo, destaca-se então a construção do edifício do museu e galeria Tate Modern na região de Southwark – um dos distritos que compõem a antiga área industrial no centro de Londres – que teve como objetivo, além de inaugurar o primeiro museu dedicado inteiramente à arte moderna e contemporânea do país, promover nacional e internacionalmente uma nova imagem de Londres – e do Reino Unido – na virada do século XXI.

LONDRES NO FINAL DO SÉCULO XX: GLOBALIZAÇÃO E “CRIATIVIDADE”

Apesar do “sucesso” da empreitada do governo Thatcher nos anos 80 em reconfigurar a economia do país e alterar o modo de gestão e ação pública nas cidades, sobretudo em Londres, através da descentralização do poder municipal⁵ – construindo uma imagem promissora da capital en-

⁵ Em 1979, com a vitória de Thatcher como Primeira Ministra, promoveu-se uma mudança na legislação que aboliu, em nome da racionalidade operativa e da concentração de custos (Levy, 1997), o *Greater London Council* (Conselho da Grande Londres): organização que coordenava o poder local em toda a área londrina, descentralizando o poder municipal, que foi redistribuído aos 33 distritos (ou *boroughs*) de Londres. Tal mudança, ao mesmo tempo, fortaleceu o poder estatal sobre a cidade, com uma grande parte das atribuições dos órgãos extintos transferidas a entidades que escapavam do controle público, principalmente por serem lideradas por pessoas não-eleitas (Levy, 1997), conseguindo operar com mais agilidade na cidade. Essa manobra promovida por Thatcher também fez parte de uma estratégia de diminuir o poder das municipalidades não apenas em Londres, mas em todo o Reino Unido que, durante o início de seu governo, apresentavam-se, na maioria, sob o domínio do

quanto centro empresarial e financeiro –, uma nova crise do capital que veio à tona ainda no fim da década, evidenciou os problemas sociais no país, frustrando as expectativas iniciais com relação ao seu projeto de governo, o que levou à sua resignação em 1990. Ainda tentando lidar com os revezes econômicos do processo de desindustrialização que fragilizava os setores manufatureiros tradicionais do país, e em um momento no qual muitas vezes pediam mudanças radicais nas orientações das políticas urbanas, continuava-se a buscar novas oportunidades de valorização do capital em um cenário marcado pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação.

Dessa forma, em 1997, foi a vez do Partido Trabalhista tomar a frente do governo após 18 anos, com a eleição do Primeiro Ministro Tony Blair, que trazia uma proposta diferente daquela que o seu partido vinha tomando desde o pós-guerra – e que causou sucessivas derrotas nas eleições gerais – ligada às práticas keynesianas e à economia fordista (Philpot, 2013), inaugurando o *New Labour*. Blair, que tinha 44 anos quando foi eleito, buscou mostrar o quanto ele se diferenciava dos seus antecessores (Newman, 2014) através de um discurso que pregava a necessidade de “modernização” do Reino Unido, conhecido internacionalmente como um país austero, antigo, tradicional (Hoge, 1997), de forma a remodelar a sua imagem para que ele fosse identificado como mais jovem e mais próximo dos novos valores contemporâneos, que priorizavam a diversidade, a inovação, a globalização (Sillito, 2007), promovendo uma “terceira via” entre a política de livre-mercado de Thatcher e a política keynesiana tradicional do partido trabalhista (Giddens, 1998, citado em Flew, 2012, p. 14) ⁶.

Na proposta política de Blair a cultura faria parte do núcleo central das atividades econômicas do país, tendo o “capital humano” como a chave do desenvolvimento econômico (Blair, 2006) através de parcerias realizadas entre o setor público, o setor privado e as instituições culturais. A partir disso, um novo elemento surge como estratégia discursiva alternativa àquela acionada por Thatcher: o conceito de “criatividade”⁷, utilizado

Partido Trabalhista, que ainda defendia uma atuação a partir das políticas de matriz keynesiana. Uma das principais estratégias do governo Thatcher foi aumentar as restrições para a transferência do capital público para os governos locais e impor limites à arrecadação de impostos.

⁶ Contudo, é possível enxergar nas práticas políticas de Blair uma certa continuidade das ações iniciadas pelos governos anteriores, uma vez que o *New Labour* só se configurou em decorrência da virada neoliberal iniciada por Thatcher na década de 80 e as suas principais reformas foram mantidas.

⁷ Apesar de o termo ter sido utilizado primeiramente na Austrália em 1994 pelo então Primeiro Ministro Paul Keating – em uma política cultural que pretendia enfatizar a abertura do país para o mundo, intitulada “Nação Criativa” – foi no governo Blair, no Reino Unido, que o termo foi de fato acionado como estratégia discursiva alternativa às práticas neoliberais tradicionais e utilizada como mecanismo para aumentar a competitividade econômica mundial do país.

como mecanismo para aumentar a competitividade econômica mundial do Reino Unido a partir da identificação da importância econômica das atividades⁸ que têm um potencial para riqueza e criação de empregos através da geração e exploração da propriedade intelectual.

Percebeu-se que na cidade de Londres, tais “atividades criativas” já conformavam o terceiro maior setor econômico da cidade, principalmente devido à sua ligação aos setores financeiros e de serviços, além de sua história, seu prestígio cultural e sua infraestrutura. Desse modo, a capital do Reino Unido não poderia deixar de ser o centro das discussões nacionais acerca de uma nova matriz de desenvolvimento urbano que foi chamada de *cidade criativa*⁹.

Dessa forma, com a reconfiguração política e econômica do país, aliada aos atributos culturais já existentes na cidade, Londres se privilegiou, na virada do século XXI, no auge do movimento *Cool Britannia*¹⁰, de um forte interesse público e privado em investir em um processo de (re) *branding* para a cidade: uma perspectiva mais atual em relação às ações de marketing no território urbano, que constitui o processo de elaboração e gestão de uma “marca” de cidade, que tem como objetivo diferenciá-la da “concorrência”, elaborando ações a partir da identidade e valores da cidade e representando, portanto, não apenas os seus atributos funcionais, mas, sobretudo, os significados simbólicos associados principalmente à “qualidade de vida” em um momento no qual valorizava-se cada vez mais o acesso às atividades de lazer.

⁸ “[Essas indústrias] incluem publicidade, arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, artesanato, design, moda, filme e vídeo, software interativo de entretenimento, música, artes performáticas, publicação, software e jogos de computador, televisão e rádio” (DCMS, 2001, citado em Landry, 2008, p. xl).

⁹ O britânico Charles Landry, primeiro autor a utilizar o termo em sua obra *The Creative City* (1995), escrita em parceria com Franco Bianchini, procurou demonstrar o papel que um ambiente criativo e uma determinada dinâmica organizacional poderiam ter no fomento da “criatividade”. Para Landry (2008), qualquer cidade, seja ela grande ou pequena, tem potencial para criar condições para que as pessoas pensem, planejem e ajam com “criatividade”, ou seja, para que a população seja agente de mudança, ao invés de vítima dela. Desse modo, segundo o autor, qualquer pessoa pode ser “criativa” desde que o contexto urbano lhe forneça uma oportunidade. Entretanto, segundo Landry (2008), para que o ambiente urbano “criativo” se desenvolva, é necessário uma combinação entre infraestruturas *hard* e *soft*, ou seja, uma junção entre a infraestrutura urbana “criativa” física e uma “infraestrutura mental” (força de trabalho altamente qualificada, alta infraestrutura intelectual, fortes meios de comunicação internos e com o mundo exterior) que corresponde ao modo como a cidade lida com oportunidades e problemas. Nesse sentido, Landry atribui um papel crucial à cultura que, segundo ele, impacta outros campos do desenvolvimento de uma cidade.

¹⁰ O termo *Cool Britannia* é uma alusão à canção patriótica *Rule, Britannia!*, do século XVI, associada às forças armadas do país e aos valores tradicionais, e refere-se ao movimento de renascimento cultural do Reino Unido na década de 90, inspirado diretamente na cultura pop dos anos 60, com o surgimento de novas importantes figuras na cena musical, nas artes visuais e na moda, elevando novamente o status do país enquanto importante polo produtor e exportador de “cultura jovem”.

Tal estratégia foi associada a projetos que acelerassem o desenvolvimento e a regeneração urbana de áreas “potenciais” da cidade, com a cultura e a “criatividade” como força motriz e, neste sentido, embora tenha suas origens anteriores à ascensão de Blair ao governo central, o projeto de revitalização urbana que acompanhou a construção do novo edifício do museu e galeria Tate Modern parece ilustrar a implementação desse discurso “criativo” nas políticas públicas e nas práticas de planejamento urbano na cidade.

TATE MODERN: UMA NOVA IMAGEM DE LONDRES NA VIRADA DO SÉCULO XXI

Ainda em 1993, momento no qual Londres buscava se afirmar enquanto “cidade global”¹¹, promovendo projetos que acelerassem o desenvolvimento e a regeneração urbana de áreas “potenciais” da cidade, a Tate Gallery, instituição existente desde 1897, valeu-se de uma política que destinava recursos da Loteria Nacional ao financiamento de projetos que criassem marcos espetaculares em Londres para celebrar a chegada do novo milênio – com distribuição através de um de seus órgãos chamado *Millennium Commission* – para a construção de um novo espaço que abrigasse a sua coleção de arte moderna e contemporânea. Uma vez que esse modelo de financiamento não permitia que o projeto fosse totalmente custeado com os recursos da Loteria Nacional, foi firmada uma parceria que uniu a iniciativa privada e poder público, anunciando que o novo edifício seria construído a partir da remodelação da então abandonada usina elétrica de Bankside, projeto de Giles Gilbert Scott construído em 1947 e localizado à margem sul do rio Tâmis, ao lado oposto da icônica St. Paul’s Cathedral, no distrito de Southwark, um dos *boroughs* que compunha a antiga área industrial no centro de Londres.

¹¹ A lógica concorrencial ganhou força também com o fenômeno da globalização que, impulsionado pela busca de redução de custos de produção e pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, promoveu um grau de integração econômica, política e cultural entre as nações sem precedentes que transcendeu as transformações estritamente econômicas, provocando mudanças também no tecido social, cultural, político e ideológico, influenciando, dessa forma, os processos de urbanização (Sánchez, 2010). De acordo com Sassen (1991), as cidades que melhor responderam às novas necessidades da globalização poderiam ser chamadas de cidades globais.



Figura 1: Edifício da usina de energia de Bankside em 1989 e destaque para a região de Southwark em Londres

Fonte: Moore & Ryan, 2000, p. 176

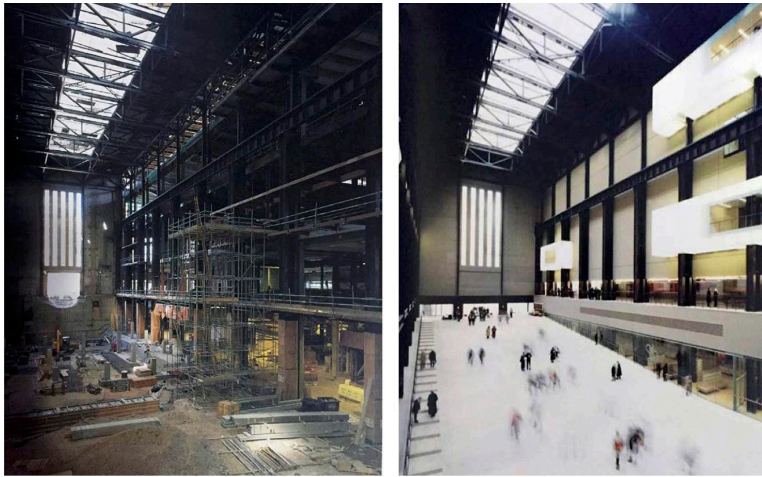
Uma vez que os critérios fundamentais da Millennium Commission especificavam que os projetos financiados deveriam se “beneficiar de apoio público” e possuir “design arquitetônico de ponta” (Millennium Commission, 1995, citado em Dean, Donnellan & Pratt, 2010, p. 12), em 1994, foi realizado um concurso de projetos arquitetônicos do qual saíram vencedores os arquitetos suíços Jacques Herzog e Pierre DeMeuron, que realizaram um ambicioso projeto de reconversão, gerando um edifício icônico e arquitetonicamente contemporâneo, preservando, ao mesmo tempo, a memória de seu passado industrial.

As obras iniciaram em 1995 e, dois anos mais tarde, ao assumir o governo, Tony Blair abraçou a iniciativa, alinhando-a ao discurso emergente de um “Renascimento Urbano”¹², uma vez que o projeto de regeneração não compreendia apenas a reconversão do edifício que abrigaria o museu, mas este seria o catalisador de todo um redesenho urbano do seu entorno, acompanhado de grandes obras de infraestrutura, como a extensão da linha Jubilee do metrô e a construção da *Millennium Bridge*, assinada pelo arquiteto inglês Norman Foster, ligando a área ao centro de Londres. Dessa forma, o edifício da Tate Modern, primeiro museu de arte contemporânea

¹²O discurso acerca do “Renascimento Urbano” (*Urban Renaissance*) foi considerado um tema central da agenda urbana do governo Blair, alimentado por reflexões e debates iniciados em meados dos anos 90, fortemente influenciados pelo arquiteto Richard Rogers, como o papel fundamental do design urbano, dos espaços públicos, da densidade e do envolvimento da comunidade (Colomb, 2007).

do Reino Unido, foi inaugurado em maio do ano 2000, custando um total de 134,5 milhões de libras, com 50 milhões financiados pela Millennium Commission, 12 milhões custeados pela English Partnerships (agência de renovação governamental) e os demais recursos vindos de órgãos do governo inglês (Arts Council e Departamento de Cultura, Mídia e Esporte) e de empresas da iniciativa privada, sendo que, no momento da inauguração em 2000, o setor público tinha fornecido 60% do financiamento total necessário e o setor privado 40% (Dean et al., 2010).

A iniciativa, promovida como um fruto emblemático da administração trabalhista de Blair (Dean et al., 2010) e rapidamente incorporada à paisagem cultural da cidade e do país, inaugurou aquilo que foi chamado de *people's museum*: um museu acessível a todos, tanto fisicamente quanto culturalmente, com acesso gratuito às exposições permanentes e uma conexão direta com o seu entorno através do *Turbine Hall*, grande salão que faz a transição entre o espaço da cidade e o espaço do museu (Hyslop, 2012). No momento de sua inauguração, havia a previsão de que o museu recebesse cerca de dois milhões de visitantes anuais mas, pouco depois do primeiro de funcionamento, já havia recebido um milhão de visitas.



Figuras 2 e 3: Antes e depois da reconversão do Turbine Hall

Fonte: Moore & Ryan, 2000, pp. 69 e 140

O sucesso da operação deu origem a uma nova iniciativa que foi chamada de *Tate Modern Project*, uma estratégia “criativa”, que tinha como

objetivo impulsionar o desenvolvimento econômico da região de Bankside, com a finalidade de responder às necessidades das comunidades locais, das empresas e do turismo (Hyslop, 2012). Dessa forma, através de conglomerados como o Bankside Marketing Group (iniciativas de turismo e marketing), o Better Bankside (desenvolvimento do comércio e serviços na região) e o Bankside Cultural Quarter (parceria entre 21 instituições culturais locais), a instituição Tate, em parceria com o setor público e a iniciativa privada, atraíram para a região grandes empresas (como o Royal Bank of Scotland) e uma série de pequenas e médias empresas “criativas” (voltadas sobretudo à inovação), duplicando a população residente no local e aumentando em dez vezes o número de empregos na região, aumentando o seu valor e sua atratividade (Hyslop, 2012).

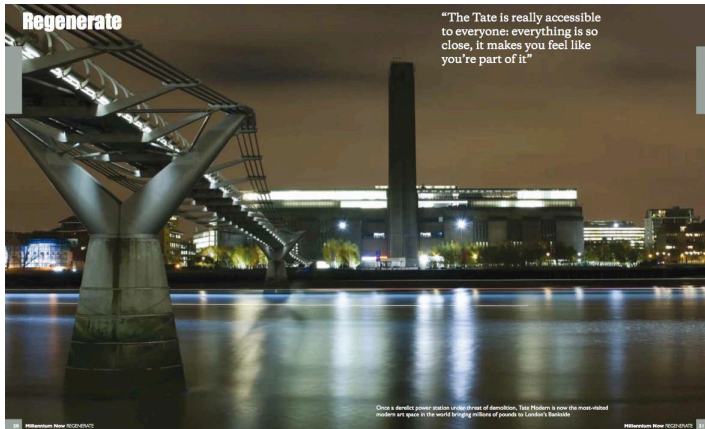


Figura 4: Página de material promocional da Loteria Nacional sobre o projeto de regeneração da região do Tate Modern

Fonte: Big Lottery Fund, 2011, pp. 20-21

A inauguração da Tate Modern foi, portanto, rapidamente incorporada ao discurso acerca da “cidade criativa” e utilizada como marco na comunicação da nova imagem de Londres que se pretendia transmitir, inspirando muitos governos a direcionarem suas políticas aos “setores criativos” e associá-las à reconversão de antigos edifícios industriais em complexos culturais. Atualmente, a instituição recebe cerca de seis milhões de visitantes ao ano – sendo o museu de arte moderna e contemporânea mais visitado do mundo – e estima-se que gera cerca de 100 milhões de libras por ano para a economia de Londres e do Reino Unido (Dean et al., 2010).

A “CRIATIVIDADE” E A CULTURA NA CONSTRUÇÃO E GESTÃO DE UMA CIDADE-MARCA

À medida que as economias das cidades passavam a depender cada vez mais de serviços ou indústrias de alta tecnologia, seus apelos aos potenciais investidores e residentes também mudaram. Os atributos anteriormente promovidos – tais como mão de obra barata ou impostos baixos – não foram totalmente abandonados, mas a ênfase passou a ser colocada sobretudo na questão da “qualidade de vida”: a cidade passou a ser vendida como um ótimo lugar para se viver, trabalhar e, principalmente, aproveitar as atividades de lazer, bem como um ótimo lugar para fazer negócios. Segundo Jensen (2005), tal processo de “commoditização” da “experiência” urbana permitiu um aumento extremo no valor simbólico das cidades, uma vez que o acesso às atividades de lazer se tornaram tão ou mais importantes economicamente do que o acesso ao trabalho, indo muito além de um “tempo livre” e se tornando um determinante de identidades sociais (Metz, 2002, citado em Jensen, 2005, p. 6).

Riza (2015) destaca o papel da cultura nesse processo, funcionando como um eixo estratégico na criação e gestão de uma marca competitiva de cidade, uma vez que as cidades sempre foram palco da atividade cultural, possuindo uma variedade de elementos culturais que fazem parte de sua identidade e, conseqüentemente, contribuem para a formulação de imagens consistentes na mente do público, destacando a unicidade de determinado lugar. Entretanto, ao se falar do papel da cultura, deve-se questionar qual o seu real significado. Ao falar da “culturalização da economia”, Jameson (2006) mostrou o quanto “tudo tornou-se cultura”, tudo assumiu uma dimensão estética ao ter se promovido uma simbiose entre cultura e publicidade, sugerindo uma forte relação entre cultura e imagem.

Tal reflexão pode ser estendida ao consumo da cidade enquanto marca, uma vez que as políticas urbanas neoliberais, desde o final do século XX, vêm sendo formuladas no âmbito de uma economia simbólica onde a cultura é valorizada como o campo onde deve ser construído o consenso social, afirmando visões de mundo, noções e imagens e produzindo um espaço que é “moldado às necessidades da acumulação” (Sánchez, 2010, p. 45), no qual o “valor de troca” impera sobre o “valor de uso” a partir de um movimento do “espaço de consumo” para o “consumo do espaço” (Lefebvre, citado em Sánchez, 2010).

Neste sentido, a introdução do conceito de “criatividade” nesses processos parece ter engrossado novamente o caldo dessa discussão acerca dos processos de marketing e *branding* de cidades. Neste novo momento,

segundo Zallo (2011), a cultura estaria sendo reduzida a um dos elementos que permeiam os valores criativos e inovadores, sendo deixada pelos gestores urbanos à mercê dos mercados criativos em um cenário no qual as atividades criativas (e não culturais) parecem estar sendo o foco das intervenções públicas e de financiamento.

Embora o respeito às singularidades e às diversidades culturais permeiem os discursos a respeito da grande maioria das “cidades-marca”, são os “profissionais altamente qualificados”, capazes de gerar inovações e o público consumidor solvável os alvos privilegiados de tais intervenções. Neste sentido, questiona-se se a marca promovida pelas diversas cidades contemporâneas com mote na “criatividade” seria então fruto de um importante movimento em relação à mudança do conceito de “cultura” alinhado ao trabalho realizado por uma equipe de especialistas em *branding* de ressignificação de uma realidade culturalmente construída, porém seletiva em relação à real situação das cidades ao desconsiderar o “conjunto de experiências e percepções sensoriais que refletem um urbanismo social e etnicamente diverso” (Miles, 2012, p. 10). Desse modo, através da cidade-marca, dá-se “forma mercadológica aos projetos políticos” (Sánchez, 2010, p. 126), fixando hábitos sociais nos espaços renovados que reforçam uma ênfase na cultura consumista, na qual as novas identidades são construídas a partir de um consumo de elite, alterando por fim a realidade da própria cidade.

Segundo Therkelsen e Halkier (citado em Gaio & Gouveia, 2007), para que uma operação de *city branding* tenha sucesso, destacando a cidade em questão em relação à concorrência, é necessária uma cooperação entre atores públicos e privados, identificando objetivos e interesses convergentes para construir uma “estratégia unificadora que conduza a uma visão partilhada da cidade” (Gaio & Gouveia, 2007, p. 34) para que não haja dispersão e fragmentação da marca. Neste sentido, a iniciativa promovida em Londres de se renovar a imagem da cidade, associando-a a valores contemporâneos, impulsionada durante a gestão de Tony Blair com o posicionamento da “criatividade” no centro do seu programa de desenvolvimento econômico e territorial – exemplificada aqui através da operação de reconversão do edifício da Tate Modern e o redesenho de todo o seu entorno – pode ser considerada exemplar¹³, uma vez que o país con-

¹³ Cabe ressaltar que uma grande operação urbana desse tipo – que tinha como objetivo promover uma importante valorização de áreas “potenciais” da cidade, com a reconfiguração das atividades econômicas – não era uma estratégia inédita em Londres, tendo como exemplo emblemático a grande operação de revitalização das Docklands, a antiga região portuária da cidade, no governo Thatcher na

seguiu identificar os setores de maior vantagem competitiva, priorizando-os em suas políticas públicas realizadas em parceria com o setor privado (Reis, 2012), retroalimentando o programa de reposicionamento mundial da imagem da cidade, que passou a se apresentar, além de polo financeiro, como o “polo criativo do mundo”, o que foi atestado pela prefeitura de Londres ao declarar:

Londres é chave no cenário mundial – uma cidade global e de liderança. Dinâmica, criativa e comercialmente bem-sucedida, tem uma atmosfera, uma vibração e um patrimônio únicos, que devem mérito à sua rica mistura de culturas. Suas universidades, seus museus e teatros atraem visitantes de todo o mundo e a cidade é o melhor local europeu para negócios, atraindo significativamente mais investimentos internacionais do que qualquer outra cidade europeia. (LDA, 2006, citado em Reis, 2012, p. 148)

Contudo, ao se apresentar como uma cidade aberta à diversidade e ao internacionalismo, observa-se que a cidade aparenta excluir das suas estratégias de *branding* uma parte significativa da população – que não vivencia a Londres divulgada internacionalmente e tampouco se identifica com ela – ao concentrar as políticas e os recursos em um modelo de desenvolvimento que de fato não contemplaria toda a população: o sucesso de tal modelo se deve à promoção de uma urbanização pautada em um “estilo de vida criativo”, com foco no consumo, mas às custas do setor cultural e da produção do conhecimento (Travers, 2005, citado em Dean et al., 2010, p. 13), o que legitima, por exemplo, a vinda de novos moradores para a região e o aumento do custo de vida local, porém sem que isso soe como uma “expulsão” dos antigos habitantes, uma vez que um certo grau de mistura social é admitido nesse modelo de forma a preservar um caráter de “diversidade” na região.

Tais ações parecem tornar evidente o quanto a “criatividade”, alinhada às práticas de *branding* da cidade, não foi capaz de solucionar, e talvez tenha até mesmo evidenciado, os graves problemas de desigualdade social que persistem em Londres, uma vez que os novos tipos de demanda dos consumidores-alvo misturam e recombina os domínios de experiência – tais como compras, lazer, educação ou entretenimento – o que, por sua vez, requer novos tipos de espaços urbanos: espaços de “multiconsumo”,

década de 1980. Apesar de ter recebido diversas críticas, sobretudo por seus impactos controversos na região, tal operação possibilitou a promoção de uma nova imagem de Londres a ser transmitida internacionalmente, agora concentradora de atividades de controle financeiro mundiais.

que são alimentados pela crescente mobilidade de pessoas que desejam viver múltiplas facetas da experiência urbana (Salo, 2012). Essa estratégia de reconstrução da imagem das cidades, parece ter, portanto, o objetivo de atrair um perfil específico de habitantes, também ligados às atividades criativas e de inovação que, em um processo de retroalimentação, iria reforçar a marca a ser divulgada.

Por fim, é necessário analisar os limites desse “discurso criativo” que, apesar de ter continuado como tema importante no desenvolvimento de políticas públicas no Reino Unido, sobrevivendo à saída de Blair do governo – e tendo os preparativos para os Jogos Olímpicos de 2012 contribuído muito para a continuidade dessas práticas – passou a se chocar com políticas direcionadas a atender a outras demandas nacionais e locais, como a necessidade de recuperação da crise econômica de 2008, a crise orçamentária do Sistema Nacional de Saúde (NHS) e a pressão política e popular pela maior autonomia do Reino Unido em relação ao controle da imigração no país em relação à União Europeia. Essa série de fatores culminaram na realização do referendo popular durante o governo David Cameron em 2016, no qual foi votado, por uma pequena maioria, pela saída do Reino Unido da União Europeia, contrariando as expectativas do Primeiro Ministro – que deixou o cargo em seguida, sendo substituído pela colega de partido Theresa May – e simbolizando de forma marcante o quanto os valores promovidos há vinte anos atrás – o discurso da cidade “diversa”, “criativa” e “inovadora” – perderam força na atualidade, apesar dos esforços do novo prefeito trabalhista Sadiq Khan em enfatizar que a cidade de Londres “continua aberta”¹⁴.

Neste sentido, é curioso observar como, mais uma vez, o museu e galeria Tate Modern parece representar as mudanças na imagem que o país está transmitindo. Em 2005, foram anunciados planos para a sua expansão, com a dupla de arquitetos suíços novamente à frente, com a pretensão de que a ampliação estivesse completa a tempo para a abertura dos Jogos Olímpicos de Londres em 2012. A proposta inicial dos arquitetos era de se criar um elemento irregular revestido totalmente por vidro, como uma forma de, novamente, convidar os visitantes a adentrarem o espaço do museu e evidenciar a sua importância na paisagem urbana de Londres. Entretanto, com a crise financeira que teve início em 2008, tal projeto foi abandonado

¹⁴ Logo após a realização do referendo popular em junho de 2016, a Prefeitura de Londres lançou a campanha #LondonIsOpen, no intuito de comunicar ao mundo – e sobretudo aos investidores internacionais – que a cidade continua aberta a novos negócios, valorizando a “criatividade” e a “diversidade”, ver <https://www.london.gov.uk/about-us/mayor-london/londonisopen>

e substituído por outro – criado pelos mesmos arquitetos – que propunha um volume também irregular, mas dessa vez opaco, revestido por tijolos e visualmente semelhante à austera construção original de Scott, que foi chamado de *Switch House*.



Figura 5: Expansão da Tate Modern realizada pelos arquitetos Herzog & DeMeuron

Fonte: Archdaily, 2016¹⁵

Uma vez que a expansão da Tate Modern foi inaugurada em Junho de 2016, com menos de 10 dias de antecedência da realização do referendo, uma série de críticos – dentre eles Wolfgang Tillmans e Oliver Wainwright (Gintoff, 2016) – apontaram que, se nos anos 2000, a estratégia ligada à reconversão do museu era de torná-lo “o mais aberto possível” ao público – condensando os ideais de criatividade, diversidade, inclusão e modernização que se desejava promover internacionalmente – na atualidade a sua expansão é resultado de uma série de forças que parecem agir no sentido de sufocar tais ideais, configurando um tipo de “urbanismo fortaleza” (Wainwright, citado em Gintoff, 2016) que se fecha à cidade.

Neste sentido, questiona-se se a “criatividade” e a cultura – tal como foram aqui analisadas – ainda têm uma importância estratégica em um cenário de instabilidades e incertezas para a formulação da imagem de

¹⁵ Retirado de <https://www.archdaily.com.br/br/880577/the-switch-house-ampliacao-do-tate-modern-herzog-and-de-meuron>

Londres e, com a conclusão definitiva do processo de “divórcio” com a União Europeia (*Brexit*), qual será a imagem de Londres a ser elaborada e promovida neste novo momento do neoliberalismo que, apesar das sucessivas crises, persiste, juntamente com a lógica concorrencial entre cidades pela atração do capital.

AGRADECIMENTOS

Pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Agradecimentos à FAPESP pelo apoio e subsídio ao desenvolvimento da pesquisa (processo 2016/10103-0) e à participação no III Congresso Internacional Sobre Culturas – Interfaces da Lusofonia.

BIBLIOGRAFIA

- Arantes, O. B. F. (2000). Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In O. B. F. Arantes, E. Maricato & C. Vainer (Eds.), *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos* (pp. 11-73). Petrópolis: Editora Vozes.
- Blair, T. (2006, 26 de setembro). Discurso proferido na Conferência do Partido Trabalhista. *The Guardian*. Retirado de <http://www.theguardian.com/politics/2006/sep/26/labourconference.labour3>
- Colomb, C. (2007). Unpacking New Labour’s “Urban Renaissance” Agenda: Towards a Socially Sustainable Reurbanization of British cities? *Planning Practice & Research*, 22, 1-24.
- Dean, C., Donnellan, C. & Pratt, A. C. (2010). Tate Modern: pushing the limits of regeneration. *City, Culture and Society*, 1(2), 79-87. Retirado de https://www.academia.edu/2333999/Tate_Modern_Pushing_the_limits_of_regeneration
- Dardot, P. & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: ensaios sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo.
- Del Rio, V. (2001). Voltando às origens – a revitalização de áreas portuárias nos centros urbanos. *Arquitextos*, 2. Retirado de <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/02.015/859>
- Flew, T. (2012). Origins of Creative Industries Policy. In T. Flew (Ed.), *Creative Industries – Culture and Policy* (pp. 9-32). Queensland University: SAGE Publications Ltd. Retirado de <https://us.sagepub.com/en-us/sam/the-creative-industries/book233058#description>

- Gaio, S. & Gouveia, L. B. (2007). O Branding Territorial: uma abordagem mercadológica à Cidade. *Revista A Obra Nasce*, 27-36. Retirado de http://homepage.ufp.pt/lmbg/com/brandingterrit_obranasceo7.pdf
- Gintoff, V. (2016, julho 09). Modern[o] como metáfora: o lugar do Tate em um mundo pós-Brexit. *Archdaily*. Retirado de <https://www.archdaily.com.br/br/790915/modern-as-metaphor-where-the-tate-stands-in-a-post-brexit-world>
- Gold, J. R. & Ward, S. V. (Eds.) (1994). *Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Harvey, D. (1989). *The condition of post-modernity*. Oxford: Blackwell.
- Harvey, D. (2006). *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume.
- Harvey, D. (2014). *Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana*. São Paulo: Martins Fontes.
- Hoge, W. (1997, 12 de novembro). London journal: Blair's 'rebranded' Britain is no museum. *International New York Times*. Retirado de <http://www.nytimes.com/1997/11/12/world/london-journal-blair-s-rebranded-britain-is-no-museum.html>
- Hyslop, D. (2012). Culture, regeneration and community: reinventing the city. *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement*, 5, 152-165. Retirado de <http://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/ijcre/article/view/2244>
- Jameson, F. (2006). A lógica cultural do capitalismo tardio. In F. Jameson (Ed.), *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio* (pp. 27-79). São Paulo: Editora Ática.
- Jensen, O. B. (2005, maio). Branding the Contemporary City - Urban branding as Regional Growth Agenda? *Regional Studies Association Conference 'Regional Growth Agenda*. Retirado de https://www.academia.edu/984594/Branding_the_contemporary_city-urban_branding_as_regional_growth_agenda
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 1(1), 58-73. Retirado de http://imagian.fi/kuvat/from_city_marketing_to_city_branding-kavaratzis_2004.pdf
- Kotler, P., Haider, D. H. & Rein, I. (1993). *Marketing Places*. Free Press: New York.
- Landry, C. (2008). *The Creative City: a toolkit for urban innovators*. Londres: Earthscan.
- Levy, E. (1997). *Democracia nas cidades globais: um estudo sobre Londres e São Paulo*. São Paulo: Studio Nobel.

- Miles, M. (2012). Uma cidade pós-criativa? *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 99, 9-30. Retirado de <http://rccs.revues.org/5091>
- Moore, R. & Ryan, R. (Eds.) (2000). *Building Tate Modern: Herzog & De Meuron transforming Giles Gilbert Scott*. Londres: Tate Gallery Publishing.
- Newman, C. (2014, 1 de julho). How Tony Blair's 'Cool Briatnnia' ruined it for David Cameron. *The Telegraph*. Retirado de <http://www.telegraph.co.uk/women/womens-politics/10938081/How-Tony-Blairs-Cool-Britannia-ruined-it-for-David-Cameron.html>
- Ocke, M. A. M. & Ikeda, A. A. (2014). Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. *Revista de Administração USP*, 49(4), 671-683. Retirado de <http://www.revistas.usp.br/rausp/article/view/97159>
- Philpot, R. (2013, 15 de abril). Blair and Thatcher: what's the difference? *The Huffington Post*. Retirado de http://www.huffingtonpost.co.uk/robert-philpot/blair-thatcher-whats-the-difference_b_3083654.html
- Reis, A. C. F. (2012). *Cidades Criativas: da teoria à prática*. São Paulo: SESI- SP Editora.
- Riza, M. (2015). Culture and city branding: mega-events and iconic buildings as fragile means to brand the city. *Open Journal of Social Sciences*, 3, 269-274.
- Sánchez, F. (2010). *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó: Argos.
- Salo, L. (2012). *Building a Creative City Brand through an International Mega-Event. Case: World Design Capital Helsinki 2012*. Dissertação de Mestrado, Turku School of Economics, Turku.
- Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Seiseddos, G. (2006). State of the art of City Marketing in European Cities. *42nd IsoCaRP Congress*. Retirado de http://www.isocarp.net/Data/case_studies/858.pdf
- Sillito, D. (2007, 10 de maio). Rock 'n' Roll PM: Blair's cultural legacy. *BBC News*. Retirado de http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6557625.stm

Citação:

Fragalle, N. P. (2019). *London calling: a cultura e a "criatividade" na construção de uma cidade-marca na virada do século XXI*. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 198-215). Braga: CECS.

RUY SARDINHA LOPES

rsard@sc.usp.br

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, BRASIL

CULTURA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO DISCURSO DA ONU/UNESCO

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo analisar o percurso do conceito de desenvolvimento e sua ligação com o conceito de cultura presentes em alguns documentos e programas paradigmáticos das Nações Unidas, em especial o informe mundial, lançado por ocasião da conferência HABITAT III, “Cultura: futuro Urbano”, no sentido de melhor entender a acepção atual de tais termos, bem como as implicações culturais e econômicas de se tomar a cultura como um dispositivo de governança das populações e de sustentabilidade do sistema econômico vigente.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; desenvolvimento; Unesco; sustentabilidade

Ao se falar sobre a relação entre cultura e desenvolvimento em um sistema-mundo que se diz globalizado, ou sob a dominância das políticas neoliberais, chama a atenção o papel desempenhado, sobretudo a partir dos anos 1990, pelas agências multilaterais – como a Organização das Nações Unidas (ONU), a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco), o Banco Mundial, o Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), entre outros. Se por um lado a própria nomeação desses agentes – e o destaque vai para os agentes financeiros – demonstra o quanto a cultura, agora elevada a *high politics*, tornou-se central aos processos de reprodução ampliada do capital, é preciso reconhecer o enorme papel desempenhado pela ONU, e em especial pela Unesco, como grandes formuladoras de políticas públicas e de novas bases epistemológicas para se pensar o binômio cultura-desenvolvimento. Como afirma Luiz Fernando da Silva:

a instituição tem papel destacado na ampliação do conceito de cultura, e confere sentido às ações culturais de distintos sujeitos sociais, configurando uma permanente rede hegemônica no plano ideológico e cultural internacional. A influência obtida pela instituição ocorre graças ao imbricado caminho de articulação de redes de organizações não governamentais, grupos empresariais e agências culturais dos Estados nacionais, e das inúmeras conferências e reuniões. (Silva, 2012, p. 2)

Assim, se desde o ato de sua constituição, em novembro de 1945, seus signatários já reconheciam o papel da cultura e da educação para a justiça, para a liberdade e paz entre os homens¹, foi necessário um longo período para que os vínculos entre cultura e desenvolvimento ganhassem os contornos observados na atualidade. Mas do que estamos falando? Como a Unesco equaciona, atualmente, esses termos?

Em outubro de 2016, teve lugar na cidade de Quito, Equador, a HAB-TAT III- Terceira Conferência das Nações Unidas sobre Habitação e Desenvolvimento Urbano Sustentável, ocasião em que a Unesco lançou seu informe mundial: “Cultura: futuro urbano”. Tal informe, preparado desde 2015 contou com o apoio de “uma rede de nove socios regionais, especialistas de alto nível e organizações internacionais de todas as regiões do mundo” (Unesco, 2016, p. 3).

Já na apresentação do Informe a diretora geral da Unesco, Irina Bokova, afirma:

a cultura ocupa um lugar central na renovação e inovação urbanas. Este Relatório fornece uma riqueza de ideias e evidencias concretas que demonstram o poder da cultura como recurso estratégico para a criação de cidades mais inclusivas, criativas e sustentáveis. A criatividade e a diversidade cultural têm sido os principais motores do êxito urbano. As atividades culturais podem promover a inclusão e o diálogo entre comunidades diversas (Unesco, 2016, p. 1)

Pensado em sintonia com a “Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável” (ONU, 2015), o Informe possui, além das conclusões e recomendações, duas partes: a primeira, um estudo mundial sobre o papel da cultura para o desenvolvimento urbano sustentável e a segunda, cultura para cidades sustentáveis, um enfoque temático. Não é nosso objetivo

¹ “Que a ampla difusão da cultura, e da educação da humanidade para a justiça, para a liberdade e para a paz são indispensáveis para a dignidade do homem, constituindo um dever sagrado, que todas as nações devem observar, em espírito de assistência e preocupação mútuas” (Unesco, 1945, p. 1).

analisar, aqui, esse Informe, mas simplesmente extrair o sentido que a Unesco atribui à cultura. Nesse sentido, destacamos algumas frases ao longo do documento:

Área de estudo 1²:

Nas cidades africanas caracterizadas por populações recentemente urbanizadas e pelas desigualdades derivadas de padrões de segregação da época colonial, as abordagens baseadas na cultura são especialmente eficazes para fomentar um sentido de pertencimento. (Unesco, 2016, p. 8)

Graças à nova geração de empreendedores culturais, a cultura facilita cada vez mais a participação comunitária e a criação de novos vínculos entre os governos e os cidadãos (Unesco, 2016, p. 8)

Área de estudo 4³:

A cultura desempenha um papel essencial para o diálogo, a coesão social e a mitigação dos conflitos, por meio de um grande número de iniciativas culturais nacionais e transnacionais destinadas a aliviar as tensões étnicas (Unesco, 2016, p. 11)

Área de estudo 5⁴:

Em um contexto em que a participação comunitária permanece insuficiente, as estratégias urbanas baseadas na cultura podem resultar em uma participação comunitária mais ampla, equitativa e efetiva. (Unesco, 2016, p. 12)

² A área de estudo 1 engloba as seguintes regiões: “Angola, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camarões, Chade, Comores, Congo, Costa do Marfim, Djibouti, Eritreia, Etiópia, Gabão, Gambia, Gana, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Kênia, Lesoto, Libéria, Madagascar, Malawi, Mali, Maurícia, Moçambique, Namíbia, Niger, Nigéria, República Centro-africana, República Democrática do Congo, República Unida da Tanzânia, Ruanda, São Tomé e Príncipe, Senegal, Seychelles, Serra Leoa, Somália, África do Sul, Sudão do Sul, Suazilândia, Togo, Uganda, Zâmbia, Zimbábue” (Unesco, 2016, p. 8).

³ A área de estudo 4 engloba: “Armênia, Azerbaijão, Bielorrússia, Federação Russa, Geórgia, Cazaquistão, Quirguistão, Tajiquistão, Turcomenistão, Ucrânia, Uzbequistão” (Unesco, 2016, p. 11).

⁴ A área de estudo 5 compreende: “Afeganistão, Bangladesh, Butão, Índia, República Islâmica do Irã, Maldivas, Nepal, Paquistão, Sri Lanka” (Unesco, 2016, p. 12).

Área de estudo 6⁵

A conservação e revitalização urbanas contribuíram para fomentar a continuidade cultural e a coesão social, bem como para promover a participação comunitária, questionando os modelos piramidais. (Unesco, 2016, p. 13)

Em um contexto em que a gestão dos riscos do meio ambiente ainda não é suficientemente efetiva, um enfoque baseado na cultura pode contribuir para o fomento da resiliência urbana. (Unesco, 2016, p. 13)

Área 7⁶:

A imigração é uma das principais características das sociedades norte-americanas, portanto, a diversidade cultural teve uma grande influência sobre as paisagens urbanas e promoveram movimentos a favor da justiça social e democracia participativa. (Unesco, 2016, p. 14)

Pensada como estratégica para áreas tão diversas – como os Estados Unidos e Tonga – dois aspectos se destacam em relação às funções atribuídas à cultura – “a cultura como instrumento de coesão social”, o que a torna um dispositivo⁷ de governança das populações e a noção de “desenvolvimento sustentável”. Este artigo se deterá sobre este segundo aspecto.

○ DISCURSO SOBRE O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A análise do conceito de desenvolvimento no âmbito das Nações Unidas, ganha impulso a partir da década de 1960, sendo esta declarada a “Década do Desenvolvimento”, e tendo como um de seus resultados a criação, em 1964, da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e

⁵ A área 6 compreende: “Austrália, Brunei, Camboja, China, Filipinas, Indonésia, Ilhas Cook, Ilhas Marshall, Ilhas Salomão, Japão, Malásia, Mongólia, Mianmar, Nauru, Niue, Nova Zelândia, Papua nova Guiné, República da Coreia, Laus, República Popular da Coreia, Singapura, Tailândia, Timor-Leste, Tonga, Tuvalu, Vanuatu, Vietnã (Unesco, 2016, p. 13).

⁶ A área 7 compreende “Canadá e Estados Unidos de América” (Unesco, 2016, p. 14).

⁷ Segundo Foucault: “um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos... [e entre estes] existe um tipo de jogo, ou seja, mudanças de posição, modificações de funções, que também podem ser muito diferentes, [cuja finalidade] é responder a uma urgência. O dispositivo tem, portanto, uma função estratégica dominante (Foucault, 1999, pp. 244-245).

Desenvolvimento (Unctad) e do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), em 1965.

Tido como um dos principais programas de fomento ao desenvolvimento do mundo – estando presente em aproximadamente 170 países e territórios⁸ – o PNUD foi incorporando, ao longo de sua existência, as críticas à noção de desenvolvimento como crescimento econômico e aumento do fluxo de bens e serviços, bem como as evidências empíricas, surgidas na época, de que desenvolvimento econômico e social nem sempre andavam juntos. Assim, se durante as décadas de 1960 e 1970 novas estratégias de desenvolvimento foram sendo elaboradas para que se pudesse atender as necessidades humanas básicas – “na mesma época, diversas conferências internacionais acerca dos temas ligados ao meio-ambiente, alimentação, população e emprego demonstraram intenso apoio a um conceito amplo de desenvolvimento capaz de gerar estratégias nacionais e internacionais” (Perrone-Moisès, 1998, p. 181) – as consequências da grande crise do capital durante a década de 1980, e uma nova configuração geopolítica internacional mais tarde denominada de globalização implicaram, entre outras medidas, a retração da atuação na ONU e seus programas de desenvolvimento.

Uma das estratégias para a recuperação do papel da Organização, protagonizada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) foi a institucionalização da problemática ambiental, “dando-lhe o estatuto de *issue* de primeiro time na agenda política internacional e procurando fazer dele referência central para políticas públicas em todos os níveis” (Nobre, 1999, p. 139).

Embora o termo sustentabilidade apareça nos documentos referentes ao Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o conceito de Desenvolvimento Sustentável (DS) tem uma história paralela, mais ligada ao ambientalismo e às mudanças climáticas. Assim, se data do início da década de 1970 os primeiros estudos da ONU sobre as mudanças climáticas⁹ foi a partir de 1987, com o documento “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório Brundtland, elaborado pela Comissão

⁸ Ver <http://www.undp.org/content/brazil/pt/home/>

⁹ Em 1972 a ONU elaborou a Conferência Mundial sobre o Homem e o Meio Ambiente, conhecida como Conferência de Estocolmo. Entre outras medidas, foi criado, nessa ocasião, um organismo para a coordenação das atividades da ONU no tocante ao Meio Ambiente, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). EM 1974, como resultado da reunião entre o PNUMA e a Unctad, foi elaborada a Declaração de Cocoyok, outro marco importante no debate sobre desenvolvimento e meio ambiente, nesse caso, responsabilizando a pobreza pela explosão demográfica e destruição dos recursos naturais.

Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento¹⁰ que o conceito se consolidou.

Muitos foram os reflexos instantâneos do Relatório Brundtland no âmbito mundial. Houve um crescimento acelerado no número de ONG's, criação de ativismos como os "partidos verdes", que começaram a influenciar na política, multiplicação de atores transnacionais em matéria de meio ambiente, surgimento do ambientalismo como novo movimento social e uma oposição política às estruturas dominantes. (Le Preste, 2000, citado em Gurski, Gonzaga & Tendolini, 2012, p. 75)

Ainda que o Relatório Brundtland e seu conceito de desenvolvimento sustentável tenham sido alvo de crítica e resistência, a realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a ECO-92, ocorrida no Rio de Janeiro, consolidou o reconhecimento internacional do termo, agora afirmado a partir de suas três dimensões constitutivas: o crescimento econômico, a inclusão social e o equilíbrio ambiental.

CULTURA E DESENVOLVIMENTO

No tocante à relação entre cultura e desenvolvimento, se é verdade que a dimensão cultural já estava presente na ECO-92, na Agenda 21 e em diversas Conferências e Documentos que se seguiram, foi com a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável, conhecida como Rio+20, realizada em 2012, que a cultura será afirmada como o 4º pilar do desenvolvimento. Para tanto, foi essencial a discussão travada em outro foro das Nações Unidas – a Unesco, e com isso nos dirigimos, portanto, ao primeiro ponto a que fizemos alusão.

Se, como já afirmamos, desde suas origens a Unesco, em sintonia com o ambiente social e político da chamada Guerra Fria, preconizava o papel da educação e da cultura como fonte de paz duradoura entre as nações e a noção, presente na Declaração Universal de Direitos Humanos (1948), da cultura como Direito; adotava-se um conceito restrito de cultura e suas ações se concentraram, nesse primeiro momento, na salvaguarda, preservação e defesa do patrimônio artístico e cultural, dos direitos de autor e difusão da cultura.

¹⁰ Criada pela ONU em 1983, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, presidida por Gro Harlem Brundtland, publica em 1987, o referido relatório com o objetivo de dar maior relevância ao tema e propor novas formas de cooperação internacional.

Como afirma Gabriela Silva:

ao longo das décadas de 1950, 60 e 70 foram muitos os instrumentos normativos promulgados pela Unesco relativos às matérias de direitos culturais e patrimônio. Ainda que disseminação e acesso sejam mencionados, a tônica dessas primeiras iniciativas é de proteção e defesa de um bem: a cultura é um bem ao qual as pessoas têm direito, como autores e/ou como fruidores. Em relação a estes temas, a Unesco se coloca principalmente como agente regulador no âmbito internacional, tipo de atuação que alcança bastante visibilidade por serem os temas que se tornaram objeto da maior quantidade de instrumentos normativos publicados pela organização. (Silva, 2016, p. 73)

Os anos 60 trazem, por um lado, a discussão sobre o chamado terceiro mundo e a necessidade de se pensar ações voltadas ao desenvolvimento econômico e social desses países e, por outro, mas também direcionadas a esses agentes, o surgimento de um outro conceito – o de políticas culturais – que passará a nortear as ações e programas da organização, de modo que os vínculos entre cultura e desenvolvimento ganham, nesse período, contornos mais nítidos (Silva, 2016, p. 78).

É digno de nota o quanto esse direcionamento para as políticas culturais ao mesmo tempo em que implica um tratamento mais objetivo das práticas culturais, amplia o conceito de cultura ao pensar sua relação com o desenvolvimento econômico e social, a juventude e outros segmentos da sociedade. Dessa forma, é realizada em agosto de 1970 a Conferência Intergovernamental sobre aspectos institucionais, administrativos e financeiros das políticas culturais, onde segundo seu diretor geral René Maheu (Silva, 2016, p. 97) “já era consenso que o desenvolvimento econômico e social dependia do desenvolvimento cultural”. Passo decisivo para aquilo que Mariella Pitombo (2011, p. 7) chamou de “virada epistemológica” da Unesco:

se antes prevalecia uma noção identificada com as manifestações artísticas e intelectuais ligadas aos recantos iluminados da “alta cultura”, doravante, a compreensão do que é cultura se volta agora para sua acepção mais antropológica. Ou seja, no dizer de Canclini (1987, p. 25) “como el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas”. Nessa concepção, entende-se a cultura como uma matriz de valores, que dá sentido à própria existência dos diferentes povos, fazendo

emergir desse conceito um outro que lhe constitui – o da diversidade cultural. (Pitombo, 2017, p. 7)

O marco decisivo para a consolidação dessa “virada” se deu com a realização da Conferência Mundial de Políticas Culturais, a *Mondiacult*, realizada no México, em 1982 que não só cunhou o conceito de diversidade cultural como consolidou o papel da cultura como fator determinante dos processos sociais.

As características da Conferência do México foram bastante diferentes da de Veneza. De maneira geral, o deslocamento que se nota é, primeiramente, um reposicionamento, no discurso catalisado pela Unesco, entre as questões da “política cultural” e do “desenvolvimento cultural”. No decorrer dos anos 1970, a discussão sobre os fins ficou mais importante que a sobre os meios (institucionais, financeiros e administrativos) da política cultural. As discussões agregaram outros temas seu tom ficou menos instrumental, favorecendo o delineamento de posições políticas que, depois de sistematizadas, revisadas, neutralizadas e tecnicizadas, tornariam-se protótipos de modelos de política cultural (e desenvolvimento cultural). A tipificação seria um mecanismo para pacificar, na diversidade possível de tipos, conflitos entre diferentes concepções de política cultural e seus objetivos. (Silva, 2016, p. 116)

Possuía, então, a Unesco, os instrumentos epistemológicos necessários para resistir à ofensiva neoliberal da década de 1980 que, como apontamos, implicou certo arrefecimento dos ideais defendidos pelas Nações Unidas e o protagonismo dos agentes financeiros que, não por acaso, passam a incluir em seus programas o binômio cultura/desenvolvimento. Assim, passada a primeira onda neoliberal, na década seguinte se deu a criação da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento que lança, em 1996, o relatório intitulado “Nossa diversidade criadora”. Este relatório, ao mesmo tempo em que concebe a cultura como “veículo da transmissão do comportamento social, uma fonte dinâmica de transformação, de criatividade, de liberdade e do despertar de oportunidades e de inovação” (Cuellar, 1997, p. 16) afirma que todas as formas de desenvolvimento – incluindo o humano – são determinadas pelos fatores culturais, donde se poder afirmar a indissociabilidade entre cultura e desenvolvimento.

Nossa tese é que, independentemente do fato destas posições poderem ser vistas como uma oposição ao viés economicista preconizado pela cartilha neoliberal, podemos observar, na virada para o século XXI, uma

aproximação maior a este ideário. Importante para que isso ocorresse, foi a formulação de um novo equacionamento entre cultura e desenvolvimento, agora oriundo da Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento, a Unctad.

UMA NOVA AGENDA PARA O DESENVOLVIMENTO: O DISCURSO DA CRIATIVIDADE

A Unctad, criada em 1964, na esteira das preocupações da ONU com o Terceiro Mundo começa a partir de sua XI Conferência, realizada na cidade de São Paulo, em 2004, a inserir um outro termo na agenda do desenvolvimento: as indústrias criativas. Nesse ano, com a criação do Grupo Informal Multiagências das Nações Unidas sobre as Indústrias Criativas, as Nações Unidas começam a ressoar a discussão difundida a partir do *New Labour* britânico sobre a performance econômica das chamadas “indústrias criativas” – publicidade e propaganda, arquitetura, arte e mercado de antiguidades, computadores e videogames, artesanato, design, moda, filme e vídeo, música, artes performáticas, editoração, software, TV e rádio (conforme o DCMS – Department of Culture, Media and Sports) – apontadas, a partir de então, como a porta de saída de crise dos anos 1980.

Ainda que o discurso da diversidade cultural continuasse tendo o seu lugar assegurado, é revelador observar o quanto a criatividade passa a constituir a base do desenvolvimento. Como expressa o Relatório sobre a Economia Criativa elaborado pela Unctad em 2008:

No mundo contemporâneo, um novo paradigma está emergindo, interrelacionando a economia e a cultura (...). Seu conceito central é que a criatividade, o conhecimento e o acesso à informação são cada vez mais reconhecidos como motores potentes do crescimento econômico e da promoção do desenvolvimento em um mundo que se globaliza. A “criatividade” nesse contexto se refere à formulação de novas ideias, e à implementação destas ideias na produção de obras de arte e produtos culturais originais, criações funcionais, invenções científicas e inovações tecnológicas. Consequentemente, existe um aspecto econômico da criatividade, observável na maneira pela qual contribui para a iniciativa empresarial, alimenta a inovação, melhora a produtividade e promove o crescimento econômico. (Unctad, 2008, p. 61)

Observa-se no âmbito da ONU, a partir de então e com cada vez mais força, o quanto ao discurso “culturalista” e da preservação da diversidade cultural se soma o do empreendedorismo, criatividade e inovação como motores do desenvolvimento. Veja-se, como exemplo, o documento “Transformando o nosso mundo: a agenda 2030” para o desenvolvimento sustentável, lançada em 2015 pelo PNUD e que prevê as metas a serem alcançadas nos próximos 15 anos. É objetivo desse programa (objetivo 8.3):

promover políticas orientadas para o desenvolvimento, que apoiem as atividades produtivas, a geração de emprego decente, o empreendedorismo, a criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros. (ONU, 2015)

Ainda que a menção ao 4º pilar do desenvolvimento estivesse presente em tal documento (em 4 de suas 169 metas), após sua publicação, os signatários da campanha mundial criada em 2013 pela Comissão de cultura da Associação Mundial de Cidades e Governos Locais Unidos (CGLU) da Cultura¹¹ lançaram a declaração “O futuro que queremos integra a cultura¹²”, assinada por 900 organizações e milhares de cidadãos de 120 países, em que se diziam preocupados com o não reconhecimento pleno da importância da cultura para o desenvolvimento sustentável. Segundo os autores do documento:

como foi sistematicamente apontado pela campanha, em diversos documentos, a cultura é um motor e facilitador de desenvolvimento sustentável. A cultura é uma das quatro dimensões do desenvolvimento sustentável, e é tão essencial quanto as dimensões econômicas, sociais e ambientais. Uma abordagem holística e integral do desenvolvimento só poderá ser realizada se os valores de criatividade, patrimônio, conhecimento e diversidade forem integrados a todas as ações de desenvolvimento sustentável. Isto implica a garantia da disponibilidade e da acessibilidade das infraestruturas culturais (alguns exemplos não exaustivos são as bibliotecas, os museus, teatros, centros comunitários e centros de educação artística) e a implementação de programas e projetos culturais a longo prazo.

¹¹ A CGLU é uma plataforma mundial de cidades, organizações e redes para aprender, cooperar e promover políticas e programas sobre o papel da cultura no desenvolvimento sustentável.

¹² Retirado de <http://observatoriodadiversidade.org.br/site/o-futuro-que-queremos-integra-a-cultura/>

Ainda que esse documento não esclareça a relação pretendida entre cultura e desenvolvimento, na Agenda 21 da cultura¹³, documento fundador da Comissão, entre seus 16 princípios consta (princípio 12):

a adequada valoração econômica da criação e difusão dos bens culturais –de carácter amador ou profissional, artesanal ou industrial, individual e coletivo– converte-se, no mundo contemporâneo, num fator decisivo de emancipação, de garantia da diversidade e, portanto, numa conquista do direito democrático dos povos a afirmar as suas identidades nas relações entre as culturas. Os bens e serviços culturais, tal como afirma a Declaração Universal da Unesco sobre a Diversidade Cultural (artigo 8), “na medida em que são portadores de identidade, de valores e sentido, não devem ser considerados como mercadorias ou bens de consumo como os demais”. É necessário destacar a importância da cultura como fator de geração de riqueza e desenvolvimento econômico. (CGLU, 2008)

As ações desse grupo no sentido de suprir a lacuna observada no relatório do PDUN foram essenciais para a organização e aprovação do Documento final da Terceira Conferência das Nações Unidas sobre Habitação e Desenvolvimento Urbano Sustentável – HABTAT III, documento com o qual iniciamos esta exposição. Presentes nas três reuniões preparatórias da Habitat III (Nova Iorque, setembro de 2014, Nairobi, abril de 2015 e Surabaya, em julho de 2016), o CGLU teve um papel importante na formulação do documento “Cultura e patrimônio urbano” (Unesco, 2015), onde já estão afirmadas as principais diretrizes da interrelação entre cultura e desenvolvimento (urbano) que serão ratificadas no Relatório da Habitat III – Cultura, futuro urbano.

É claro que uma análise mais detida das linhas de força que estiveram em disputa por ocasião da preparação e realização da Habitat III se faz necessária para uma apreensão mais pormenorizada desta articulação, o que, evidentemente, não teremos condição de realizar no espaço desse artigo. Fica entretanto, o esforço de explicitação de algumas camadas af sedimentadas.

¹³ Agenda 21 da cultura, aprovada no dia 8 de maio de 2004, em Barcelona, no marco do primeiro Fórum Universal das Cultural. Ver <http://www.agenda21culture.net/es/quienes-somos/comite-de-cultura>

AGRADECIMENTOS

A apresentação do presente artigo contou com o apoio e subsídio da Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo 2017/19979-8.

REFERÊNCIAS

- CGLU (2015). *O futuro que queremos integra a cultura*. Retirado de <http://observatoriodadiversidade.org.br/site/o-futuro-que-queremos-integra-a-cultura/>
- CGLU (2008). *Agenda 21 para a cultura*. Retirado de <http://www.agenda21culture.net/es/quienes-somos/comite-de-cultura>
- Cuéllar, J. P. (Ed.) (1997). *Nossa Diversidade Criadora. Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. Campinas; SP; Papirus, Brasília: Unesco.
- Foucault, M. (1999). *Em defesa da sociedade*. São Paulo: Martins fontes.
- Gurski, B., Gonzaga, R. & Tendolini, P. (2012). Conferência de Estocolmo: um marco na questão ambiental. *Administração de Empresas em Revista*, 11(12), 65-79. Retirado de <http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/view/466>
- Nobre, M. (1999). Desenvolvimento sustentado e problemática ambiental. *Lua Nova*, 47, 137-156. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/ln/n47/ao8n47.pdf>
- ONU (2015). *Transformando o nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável*. ONU, 13 de outubro de 2015. Retirado de <http://www.agenda2030.com.br/aagenda2030.php>
- Perrone-Moisés, C. (1998). Direitos humanos e desenvolvimento: a contribuição das Nações Unidas. In A. Amaral Júnior & C. Perrone-Moisés (Eds.), *O Cinquentenário da Declaração dos Direitos do Homem*. São Paulo: EDUSP.
- Pitombo, M. (2012). *Uma agenda cultural para o desenvolvimento humano: o papel das agências multilaterais na formulação de políticas culturais*. Retirado de <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Mariellaumaagenda.pdf>
- Silva, G. T. (2016). A Unesco e a trajetória da política cultural: momentos e movimentos de uma linguagem de ação pública (1966-1982). *Tese de Doutorado em Administração Pública e Governo*, FGV - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. Retirado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/15975?show=full>

UNCTAD (2008). *RESUMEN: Informe sobre la economía creativa 2008*. Retirado de http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf

Unesco. (2016). *Cultura: futuro Urbano*. Retirado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002462/246291s.pdf>

Unesco. (2015). *Cultura e Patrimônio Urbano*. Retirado de <http://agenda21culture.net/sites/default/files/files/pages/advocacy-page/issue-paper-es.pdf>

Unesco. (1945). *Constituição da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura*. Retirado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001472/147273por.pdf>

Citação:

Lopes, R. S. (2019). Cultura e desenvolvimento sustentável no discurso da ONU/Unesco. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 216-228). Braga: CECS.

MÁRCIA FÉLIX DA SILVA & NICOLE CAVALCANTI SILVA

mfelixufpb@gmail.com; nickolecavalcanti@gmail.com

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB) | UNIVERSIDADE
FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG), BRASIL**

ECONOMIA CRIATIVA E SUSTENTABILIDADE: CONTRIBUTOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DA COMUNIDADE DA PRAIA DA PENHA EM JOÃO PESSOA (PARAÍBA)

RESUMO

O potencial empreendedor feminino tornou-se mais evidente nos últimos anos. Considerando esse aspecto, este estudo objetivou verificar as contribuições do projeto socioambiental “Sereias da Penha” para o desenvolvimento local sustentável do turismo da comunidade da Praia da Penha localizada em João Pessoa-PB, com base no empreendedorismo feminino e na economia criativa. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, com uma abordagem qualitativa, cujos dados foram coletados a partir de fontes secundárias disponíveis em ambiente virtual. Os resultados da pesquisa evidenciaram a importância da participação e colaboração de entidades públicas em ações que visam a capacitação e valorização das mulheres da comunidade da Penha em João Pessoa-PB na produção de biojóias. Além disso, foi possível constatar que o trabalho desenvolvido pelas mulheres envolvidas no projeto também contribuiu para o desenvolvimento do turismo regional na comunidade da Penha e, por consequência, aumenta a visibilidade do turismo em relação a todo o estado da Paraíba.

PALAVRAS-CHAVE

Economia criativa; empreendedorismo feminino; sustentabilidade

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as discussões acerca do desenvolvimento local de modo sustentável vêm tomando corpo na academia e nas políticas públicas desenvolvimentistas, sobretudo quando se busca o desenvolvimento associado a ações empreendedoras que busquem no potencial das comunidades locais a oportunidade de geração de emprego e renda.

É sob essa perspectiva que o comportamento empreendedor, sobretudo o empreendedorismo feminino, ganha destaque, visto que as possibilidades de geração de emprego e renda podem ser implementadas sob as mais diversas formas.

Um exemplo de sucesso relacionado à capacidade empreendedora feminina e as suas contribuições para o desenvolvimento local sustentável que vem ganhando destaque na Paraíba é o projeto “Sereias da Penha”, que vem sendo implementado desde 2013 através da parceria entre a Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP), o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

O projeto socioambiental “Sereias da Penha” tem como principal objetivo a geração de emprego e renda a partir do aproveitamento de materiais – escamas de peixes –, que aparentemente serviriam apenas para descarte, mas que servem de base para o fabrico de bijóias, utilizando-se da mão de obra local, sobretudo das mulheres da comunidade do bairro da Penha, localizado no município de João Pessoa, Estado da Paraíba – Brasil.

Ante ao exposto, este estudo teve por objetivo verificar as contribuições do projeto socioambiental “Sereias da Penha” para o desenvolvimento local sustentável do turismo da comunidade da Praia da Penha localizada em João Pessoa-PB, com base na economia criativa e no empreendedorismo feminino.

Além disso, o projeto chamou a atenção das pesquisadoras, sobretudo por tratar de um assunto bastante relevante não apenas para a comunidade acadêmica, mas, particularmente, para aqueles atores sociais diretamente envolvidos com o desenvolvimento local sustentável e a inclusão social através da economia criativa e do empreendedorismo feminino. As contribuições advindas da implementação do projeto para a comunidade local são inegáveis e evidenciar essas contribuições poderá atrair novos parceiros que possam fortalecer o projeto e, por consequência, trazer mais benefícios para a comunidade.

ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa teve sua origem quando as antigas tradições do trabalho cultural e industrial (design, produção, decoração e representação) começaram a ter vínculos com uma gama mais ampla de atividades produtivas modernas (a publicidade, o design de roupa, o desenho gráfico

e a mídia de imagens em movimento), influenciadas, sobretudo, pelo poder da tecnologia digital (Newbigin, 2010).

Assim, o conceito de economia criativa deriva do termo indústrias criativas que, por sua vez, se inspirou no projeto *Creative Nation*, da Austrália, em 1994. Entre outros elementos, defendia a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, dando margem à posterior inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas (Reis, 2010).

Carolino, Soares, Candeias, Newman & Newman (2013) afirmam que o termo “economia criativa” começou a ser difundido no Brasil após a publicação em 2008 do estudo “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”, pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), tendo como base quatro categorias: patrimônio cultural, artes, mídias e criações funcionais, sendo a biojóia, uma subcategoria do patrimônio cultural que envolve a questão das expressões culturais tradicionais.

Decorrente desse contexto, um exemplo de economia criativa é a fabricação de “biojóias” ou “ecojóias”, que são artigos de joalheria produzidos de forma exclusivamente artesanal que mesclam metais preciosos (ouro, prata, ródio, dentre outros) com gemas (rubis, esmeraldas, diamantes) e uma variedade enorme de materiais orgânicos, como sementes, frutos, fibras vegetais, capim, escamas, madrepérola, conchas, dentre outros (Vivo Verde, 2012).

Segundo Lana, Pereira, Silva & Benatti (2010), apesar da fabricação de biojóias parecer algo novo no mercado, a utilização de sementes ornamentais na confecção de acessórios e moda tem raízes na cultura indígena brasileira, além das influências trazidas pelos colonizadores europeus e pelos escravos africanos que também trouxeram novas formas, materiais e usos para os adornos utilizados em território brasileiro.

Vale salientar que, grande parte da produção nacional é voltada para a exportação, pois países europeus e também os Estados Unidos têm grande abertura para produtos diferentes dos encontrados no mercado local, além de ter grande foco no apelo social e sustentável (Lana et al., 2010).

Uma das grandes contribuições da produção de biojóias é que elas são produzidas de forma artesanal levando-se em conta os princípios da conservação ambiental, sendo a coleta da matéria-prima feita de maneira sustentável, sem agredir o meio ambiente, possibilitando ainda a geração de emprego e renda para as comunidades envolvidas com a extração e fabricação (Vivo Verde, 2012).

A economia criativa compreende, portanto, setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico.

DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE

O termo sustentabilidade surgiu a partir dos anos 70 quando a preocupação com a escassez dos recursos naturais, originária do desequilíbrio provocado pelos modelos econômicos até então vigentes, já apresentavam sinais de estrapolação de sua capacidade de absorção dos graves impactos ambientais.

Nesse contexto, conforme apresentado no tópico anterior, a primeira definição de Desenvolvimento Sustentável foi consolidada a partir do Relatório Brundtland, lançado em 1987, que definia desenvolvimento sustentável como sendo aquele que atende às necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras em atenderem suas próprias necessidades.

Diante dessa concepção, os esforços voltados à gestão do desenvolvimento sustentável devem incluir o estudo e a compreensão clara dos fatores econômicos, sociais, políticos, tecnológicos e ambientais dos diferentes modelos de gestão dos meios socioambientais, uma vez que, diversos estudos destacam que modificações ambientais decorrentes do processo antrópico de ocupação dos espaços e de urbanização, impõem taxas incompatíveis com a capacidade de suporte dos ecossistemas e dos recursos naturais (Alaña Castillo, Capa Benítez & Sotomayor Pereira, 2017).

Nessa perspectiva, recentemente começou a se formar uma consciência crítica mais ampla sobre os problemas socioambientais, com reflexões sobre o modelo de desenvolvimento econômico e industrial atual, bem como de discussões de esforços para estabelecer o processo denominado desenvolvimento sustentável (Lopes, 2016).

Na opinião de Anjos, Angeli e Fontana (2015), as discussões em torno da ecologia, globalização, sustentabilidade e desigualdades sociais, têm levado a sociedade a uma melhor compreensão da interligação entre ambiente, economia e sociedade, ao passo que, cada cidadão traz consigo a responsabilidade pela busca da melhoria da qualidade de vida dos menos favorecidos, sobretudo no que se refere à inclusão social.

Em síntese, o desenvolvimento e a sustentabilidade estão vinculados às capacidades e liberdades humanas, pois são as pessoas as beneficiárias

diretas e indiretas e os principais agentes do processo de desenvolvimento, baseado no princípio da equidade (justiça social) e da participação ativa e livre (SEN, 2000). Ainda de acordo com o autor, o desenvolvimento promove a liberdade que, por sua vez, promove o desenvolvimento sustentável e social, sendo a liberdade essencial ao desenvolvimento, um poder do agente em desempenhar atividades e atingir estados considerados valorosos.

EMPREENDEDORISMO FEMININO

Conforme dados do Observatório Internacional do Sebrae¹ entre 2000 e 2010, o crescimento da renda criada por mulheres na América Latina e Caribe contribuiu para redução de 30% da pobreza extrema na região.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), as mulheres totalizam 51,3% da população e os dados da Pesquisa Nacional por Domicílio de 2012 mostram que elas estudam mais, são maioria nas universidades brasileiras e ocupam 41,9% dos postos de trabalho, sendo as principais responsáveis pela manutenção financeira de mais de 38% das famílias brasileiras.

Fernandes, Campos e Silva (2013) afirmam que as dificuldades encontradas em progredir na carreira empresarial podem ser apontadas como uma das razões para que as mulheres se tornem empreendedoras. Apesar de as mulheres apresentarem níveis de escolaridade superiores aos homens, elas encontram barreiras para ascenderem ao poder, principalmente relacionadas aos estereótipos de falta de ambição e de habilidades para resolver problemas, falta de liderança e indisponibilidade.

Conforme Sen (2000), as mulheres são vistas cada vez mais, tanto pelos homens como por elas próprias, como agentes ativos de mudança, promotoras dinâmicas de transformações sociais que podem alterar as suas próprias vidas e a dos homens, logo, a participação ativa das mulheres no meio econômico é tanto uma recompensa em si como uma grande influência para a mudança social em geral.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa realizada é do tipo exploratória, descritiva de abordagem qualitativa, conduzida sob a forma de um estudo de caso, tomando como *lócus* de estudo o projeto socioambiental “Sereias da Penha” da comunidade da Praia da Penha, em João Pessoa, Paraíba-Brasil.

¹Retirado de <http://www.sebraemercados.com.br/dicas-para-obter-sucesso-no-mercado-de-artesanato/>

Para coleta de dados primários, foi realizada pesquisa de campo, com observação direta *in loco*, bem como a utilização de diário de campo para anotações e câmera para registro fotográfico; como também foram realizadas conversas formais e informais com aplicação de entrevista semi-estruturada, junto aos atores sociais e institucionais que gerenciam e participam do projeto.

Para coleta de dados secundários, foram coletados relatórios e documentos disponibilizados pelos agentes institucionais e atores sociais envolvidos com o projeto “Sereias da Penha”, e em sites e *fan pages* na internet para que o tema pudesse ser mais bem contextualizado e apresentado.

Nesse contexto, a pesquisa caracteriza-se como hemerográfica, pois tem como objetivo estudar os fenômenos sociais e políticos, à medida que leva em consideração uma excelente base de dados e informações secundárias (Seibel, 2013).

Partindo desse ordenamento, iniciamos uma fase exploratória onde se buscou descobrir o campo de pesquisa, os interessados e suas expectativas, e estabelecer um primeiro levantamento (ou diagnóstico) da situação, dos problemas prioritários e de eventuais ações (Thiollent, 2008).

Em relação às imagens utilizadas nesse estudo, todas foram reproduzidas a partir da coleta nos mais diversos canais de divulgação do projeto “Sereias da Penha”, tendo sido resguardados todos os créditos informados pelos *sites*.

Por fim, a abordagem do tratamento dos dados da pesquisa é qualitativa. Martins (2011) afirma que na abordagem qualitativa a realidade subjetiva dos indivíduos envolvidos na pesquisa é considerada relevante e contribui para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que, as interpretações individuais são peças de um mosaico organizacional que o pesquisador qualitativo precisa capturar para entender a complexidade pesquisada.

CARACTERIZAÇÃO DO LÓCUS DE ESTUDO: A COMUNIDADE DA PRAIA DA PENHA-PB

A Praia da Penha, localizada em João Pessoa, Estado da Paraíba – Brasil, era denominada antigamente de Praia do Aratu ou Litoral do Aratu: do tupi *ara'tu* = caranguejo, recebe também os nomes de aratu-do-mangue (na Região Nordeste do Brasil) e Maria-mulata (na Região Sudeste do Brasil)².

² Retirado de <https://sereiasdapenha.wordpress.com/percurso-historico-do-projeto/>

A imagem 1, mostra que a comunidade da Penha está localizada no litoral sul de João Pessoa, limitando-se ao norte com a Ponta do Seixas, cuja divisa é o maceió do rio Cabelo, ao sul com o Polo Turístico de Cabo Branco, através do Riacho do Aratú, a leste com o Oceano Atlântico e a oeste com o Planalto Cabo Branco, através da rodovia PB 008.



Figura 1: Comunidade da Penha

Fonte: <https://sereiasdapenha.wordpress.com/percurso-historico-do-projeto/>

A comunidade de Nossa Senhora da Penha está dividida em três aglomerados urbanos: a Beira Mar, a Praça Oswaldo Pessoa e a Vila dos Pescadores e é formada basicamente por pescadores e pequenos comerciantes.

Dentre as manifestações lúdico-religiosas dentro do segmento do turismo religioso, destacam-se as festas religiosas de Nossa Senhora da Penha, São João e São Pedro; as novenas e os terços do mês de maio.

Já as manifestações lúdico-folclóricas são representadas pelas danças praticadas pela comunidade que são típicas do litoral como o coco de roda e a ciranda. As festas são realizadas à beira-mar e no entorno do Santuário de Nossa Senhora da Penha.

É na Praia da Penha que está situada a Capela de Nossa Senhora da Penha, que detém um dos maiores acervos de objetos deixados por romeiros na Paraíba. O Santuário de Nossa Senhora da Penha tem uma grande escadaria com 144 degraus que serve de acesso ainda hoje para quem quer descer até a praia.

A área da comunidade da Praia da Penha-PB é tombada e protegida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba (IPHAEP), e destaca-se também pelas comemorações tradicionais da padroeira local, a Santa Virgem da Penha.

CONTRIBUTOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DA COMUNIDADE DA PENHA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL

O trabalho desenvolvido pelo grupo “Sereias da Penha” é um projeto socioambiental que surgiu efetivamente na Feira do Empreendedor 2014 em apoio à comunidade no entorno do Centro de Convenções, localizado em João Pessoa, capital da Paraíba – Brasil.

O projeto consiste na realização de oficinas e capacitação focadas na aculturação do design e busca de excelência, tendo reunido inicialmente 45 artesãs das praias da Penha e Jacarapé, que aprenderam sobre a confecção de biojóias por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – Pronatec “Mulheres Mil”, em 2013. A principal matéria prima utilizada na fabricação das biojóias são as escamas de peixes retiradas manualmente e as conchas de mariscos, lavadas e preparadas para ganharem durabilidade. Segundo Fátima Souto, idealizadora do projeto, “essas escamas, que antes não tinham nenhum valor comercial, são hoje vendidas por cerca de R\$ 100,00 reais o quilo”³.

Em junho de 2015 as “Sereias da Penha” conseguiram abrir uma loja física, onde são comercializadas as biojóias e outros artefatos produzidos pelas mulheres da comunidade.

Esta loja é uma grande benção e nós estamos muito felizes. Além do espaço, muitas pessoas estão nos procurando através das redes sociais. Está sendo muito bom pra todas e também para o turismo da praia da Penha. (Jozeanne Izidro, Presidente da Associação das Sereias da Penha)⁴

A imagem 2, apresenta a fachada da Loja das “Sereias da Penha” na praia da Penha, litoral sul da capital João Pessoa – PB.



Figura 2: Fachada da Loja “Sereias da Penha”

Fonte: <https://sereiasdapenha.wordpress.com/>

³ Retirado de <https://sereiasdapenha.wordpress.com/percurso-historico-do-projeto/>

⁴ Retirado de <http://www.revistafashionnews.com/noticias/detalhe/id/10906>

As peças produzidas são de tamanha beleza que elas já exportam para países como Suíça e Argentina (Deheinzelin, 2017). A imagem 3 apresenta uma amostra das biojóias fabricadas pelas “Sereias da Penha” e apresentadas na Semana de Moda “São Paulo *Fashion Week* 2015”, realizada no Estado de São Paulo – Brasil.



Figura 3: Biojóias apresentadas no SPFW

Fonte: <http://www.polemicaparaiba.com.br/variedades/projeto-sereias-da-penha-representao-brasil-em-evento-nos-estados-unidos/>

As escamas de peixes entram na linha de produção onde as artesãs confeccionam as peças com base em desenhos enviados pelo estilista brasileiro Ronaldo Fraga, apoiador do projeto “Sereias da Penha”.

Tenho um apego muito forte pela Paraíba e trabalhar com a produção local de um Estado solar como a Paraíba para mim foi fascinante. (Estilista Ronaldo Fraga)⁵

A partir de declarações da presidente da associação, Jozeane Izidro, que organiza o trabalho das mulheres que participam do projeto, verificou-se impactos positivos provocados pela inserção dessas mulheres no mercado de trabalho, sobretudo em relação à geração de renda.

Além disso, também se observou o quanto essas ações contribuem para o aumento da autoestima e empoderamento dessas mulheres que veem no reconhecimento e valorização do seu trabalho a possibilidade de mudarem de vida.

⁵ Retirado de <http://www.joaopessoa.pb.gov.br/apos-joias-sereias-da-penha-desenvolvem-projeto-na-area-de-decoracao/>

Mais do que gerar emprego e renda, você tem que promover a apropriação cultural, porque é isso que vai dar autoestima para elas. Então, aquele ali não era um desfile do Ronaldo, era um desfile do Ronaldo, da Dorinha, da Fátima, de todos os envolvidos no projeto. (Estilista Ronaldo Fraga)⁶

Outros pontos observados se referiram à inclusão digital dessas mulheres que passaram a utilizar as redes sociais como canal de divulgação e venda dos seus produtos.

O que se constatou a partir do relato das experiências das “Sereias da Penha” é que a cada evento em que elas participam, levam consigo o nome da Paraíba, o que pode se configurar como oportunidade real de divulgação dos seus produtos e, também, do turismo local, contribuindo como mais uma fonte de geração de emprego e renda.

Assim, o desenvolvimento sustentável vai além da busca de soluções para a implementação de técnicas de manejo de sistemas ambientais ou de preservação ou reutilização de biomas explorados de formas mais agressivas ou puramente extrativistas.

Para as “Sereias da Penha” a educação, a cidadania e, conseqüentemente, a geração de renda são os fatores primordiais numa rede de ações para geração de resultados. Nesse sentido, não somente as mulheres, mas as suas famílias encontraram nesse projeto uma forma de ingressar no mercado de trabalho, um estímulo para o empoderamento, crescimento pessoal, melhoria da autoestima e para ascensão social e financeira.

Nesse sentido, o projeto “Sereias da Penha”, além de colaborar com a preservação do meio ambiente, proporciona inclusão social das mulheres da praia da Penha que viviam à margem da sociedade, contribuindo com a transformação social, sobretudo enquanto disseminador da ideia de exploração sustentável dos recursos naturais disponíveis, tomando como pressuposto a elaboração das biojóias com matérias-primas que até então não tinham qualquer valor comercial, como as escamas de peixes e sementes que eram descartadas no ambiente como “lixo”.

Por fim, cabe destacar que, o projeto tem grande valia quanto à promoção da educação ambiental, visto que a preservação dos ecossistemas da localidade passou a ser, não só importante, mas essencial, para a continuidade do projeto, uma vez que, se a comunidade continuasse degradando os recursos provindos do meio ambiente as “sereias” ficariam sem sua

⁶ Retirado de <http://redeglobo.globo.com/como-sera/noticia/2015/05/projeto-utiliza-escamas-de-peixe-para-fazer-acessorios-de-desfile-da-spfw.html>

fonte de matéria-prima e o sucesso da elaboração das biojóias poderia ser comprometido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto “Sereias da Penha” tem um caráter inovador e revolucionário, proporcionando capacitação, profissionalização e geração de renda e emprego, a partir do aprendizado e da história de vida das participantes, sendo o conhecimento construído com base no seu cotidiano, visto que nessa comunidade, a base da sobrevivência é a pesca e as turmas iniciais que participaram dos cursos foram compostas em sua maioria por mulheres de pescadores. Atualmente as Sereias da Penha estão organizadas em uma Associação e apenas quatro mulheres das 45 que participaram dos cursos, deram continuidade ao Projeto.

Além da sua diretriz ecologicamente sustentável, de caráter pouco extrativista, o projeto “Sereias da Penha” também tem grande caráter social, não apenas pelo resgate da cultura e da identidade local, mas por ser um importante vetor de inclusão social e econômica, visando ao desenvolvimento da comunidade local, marcada historicamente por um descaso governamental e com grandes índices de pobreza, sem quaisquer perspectiva de políticas públicas direcionadas para a melhoria da qualidade de vida daquela comunidade.

Embora o objetivo primordial do projeto não seja diretamente o desenvolvimento do turismo, o modo como vem sendo conduzido permite que a visibilidade da cultura daquela localidade seja exponencializada quando associada a fatores externos ao local, como no caso da inserção das biojóias produzidas em eventos de grande porte como o SPFW.

Os resultados dessa exposição, inclusive pelo seu caráter socioambiental, começam a refletir no turismo local, sobretudo quando o público composto por turistas e visitantes, se desloca até a comunidade da Penha para conhecer o projeto com o pensamento vinculado às diretrizes básicas do projeto: o empoderamento das mulheres empreendedoras da praia da Penha, advindo da economia criativa; a divulgação da cultura local; a inclusão social e o desenvolvimento sustentável da comunidade e do turismo.

REFERÊNCIAS

- Alaña Castillo, T. P., Capa Benitez, L. B. & Sotomayor Pereira, J. G. (2017). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las MIPYMES del Ecuador. *Universidad y Sociedad – Revista multidisciplinar de la Universidad de Cienfuegos*, 9(1), 91-99.
- Alcântara, A. (2016, 12 de abril). Projetos Sereias da Penha representa o Brasil em evento nos Estados Unidos. *Polêmica Paraíba*. Retirado de <http://www.polemicaparaiba.com.br/variedades/projeto-sereias-da-penha-representa-o-brasil-em-evento-nos-estados-unidos/>
- Anjos, F. A. dos., Angeli, N. P. & Fontana, R. de F. (Eds.) (2015). *Turismo na natureza*. Itajaí, SC: Univali.
- Histórias da praia da Penha* (2015, 27 de abril). Sereias da Penha [Post em blogue]. Retirado de <https://sereiasdapenha.wordpress.com/2015/04/27/historias-da-praia-da-penha/>
- Brundtland Report (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: our common future*. Oxford and New York.
- Carolino, J., Soares, P. V. D., Candeias, L. M. M., Newman, D. T. C. de. & Newman, J. A. (2013, julho). *Economia Criativa Sustentável: Biojóias*. Poster apresentado no Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural: Novas fronteiras da sustentabilidade no Brasil: desafios da sustentabilidade, Belém. Retirado de <http://livrozilla.com/doc/454171/economia-criativa-sustent%C3%A1vel--biojoias>
- Deheinzeln, L. (2017). *Creative economy*. Retirado de <http://laladeheinzeln.com.br/>
- Falcão, F. & Alves, A. (2015, 16 de abril). Após joias, ‘Sereias de Penha’ desenvolve projeto na área de decoração. Prefeitura de João Pessoa [Post em blogue]. Retirado de <http://www.joaopessoa.pb.gov.br/apos-joias-sereias-da-penha-desenvolvem-projeto-na-area-de-decoracao/>
- Fernandes, J. A. T., Campos, F. de & Silva, M. O. da. (2013). *Mulheres empreendedoras: o desafio de empreender. Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Retirado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabajo.html>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014). *Educação*. Retirado de <http://brasilemsintese.ibge.gov.br/educacao.html>
- Lana, S. L. B., Pereira, L. K., Silva, A. C. M. & Benatti, L. P. (2010). *Design de biojóias: desenvolvimento de produtos com perfil sustentável*. V Encontro Nacional da Anppas, *Design de biojóias: desenvolvimento de produtos com perfil sustentável*. Retirado de <http://www.anppas.org.br/encontro6/anais/ARQUIVOS/GT13-174-529-20120622170705.pdf>

- Lopes, A. (2016). *Políticas públicas para cidades sustentáveis: integração intersetorial, federativa e territorial*. Rio de Janeiro: IBAM, MCTI.
- Martins, R. A. (2011). *Abordagens Quantitativa e Qualitativa*. In P. A. C. Miguel (Ed.), *Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações* (pp. 47-64). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Newbigin, J. (2010). *A economia criativa: um guia introdutório*. Série Economia Criativa e Cultural/ 1 British Council. Retirado de http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf
- Percurso histórico do projeto (s.d.). *Sereias da Penha* [Post em blogue]. Retirado de <https://sereiasdapenha.wordpress.com/percurso-historico-do-projeto/>
- Projeto utiliza escamas de peixe para fazer acessórios de desfile da SPFW (2015, 9 de maio). *Como será? Globo.com* [Post em Blogue]. Retirado de <http://redeglobo.globo.com/como-sera/noticia/2015/05/projeto-utiliza-escamas-de-peixe-para-fazer-acessorios-de-desfile-da-spfw.html>
- Reis, A. C. F. (Ed.) (2010). *Economia criativa – como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural. Retirado de http://www.isegnet.com.br/siteedit/arquivos/Economia_Criativa_Estrategias_Ana%20Carla_Itau.pdf
- Seibel, E. J. (2017). *Pesquisa hemerográfica – metodologia*. Retirado de <http://www.nipp.ufsc.br/files/2013/06/Methodologia-para-Pesquisa-Hemerografica1.pdf>
- Sen, A. K. (2000). *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Cia das Letras.
- Sereias da penha comemoram sucesso de público (2015, 27 de julho). *Fashion News*. Retirado de <http://www.revistafashionnews.com/noticias/detalhe/id/10906>
- Thiollent, M. (2008). *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez.
- Vivo Verde. (2012). Biojóia: moda sustentável. *Revista Vivo Verde*. Retirado de <http://vivoverde.com.br/biojoia-moda-sustentavel/>

Citação:

Silva, M. F. & Silva, N. C. (2019). Economia criativa e sustentabilidade: contributos das mulheres empreendedoras da comunidade da Praia da Penha em João Pessoa (Paraíba) para o desenvolvimento local sustentável. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 229-241). Braga: CECS.

AMANDA AZEVEDO & VALDECIR BECKER
mandaazevedos@hotmail.com; valdecir@ci.ufpb.br
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA, BRASIL

ESTRATÉGIAS DAS TVs ABERTAS BRASILEIRAS PARA MANUTENÇÃO DA AUDIÊNCIA NO MERCADO DIGITAL

RESUMO

As tecnologias digitais de transmissão e recepção estão alterando a forma como assistimos aos conteúdos audiovisuais. Com isso, a oferta dos conteúdos passa por uma série de mudanças. Esta pesquisa investiga as estratégias das emissoras de TV aberta brasileiras diante de dois fatores críticos oriundos deste cenário: a queda de audiência da TV aberta, o aumento de conteúdos sob demanda na TV por assinatura e em plataformas online. A investigação foi realizada em duas etapas. Inicialmente utilizamos o mapeamento sistemático da literatura nas cinco principais revistas científicas brasileiras durante o período de 2012 a 2016, de acordo com o ranking estabelecido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. A segunda etapa consistiu no acompanhamento da grade de programação durante uma semana das emissoras abertas brasileiras com audiência superior a um ponto percentual: Globo, Record, SBT, Band e RedeTV, compondo a nossa amostra. De uma forma geral, as emissoras abertas no Brasil exibem em sua maioria conteúdos gravados, próprios, nacionais, inéditos, com a maioria dos programas direcionados ao entretenimento. Percebeu-se uma reação ainda tímida frente aos desafios do mercado digital.

PALAVRAS-CHAVE

Audiências; interatividade; mercado audiovisual; TV aberta

INTRODUÇÃO

A realização desta pesquisa dá continuidade a estudos anteriores sobre convergência e impactos das tecnologias digitais de gravação e recepção destinados à TV. Para compreender esse processo foi realizado um mapeamento sistemático do estado da arte sobre o tema. Estes estudos contêm como amostra 62 países que abrangem a Europa, América, Ásia

e Oceania que fazem uso de tecnologias como opção de interatividade, analisados a partir de 100 publicações científicas sobre a temática (Abreu, Nogueira, Becker & Cardoso, 2017).

Os resultados apontam para um impacto no cenário internacional, devido à introdução das tecnologias digitais como suporte interativo, existindo também uma migração da audiência para esses serviços de transmissão e gravação, como *time shifting* e *catch up TV*, provocando alterações na organização da grade, a predominância da exibição de programas ao vivo e o fluxo não linear.

Esta investigação tem como objetivo elaborar um levantamento semelhante das produções científicas no Brasil com a análise da grade de programação da TV aberta para identificar as mudanças neste segmento do mercado audiovisual. Dois fatores críticos deste cenário nos chamam atenção: as mudanças relacionadas com a oferta de conteúdos audiovisuais diante da queda da audiência da TV aberta, e o aumento da oferta de conteúdos sob demanda, como por exemplo os serviços de *over the top* (OTT).

A audiência da TV aberta caiu em média 28% entre 2000 e 2013 segundo Becker, Gambaro & Lemos de Souza Filho (2015), as causas para essa diminuição são referentes ao aumento de assinantes da TV paga e o crescimento do acesso à internet, apresentando uma migração das audiências dos meios de comunicação tradicionais para a visualização e o compartilhamento desses conteúdos em aplicativos, sites, e serviços de *streaming*.

No Brasil há poucas estratégias desenvolvidas pelas TVs abertas para transmitir e disponibilizar os seus conteúdos em outras plataformas digitais. Apesar dessa nova forma de visualização ser uma tendência, conforme apontam os estudos anteriores aqui mencionados, tornando-se um desafio para essas emissoras acompanhar esta dinâmica e buscar sua manutenção no mercado.

METODOLOGIA

A metodologia da presente pesquisa foi realizada em duas etapas. Na primeira etapa o mapeamento sistemático da literatura foi realizado através das cinco principais revistas científicas brasileiras: *Intercom*, *ECom-pós*, *Matrizes*, *Galáxia* e *Famecos*, durante o período de 2012 a 2016, de acordo com o ranking Qualis 2 da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

Os artigos foram selecionados de acordo com as palavras-chave: audiência; emissoras; programação; transmedia; TV aberta; TV por assinatura;

televisão; TV digital; novas mídias; e interatividade. Este levantamento indicou 39 artigos, porém, apenas 15 foram aproveitados por meio da verificação dos títulos e resumos, especificando quais artigos se enquadram no objeto da pesquisa.

A segunda etapa consiste na análise da grade de programação das cinco emissoras abertas que possui no mínimo um ponto de audiência no Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE, através das informações disponíveis em seus sites oficiais, são elas: Globo, Record, SBT, Band e RedeTV. O período foi determinado durante a semana de quinta-feira 10/11/2016 a quarta-feira 16/11/2016, porque o mês de novembro aparentemente é um mês neutro na programação das emissoras abertas, e a semana foi escolhida aleatoriamente para compor a nossa amostra.

Por fim observamos o perfil da grade, as mudanças de horários dos programas, a substituição dos programas por eventos esporádicos e os formatos de divulgação dos conteúdos acrescido da leitura dos artigos científicos, buscando compreender o comportamento das emissoras ao longo do tempo, compondo assim a análise das estratégias audiovisuais.

RESULTADOS

FUNDAMENTAÇÕES A PARTIR DO LEVANTAMENTO SISTEMÁTICO

As fundamentações que os autores dos 15 artigos analisados evidenciam são o fenômeno da Social TV defendido por Marie José Montpetit (2009) e Schatz (2010), se referindo ao conceito da cibercultura e inteligência coletiva de Pierre Lévy (2006), e da cultura participativa de Jenkins (2006). Os artigos enfatizam a internet como um ambiente propício para essas novas práticas de consumo, devido ao interesse do público em interagir com os conteúdos da TV em outras telas, como em smartphones, tablets, computadores, para expor suas opiniões, críticas e comentários nas redes sociais.

Em relação ao hábito das audiências na interface das mídias digitais, os autores ressaltam o que Manovich (2001) denominou de “novas mídias” para se referir às audiências mais abertas à interação. A mudança na lógica da distribuição para a circulação dos produtos midiáticos defendidos por Jenkins, Ford e Green (2013) também são constantemente citados para evidenciar a presença do compartilhamento de conteúdos entre os brasileiros, o que é um fator relacionado ao acesso dos conteúdos de maneira informal, devido ao custo das assinaturas de canais, da banda larga, e outros produtos audiovisuais pagos como DVDs e CDs que limitam o acesso.

ANÁLISE DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO DAS TVs ABERTAS

No geral, a programação analisada totalizou 837 horas e 55 minutos, contendo 363 horas e um minuto de conteúdo ao vivo e 469 horas e 13 minutos gravados. Os conteúdos próprios constam 544 horas e cinco minutos e os comprados 287 horas e três minutos, de caráter nacional temos 705 horas e 18 minutos e internacional 126 horas e 36 minutos.

Os conteúdos apresentaram 564 horas e quatro minutos de produções inéditas e 134 horas e 31 minutos reprisadas. Em relação às categorias, as TVs abertas exibiram em uma semana 475 horas e cinco minutos de entretenimento, em seguida os conteúdos informativos contêm 203 horas e 59 minutos, outros possuem 127 horas e sete minutos, publicidade e educação estão nas últimas posições com 16 horas e 55 minutos e uma hora, respectivamente. Na Tabela 1 vemos as posições dos gêneros mais exibidos nas TVs abertas durante o período de análise.

CATEGORIAS	DURAÇÃO EM MINUTOS DO TOTAL DA SEMANA
1° Telejornal	194 horas e 04 minutos
2° Religioso	123 horas e 09 minutos
3° Novela	82 horas e 55 minutos
4° Auditório	61 horas e 06 minutos
5° Variedades	60 horas e 48 minutos
6° Esporte	53 horas e 48 minutos
7° Filme	41 horas e 03 minutos
7° Infantil	41 horas e 03 minutos
8° Colunismo social	24 horas e 02 minutos
9° Série	20 horas e 06 minutos
10° Game show	15 horas e 15 minutos
11° Talk show	11 horas e 59 minutos
12° Humorístico	11 horas e 43 minutos
13° Culinário	11 horas e 26 minutos
14° Reality show	10 horas e 07 minutos
15° Revista	8 horas e 16 minutos
16° Musical	4 horas e 15 minutos
17° Entrevista	3 horas e 30 minutos

18° Filme comercial	2 horas e 23 minutos
19° Educativo	30 minutos
19° Instrutivo	30 minutos
20° Sitcom	20 minutos

Tabela 1: Categorias e duração em minutos dos programas, totalizando a semana analisada de quinta-feira 10/11/2016 a quarta-feira 16/11/2016

Na *Globo sábado* (12) no lugar do programa *Sessão Comédia* houve a transmissão do *Treino de Fórmula 1*, a substituição no domingo (13) do programa *Esquenta para a Fórmula 1*, e na quarta (16) o *Programa do Jô* que foi substituído pela transmissão do *Campeonato Brasileiro de Futebol*. No domingo (13) a Band substituiu os programas *As Aventuras de Jimmy Neutron*, *Mudança de Vida*, *Saúde & Sexualidade*, *Minúsculos*, *Ei! Arnold*, *Avatar - A Lenda de Aang*, *As Aventuras de Jimmy Neutron*, *Novo Transformers*, *Planeta Sheen*, *Fanboy&ChumChum* que ocupavam a faixa de horários das 6:45 às 9:00 para transmitir a *Copa do Mundo de Futebol Feminino sub 20*.

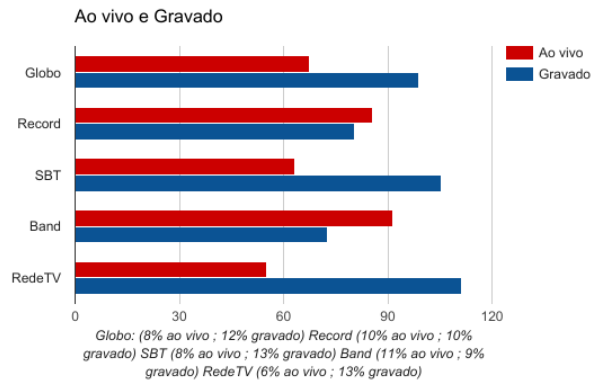


Gráfico 1: Conteúdos (ao vivo e gravado)

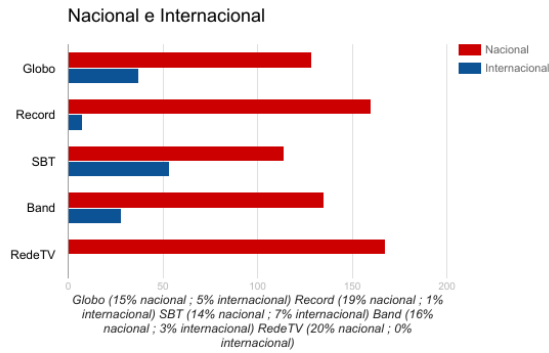


Gráfico 2: Nacional e internacional

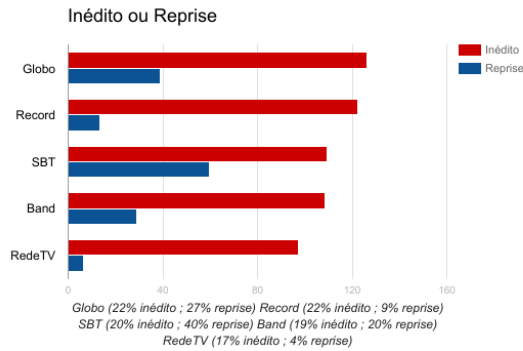


Gráfico 3: Inédito ou reprise

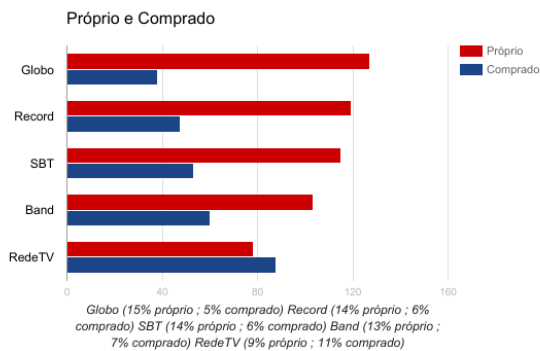


Gráfico 4: Próprio e comprado

A RedeTV durante o mês de novembro transmitiu a Super Liga de Vôlei Masculino alterando sua programação especificamente na quinta-feira (10) e no sábado (12). A seguir faz-se uma descrição detalhada sobre o perfil da programação, comparando as cinco emissoras analisadas.

CATEGORIAS

Os gráficos a seguir mostram cinco categorias em que os gêneros dos programas estão segmentados.

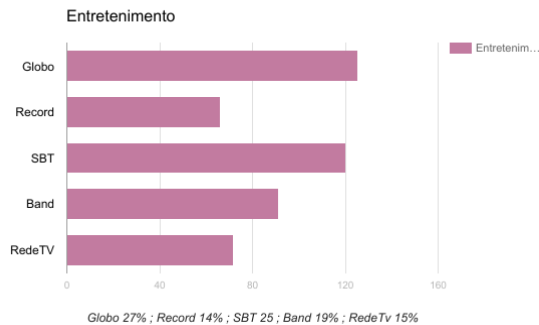


Gráfico 5: Entretenimento

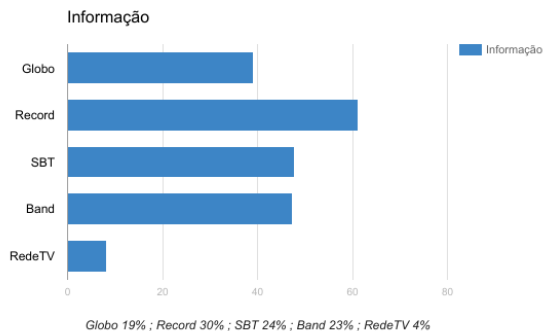


Gráfico 6: Informação

Estratégias das TVs abertas brasileiras para manutenção da audiência no mercado digital

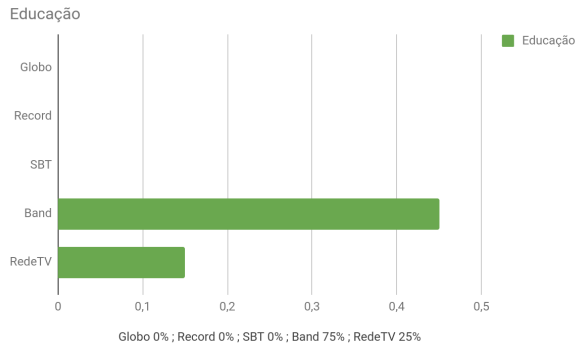


Gráfico 7: Educação

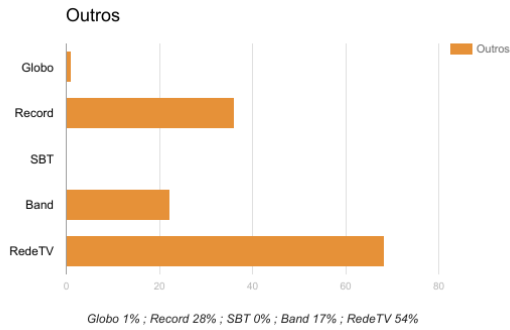


Gráfico 8: Outros

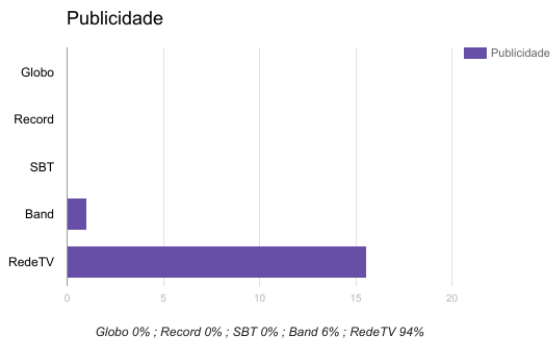


Gráfico 9: Publicidade

Dentre as categorias que compõem a programação analisada, o entretenimento é o mais presente, seguido por programas informativos, outros (que representam os gêneros: especial, eventos e religioso), publicidade e educação. A emissora que lidera a categoria do entretenimento é a Globo, fruto das suas conhecidas produções de novelas e minisséries que estão consolidadas em sua programação. O segmento informação se encontra mais presente na emissora Record, compondo um perfil mais jornalístico na sua grade. Os conteúdos educativos foram veiculados pelas emissoras Band e RedeTV, sendo que a primeira responde por 75% de todo conteúdo deste perfil na TV aberta. Apesar de a legislação brasileira afirmar que um dos objetivos da radiodifusão é a educação, percebe-se que este tipo de programação é exceção nas grades de programação. Os programas religiosos que integram a categoria outros se encontram predominantemente na grade da RedeTV, observamos que a emissora vende a maioria do espaço da sua programação para as categorias outros e publicidade, contendo poucos programas próprios desenvolvidos.

GÊNEROS

Os programas foram classificados de acordo com as características dos gêneros determinados, esta análise foi dividida em quatro eixos, organizada com gêneros mais próximos. Neste eixo o gênero novela possui maior expressividade entre as emissoras: Globo e SBT, porém há uma diferença em relação a produção dos conteúdos.

Na emissora SBT as novelas e séries são em sua maioria reprisadas e de caráter internacional, diferente da Globo, que realiza suas próprias produções, destacando também para o gênero filme, sendo uma forte característica da emissora, que investe na produção audiovisual, como é o caso da produtora cinematográfica Globo Filmes, criada pela própria empresa. A veiculação de séries é mais presente na Band. Durante o período de coleta dos dados percebemos que esses conteúdos foram comprados pela emissora e possuem origem internacional.

Eixo 1: Filme, Novela, Série, Infantil

Em relação aos conteúdos infantis o SBT é a emissora que mais se destaca, encontramos animações nacionais e internacionais exibidas apenas no período da manhã, entre a faixa das 8h às 13h, semanalmente, com algumas alterações nos fins de semana, fazendo parte da sua grade há bastante tempo. Um dado interessante ilustra esta análise referente à mudança realizada pela Globo em 2012, que retirou os desenhos animados e os

substituiu com um programa de *talk show*. Consideramos a possibilidade das audiências deste gênero na Globo tenham migrado para o SBT, fortalecendo assim a sua programação.

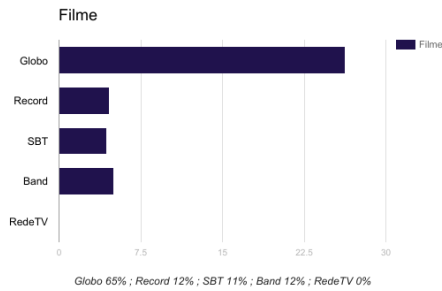


Gráfico 10: Filme

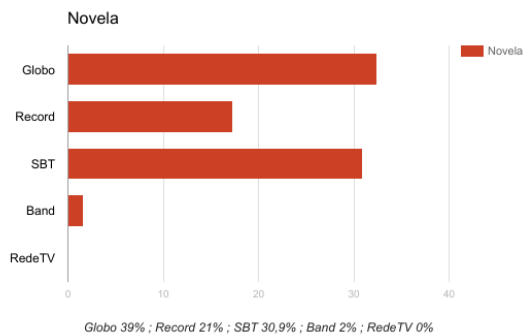


Gráfico 11: Novela

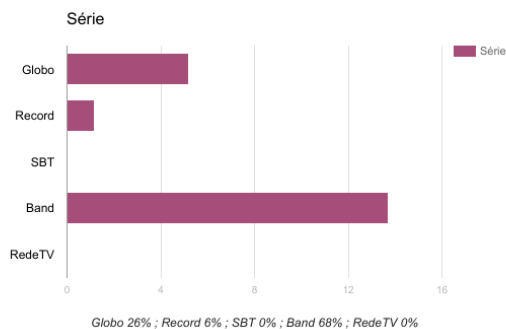


Gráfico 12: Série

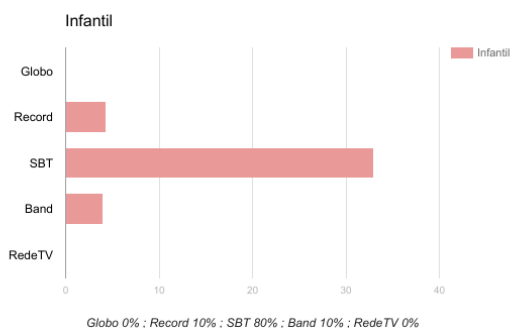
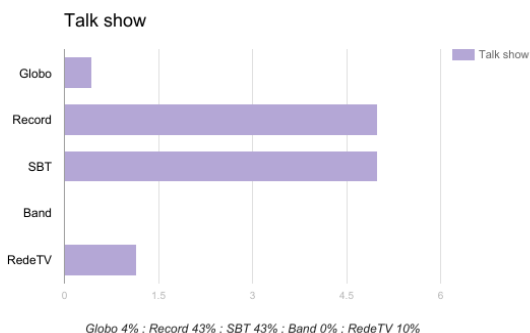


Gráfico 13: Infantil

Eixo 2: *Talk show*, *Auditório*, *Reality show*, *Game show*

Os programas de *talk show* (com exceção da Band) e auditório são veiculados por todas as emissoras, sendo característicos de programas populares que representam os formatos que a TV aberta brasileira aprimorou durante muito tempo e ainda permanecem expressivos em suas grades. Trata-se de gêneros com custos baixos de produção, especialmente se compararmos com produtos de ficção. Dessa forma, a aposta das emissoras está mais relacionada à diminuição dos custos de produção do que a estratégias de audiência.

O SBT apresenta 42% dos programas de auditório se comparado às demais emissoras, e empata com a Record em *talk show*. O gênero *reality show* foi o mais veiculado pela Band. É interessante perceber que a emissora está abrindo espaços às produções nacionais desse gênero, como é o caso do MasterChef edição Brasil, que apesar de ter a origem na franquia do Reino Unido criada por Franc Roddam, é produzida nacionalmente.

Gráfico 14: *Talk show*

Estratégias das TVs abertas brasileiras para manutenção da audiência no mercado digital

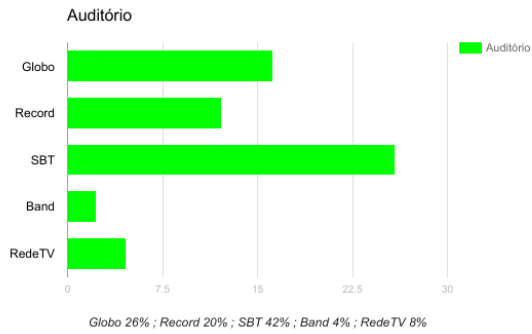


Gráfico 15: Auditório

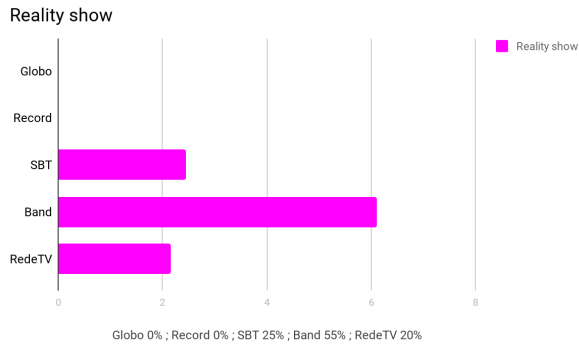


Gráfico 16: Reality show

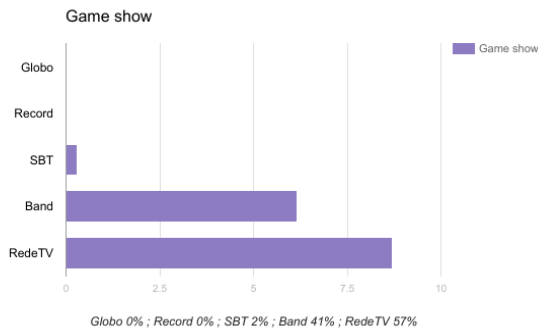


Gráfico 17: Game show

A RedeTV possui grande expressividade no gênero *game show*. São apresentados programas durante toda a semana, nos períodos noturnos e madrugada ao vivo, sendo o conteúdo predominantemente próprio e nacional.

Eixo 3: Telejornal, Revista, Entrevista, Esporte

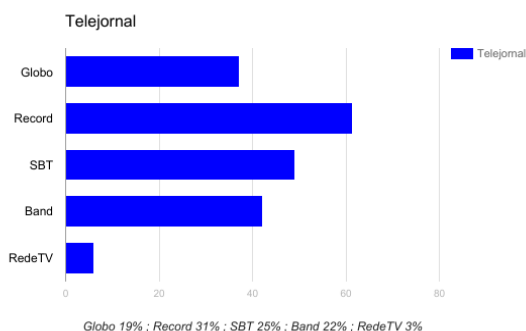


Gráfico 18: Telejornal

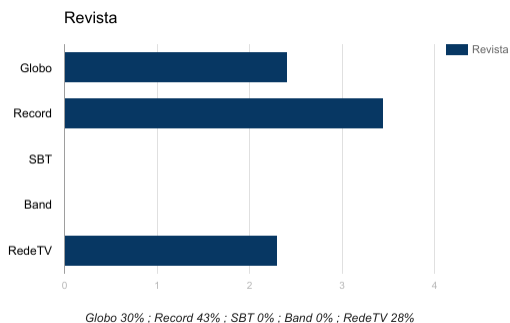


Gráfico 19: Revista

Os programas veiculados pela Record estão voltados mais ao segmento de informação, destinado a programas jornalísticos. Os gêneros telejornal e revista (gráficos 18 e 19) lideram entre os programas mais exibidos nesta emissora, se comparados às demais.

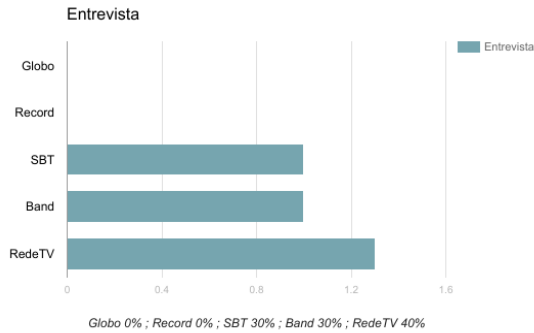


Gráfico 20: Entrevista

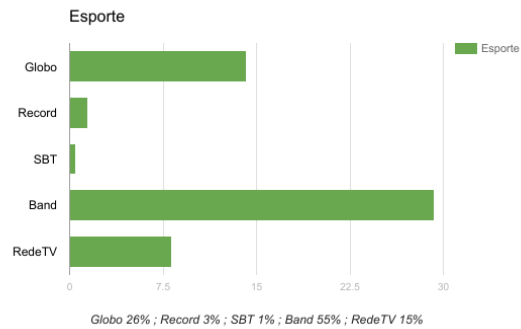


Gráfico 21: Esporte

No gênero entrevista estão os programas de notícias, entrevistas e assuntos da atualidade. Durante o período de análise foram contabilizados apenas quatro programas deste gênero com a sua maioria na emissora RedeTV, sendo um segmento pouco explorado pelas TVs abertas.

A Band lidera o gênero esporte. Durante o período de análise a emissora substituiu parte da sua programação para transmitir a *Copa do Mundo de Futebol Feminino sub 20*. Percebemos que essas transmissões justificam a grande porcentagem de exibição ao vivo, sendo a emissora que mais se destacou nessa categoria.

Eixo 4: Culinário, Religioso, Humorístico, Colunismo social, Variedades

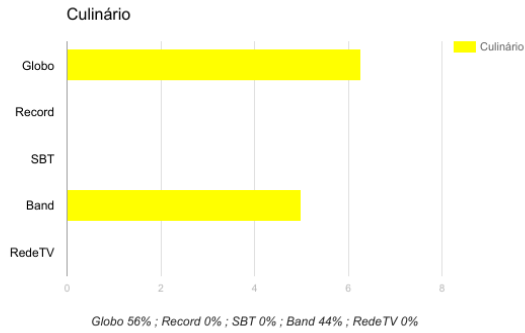


Gráfico 22: Culinário

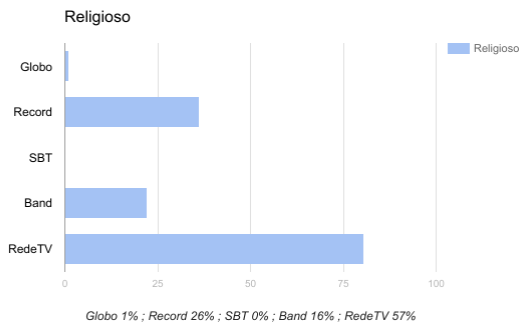


Gráfico 23: Religioso

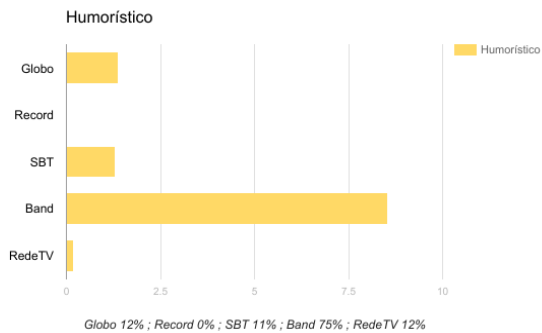


Gráfico 24: Humorístico

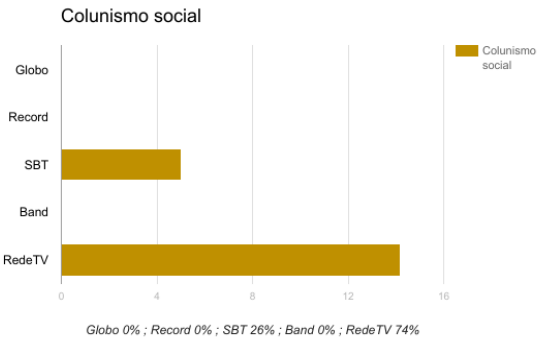


Gráfico 25: Colunismo social

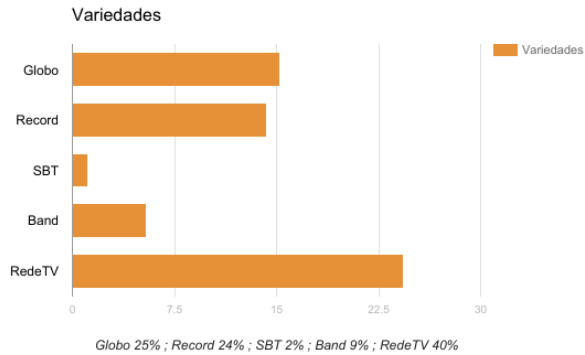


Gráfico 26: Variedades

Os programas culinários são pouco explorados pelas emissoras, apenas a Globo e Band expressam esse segmento. Os programas são exibidos pela manhã e são antigos em sua grade, como por exemplo o *Mais Você* que existe desde 1999 na Globo, e o programa *Dia a Dia* desde 1987 na Band.

A programação religiosa está presente na maioria das emissoras analisadas. Conforme a Tabela 1, esse gênero foi o segundo mais exibido, ficando atrás apenas do telejornalismo. Dentre as emissoras a RedeTV é a que mais concentra esse tipo de conteúdo em sua grade, graças à alta venda dos espaços da sua programação. Durante o período de análise esses conteúdos estavam presentes na RedeTV nos três períodos do dia, durante toda a semana, com exceção do domingo à noite.

A Band apresenta maior conteúdo humorístico, destacando-se o programa *Só risos* em que são apresentados vídeos de pegadinhas, ocupando a grade da emissora no período da madrugada, durante toda a semana (com exceção da quinta-feira). Na Globo esses programas têm características diferentes como a encenação de situações engraçadas por atores. Os programas *Zorra* (1999) e *Escolinha do professor Raimundo* (1957) são os principais e permanecem em sua grade há bastante tempo.

O gênero colunismo social é representado por programas de notícias e conversas sobre celebridades e famosos. No SBT o programa *Fofocando* ocupou a grade semanalmente no período da tarde, e na RedeTV temos os programas *Ta sabendo?*, *TV Fama*, *Programa Amaury Jr* e *Amaury Jr Show*, exibidos semanalmente e distribuídos em três períodos durante o dia, e os programas *Mariana Godoy* e *Super Pop*, exibidos na sexta e na quarta-feira, respectivamente.

Abordar diversos temas em um mesmo programa é um formato bastante utilizado na TV aberta. De acordo com a Figura 26 todas as emissoras aderem ao segmento de variedades. O SBT exibiu este gênero apenas no domingo. Já a Globo, a RedeTV, a Band e a Record exibiram semanalmente, com exceção das últimas duas emissoras que não exibiram nos dias de terça-feira e quarta-feira, e sábado, respectivamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O perfil das emissoras abertas nesta análise apresentaram conteúdos gravados, próprios, nacionais, inéditos, com maior quantidade de programas concentrados na categoria de entretenimento. Comparando as informações dos artigos científicos junto ao acompanhamento da programação, o fluxo linear ainda é predominante na programação, independente da exibição de programas ao vivo ou gravados.

Os artigos mostram vários exemplos de como os conteúdos estão convergindo, da mídia tradicional às novas mídias, e a notória migração das audiências para as novas plataformas que facilitam a sua visualização, a interatividade e o compartilhamento.

As ações relatadas pelos autores se referem a interações na segunda tela, às possibilidades de visualização síncrona e assíncrona em plataformas online, à exposição de comentários em redes sociais, à criação de conteúdos adicionais em sites, *homepages*, à agregação do conteúdo do usuário com o das emissoras, às novas formas de distribuição como os

compartilhamentos e a circulação por fontes informais. Dessa forma entendemos que as audiências podem exercer posturas tão ativas a ponto de se tornarem também uma fonte da fruição da programação televisiva.

REFERÊNCIAS

- Abreu, J., Nogueira, J., Becker, V. & Cardoso, B. (2017). Survey of Catch-up TV and other time-shift services: a comprehensive analysis and taxonomy of linear and nonlinear television. *Telecommunication Systems*, 64(1), 57-74.
- Becker, B. (2014). Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. Brasília. *E-compós*, 17(2), 1-16. DOI: 10.30962/ec.v17i2.1072
- Becker, V., Gambaro, D. & Lemos de Souza Filho, G. (2015). O impacto das mídias digitais na televisão brasileira: queda da audiência e aumento do faturamento. *Palavra Chave*, 18(2), 341-371. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.2.3
- Becker, V., Gambaro, D. & Saraiva, T. (2017). Audiovisual Design and the Convergence Between HCI and Audience Studies. *Springer International Publishing AG*, 3-22. DOI: 10.1007/978-3-319-58071-5_1
- Cannito, N. G. (2010). *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus.
- Carlón, M. (2013). Contrato de fundação poder e midiaticização: notícias do front sobre a invasão do Youtube, ocupação dos bárbaros. *Matrizes*, 7(1), 107-126.
- Dalmonte, E. & Ortiz, J. (2012). Os bastidores da realidade e a realidade dos bastidores: efeitos de real no site JN Especial. *Matrizes*, 5(2), 251-267.
- Dalmonte, E. F. (2015). Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático. *Famecos*, 22(2), 99-114. DOI: 10.15448/1980-3729.2015.2.19729
- Fechine, Y. C. & Bronsztein, K. P. (2016). Consumo transmídias de conteúdos televisivos: explorações em torno de uma agenda de investigação. *Famecos*, 23(1). DOI: 10.15448/1980-3729.2016.1.21335
- Ferreira, R. M. C. (2014). Consumo, usos e gratificações da audiência das telenovelas. *E-compós*, 17(1), 1-22.
- Finger, C. S. & Cannata, F. de (2012). Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. Porto Alegre. *Famecos*, 19(2), 373-389. DOI: 10.15448/1980-3729.2012.2.12320

- Gambaro, D. & Becker, V. (2016). Queda de audiência e programação televisiva: uma análise das mudanças na grade da Rede Globo. *Revista Fronteiras*, 348-364. DOI: 10.4013/fem.183.10
- Marquioni, C. E. (2012). A TV digital interativa terrestre e o público brasileiro: reflexões pela manutenção de uma relação de afeto. *Intercom*, 35(2), 411-429. DOI: 10.1590/rbcc.v35i2.1461
- Médola, A. & Silva, E. S. (2015). Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição da televisão. *Famecos*, 22(1), 145-164. DOI: 10.15448/1980-3729.2015.1.19107
- Moreira, D. G. (2012). “A gente se liga em você”: reconfigurações da TV Globo em um cenário de convergência midiática. *Galáxia*, 23, 194-206.
- Passarelli, B., Junqueira, A. & Angeluci, A. (2014). Os nativos digitais no Brasil e seus comportamentos diante das telas. *Matrizes*, 8(1), 159-178. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p159-178
- Pieniz, M. (2015). Mediação estrutural da tecnicidade: o trânsito das audiências a partir do Twitter. *Matrizes*, 9(1), 213-228. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v9i1p213-228
- Rocha, S. M. & Silva, V. R. de L. (2012). Novas temporalidades no fluxo televisivo: apontamentos sobre reconfigurações da experiência de assistir televisão. *Famecos*, 19(1), 189-207. DOI: 10.15448/1980-3729.2012.1.11348
- Sá, V. M. M. de (2014). Práticas digitais, níveis de envolvimento e pirataria: um estudo sobre a recepção e distribuição informal de seriados de televisão no Brasil. *E-compós*, 17(2), 1-18. DOI: 10.30962/ec.v17i2.1030
- Silva, M. V. B. (2014). Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galáxia*, 27, 241-252. DOI: 10.1590/1982-25542014115810

Citação:

Azevedo, A. & Becker, V. (2019). Estratégias das TVs abertas brasileiras para manutenção da audiência no mercado digital. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 242-260). Braga: CECS.

NICOLE CAVALCANTI SILVA & MÁRCIA FÉLIX DA SILVA
nickolecavalcanti@gmail.com; mfelixufpb@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE | UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB), BRASIL

SISTEMA DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO: ANÁLISE DA DIMENSÃO CULTURAL DO MUNICÍPIO DE AREIA (PARAÍBA)

RESUMO

Os indicadores de sustentabilidade para atividades turísticas são importantes ferramentas de gestão que podem ser utilizados nos processos de tomada de decisão. Nesse sentido, este estudo teve como objetivo identificar e analisar o grau de desenvolvimento sustentável do turismo histórico-cultural do município de Areia-PB, tomando como referência a dimensão cultural da metodologia do Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Desenvolvimento do Turismo (SISDTur), proposto por Hanai (2009). A pesquisa realizada é do tipo exploratória, descritiva de abordagem quali-quantitativa, conduzida sob a forma de um estudo de caso. Para coleta de dados primários foram aplicados questionários junto aos atores envolvidos, visitas de campo e observação não participante. Os resultados da pesquisa evidenciaram que a dimensão cultural do turismo de Areia-PB encontra-se em sustentabilidade intermédia. Todavia, ressalta-se a necessidade do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada, em comum acordo, elaborarem e implementarem políticas públicas e ações que promovam a conservação e a preservação dos bens de natureza material da cidade, conforme prerrogativas do desenvolvimento sustentável do turismo.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; turismo histórico-cultural; indicadores de sustentabilidade;
Areia – PB

INTRODUÇÃO

A cultura figura como atrativo significativo para os turistas, especialmente para aqueles que buscam na apreciação do outro, um diferencial em relação às suas vivências habituais (Andrade, 1998).

Para Beni (2006), o turismo cultural ou turismo com base no legado histórico-cultural diferencia-se das formas tradicionais de turismo por ser caracterizado por um público consumidor mais sensível aos impactos resultantes de sua visita aos destinos, ou seja, consiste numa demanda seletiva que incorpora, em suas viagens, as preocupações em torno da problemática de preservação do patrimônio histórico-cultural.

Ferreira, Aguiar e Pinto (2012) frisam que a inserção do patrimônio histórico-cultural no circuito turístico pode ampliar as possibilidades de revitalização do acervo arquitetônico e da valorização de festas e celebrações tradicionais, contribuindo, sobremaneira, para a dinamização econômica de diversas regiões.

No que tange ao turismo, o Estado da Paraíba, Brasil, apresenta muitas riquezas naturais e histórico-culturais que formam um produto turístico bem diversificado que tem contribuído para o desenvolvimento socioeconômico da região e do Estado, porém esta atividade tem sido desenvolvida de forma precária nas regiões que foram mapeadas pelo Programa de Regionalização do Turismo desenvolvido pelo Governo Federal, pois não existe na maioria dos casos um plano de ação integrado das instituições e empreendimentos que trabalham nesse segmento.

A cidade de Areia, também denominada “Civilização do Açúcar”, está situada na região do Brejo do Estado da Paraíba, sendo conhecida nacionalmente e internacionalmente por sua produção de aguardente (cachaça), açúcar e rapadura (Areia, 2017).

Atualmente, a formação social e econômica de Areia-PB está vinculada à atividade agrária, como o cultivo colonial do algodão, feijão, mandioca e da cana-de-açúcar e seus produtos, como o açúcar tradicional e mascavo, a rapadura e a aguardente, tendo, por ascensão, após seu tombamento e inclusão nos roteiros turísticos do brejo paraibano, o turismo ecológico, rural, cultural, de aventura, de eventos e gastronômico caracterizado pelo rico patrimônio natural, histórico e cultural composto por igrejas, solares, teatros, restaurantes, engenhos, sobrados, museus, casarões e casas de farinha.

O SISDTur foi escolhido para realização desta pesquisa porque consiste em um sistema de indicadores de sustentabilidade que mensuram o nível de desenvolvimento sustentável de locais que têm o turismo como atividade, sendo composto por seis dimensões: ambiental; cultural; social; econômica; turística; e institucional, com seus respectivos indicadores de sustentabilidade selecionados, hierarquizados e ponderados a partir da participação da comunidade local.

Este modelo também foi escolhido por ser consistente e apresentar critérios de seleção dos indicadores e parâmetros de análises específicos para a análise dos dados e para o desenvolvimento deste estudo.

Dentro dessa perspectiva, Hanai (2009), ressalta que independentemente dos impactos positivos advindos do turismo na economia de uma localidade, o mau aproveitamento exploratório dos recursos naturais ou do potencial turístico, ao se ampliar desordenadamente, gera impactos negativos na economia e na cultura da comunidade, comprometendo a qualidade de vida de seus integrantes e do meio ambiente.

Assim, a pretensão foi a de contribuir com as discussões em torno do planejamento e da gestão cultural sustentável das atividades turísticas geradoras de renda, ainda incipientes, no âmbito da academia e das políticas públicas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa realizada é do tipo exploratória, descritiva de abordagem quali-quantitativa, conduzida sob a forma de um estudo de caso realizado por meio de pesquisa *in lócus* na cidade de Areia, localizado no Estado da Paraíba no Brasil.

O levantamento dos dados foi realizado a partir da seleção dos sete indicadores da dimensão Cultural do Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Desenvolvimento do Turismo (SISDTur), proposto por Hanai (2009), levando em consideração as características e as formas específicas de funcionamento da atividade turística da cidade.

A partir dos indicadores selecionados foram elaborados questionários com questões fechadas para coleta de dados primários. De forma complementar, para o desenvolvimento da pesquisa foram realizadas visitas de reconhecimento ao município *lócus* do estudo, para levantamento dos dados primários, dados secundários e informações necessárias para o delineamento do estudo sobre as atividades turísticas realizadas na cidade.

A amostra utilizada no estudo caracteriza-se como por acessibilidade e foi representada por 48 atores sociais representantes da sociedade civil, iniciativa privada e poder público, que estão direta ou indiretamente envolvidos com a atividade turística na região.

Para atender ao objetivo proposto no início do trabalho, a análise dos dados levou em consideração a triangulação: análise de dados primários, dados secundários e inferências do pesquisador por meio da observação não participante feita *in lócus*.

Cabe destacar que após o levantamento bibliográfico sobre os diferentes modelos de indicadores de sustentabilidade utilizados para a atividade turística, e a compreensão do SISDTur, foi feita uma aplicação inicial do instrumento de pesquisa, levando em consideração o grau de discordância ou concordância a respeito das afirmativas (variáveis) feitas sobre os indicadores de sustentabilidade utilizados para atividade turística, uma vez que, as repostas deveriam se enquadrar na Escala *Likert*.

Assim, levando em consideração os dados secundários como auxílio, foram estabelecidos dois estágios de critérios de análises dos dados: análise dos indicadores e análise global do nível de sustentabilidade da dimensão cultural. Para a análise dos indicadores da dimensão cultural foi considerada a seguinte escala, utilizada por Barreto, Alves e Morais (2012), que sugere o seguinte:

MÉDIA (ESCALA <i>LIKERT</i>)	CLASSIFICAÇÃO
1,00 – 1,80	Discordância Total
1,90 – 2,60	Discordância Parcial
2,70 – 3,40	Neutralidade
3,50 – 4,20	Concordância Parcial
4,30 – 5,00	Concordância Total

Tabela 1: Escala de Likert

Fonte: Barreto, Alves & Morais, 2012

Além disso, foi utilizado o Desvio-padrão (DP). No caso, as variáveis que apresentaram DP até 2 indicam baixa dispersão, entre 2 e 3 moderada dispersão e DP acima de 3 alta dispersão dos dados (respostas) em relação à média (no caso, em relação à média das respostas).

Por sua vez, o Coeficiente de Variação (CV), buscou categorizar as respostas dos dados primários quanto à representatividade da média e quanto ao grau de dispersão, criando condições para saber se as repostas foram homogêneas ou heterogêneas. Para isso, utilizou-se como critério de análise a distribuição proposta por Oliveira (2010), em que:

- CV menor que 0,15% significa baixa variabilidade das respostas em torno da média;

- CV maior ou igual a 0,15% ou menor ou igual a 0,30% significa moderada variabilidade das respostas em torno da média; e,
- CV maior que 0,30% significa alta variabilidade das respostas em torno da média.

No segundo estágio para saber se a dimensão cultural se encontra insustentável, parcialmente insustentável, em sustentabilidade intermédia, potencialmente sustentável ou sustentável, calculou-se a proporção do número de indicadores de sustentabilidade pela soma das quantidades de indicadores sustentáveis da dimensão, para saber a relação percentual do nível de sustentabilidade da mesma. Dessa forma, obtém-se o seguinte critério de classificação:

VARIAÇÃO PERCENTUAL	CLASSIFICAÇÃO
0 – 20%	Insustentável
21 – 40%	Parcialmente insustentável
41 – 60%	Sustentabilidade intermédia
61 – 80%	Potencialmente sustentável
81 – 100%	Sustentável

Tabela 2

Logo, de 0 e 20% do total de indicadores sustentáveis, a dimensão cultural é considerada insustentável; de 21 a 40% a dimensão é considerada parcialmente sustentável; de 41 a 60% a dimensão é considerada em sustentabilidade intermédia; de 61 a 80% a dimensão é considerada potencialmente sustentável; e de 81 a 100% a dimensão é considerada sustentável.

ANÁLISE DOS INDICADORES DA DIMENSÃO CULTURAL DO SISDTUR

Essa dimensão procura expor a identidade cultural de determinada localidade e contexto específico, corroborando as evidências de uma população que tenha acesso a eventos culturais e que possa, por intermédio disso, aumentar sua capacidade intelectual e conhecimento acerca de si própria e do espaço que a envolve.

A Tabela 3, a seguir, apresenta a análise dos sete indicadores inerentes a esta dimensão, levando em consideração os dados primários, dados secundários e inferências do pesquisador por meio da observação não participante.

INDICADORES	MÉDIA	DESVIO-PADRÃO	CV (%)
1) Existe uma boa quantidade de produtos típicos locais ofertados (artesanato, <i>souvenirs</i> etc.)	4,48	1,06	23,66
2) Existe uma boa quantidade de bens patrimoniais, arquitetônicos, arqueológicos e históricos	4,38	0,97	22,15
3) Existe uma boa quantidade de eventos e festividades populares tradicionais de manifestações culturais	3,60	1,35	37,50
4) Existem atos de vandalismo praticados por turistas aos artefatos culturais	2,23	1,37	61,43
5) Existem atos de vandalismo praticados por residentes aos artefatos culturais	3,08	1,46	47,40
6) Houve mudança no modo de vestir e interesse por aprender novas línguas	3,21	1,26	39,25
7) Houve mudança na percepção sobre dificuldades de estacionamento nas ruas principais	3,46	1,63	47,11

Tabela 3: Dados da dimensão cultural

QUANTIDADE DE PRODUTOS TÍPICOS LOCAIS OFERTADOS (ARTESANATO, *SOUVENIRS*, ETC.)

Os dados da dimensão Cultural do desenvolvimento sustentável, apontou para o indicador: existência de produtos típicos locais ofertados (artesanato, *souvenirs*: chaveiros, camisetas, livretos, produtos alimentícios, joias, cartões-postais, etc.); que as repostas ficaram em torno de 4,48 em média, representando concordância total das respostas em relação a afirmativa; com baixa dispersão das respostas 1,06 em relação à média; e coeficiente de variação de 23,66% representando moderada variabilidade das respostas em torno da média.

Assim, levando em consideração o cruzamento dos dados primários e secundários, esse indicador apresenta-se sustentável, haja vista que, na região urbana e rural do município de Areia-PB há vários empreendimentos,

grupos de artesãos e engenhos que comercializam o artesanato e os produtos típicos locais.

Tais iniciativas promovidas tanto pelo poder público como pela iniciativa privada são de suma importância para a promoção, divulgação e ascensão do turismo da região, uma vez que estimula a criação de empregos, valoriza a cultura e melhora a renda da população local.

QUANTIDADE DE BENS PATRIMONIAIS, ARQUITETÔNICOS, ARQUEOLÓGICOS E HISTÓRICOS

Em relação ao indicador existência de bens patrimoniais, arquitetônicos, arqueológicos e históricos; as repostas ficaram em torno de 4,38 em média, representando concordância total das respostas em relação a afirmativa; com baixa dispersão dos dados 0,97 em relação à média; e coeficiente de variação de 22,15% representando moderada variabilidade das respostas em torno da média.

O município de Areia-PB conta com uma diversificada quantidade de bens patrimoniais, históricos e culturais composto por igrejas, solares, teatros, engenhos, sobrados, museus, casarões e casas de farinha abertos à visitação pública.

Nesse quesito, é oportuno ressaltar que os bens patrimoniais, históricos e culturais da cidade estão em bom estado de conservação: manutenção, acabamento, pintura etc., à medida em que há o reconhecimento por parte dos atores sociais que os administradores municipais têm repassado a verba destinada à conservação e preservação desse patrimônio.

Portanto, este indicador se classifica como sustentável, cabendo ao poder público daqui em diante, disseminar, conscientizar e continuar incentivando os atores que lidam diretamente com estes bens, moradores e turistas a continuar zelando por seu patrimônio.

QUANTIDADE DE EVENTOS E FESTIVIDADES POPULARES TRADICIONAIS DE MANIFESTAÇÕES CULTURAIS

Em relação ao indicador: existência de eventos e festividades populares tradicionais de manifestações culturais na cidade e região; as repostas ficaram em torno de 3,60 em média, representando concordância parcial das respostas em relação à afirmativa; com baixa dispersão dos dados 1,35 em relação à média; e coeficiente de variação de 37,50% representando alta variabilidade das respostas em torno da média.

Apesar da concordância parcial das respostas, constatamos na descrição da área de estudo que o município conta com o Grupo de Tradições

Folclóricas – Moenda –, e várias outras atrações artístico-culturais distribuídas no decorrer do ano, a exemplo do Carnaval Tradição, a Festa de São Sebastião (que ocorre no Distrito de Mata Limpa), o Jubileu da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) *campus* Areia-PB, a Mostra de Cerâmica Artística, a Semana de Pedro Américo, a Festa da Cidade, o São João Tradição da Cidade de Areia, o Brega Areia, a Festa da Padroeira, o Festival de Artes de Comers e Curtas (Rota Cultural), o Festival Regional Gastronômico que acontece paralelamente ao Festival de Inverno (Caminhos do Frio), o Encontro de bandas Marciais, a Festa do Rosário e a Festa literária de Areia (Letras e luzes na serra), entre outros eventos turísticos que acontecem na região e cidades circunvizinhas.

Diante do exposto e levando em consideração os padrões de sustentabilidade, o indicador se classifica como sustentável. Além disso, os eventos, manifestações e festividades tradicionais retratam a cultura de um povo e viabilizam a divulgação da cultural local.

ATOS DE VANDALISMO PRATICADOS POR TURISTAS AOS ARTEFATOS CULTURAIS

Para o indicador: existência de atos de vandalismo praticados por turistas aos artefatos culturais; as repostas ficaram em torno de 2,23 em média, representando discordância parcial das respostas em relação a afirmativa; com baixa dispersão dos dados 1,37 em relação à média; e coeficiente de variação de 61,43% representando alta variabilidade das respostas em torno da média.

Segundo a análise dos dados primários e secundários do município de Areia-PB este indicador apresenta-se parcialmente sustentável, pois há casos de algumas ocorrências de depreciação e vandalismo ao patrimônio público quando da realização de alguns eventos e festividades.

Todavia, o número de ocorrências de casos de vandalismo praticados ao patrimônio público por turistas é bem menor do que o número de casos de vandalismo praticados pelos autóctones, cabendo ao poder público e à guarda municipal quando da realização de determinados eventos intensificar a segurança e a guarda municipal com o intuito de mitigar tais ocorrências.

Para tanto, também devem ser criadas estratégias de educação ambiental, sensibilização e preservação dos bens públicos para que tais atos não sejam praticados.

ATOS DE VANDALISMO PRATICADOS POR RESIDENTES AOS ARTEFATOS CULTURAIS

Com base nos dados da pesquisa, para o indicador existência de atos de vandalismo praticados por residentes aos artefatos culturais, as repostas ficaram em torno de 3,08 em média, representando neutralidade (nem concordo, nem discordo), das respostas em relação a afirmativa; com baixa dispersão das repostas 1,46; e coeficiente de variação de 47,40% representando alta variabilidade das repostas em torno da média.

Segundo a análise dos dados primários e secundários do município de Areia-PB este indicador encontra-se parcialmente insustentável, tendo em vista que há casos de ocorrências de depreciação e vandalismo ao patrimônio público independentemente de haver eventos ou festividades na cidade e região fator este que compromete o desenvolvimento sustentável do turismo.

Além disso, o número de ocorrências de casos de vandalismo praticados ao patrimônio público pelos autóctones é maior do que o número de casos de vandalismo praticados por turistas, cabendo ao poder público e à guarda municipal manter efetiva segurança e guarda municipal aos bens turísticos com o intuito de erradicar tais ocorrências.

Nesse sentido, devem ser criadas estratégias de conscientização e sensibilização de preservação dos bens públicos para que tais ocorrências não venham a prejudicar a imagem e o turismo da cidade.

MUDANÇA NO MODO DE VESTIR E INTERESSE POR APRENDER NOVAS LÍNGUAS

No que concerne ao indicador que mensura o nível de mudança no modo de vestir e interesse por aprender novas línguas, as repostas ficaram em torno de 3,21 em média, representando neutralidade (nem concordo, nem discordo), das respostas em relação à afirmativa; com baixa dispersão das repostas 1,26; e coeficiente de variação de 39,25% representando alta variabilidade das repostas em torno da média.

Diante do expressivo avanço da inovação tecnológica, do elevado grau de concorrência do mercado de trabalho e da crescente necessidade de se saber mais de um idioma e o vestir-se bem frente ao avanço da globalização, para os atores sociais que lidam direta ou indiretamente com as atividades turísticas não poderia ser diferente.

Com base nesse argumento e na análise dos dados primários e secundários obtidos na realização dessa pesquisa, para os moradores, funcionários e jovens do município de Areia-PB não poderia ser diferente, pois

atualmente emerge a necessidade de se obter uma nova habilidade – a de aprender um novo idioma –, como também, a necessidade de manter uma boa imagem que pode ser transmitida nos modos de falar, vestir e se comportar adequadamente para se manter competitivamente no mercado de trabalho, principalmente daquelas pessoas que formam o *trade* turístico da cidade.

Nesse sentido, esse indicador se apresenta parcialmente insustentável para os dois casos, haja vista que, a gestão pública municipal e a iniciativa privada de Areia-PB ainda não ofertou ou promoveu por meio de cursos de qualificação, a oportunidade de seus funcionários, moradores e atores sociais que lidam direta ou indiretamente com o turismo poderem aprender ou se aperfeiçoar em um novo idioma, cabendo àqueles que dispõem de condições financeiras mais favoráveis buscarem qualificação em outra cidade da região que tenha uma escola de idiomas.

Em relação ao fardamento ou uniforme que possa estar sendo utilizado pelas pessoas que formam o *trade* turístico que trabalham em museus, lojas de artesanato, teatro, casarões ou engenhos, ainda não dispõem de um uniforme padronizado que identifique o município, a atividade turística e o estabelecimento que o indivíduo trabalhe.

Todavia, em algumas iniciativas privadas como hotéis, restaurantes e pousadas, os funcionários trabalham devidamente identificados. Portanto, este indicador merece atenção especial dos gestores locais e da iniciativa privada para o desenvolvimento de planos, projetos e políticas públicas voltados ao desenvolvimento do turismo.

MUDANÇA NA PERCEPÇÃO SOBRE DIFICULDADES DE ESTACIONAMENTO NAS RUAS PRINCIPAIS

Complementando esta dimensão, para o indicador que mensura o nível de mudança na percepção sobre dificuldades de estacionamento nas ruas principais da cidade, as repostas ficaram em torno de 3,46 em média, representando neutralidade (nem concordo, nem discordo), das respostas em relação a afirmativa; com baixa dispersão das repostas 1,63; e coeficiente de variação de 47,11% representando alta variabilidade das repostas em torno da média.

A partir da análise dos dados primários, secundários e da visita de reconhecimento ao município constatamos no local que com o tombamento da cidade pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional do Estado da Paraíba (Iphanep), as ruas e vias principais da cidade de Areia-PB não puderam mais ser reformadas para não descaracterizar o patrimônio

histórico, por isso, algumas são estreitas, não podem receber sinalização e não puderam ser asfaltadas continuando apenas calçadas.

Em virtude desses fatores, quando da realização de determinados eventos e festividades na região central da cidade as ruas ficam congestionadas dificultando o trânsito e o estacionamento dos veículos nessas ruas principais e periféricas.

Dessa forma, este indicador se apresenta insustentável, pois cabe ao poder público e à secretaria de trânsito e transportes da cidade melhor definir o roteiro do fluxo de automóveis e motocicletas por suas ruas e vias quando forem realizar algum evento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dimensão cultural dos indicadores de desenvolvimento sustentável do turismo, visa tornar presente a identidade cultural de determinado contexto, bem como da importância de preservar a cultura e ter eventos, festividades e manifestações culturais que retratam a identidade de um povo, comunidade ou nação.

De acordo com a pesquisa, os resultados indicam que a dimensão cultural da cidade de Areia-PB apresentou do total de sete indicadores, três indicadores sustentáveis: existência de produtos típicos locais ofertados (artesanato, *souvenirs*: chaveiros, camisetas, livretos, produtos alimentícios, joias, cartões-postais, etc.), existência de bens patrimoniais, arquitetônicos, arqueológicos e históricos e existência de eventos e festividades populares tradicionais de manifestações culturais na cidade e região; um indicador parcialmente sustentável: existência de atos de vandalismo praticados por turistas aos artefatos culturais; dois indicadores parcialmente insustentáveis: existência de atos de vandalismo praticados por residentes aos artefatos culturais e nível de mudança no modo de vestir e interesse por aprender novas línguas; e um indicador insustentável: nível de mudança na percepção sobre dificuldades de estacionamento nas ruas principais da cidade.

Portanto, conforme exposto, a dimensão cultural do desenvolvimento do turismo sustentável do município de Areia-PB apresenta sustentabilidade intermédia. Dessa forma, é importante considerar que a dimensão está caminhando para um desenvolvimento turístico mais sustentável, no entanto, faz-se necessário investir mais em infraestrutura e estabelecimento de planos, projetos, políticas públicas e estratégias voltadas ao desenvolvimento de um turismo com base nos princípios da sustentabilidade em termos culturais.

Por fim, o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil precisam estabelecer parcerias e adotar instrumentos de análise que mensurem o desenvolvimento de um turismo mais sustentável culturalmente, utilizando como ferramenta um sistema de indicadores de sustentabilidade para a atividade turística, que auxilie e oriente os gestores nos processos de tomada de decisão, pois além de serem de fácil entendimento, são capazes de fomentar a comunicação na sociedade e fornecer informações adequadas para a tomada de decisão.

REFERÊNCIAS

- Andrade, J. V. de. (1998). *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática.
- Prefeitura Municipal de Areia (2017). *História*. Retirado de <http://www.areia.pb.gov.br/historia/>
- Prefeitura Municipal de Areia (2017). *Pontos turísticos: curiosidades turísticas*. Retirado de <http://www.areia.pb.gov.br/turismo/pontos-turisticos-2/>
- Beni, M. C. (2006). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.
- Barreto, M. T.; Alves, M. B.; Morais, G. L. F. V. de. (2012). *A Acessibilidade nas Empresas: Percepção dos Portadores de Deficiência Visual Inseridos no Mercado de Trabalho*. Atas do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Retirado de <http://gpi.aedb.br/seget/artigos12/28516237.pdf>
- Ferreira, L., Aguiar, L. & Pinto, J. R. (2012). Turismo cultural, itinerários turísticos e impactos nos destinos. *Revista de Cultura e Turismo – CULTUR*, 6(2), 109-126.
- Hanai, F. Y. (2009). *Sistema de Indicadores de Sustentabilidade: Uma aplicação ao Contexto de Desenvolvimento do Turismo na Região de Bueno Brandão Estado de Minas Gerais, Brasil*. Tese de Doutorado em Ciências da Engenharia Ambiental, Universidade Federal de São, São Paulo.

Citação:

Silva, N. C. & Silva, M. F. (2019). Sistema de indicadores de sustentabilidade para o desenvolvimento do turismo: análise da dimensão cultural do município de Areia (Paraíba). In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 261-272). Braga: CECS.

FILIPA MATIAS & JORGE BRANDÃO PEREIRA

setepalheiras@gmail.com; jmpereira@ipca.pt

UNIVERSIDADE DO PORTO | ESCOLA SUPERIOR DE DESIGN, IPCA, PORTUGAL

O PROJETO “SETE PALHEIRAS” COMO PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA E IDENTIDADE CULTURAL LOCAL DE FAFE ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

RESUMO

Reconhecendo no conceito de cultura um conjunto de símbolos, crenças, artefactos, costumes e tradições criados de forma única em diferentes comunidades, identificam-se e relacionam-se aspetos materiais e imateriais no processo de criação de cultura. O presente artigo desenvolve o projeto “Sete Palheiras”, que assume a missão cultural de preservação da memória identidade local sobre o artesanato de palha do concelho de Fafe. A estratégia, integrada num projeto de investigação-ação e intervenção no território e seus agentes, visa preservar a memória e abrir a prática do artesanato à participação da comunidade local e global, através de uma reflexão sobre meios digitais, ferramentas multimédia e técnicas de apresentação da informação na web 2.0.

Embutidas nos processos e nas práticas artesanais, residem memórias, estórias e experiências pessoais, formulando-se relações entre os indivíduos e entre os mesmos e o território. Assim, considera-se o artesanato como um significativo elemento que participa da identidade cultural de um determinado território ou comunidade. Os objetivos para este projeto definem-se a partir da necessidade identificada de salvaguardar este tipo de expressão artesanal, assim como de uma reflexão acerca do papel dos novos média digitais como agentes na preservação da cultura, da identidade e da memória local.

O objetivo fundador visa explorar as possibilidades de preservação e disseminação das heranças culturais através dos meios digitais e das ferramentas multimédia. Através do projeto teórico-prático e do trabalho de campo, conduziu-se uma investigação exploratória sobre as potencialidades dos meios digitais e das ferramentas multimédia, não só para comunicar e preservar informação relacionada com questões do património cultural, mas também pela sua capacidade de transmitir registos (sonoros, visuais, audiovisuais) dos ambientes inerentes a determinadas expressões culturais.

“Sete Palheiras” desenvolve a intenção de revitalizar o conhecimento, a memória e as estórias subjacentes ao universo do estudo de caso do artesanato da palha do concelho de Fafe. A abordagem conceptual – sobre concepções de memória e identidade cultural, sobre a presença no ciberespaço e sobre a relação destes conceitos – perspetiva os suportes digitais e multimédia

como elemento aglutinador e promotor desse conhecimento, contribuindo para a valorização do território e da sua cultura.

PALAVRAS-CHAVE

Média digitais; identidade cultural local; artesanato de Fafe; participação

O PATRIMÓNIO LOCAL

O artesanato de palha constitui-se como um elemento aglutinador da identidade cultural do concelho de Fafe e tem valor simbólico e emocional para a comunidade local. Neste sentido, o projeto “Sete Palheiras” surge a partir de uma necessidade quase imediata de preservar este tipo de património cultural, assim como a partir de uma reflexão acerca do papel dos meios digitais como agentes de preservação e de promoção da cultura, da identidade e da memória.

A técnica do entrelaçado de palha do concelho de Fafe é uma técnica conhecida desde há muitos séculos, contudo, devido a uma lacuna na documentação da mesma, é desconhecida qualquer data específica que determine o seu surgimento. Como Coimbra refere, o artesanato típico do concelho “é um ‘saber fazer’ que reveste processos produtivos e de organização do trabalho peculiares, em interdependência com as necessidades e valores do quotidiano” (Coimbra, 1997, p. 256). Ou seja, podemos afirmar que a configuração desta prática se deve a fatores ambientais, na medida em que tudo se deve ao centeio, semente que é um tipo de produção agrícola característico da região, a partir da qual se extrai a palha “ferrã” (como é denominado na região este tipo de centeio) e as necessidades impostas pela atividade económica predominante, a atividade agrícola.

Uma característica importante do artesanato de palha do concelho de Fafe é o facto de esta prática se apresentar como uma atividade comunitária, assente em processos colaborativos, uma vez que as diferentes etapas de produção são efetuadas por diferentes tipos de pessoas. Para além de agir como elemento aglutinador de diferentes partes do concelho, funciona também como elemento de convergência entre a população de cada uma das freguesias que produzem este tipo de artesanato. Este processo partilhado é uma metáfora relevante para a reflexão posterior que propomos (Matias, 2016), de ação partilhada na comunicação digital.

O TERRITÓRIO COMO OPORTUNIDADE

Fafe é um concelho que pertence ao Distrito de Braga e está situado na região do Norte e na sub-região do Ave. Este concelho tem uma área com cerca de 219,1 metros quadrados e a ele pertencem 25 freguesias. A densidade populacional deste concelho ronda o valor de 227,1 habitantes por metro quadrado. Segundo a Base de Dados de Portugal – PORDATA –, no ano de 2014 o rácio de cidadãos idosos por cada 100 jovens atingiu o número de 120,7. Deste modo a população com idade igual ou superior a 65 anos apresenta um valor mais elevado do que a população com idades compreendidas entre os zero e os 14 anos, o que se traduz na diminuição do grupo etário mais jovem em função de um aumento de um grupo etário mais envelhecido. Este constitui-se como um dos fatores que ameaçam a sustentabilidade da prática do artesanato de palha, pois a população que ainda produz o mesmo, apresenta-se como um segmento de população idosa.

São vários os fatores que ameaçam a continuação desta prática artesanal no seio da sua comunidade e do seu território, mas que a comunicação digital pode abraçar enquanto oportunidade de investigação. Algumas destas ameaças são o envelhecimento da população que retém o conhecimento e ainda produz o entrelaçado de palha; a descontinuação da aprendizagem da técnica pelas gerações mais novas; a carência de documentação sobre a prática e o seu valor simbólico; a reprodução da técnica e do material através de processos mecânicos e materiais sintéticos; e a falta de projetos de apoio aos artesãos e de divulgação da técnica.

A PRESERVAÇÃO ATRAVÉS DO DIGITAL

A prática de preservação digital é uma questão diretamente ligada à sustentabilidade da cultura digital.

A invenção de sistemas computacionais digitais e do computador moderno representam um marco incontornável na história da Humanidade, não se configurando apenas como uma revolução de cariz tecnológica, mas também, e em grande medida, uma revolução cultural e social (Gere, 2002; Jenkins, 2006). A informação digital instituiu novos paradigmas e transformou drasticamente os processos de comunicação. À medida que os computadores foram aumentando as suas capacidades de armazenamento e de poder computacional, ao mesmo tempo que se tornavam mais pequenos, rápidos e mais baratos, deu-se o surgimento de dispositivos

como os computadores pessoais, que tornaram o ato de manusear, aceder, modificar, armazenar e partilhar informação digital uma prática geral e realizada por quase todos os estratos da sociedade atual (Darley, 2002).

A comunicação digital convida a um nível de compreensão mais alargado, podendo-se pensar na comunicação multimédia como uma nova linguagem, que utiliza diferentes unidades singulares de expressão num único ato comunicativo, possuindo um objeto multimédia, diferentes níveis de perceção e de entendimento (Pereira, 2011). As diferentes unidades de expressão, que requisitam diferentes sistemas sensoriais, deverão complementar-se de forma a coexistir harmoniosamente em diferentes dimensões, como a dimensão temporal e lógica. Deste modo, é possível compreender os processos de convergência que originam e fundamentam a comunicação multimédia e a própria web 2.0. Através da capacidade em albergar diferentes unidades de expressão, a comunicação multimédia apresenta-se como o meio preferencial para a representação dos diferentes elementos que constituem determinadas expressões ou ambientes culturais, com acesso às ferramentas criativas muito mais facilitado do que no passado. A facilidade de criar necessita de se cruzar com a facilidade de partilhar e é neste aspeto que reside o verdadeiro valor do espaço de partilha e de colaboração que a Web 2.0 oferece, quer através de redes sociais, quer de plataformas colaborativas (Gauntlett, 2011). Como Gauntlett (2011) afirma, a mudança de paradigma que se desenvolve é de *sit-back-and-be-told culture* para *making-and-doing culture*, relativamente à transição de um modelo de comunicação de massa e unidirecional, personificado pela televisão, para um modelo mais personalizado e multidirecional, como a internet e o digital.

O PROJETO “SETE PALHEIRAS”

Tendo em consideração estes fatores, o projeto “Sete Palheiras” nasce integrado num projeto de investigação teórico-prático que procura desenvolver processos de preservação através do recurso à comunicação multimédia e às tecnologias digitais para despertar a atenção para a necessidade de preservar e revitalizar esta tipologia de artesanato que é parte integrante da identidade cultural Fafense.

“Sete Palheiras” constitui-se por duas ações principais: a plataforma online setepalheiras.org e o arquivo audiovisual que contém uma série de vídeos que documentam a prática do entrelaçado de palha e os seus artesãos.

A plataforma setepalheiras.org apresenta-se como um espaço dedicado à partilha de informação e de conhecimento sobre o artesanato de palha, disponibilizando uma série de conteúdos multimédia, assim como também o acesso ao arquivo audiovisual.

De modo a reforçar o papel da comunidade local nos processos de preservação, foi desenvolvida uma estratégia de ação, tendo por base a participação da comunidade no contexto do projeto. A atividade Trancelim funcionou como um momento de comunicação e de participação, em que várias crianças puderam entrar em contacto com os artesãos, o material e a técnica, documentando também estas diferentes elementos utilizando ferramentas multimédia.

A linguagem multimédia mostrou-se um meio eficaz para comunicar as diferentes componentes de determinadas expressões culturais (sons, ambientes, artesãos, entre outros). Apresentou-se também como um meio envolvente que funcionou especialmente bem na atividade Trancelim como canal de mediação entre as crianças e o seu património cultural.

A utilização de redes sociais com o intuito de criar um maior sentido de comunidade em volta do projeto demonstrou ser o uma estratégia de comunicação bem sucedida.

Ultimamente o projeto "Sete Palheiras" foi capaz de gerar um maior interesse na prática do entrelaçado de palha, pelo menos a uma escala local, e de promover uma consciencialização sobre o seu valor simbólico e sobre a adoção de estratégias de preservação.

Através da adoção e implementação desta estratégia o projeto "Sete Palheiras" foi capaz de aproximar a comunidade local à sua própria cultura, ao mesmo tempo que se procurou comunicar esta prática artesanal e a sua história a uma audiência mais abrangente. Inerente ao projeto "Sete Palheiras" desenvolveu-se uma investigação sobre as possibilidades de preservação do património e de heranças culturais através do recurso a ferramentas multimédia e canais de comunicação online.

Tendo em conta essas propriedades foi desenvolvida uma estratégia de ação que envolveu a documentação da prática artesanal do entrelaçado de palha por meio de vídeo, assim como a construção de um website. O projeto prático pode ser dividido em duas grandes ações: a construção da plataforma online e a atividade de campo Trancelim.



Figura 1: Testemunho da artesã Maria da Conceição Oliveira e de antigas artesãs Maria Castro e Adélia Fernandes, em registo documental

Fonte: vimeo.com/setepalheiras

SETEPALHEIRAS.ORG

A plataforma Sete Palheiras¹ procura ser um espaço de partilha de conhecimento sobre o artesanato de palha característico do concelho de Fafe.

De forma a facilitar a comunicação e a participação dos utilizadores relativamente ao projeto, e com o intuito de permitir uma maior interconectividade, recorreu-se ao cruzamento de diferentes serviços e plataformas, tais como serviços de *streaming* de vídeo e das redes sociais. Deste modo, a galeria de vídeos estará simultaneamente disponível no website e na plataforma Vimeo, tornando mais fácil, para os utilizadores a interação de comentar, de partilhar e de alojar os vídeos em outras páginas da web. A utilização da rede social Facebook, prende-se com a intenção de promover um maior sentido de comunidade, na medida em que através desta plataforma se informam os utilizadores de quaisquer atualização relativa ao projeto, ao mesmo tempo que este funciona como um espaço aberto à comunicação e à participação.



Figura 2: Arquivo audiovisual no canal Vimeo do projeto Sete Palheiras

Fonte: Matias, 2016

¹ Disponível em www.setepalheiras.org

A ATIVIDADE TRANCELIM

A fim de proporcionar uma participação efetiva da comunidade local e de, ao mesmo tempo, reforçar o papel e o valor do projeto junto da população que retém esta prática como elemento da sua identidade cultural, refletiu-se sobre o emprego de estratégias de ação que transpusessem o espaço virtual.

A atividade Trancelim formulou-se tendo como objetivo principal sensibilizar os participantes para a necessidade da preservação das heranças e do património cultural, através de uma participação ativa. Assim, Trancelim convidou os jovens participantes a realizar, através de meios multimédia, tais como o registo de som, de vídeo ou captação fotográfica e sem maiores preocupações ao nível das técnicas, uma captação dos elementos que façam parte do universo do artesanato da palha. A atividade foi realizada seguindo um formato semelhante ao de um workshop, sendo que os participantes foram divididos em pequenos grupos durante a sessão de trabalho.

A sessão de trabalho foi planeada para decorrer no espaço temporal de uma hora e meia, e contou com a participação de 14 jovens, com idades compreendidas entre os 10 e os 11 anos, e de cinco artesãs. O tipo de participação desenvolvida através desta atividade permitiu o estabelecimento de uma ligação direta entre o público e este tipo de expressão cultural. Do mesmo modo, foi possível a criação de elos entre o público e o projeto “Sete Palheiras”.



Figura 3: Desenvolvimento da atividade de participação Trancelim

Fonte: Matias, 2016

Esta atividade teve uma repercussão cultural muito interessante, no sentido em que os participantes foram capazes de produzir registos de diferentes elementos relativos ao artesanato de palha, através da utilização de ferramentas multimédia. É também importante referir que a maioria das crianças que participaram nesta atividade, nunca antes haviam observado ao vivo a produção do entrelaçado de palha e tiveram pela primeira vez a oportunidade de experimentar esta técnica.

CONCLUSÃO

O artesanato de palha, característico do concelho de Fafe, apresenta um decréscimo relativamente à sua produção, correndo, atualmente, um eminente risco de extinção. Para além disso, não existe uma literatura extensa sobre esta tipologia de artesanato, nem um acervo consistente de registos sobre as práticas, os ambientes ou sobre as pessoas ligadas a este ofício.

De forma a reforçar a relação entre os indivíduos, o território e a sua cultura, é necessária a preservação das estórias e das memórias embutidas nas técnicas e nos materiais. Os meios digitais e a internet mostraram-se meios eficazes para comunicar esta prática artesanal simultaneamente junto da comunidade local e global. Deste modo, consideramos como pertinente a missão do projeto “Sete Palheiras”, quer através da contextualização teórica realizada quer pela promoção de um património local através da comunicação digital e da participação.

O projeto preencheu um espaço próprio e é atualmente um recurso único, online e aberto à participação, inteiramente dedicado ao artesanato de palha do concelho de Fafe, agregando informação e registos documentais sobre esta prática e a sua história que, de outra forma, não estariam partilhados e preservados.

REFERÊNCIAS

- Coimbra, A. (1997). *Fafe, a terra e a memória*. Fafe: Câmara Municipal de Fafe.
- Darley, A. (2002). *Visual digital culture: surface play and spectacle in new media genres*. Reino Unido: Routledge.
- Gauntlett, D. (2011). *Making is connecting. The social meaning of creativity*. Cambridge: Polity Press.

- Gere, C. (2002). *Digital culture*. Londres: Reaktion Books.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nova Iorque: NYU Press.
- Matias, F. (2016). *Preservação da memória e identidade cultural através de ferramentas multimédia e tecnologias web*. Dissertação de Mestrado em Multimédia, Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Pereira, J. B. (2011). Design e comunicação visual das mensagens: um processo de interacção na Sociedade Digital. In F. García García (Ed.), *Actas del II Congreso Internacional Sociedad Digital - espacios para la interactividad y la inmersión* (pp. 756-766). ICONO14.

Citação:

Matias, F. & Pereira, J. B. (2019). O projeto "Sete Palheiras" como preservação da memória e identidade cultural local de Fafe através da comunicação digital. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 274-281). Braga: CECS.

ANA LIA RODRIGUES & TERESINHA PRADA

lia.anarodrigues@gmail.com; teresinha.prada@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO, BRASIL

SONS, TEMPO E EXPERIÊNCIA EM INSTALAÇÕES ARTÍSTICAS: ESTUDOS DE CASO EM INHOTIM/ MINAS GERAIS E 31^A BIENAL DE SÃO PAULO

RESUMO

Em 2015 foi defendida a dissertação de mestrado *Arte do tempo no espaço: Som e Instalações* que analisou a utilização de sonoridades no contexto do Instituto Inhotim, em Minas Gerais, e da 31^a Bienal de São Paulo. As obras selecionadas pela pesquisa foram descritas a partir de suas poéticas em diálogo com estudos culturais interdisciplinares, tecendo considerações sobre o Tempo e a Experiência. Apoiando-se em autores como Larossa (2002), a análise das obras reitera o sentido estético a partir da experiência, porém a experiência não é apenas o que nos passa, mas sim o que nos acontece, e nos modifica, é o tempo experienciado. Valemos-nos das noções de duração propostas por Bergson (2006). Outro ponto foi considerar o som como elemento artístico das instalações, cujo objetivo de uso vai além do paisagístico, sendo um dinamizador do espaço da interrelação, como na proposta da estética relacional (Bourriaud, 2002). Para exemplificar utilizamos obras da Bienal de São Paulo: *Errar de Deus* (Grupo Etc e Leon Ferrari) e *Espaço para Abortar* (Coletivo Mujeres Creando); e obras de Inhotim: *Galeria Cosmococa* (artistas de referência Helio Oiticica e Neville de Almeida) e o *Galpão Cardiff & Miller* (George Bures Miller, Janet Cardiff).

PALAVRAS-CHAVE

Tempo; instalação; experiência; sonoridades

A pesquisa de campo da dissertação de mestrado defendida em setembro de 2015 na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) intitulada *Arte do tempo no espaço: Som e Instalações*, que analisava aspectos das sonoridades em instalações, foi realizada na 31^a Bienal de São Paulo, em 2014 e no Instituto Inhotim, centro de arte contemporânea situado em Brumadinho, Minas Gerais.

O critério inicial das análises buscava as sonoridades enquanto motivo principal da pesquisa, porém no decorrer do percurso notamos que as questões de hibridação nessas obras precisavam ser evidenciadas, uma vez que as fronteiras se apresentavam borradas entre as especificidades artísticas. Além disso, as considerações poéticas dessa investigação perpassam por aspectos transversais de análise. Um dos pontos de intersecção utilizado nas percepções envolvia considerações sobre o tempo e a experiência.

Sobre o Tempo, diante das percepções de Bergson, enfatizamos a noção de tempo não cronológico, diferente do que é adotado pela ciência. O tempo do qual fala Bergson se assemelha a um fluxo de caráter contínuo. De acordo com esse pensamento, a duração está relacionada com a experiência, e está articulada pela memória. O tempo da experiência não é tempo que passa, mas aquele que nos afeta. Experiência, para Larossa (2002) é o que nos acontece, nos toca, e como damos sentido ao que nos acontece. Larossa faz também uma crítica à pobreza de experiências no cotidiano contemporâneo, pois para esse autor a experiência é diferente de conhecer, ou de dominar a técnica. O excesso de informação também não dá espaço para a experiência, assim como as opiniões formadas e o excesso de trabalho. A experiência nem sempre é ação, não é preciso aceleração, e precisa estar submetida ao tempo fluido e contínuo, no sentido do qual fala Bergson. A experiência é um território de passagem onde o sujeito é alguém tombado e receptivo, transformado, atravessado.

Esses conceitos estavam embutidos na pesquisa, não apenas como associação teórica, mas como metodologia de pesquisa, uma vez que a ideia era viver a experiência, dentro desses conceitos, durante a pesquisa de campo. Assim sendo, quatro obras foram utilizadas para exemplificar como se deram as articulações transversais do processo de investigação.

Na Bienal de São Paulo, a obra *Errar de Deus* do grupo Etcétera... da Argentina, consistia em uma Instalação participativa, uma fusão de obras plásticas, esculturas, fotografias, teatro, elementos sonoros e literários. Um *hall* antecedia o salão, onde havia duas tribunas, uma de frente a outra, em cores predominantemente vermelho e preto. Havia telefones espalhados, que funcionavam como colagens literárias e fragmentos inspirados no livro de Leon Ferrari (1920/2012) *Palabras ajenas – Conversas de Deus* com alguns homens e de alguns homens com alguns homens e com Deus, criado em 1967. Os diálogos entre Deus e pessoas famosas, entre figuras políticas ou figuras arquetípicas como a mulher e um jogador de futebol, são criados a partir de textos reais e imaginários, notícias e comentários criando a dramaturgia que gravada foi reproduzida no salão da exposição.

Ao passo que telefones no modelo antigo – recolhidos da lixeira da bolsa do comércio durante a crise de 2008 – tocavam, ao atender, o participante ouve a voz “do diretor” que solicita a conversa, convida o participante a atuar. A fala é gravada e reproduzida no áudio da sala, intercalada com as reproduções dos trechos literários. Ao mesmo tempo, os textos falados podem ser acompanhados da leitura nas pastas espalhadas pelas tribunas. Notamos como a sonoridade compõe a totalidade da obra e não pode ser separada dos demais elementos, corroborando o caráter híbrido do objeto¹.

Ainda em São Paulo, *Espaço para abortar* se inicia com uma procissão *performance* antes de se instalar no pavilhão da Bienal. Uma armação metálica de 12 metros de altura e sete de largura são pernas abertas que expõem a vulva em tecido vermelho, com a palavra útero escrita em bordado. O passeio pelo Parque Ibirapuera, onde está situado o pavilhão da Bienal, é mais um exemplo de intervenções artísticas ativistas realizadas pelo Coletivo Boliviano Mujeres Creando, que luta contra a ditadura do patriarcado sobre o corpo da mulher. Depoimentos de mulheres que optaram por realizar aborto foram coletados e podiam ser ouvidos durante os meses de exposição. O tecido em filó vermelho que envolvia cada participante que colocava os autofalantes criava o ambiente propício à escuta. A escuta vai ao encontro da experiência e memória enquanto experiência no aspecto sonoro dos depoimentos. No Brasil, na Bolívia, na maioria dos países da América Latina o aborto é considerado crime. A mulher que opta por interromper uma gravidez está sujeita a penalidades da lei e desaprovação social. Esse quadro surge como um problema de saúde pública, pois muitas mulheres morrem em decorrência de procedimentos clandestinos. A temática da obra ultrapassa temas transversais e encontra diversos desdobramentos político-sociais. Foi alvo de protestos por parte de movimentos religiosos como mais um exemplo dos atravessamentos que acometem as obras contemporâneas. A arte, no momento em que toca e partilha de um afeto sensível, atua com um regime estético, do qual fala Rancière (2010), saindo do mero representativo para um ato exemplar, político.

¹ Os áudios citados estão disponíveis em <https://errardedios.org/errar-de-deus/>



Figura 1: Espaço para Abortar

Fonte: <https://www.brasildefato.com.br/node/29780/>

Já em Inhotim, a galeria Cosmococa é inspirada nas criações de Hélio Oiticica (1937-1980) e Neville D'Almeida (1941) que denominaram *quasi-cinemas Blocos-Experiências em Cosmococa*, instalações feitas na década de 1970 em Nova York. Esta obra é um fiel exemplo na intenção multisensorial que acompanha o trabalho de Oiticica. Dividida em cinco salas cada uma delas com projeções, sonorizações e objetos propositores, a Cosmococa é um convite para o encontro. Primeiro quesito para entrar na galeria é tirar os sapatos, assim já na entrada, o participante se prepara para a experiência. Para Bourriaud (2009), os artistas propõem a relação entre as pessoas e o mundo por intermédio de objetos estéticos. É o que Bourriaud chamou de arte relacional, tendo como foco a relação do público e da obra/artista. A partir dessa estética relacional, as experiências individuais possibilitam a construção coletiva de sentido. A arte surge como a realidade que transcende o fluxo, a consciência, a duração e a experiência. Esse encontro, do qual fala Bergson, acontece em dimensão transitória e afetiva de duração, se o sujeito da experiência artística estiver disponível para isso. O convite é feito, por exemplo, em CC3 Maylern, uma das salas, onde balões coloridos estão disponíveis em um chão disforme, não plano, enquanto se observa as projeções das imagens da face de Marilyn Monroe, sobreposta em filas de cocaína como maquiagem. Em CC4 Nocagions, há literalmente

uma piscina, grande e iluminada, à borda da piscina há colchões, na parede projeções de uma capa de disco de John Cage e sons de suas composições. Na sala onde há redes (CC5 Hendrix-War), ouvem-se clássicos de Jimi Hendrix intercalados com músicas brasileiras. Cosmococa propõe a experiência enquanto fruição artística, enquanto território de passagem, singular e irrepetível, mas capaz de criar afetos a partilhas sensíveis.

Por fim, o último exemplo é o Galpão Cardiff e Miller em Inhotim. Esses artistas são conhecidos por utilizar tecnologia e pesquisar a percepção audiovisual e a experiência do espectador por meio de objetos sonoros. Esta obra trabalha com aspectos tradicionais de apresentações. Por exemplo, há cadeiras dispostas na condição de espectadores, um gramofone e caixas de som estão ali para serem assistidos. O aspecto histórico e estético do gramofone compõe o elemento sonoro. Há também um roteiro que descreve as ações da cena sonora. Funciona como um programa nos moldes tradicionais de concerto; temos aí mais um contraste, pois o roteiro não é linear, há uma desconstrução relativa ao contexto da obra, pois *The murders of crowns*, nome dessa obra, cria um ambiente onírico, quiçá surreal. A artista diz em entrevista à revista *Vogue* que a intenção foi construir uma trilha sonora de filme sem qualquer referência física ou narrativa. Porém é mesclado com o registro que a artista fez sobre seus sonhos (tinha um gravador ao lado da cama). Além disso, faz referência à gravura de Goya (*El sueño de la razon produce monstros*) e diz que o alto-falante do gramofone na mesa significa o homem deitado na mesa, atormentado por seus sonhos, como na gravura. Ainda segundo Cardiff, a obra foi inspirada em uma matéria de jornal que contava a história de um pai que ao chegar a casa se deparou com membros dos corpos de suas filhas, atingidas na ocasião da Guerra do Iraque, roteirizando a obra como uma ópera sobre a perda de uma perna.

O Som (seja fala, diálogos, objetos sonoros tilintados ou dimensionados, obras musicais preparadas ou já reconhecidas) foi o viés estudado pela nossa pesquisa, como provocador de Experiência *no* Tempo transitório. Todas essas obras de arte contemporânea, instalações artísticas de caráter intervencionista, demonstraram em sua essência um ponto comum, que é o compartilhar como meio expressivo, o “entre”, como aponta Labelle (2006) quando alude ao facto do material sonoro dispor de propriedades relacional, temporal e espacial. Assim, defende a premissa de que o som ocorre entre os corpos. Pressupõe uma experiência particular sujeita a desdobramentos e contaminações, portanto, além de ser uma experiência particular é também um evento social. As provocações que tais objetos de

arte contemporânea suscitaram – deslocados para além de suas galerias –, dizem algo mais do que descrever simplesmente seus materiais. No processo dessa pesquisa, aprofundamos uma rede de conceitos-chave para fundamentar esses objetos híbridos que vêm povoando a cena contemporânea, espelhando sociedades que parecem estar no limiar de suas relações de forças – guerras, religião, comportamento sexual (moralidades), corpo da mulher – alterando e redimensionando os motivos dos gestos artísticos e reconfigurando o olhar e a escuta.

REFERÊNCIAS

- Bergson, H. (2006). *Duração e Simultaneidade*. São Paulo: Martins Fontes Editora.
- Bourriaud, N. (2009). *Estética Relacional*. São Paulo: Martins Fontes Editora.
- Cardiff, J. & Miller, G. (2015). Entrevista com Beta Germano. Revista *Casa Vogue*. Retirado de <http://casavogue.globo.com/Colunas/Gemada/noticia/2015/09/janet-cardiff-e-george-miller-falam-com-exclusividade.html>
- Labelle, B. (2006). *Background noise: perspectives on sound art*. New York, London: Continnum.
- Larossa, J. (2002). Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, 19, 20-28.
- Ranciére, J. (2010). A estética como política. *Devires*, 7(2), 14-36.

Citação:

Rodrigues, A. L. & Prada, T. (2019). Sons, tempo e experiência em instalações artísticas: estudos de caso em Inhotim/Minas Gerais e 31ª Bienal de São Paulo. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 282-287). Braga: CECS.

GERALDO PIERONI

geraldopieroni@yahoo.com

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ, BRASIL

IMAGEM, COMUNICAÇÃO E TEMPORALIDADE NA PROPAGANDA *FIDE* INQUISITORIAL

RESUMO

Quais as ferramentas teóricas fundamentais para captar nas imagens da Inquisição os significados da propaganda produzida por uma instituição coercitiva? Como analisar estas imagens inseridas no tempo em que elas foram produzidas? Como os estudos iconológicos podem contribuir para a apreensão histórico-cultural de uma determinada época? Sob estes enfoques serão analisados alguns elementos do sistema simbólico das armas da Inquisição que por meio de representações da cruz, da espada, do ramo de oliveira apresentam um testemunho iconográfico que pode trazer em si uma dose de mistério. Por vezes este segredo mostra-se indecifrável ou aponta um quê de transcendência que não se deixa revelar numa primeira leitura, ou quem sabe nunca se revele plenamente. Com a intenção de defender a sua doutrina, a Inquisição serviu-se de imagens e símbolos para robustecer a ortodoxia da fé, propagando em Portugal e nas possessões ultramarinas uma verdadeira pedagogia salvacionista. Temporalidades e contextos culturais específicos indicam que as possibilidades interpretativas de uma determinada gravura não se esgotam apenas num olhar. Ela mantém sigilos que se manifestam na percepção de cada leitor.

PALAVRAS-CHAVE

Inquisição; imagens; poder; temporalidade

A percepção de variações na velocidade do tempo é mensurada em função do ritmo menos ou mais acelerado nas mudanças que se tornam compreensíveis ou sentidas pelas pessoas. A ideia de “duração do tempo” caminha paralelamente com a sensação de “mudança”, permanência, ruptura e continuidade.

Atualmente com as novas tecnologias da comunicação, perspectivas inovadoras a respeito da dinâmica das temporalidades questionam:

existe um tempo específico para se refletir sobre os procedimentos comunicacionais?

Vivemos em uma época fluida (Bauman, 1999) na qual o tempo perde a sua espessura de passado, presente e futuro. O mundo contemporâneo nos apresenta a fórmula de uma nova categoria de historicidade que se concentra no tempo presente: o presentismo, segundo Hartog (2013, p. 31). Na contemporaneidade experimenta-se o tempo ininterrupto: “tudo passa a durar, durando eternamente” (Barbosa, 2017, p. 21). O presentismo, o eterno presente, é caracterizado pelo movimento contínuo da informação. A cadência das narrativas midiáticas é sobrepujada pela lógica apressada que abaliza o mundo contemporâneo.

A contemporaneidade, segundo Agamben “é a singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias” (Agamben, 2009, p. 59). O autor prossegue ressaltando que o contemporâneo é aquele que mantém determinado o olhar em seu próprio tempo, para nele enxergar não as luzes, mas a sua escuridão. Quando o indivíduo consegue se referir ao seu tempo, necessariamente deve enxergar um ponto de cisão, uma fratura no desenrolar da história. E é desse ponto de ruptura que pode lançar um novo olhar não só para o seu tempo, como também para o passado:

isso significa que o contemporâneo não é apenas aquele que, percebendo o escuro do presente, nele apreende a resoluta luz; é também aquele que dividindo e interpolando o tempo, está à altura de transformá-lo e de colocá-lo em relação com os outros tempos, de nele ler de modo inédito a história, de ‘citá-la’ segundo uma necessidade que não provém do seu arbítrio, mas de uma exigência à qual ele não pode responder. É como se aquela invisível luz, que é o escuro do presente, projetasse a sua sombra sobre o passado, e este, tocado por esse fecho de sombra, adquirisse a capacidade de responder às trevas do agora. (Agamben, 2009, p. 72)

A contemporaneidade, portanto, pode ser envolvida como uma afinidade na qual o indivíduo se compromete com o seu tempo, ou com qualquer outro tempo sobre o qual se debruça identificando no desenrolar da história pontos de cisão e, a partir deles pode neutralizar o brilho que tudo aquilo que é novo e moderno emite, para enxergar suas trevas. É também o contemporâneo que, conhecendo o escuro do seu tempo, pode voltar-se para o passado e questioná-lo quanto às suas consequências.

No que concerne ao dinamismo das mudanças e permanências sociais, o tempo é o objeto da história por excelência. A Escola dos *Annales* apresenta uma concepção do tempo histórico que rompeu com os padrões cronológicos e lineares da temporalidade. Por intermédio de Fernand Braudel, é enfatizado o tempo longo, a longa duração que se refere às mudanças que acontecem muito lentamente.

O tempo histórico de Fernand Braudel centraliza-se na percepção entre a mudança – o fato, o evento – e a permanência – na longa duração onde estão os seres humanos comuns, anônimos, em seu cotidiano. Faz emergir aqueles que, na escuridão e no anonimato, passaram despercebidos na História. São eles os personagens antes desprezados, abandonados e desconhecidos, como as mulheres, os pobres, os marginais; os réus perseguidos pela Inquisição, que nos permitiu mergulhar em tempos passados nos quais o acontecimento, a mudança, para ser percebido, deve surgir da permanência, do tempo longo, das prisões da longa duração, como expressou Braudel¹.

Nesta perspectiva do tempo longo braudeliiano, fundamentamos o nosso artigo intitulado: Imagem, comunicação e temporalidade na *Propaganda Fide* inquisitorial. Adentrando nos tempos da Inquisição Ibérica (sobretudo entre os séculos XVI-XVIII), percebemos que o poder do Estado e da Inquisição está envolvido em todo um discurso, seja ele verbal, gestual ou imagético, que desempenha um papel no interior de um sistema estratégico. Para Foucault o discurso liga-se e serve uma determinada estratégia de poder. Portanto o discurso enquanto saber, sempre remete a estratégias de poder, exercidas efetivamente na história. O poder não está somente aqui ou ali, ele está por todo o lugar que o homem conheça mesmo que nunca por lá tenha passado, porque o poder é toda manifestação de relações de força (Oliveira, 2014).

A legitimidade do Tribunal inquisitorial se organizava em torno da sacralidade de sua fundação. A inspiração divina de sua ação justificava a sua utilidade espiritual, social e política. Para os juízes da fé era evidente que sem o Santo Ofício, o mundo cristão seria infestado pela heresia e conseqüentemente regido pelas forças do mal. A heterodoxia corrompia a fé e suscitava a confusão das ideias e doutrinas estabelecidas, o que provocava a desagregação do Corpo Místico de Cristo que é a Igreja: a ordem da concepção do cosmo se fundamentava na harmonia da criação; fora

¹ Braudel analisa o tempo histórico principalmente em duas de suas obras: *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II* – primeira edição de 1949 (a edição estudada é 1984) – e *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, de 1979 (a edição estudada é 1996).

deste ponto de vista, tudo é desordem. A aplicabilidade das penas, ainda que pautadas por extremo rigor, era interpretada como possibilidade de reparação das faltas cometidas. A ofensa a Deus através do pecado podia ser redimida somente por intermédio de uma penitência.

A manutenção da ortodoxia católica se expressava visivelmente nas leis, mas também nas representações iconográficas, tal como o *slogan* da Inquisição que funcionava como pujante imagem de propaganda da instituição. Evidentemente, o significado de propaganda no século XVI, como vimos, era bem diferente daquilo que hoje chamamos de marketing ou *mass media*. No entanto, já naquela época, a Inquisição utilizava a propaganda política como um vasto repertório de práticas culturais escritas, orais, imagéticas, rituais ou performáticas, que representam prescritivamente, segundo uma orientação teológico-política, a ordem hierárquica do corpo místico. Portanto,

é importante evitar a associação anacrônica do uso do termo propaganda nos séculos XVI, XVII e XVIII com os sentidos (de *marketing*) que ele assumiu na contemporaneidade. A palavra deve ser assumida, aqui, na sua etimologia latina, que advém de *propagatio*, significando, figurativamente, extensão, aumento ou prolongamento. A propaganda, assim entendida, deve significar ações, práticas e discursos cujos efeitos devem ser o de aumento da adesão em torno de determinados valores, irradiando-os ao todo que compõe uma comunidade – no caso, política – em expansão (...). O conceito chave para a compreensão do que estamos chamando de propaganda política é o de representação. (Pieron, 2013, pp. 5-7)

Nesse sentido, como nos sugere Amaral Luz (2007), os instrumentos catequéticos, procissões, sermões, cartas, festividades civis e religiosas, teatro, sátiras, estandartes e pinturas no interior das igrejas, além de muitas outras formas retórico-poéticas, artísticas e performáticas podem se configurar como instrumentos de propaganda, cuja meta era exatamente justificar o poderio da instituição e a sua unicidade ideológica. Entre jesuítas, dominicanos e franciscanos do século XVII, os pregadores se utilizavam de estratégias apelativas diversas para sensibilizar a multidão e convertê-la aos dogmas da fé católica:

muitas vezes, quando o sermão se aproximava do fim, punha na cabeça uma coroa de espinho e com uma disciplina férrea começava a bater nas costas desnudadas. Não contente com isso, com um pedaço redondo de cortiça

metido numa caixa de lata, reforçada com alfinetes e agulhas, batia com força no peito, fazendo jorrar o sangue abundantemente diante de uma multidão que chorava e implorava misericórdia. Em seguida, em muitos lugares, também essa multidão se penitenciava (...). Os efeitos eram espetaculares: confissões gerais, inúmeras conversões, pazes entre famílias e famílias, entre países e países, o fim do jogo e das canções obscenas. (Morán, 1995, pp. 124-125)

Em nosso estudo, o vocábulo propaganda é aplicado figurativamente enquanto extensão, aumento ou prolongamento. A propaganda, nesta chave de leitura, deve significar ações, comportamentos, práticas e discursos cujos resultados devem ser o de acréscimo da concordância em torno de certos valores, irradiando-os ao todo que compõe uma comunidade. No caso era a Inquisição enquanto prolongamento do poder do Rei e da Igreja, que atuava como protagonista deste discurso em expansão. O célebre lema do Santo Ofício: *Misericordia et Justitia*, juntamente com as indumentárias que o acompanha é, por exemplo, pleno de significados propagandísticos. Estas palavras estavam dispostas acima das armas que representavam a instituição: no meio uma cruz, à direita um ramo de oliveira, e à esquerda uma espada.

A coroa real encabeçava o emblema: símbolo da supremacia do monarca. Acima da cruz e da espada, da Igreja e do Reino, estava o rei: a Inquisição foi um Estado dentro do Estado (Marques, 1978, p. 209). É por esta razão que os seus Regimentos estavam de acordo com as Ordenações do Reino. Não obstante as diferenças, a Igreja e a Monarquia caminhavam juntas, lutando contra os desvios sociais, políticos e religiosos.



Figura 1: Armas da Inquisição

Fonte: Mott 2010, p. 17

As referências do sistema de representações das Inquisições sob o enfoque da emblemática não foram ainda exploradas suficientemente, “são sempre bastante magras e seria necessário aprofundar os seus aspectos mais enigmáticos” (Bethecourt, 1994, p. 11).

Os elementos do sistema simbólico das armas da Inquisição mostram a natureza e os objetivos do Santo Ofício.

Para os estudiosos dedicados à Inquisição, as análises imagéticas despertam interesse especial. Historiadores reconhecem que a Iconografia enquanto disciplina que estuda sistematicamente as questões em torno do conteúdo das obras de arte, por oposição à forma, pode trazer novas contribuições aos métodos históricos. Entre os principais domínios da Iconografia, podem citar-se, por exemplo, a identificação das fontes de inspiração para a imagem, a análise da contaminação das formas e dos significados provenientes de outros contextos, e o estudo dos significados simbólicos, profundos e intrínsecos da própria imagem, sendo este nível de leitura mais adequadamente denominado de Iconologia. A história da Iconografia, enquanto método, é indissociável da Iconologia, como veremos mais adiante (Rodrigues, 2014).

Para os especialistas em comunicação e linguagem, a iconografia tem um papel midiático fundamental. Nesse sentido, Jane Rita Silveira sinaliza que

seja do ponto de vista da semiótica, e das várias abordagens teóricas fundamentadas em códigos, seja do ponto de vista das teorias cognitivas, a imagem tem sido amplamente estudada na área de linguagem e comunicação. Entre as vantagens de um texto constituído por imagens, de acordo com alguns teóricos, destaca-se o fato de ele ser universal, pois vence a barreira da linguagem, podendo, através de um entendimento imediato, ser compreendido por pessoas de língua e cultura diversas. Outra vantagem, comumente apontada, é a de que a imagem permite uma leitura em menos tempo do que o requerido pelo texto escrito, tornando-a atraente aos potenciais leitores. (Silveira, 2005, pp. 113-128)

Para a pesquisadora do Instituto Francês de Ciências da Informação e Comunicação, Martine Joly a imagem está condicionada a múltiplos significados. A autora apresenta, entre outros fatores, o prazer estético e comunicativo na análise de obras constituídas por imagem e evidencia que a desconstrução desta permite aguçar o sentido da observação e do olhar, aumentando as informações na recepção espontânea das obras (Joly, 1996).

Qual a intenção da propagação das imagens inquisitoriais? Sperber e Wilson (1995) ao construírem a teoria da Relevância, constataram que a interpretação de um discurso é extremamente dependente do contexto, no sentido de que este intervém para recuperar adequadamente, através de processos inferenciais, a intenção pretendida pelo comunicador. Nesse sentido, o cenário histórico em que a imagem foi produzida representa o conhecimento e a visão de mundo de que os interlocutores são portadores, através de suas representações mentais.

Observando atentamente os signos e palavras do lema inquisitorial centralizado na cruz cristã, é possível buscar uma explicação primeira sobre esta origem.

Para Gilbert Durand, no livro *A imaginação simbólica* (Durand, 1988), quando uma imagem é apresentada não objetivamente e sim por meio de símbolos, ela deixa aberta a leitura da sua significação. Tais imagens se bastam a si próprias e trazem em si mesmo um significado.

A mensagem que carrega em si exige uma imanente transcendência, nunca explícita, mas sempre ambígua e geralmente redundante. O símbolo designa a melhor expressão para algo desconhecido que se subtrai à apreensão conceitual sendo, portanto, passível de captação e expressão mediante a imaginação simbólica, que para Durand é a apreensão do símbolo que, por sua vez, é a própria manifestação do sagrado, a epifania de um mistério (Durand, 1998, p. 15).



Figura 2: Emblema da Inquisição

Fonte: Schoonebeck, 1692

O emblema da Inquisição, rodeada com a citação da Sagrada Escritura: “Levantai-vos, ó Deus, defendei a vossa causa” (Sl. 73:22) (Schoonebeck, citado em Limborch, 1692, p. 370).

Umberto Eco demonstra que o filósofo Agostinho de Hipona foi o primeiro, no âmbito cristão, a manifestar por escrito os argumentos

teóricos dos signos entendidos como símbolos que nos remetem a determinada mensagem, por exemplo, a cruz, para o cristianismo; a balança significando justiça. O que um símbolo causa em nossos sentidos? A Semiótica, escreve Eco, é um objeto de estudo já existente há muitos séculos, no entanto, passou a ser estudada de uma maneira incisiva e profunda nas últimas décadas. Os símbolos principais da Inquisição nos remetem à ideia de algo pulsante de significado e comunicação. Nada é apenas o que se mostra. O visível é uma pequena parte do amplo rastro invisível que tudo contém. Saber enxergar é ver o mundo com mais espaços, cores, formas e sentidos (Eco, 1991).

A cruz² é o símbolo da morte de Cristo e da redenção da humanidade. O ramo de oliveira, a misericórdia e a espada, o castigo. A cruz, elemento que é fonte de legitimidade da *praxis* inquisitória, é o ponto mais alto do sacrifício redentor que os hereges menosprezaram. Espada e ramos de oliveira expressam, por um lado, o perdão e a reintegração dos arrependidos, por outro lado, a exclusão e a penitência aplicada aos desviantes do catolicismo (Bethecourt, 1994, p. 79).

A cruz do cristianismo endossada no emblema é uma absorção do simbolismo arcaico e universalmente difundido da Árvore do Mundo. Este mito cosmogônico, de acordo com Mircea Eliade (2010, pp. 170-171), relata que foi através do *Ôpó-îrun-oún-àiyé* – o pilar que une o mundo transcendente ao imanente –, lugar onde os deuses primordiais chegaram para iniciar o processo de criação do espaço material. Este pilar – muitas vezes simbolizado pela árvore ou por seu tronco – é uma figura de origem, é um signo do fundamento, do princípio de todas as coisas, elemento de conexão entre a multiplicidade dos “mundos”. Mircea Eliade denominou-a de “Árvore do Mundo”, “Axis Mundi”, “Árvore Cósmica”. Para boa parte das tradições místicas e religiosas, os “mundos” dividem-se nos espaços inferiores ou infernais, intermediários ou terrestres e superiores ou celestes. A concepção católica cristã ainda compreende a existência de outros “territórios”, como o purgatório ou o limbo.

Para Eliade,

ainda mais ousada é a assimilação pela imaginária, pela liturgia e pela teologia cristã do simbolismo da Árvore do Mundo. Também neste caso estamos às voltas com um símbolo arcaico e universalmente difundido. (...) a imagem da Cruz como Árvore do bem e do mal, e Árvore Cósmica, tem origem nas tradições bíblicas. É, porém, pela Cruz (=

² Muito antes de Jesus, a cruz já era portadora de significado religioso, como o encontro do Céu e da Terra, a confluência das forças cósmicas, ou ainda, a promessa de vida, para os antigos egípcios.

o Centro) que se opera a comunicação com o céu e que, ao mesmo tempo, é ‘salvo’ o universo em sua totalidade. Ora, a noção de salvação nada mais faz do que retomar e completar as noções de renovação perpétua e de regeneração cósmica, de fecundidade universal e de sacralidade, de realidade absoluta e, finalmente, de imortalidade, noções coexistentes no simbolismo da Árvore do Mundo. (Eliade, 2010, p. 171)



Figura 3: Escudo da Inquisição

Fonte: AJM - Anales judaicos de Mallorca, Catalão: gravura em madeira. Guasp Press, Mallorca. Século XVII, 692

Mircea Eliade acrescentou ainda que o cristianismo se apropriou desse simbolismo da Árvore do Mundo interpretando-a e alargando esta alegoria: “a cruz feita de madeira da Árvore do Bem e do Mal, toma o lugar da Árvore Cósmica; o próprio Cristo é descrito como uma árvore (Orígenes)” (Eliade, 1979, p. 157). A cruz é evocada

como uma árvore que sobe da terra aos céus. Planta imortal, ela ergue-se no centro do Céu e da Terra: firme sustentáculo do universo, o elo de todas as coisas, suporte de toda a terra habitada, entrelaçamento cósmico, contendo em si toda a variedade da natureza humana. (Lubac, 1951, p. 57)

Este conceito originário é ainda hoje cantado no rito bizantino que

no dia da exaltação da Santa Cruz, a árvore da vida plantada no Calvário, a árvore sobre a qual o Rei dos séculos operou a nossa salvação, a árvore que, saindo das profundezas

da Terra, se elevou no centro da Terra e santifica até aos confins do universo. (Lucac, 1951, p. 66)

A imagem da Árvore Cósmica conserva-se pura: muito provavelmente o protótipo dever-se-ia procurar na Sabedoria que, segundo os Provérbios, III, 18, é uma árvore de vida para os que a apreendem. Esta Sabedoria, segundo a interpretação do jesuíta e teólogo Henri-Marie de Lubac, “para os judeus será a Lei; para os cristãos será o Filho de Deus” (Lubac, 1951, p. 67).



Figura 4: Representação da Cruz como árvore da vida
– (Cúpula da Basílica São Clemente, Roma)

Fonte: <http://www.basilicasanclemente.com/eng>

Raniero Cantalamessa evidencia a utilização bíblica do arquétipo da árvore presente na história da salvação. O Antigo Testamento a apresenta como imagem no Jardim do Éden, como árvore da vida e árvore do conhecimento do bem e do mal,

diante da qual se consuma a rebelião; no Deuteronômio, onde significa maldição (Aquele que é pendurado no madeiro é objeto de maldição divina); na madeira da Arca de Noé; no bastão com o qual Moisés golpeou as águas do Mar Vermelho e no arbusto com que transformou em água potável as salobras águas de Mara. (Cantalamessa, 2010, pp. 203-204)

Emmir Nogueira (2007) ressalta que a árvore da vida representa não somente um ícone:

não mais em figura, mas como uma realidade histórica? Representa o instrumento de sua condenação, de sua total

destruição como homem, o ponto mais baixo de sua kénosis. (...) E o que representa a cruz à luz da ressurreição? (...) É o lugar (...) onde o novo Adão disse sim a Deus por todos e para sempre. Onde o novo Moisés, com o madeiro, abriu o novo Mar Vermelho e, com sua obediência, transformou as águas amargas da rebelião nas águas doces da graça e do batismo. Onde “Cristo nos resgatou da maldição da lei fazendo-se por nós maldito” (Gl 3,13). A cruz é força de Deus e sabedoria de Deus (I Cor 1,24). É a nova árvore da vida plantada no meio da praça da cidade (Cf. Ap 22,2). (Nogueira, 2014, p. 2)



ESTANDARTE DA INQUISIÇÃO.

Figura 5: Estandarte Inquisitorial

Fonte: AML, Bandeira da Inquisição. Alberto Carlos Lima, PT/AMLSB/LIM/003062. Cota: LIM/003062; A16491; N14617

No estandarte inquisitorial, o lema permaneceu o mesmo, no entanto, algumas vezes, a cruz foi substituída por São Domingos, o fundador da Inquisição, no século XIII. O estandarte da Inquisição de Goa retratava São Domingos no centro segurando o ramo de oliveira e a espada. A oliveira até hoje mantém a sua significação original enquanto símbolo da paz, da fecundidade, mas também da força e da vitória. No cristianismo tem ainda a conotação que inspira a ideia de templo de Deus, de sagrado cujas portas são de oliveira dourada. Em geral simboliza nas culturas religiosas o lugar do descanso, a bem-aventurança e o paraíso dos eleitos (Schlesinger,

1983, p. 274). A espada para os inquisidores representava a palavra em seu duplo aspecto: destruidor e construtivo associada à ideia de visão clara, luminosa, sem qualquer teor heterodoxo e, portanto, a espada representa o instrumento da justiça e do poder de Deus.



Figura 6: Estandarte Inquisição de Goa utilizado nas procissões da Inquisição portuguesa, mostrando os símbolos e o lema da Inquisição: “misericórdia e justiça”

Fonte: Schoonebeck citado em Limborch, 1692, p. 370

São Domingos é representado no estandarte em estilo teatral e retórico, que anunciava a consciência da necessidade de convencer o espectador e tinha o caráter propagandístico para a Igreja católica. Representar São Domingos significava associá-lo aos seus atributos invocando as intenções da Ordem dominicana: a salvação dos pecadores. No estandarte se percebe, além das indumentárias já citadas, a figura de um cão tendo à boca uma tocha acesa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crença na força da imagem na manipulação de comportamentos, formação de atitudes e gestão de mentalidades é uma prática antiga, conduzida por vieses diversos, desde o tempo em que a leitura e a escrita pertenciam somente a alguns segmentos das camadas privilegiadas. A força das imagens do mal, simbolizadas em polêmicas figuras, desde dragões que expeliam fogo aos demônios criados a partir do século XIII, projetadas

em igrejas e conventos, induziam às práticas cotidianas, revertendo-as de um conjunto de sentimentos e emoções entre o medo, devoção, piedade, resignação, amor, adoração, flagelo.

Em tempos de crise provocada por fatores diversos em que as reações humanas se tornam incontroláveis pelas vias da racionalidade ou da fé, o uso da imagem revelou-se eficaz para dominar o caos e manter a ordem, frente às ameaças do fomento de movimentos revolucionários. Na retomada do Tribunal da Inquisição, no alvorecer dos chamados Tempos Modernos, a Igreja Católica utilizou de estratégias variadas para converter os não cristãos ou reafirmar seu discurso nos dogmas da fé daqueles que, sacudidos por mudanças que marcavam aquele período, ameaçavam abandonar suas crenças e enfraquecer o poder do clero. Os pregadores religiosos, missionários e integrantes do clero, de maneira geral, reafirmaram suas práticas pela conversão dos infieis, em um mundo que se tornava secularizado, utilizando a força da imagem e do discurso religioso para a condenação do “outro” que não se afinasse com tais princípios. A Inquisição revestia-se de significados de eficácia imediata, com o propósito de exterminar os hereges, atuava também no inconsciente da multidão, considerando a fragilidade humana, promovendo a conversão do público que assistia à execução do condenado, ao mesmo tempo em que extraía da cena um efeito moral do drama para cada indivíduo que se submetia à mesma sorte.

O zelo pela preservação da fé católica condicionou o uso de estratégias diversas que se aproximavam do exagero o que se configurou na criação da nova *Congregatio de Propaganda Fide*, em 1622, revelando-se um enorme e imprevisível sucesso, no sentido de impressionar as pessoas, comovê-las, na concepção de que as emoções se obtêm de duas formas: com a *magnitudo* e com a *praesentia*, isto é, pela qualidade dos temas tratados e pela vivacidade das descrições. Tratava-se, pois, de reunir esses dois conceitos ou ideias à perfeição, como se faz em uma obra de arte, articulando-as ou combinando seus elementos, cujo resultado final assegurava efeitos espetaculares, particularmente, no campo religioso em que se multiplicavam as confissões generalizadas e manifestações variadas de formas de piedade e devoção.

Em *Testemunha Ocular* (2016), o historiador Peter Burke afirma que um conjunto de imagens pode ser fonte inesgotável de referência sobre o modo de viver dos povos em tempos diversos, à medida que remete para um universo de possibilidades de análise sobre formações sociais, comportamentos, manifestações de emoções e de sentimentos, um campo

que vem sendo explorado pela historiografia, mas que está muito presente, também, no mundo da comunicação e da propaganda. O historiador orienta ainda sobre os processos que todo o investigador necessita percorrer para recuperar os possíveis sentidos das mensagens, para além de sua comunicação imediata e explorar o lado oculto que esteve presente nas intenções do autor, bem como o contexto das procedências da linguagem simbólica instituída como ícone na decifração de uma realidade concebida, por vezes, com força de verdade. Sem dúvida, o trabalho com a imagem requer um esforço redobrado, à medida que um testemunho iconográfico pode trazer em si uma dose de mistério por vezes indecifrável ou um quê de transcendência que não se deixa revelar numa primeira leitura, ou quem sabe nunca se revele plenamente.

O sucesso que a iconografia religiosa produziu ao longo dos séculos foi atentamente considerado pelas autoridades interessadas no controle das massas, extrapolando o universo das igrejas, inserindo-se, também, no campo político dos governos clássicos que marcaram o nascimento da sociedade civil, tornando-se uma estratégia utilizada com fins semelhantes. E a eficácia da receptividade se fortalecia, particularmente, em tempos de incertezas, mediadas por conflitos ameaçadores na quebra dos preceitos convencionais em que o público, marcado pelo temor do inesperado, expunha suas fragilidades, o que o tornava o alvo privilegiado das estratégias do poder.

REFERÊNCIAS

- Agamben, G. (2009). *O que é o Contemporâneo?* Chapecó, SC: Argos.
- AJM – Anales Judaicos de Mallorca (1972). Gravuras Século XVII. Mallorca: Guasp Press.
- Bauman, Z. (1999). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Editora Zahar.
- Bethecourt, F. (1994). *História das Inquisições*. Lisboa: Editora Círculo do Livro.
- Braudel, F. (1949/1984). *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Phillippe II*. Paris: Librairie Armand Colin.
- Braudel, F. (1979/1996). *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*. Paris: Librairie Armand Colin.
- Burke, P. (2016). *Testemunha ocular*. São Paulo: Unesp.

- Cantalamessa, R. (2010). *O poder da cruz*. São Paulo: Ed. Loyola.
- Chartier, R. (1991). O mundo como representação. *Estudos Avançados*, 5 (11), 173-191.
- Durand, G. (1988). *A Imaginação Simbólica*. São Paulo: Cultrix/EDUSP.
- Eco, U. (1991). *Semiótica e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Ática.
- Eliade, M. (1979). *Imagens e símbolos*. Lisboa: Editora Arcádia.
- Eliade, M. (2010). *História das Crenças e das Ideias Religiosas* (Tomo II / Vol. 2). Rio de Janeiro: Zahar Ed.
- Hansen, J. A. (1991). A categoria 'representação' nas festas coloniais dos séculos XVII e XVIII. In I. Jancsó & Í. Kantor (Eds.), *Festa: cultura e sociabilidade na América portuguesa* (pp. 733-755). São Paulo: Imprensa Oficial/HUCITEC/EdUSP/FAPESP.
- Hartog, F. (2013). Regimes de historicidades – presentismo e experiências do tempo. São Paulo: Autêntica Editora.
- Joly, M. (1996). *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Editora Papirus.
- Lubac, H. (1951). *Aspets da Botalhizsne*. In M. Eliade (Ed.) (1979), *Imagens e símbolos*. Lisboa: Editora Arcádia.
- Luz, G. A. (2007). Produção da concórdia: a poética do poder na América portuguesa (sécs. XVI-XVIII). *Revista Varia Historia*, 23(38).
- Marialva, C. B. (2017). *Tempo, tempo histórico e tempo mediático*. In C. F. Musse, H. Vargas, M. Nicolau (Eds.), *Comunicação, mídias e temporalidades*. Bahia: Compós, EDUFBA.
- Marques, A. H. de O. (1978). *Historie Du Portugal: des origines à nos jours*. Paris: (s/Ed.).
- Morán, M. & Andres-Gallego, J. (1995). *O pregador*. In R. Villari (Ed.), *O homem barroco*. Lisboa: Presença.
- Mott, L. (2010). *Bahia: Inquisição & Sociedade*. Salvador: EDUFBA.
- Nogueira, E. (2007). *Obra Nova, caminho de e para a felicidade*. São Paulo: Editora Shalom.
- Nogueira, E. (2014). *Árvore da cruz e da felicidade*. Retirado de <http://www.comshalom.org/arvore-da-cruz-e-da-felicidade/>

- Oliveira, D. (2014). *Poder e subjetividade segundo Foucault e Deleuze*. Retirado de <http://www.ebah.com.br/content/ABAAABHqUA//poder-subjectivacao-segundo-foucault-deleuze?part=3>
- Rodrigues, A. (2014). *Dicionário crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura*. Retirado de <http://www.arte-coa.pt/index.php?language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELinguagemArte&Menuz=Autores&Slide=107>
- Schlesinger, H. & Porto, H. (1983). *Crenças, seitas e símbolos religiosos*. São Paulo: Ed. Paulinas.
- Limborch, F. V. (1692). *Historia Inquisitionis*. Amsterdão: sem editora.
- Silveira, J. R. C. da. (2005). A imagem: interpretação e comunicação. *Linguagem em (Dis)curso - LemD*, 5, n. esp., 113-128.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1995). *Relevance: communication and cognition*. Massachusetts: Harvard University Press.

Citação:

Pieroni, G. (2019). Imagem, comunicação e temporalidade na *Propaganda Fide inquisitorial*. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 288-303). Braga: CECS.

ESTUDOS PÓS-COLONIAIS E LUSOFONIAS

ANABELA DE SOUSA LOPES, CLÁUDIA
SILVESTRE & JOÃO MANUEL ROCHA

alopes@escs.ipl.pt; csilvestre@escs.ipl.pt; jrocha@escs.ipl.pt

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL | INSTITUTO
POLITÉCNICO DE LISBOA, PORTUGAL

AS ELEIÇÕES DE CABO VERDE (2016) NOS MÉDIA PORTUGUESES GENERALISTAS

RESUMO

Neste texto apresentam-se e discutem-se os resultados de uma investigação sobre a cobertura jornalística dos três atos eleitorais de Cabo Verde (2016) – eleições legislativas, eleições autárquicas e eleições presidenciais –, realizada pelos média portugueses generalistas. Concluímos que, se dependessem dos média portugueses analisados – RTP1, SIC, TVI, TSF, Antena1, Rádio Renascença, *Público*, *Correio da Manhã*, *Expresso* – para saberem o que esteve em causa nessas eleições, os portugueses e os cabo-verdianos residentes em Portugal teriam pouco mais do que a informação sobre os resultados das respetivas votações. Ou seja, a investigação dá conta de uma ausência de investimento na produção jornalística sobre três momentos relevantes para a vida de um país com uma forte relação histórica, linguística e cultural com Portugal. A estabilidade democrática do país afigura-se como um dos factores determinantes da fraca projeção mediática, comparativamente à situação de instabilidade política e social vivida por outros países africanos.

PALAVRAS-CHAVE

Cabo Verde; Portugal; eleições; média

INTRODUÇÃO

Esta investigação enquadra-se num trabalho mais vasto de compreensão da produção jornalística dos média portugueses sobre o espaço lusófono¹, tentando-se também perceber o que essa produção revela e ignora, que razões presidem às escolhas e omissões de informação, em

¹ Projeto de investigação apoiado pelo IPL - Instituto Politécnico de Lisboa no âmbito do concurso para financiamento de Projetos de Investigação, Desenvolvimento, Inovação e Criação Artística-IDI&CA - IPL/2016/RPLMP_ESCS.

momentos politicamente relevantes. Ao prestarmos atenção à “produção, distribuição e recepção de produtos mediáticos” nesse espaço estamos também a “interrogar e analisar criticamente a Lusofonia enquanto área cultural e enquanto construção simbólica num mundo cada vez mais globalizado”, como observaram Martins, Sousa e Cabecinhas (2007, p. 301).

Através da pesquisa que aqui apresentamos, procurou-se saber que cobertura jornalística das eleições foi efetuada pelos média portugueses. Mais especificamente, colocaram-se duas questões: (i) que opções editoriais nortearam a cobertura e o que revelam em termos de padrões e condicionantes de uma cobertura eleitoral num país africano de língua portuguesa?; (ii) que representações são criadas pelo jornalismo – ao nível das suas narrativas verbais e não-verbais: do país, dos candidatos, do sistema político, das relações externas com Portugal, da sociedade cabo-verdiana em geral?

DEFINIÇÃO DO CORPUS

Foi nosso objetivo dar conta da visibilidade mediática das eleições nos média noticiosos generalistas, o que excluía, desde logo, publicações ou canais temáticos orientados para a atualidade africana, como a RTP África ou a RDP África.

O estudo abrangeu três períodos, um para cada um dos momentos eleitorais. O primeiro, referente às eleições legislativas, que decorreram a 20 de março de 2016, esteve compreendido entre os dias três e 31 de março. Este período corresponde a quatro semanas, sendo que o primeiro dia coincide com o início oficial da campanha eleitoral. A escolha do último dia deste período de estudo foi determinada pela possibilidade de, depois de conhecidos os resultados eleitorais, e na incerteza sobre estes, as eleições poderem continuar a suscitar a atenção dos média noticiosos portugueses. Tendo por base os mesmos critérios, determinaram-se os outros dois períodos de estudo: 14 de agosto a 11 de setembro para as eleições autárquicas, realizadas a 4 de setembro, e 12 de setembro a 8 de outubro para as Presidenciais, que ocorreram a 2 de outubro.

Neste estudo foram analisadas as notícias de três órgãos de comunicação social de cada meio e as respetivas edições online. Na imprensa, foram escolhidos três títulos de expansão nacional – os jornais diários *Correio da Manhã* e *Público* e o semanário *Expresso*. Na rádio, foram selecionadas a Antena 1, principal estação pública, a Rádio Renascença, principal estação privada e propriedade da Igreja Católica, e a TSF, estação privada de

vocação noticiosa – noticiários das 9h. Em televisão, foram considerados os principais blocos informativos dos três principais canais de acesso não condicionado: RTP1, SIC e TVI – noticiários das 20h.

Relativamente aos jornais, a escolha do *Correio da Manhã* justifica-se pelo facto de ser o diário mais vendido em Portugal. É um jornal popular, que em 2015 teve uma circulação impressa paga de 105.521 exemplares diários. O *Público* era o terceiro mais vendido dos diários generalistas, com 20.470 exemplares diários, atrás do *Jornal de Notícias*, com 53.877, mas optou-se pela sua inclusão por ser o líder entre os jornais do segmento de referência. Nos semanários, a liderança coube ao *Expresso*, igualmente uma publicação de referência, com uma circulação paga de 77.812. Os três jornais escolhidos foram também os que registaram em 2015 maiores crescimentos na sua circulação digital paga.

Ainda que devamos olhar de modo crítico para as tradicionais designações “jornais de referência”, ou “qualities”, por oposição a “tablóides”, ou “jornais populares” – porque não é invulgar encontrarmos nuns traços associados a outros – esta caracterização é geralmente aceite como operatória e mantém pertinência no caso em estudo, o que não impede que deva “ser posta em causa, não para negar a diversidade dos projetos de imprensa – evidência verificável todos os dias – mas para testar a solidez das denominações, desmontar os pressupostos culturais, deslocá-los da História para a modernidade e confrontá-los com as práticas jornalísticas” (Dumont, 2000, p. 17).

Os jornais populares, em que incluímos o *Correio da Manhã*, tendem a “dar mais espaço ao desporto do que à política, a salientar mais a categoria de interesse humano do que a vida económica, a concentrarem-se mais nos indivíduos do que nas instituições, [e mais] no local e no imediato do que no internacional e de longo prazo” (Sparks, 2000, p. 38). Nessas publicações, “as questões imediatas da vida quotidiana têm prioridade sobre as preocupações tradicionalmente atribuídas à ‘esfera pública’” (Sparks, 2000, p. 39). As temáticas populares, a linguagem direta e acessível, os títulos e grafismo apelativos são algumas das marcas características deste tipo de jornalismo.

Já as publicações que se reclamam de referência, como o *Público* e o *Expresso*, “dão um lugar preponderante à actualidade internacional e à cultura com um ‘C’ grande, adoptam um tom sério e uma escrita sofisticada, exercem uma influência sobre os líderes de opinião e servem de exemplos aos jornalistas profissionais” (Merril, 2000, p. 11). A sua cobertura

põe um claro acento sobre certos sectores: a política, os negócios estrangeiros, a economia e as finanças, as ciências, as artes e a literatura. Por outro lado, a paginação desses jornais (tipografia, ilustrações, grafismo, etc.) visa valorizar a seriedade e o rigor dos conteúdos. (Merril, 2000, p. 11)

Os jornais de referência visariam preferencialmente “a ‘opinião pública dirigente’ (aquela que está associada à tomada de decisões a nível político, económico e cultural)”, enquanto os jornais populares teriam por alvo “a ‘opinião pública generalizada’” (Mesquita & Rebelo, 1994, p. 15).

A escolha dos jornais televisivos das 20h decorre do facto de serem eles os principais momentos noticiosos dos diferentes canais. O jornal televisivo da noite, que começou na televisão portuguesa em 1959 (Brandão, 2002, p. 94), tem sido, num país com baixos índices de leitura de jornais, “uma das vias privilegiadas de seguimento da actualidade para um elevadíssimo número de cidadãos” (Pinto, 1999, p. 12). Tanto na RTP, que cunhou a marca *Telejornal*, como nos canais privados, onde os blocos noticiosos equivalentes receberam as designações de *Jornal da Noite*, na SIC, e *Jornal Nacional*, na TVI, estação líder de audiências – 22,5% de *share* contra 18,7% da SIC, 14,8% da RTP1, 2% da RTP2 e 31,1% do conjunto dos canais por cabo².

O critério de escolha do “horário nobre” – picos de audiência dos meios audiovisuais, dependentes “dos hábitos de cada sociedade”, que no caso da televisão é situado normalmente entre as 19h e as 23h e no da rádio entre as 7h e as 10h – foi também seguido para a escolha do *corpus* radiofónico, constituído pelos serviços noticiosos das 9h.

RESULTADOS DA PESQUISA

Das peças jornalísticas analisadas, registaram-se 58 notícias que faziam referência às eleições. As legislativas foram as que tiveram uma maior cobertura por parte dos média portugueses, com 38 peças, seguidas das presidenciais, com 19, enquanto se observou apenas uma referente às autárquicas (Tabela 1).

Analisando a distribuição por meio de comunicação (Gráfico 1), observa-se que o online foi o mais utilizado para a divulgação de informação sobre as eleições, com 46 peças (79%). De salientar que em relação às

² “Audiências 2015: quem ganhou e quem perdeu”, 2 de janeiro de 2016, retirado de <http://www.dn.pt/media/interior/audiencias-2015-quem-ganhou-e-quem-perdeu-4961462.html>

eleições autárquicas apenas houve uma peça jornalística, e que foi emitida através da rádio, contrariando esta regra. O segundo meio mais usado foi a imprensa, com oito peças (14%), seguido da rádio, com três peças, o que corresponde a menos de 1%. E em último lugar a televisão, que embora continue a ser o meio mais popular na sociedade portuguesa, apenas apresentou uma peça jornalística, e esta foi referente às eleições legislativas. Comparando os três momentos eleitorais, foram as eleições legislativas que tiveram maior cobertura por parte dos média noticiosos portugueses.

MÉDIO	NÚMERO DE PEÇAS JORNALÍSTICAS / DATA DE PUBLICAÇÃO			
	Legislativas 20 março		Autárquicas 4 setembro	
Imprensa	5	19 a 22 março		3
Online	31	7 a 21 março		15
Rádio	1	21 de março	1	4 de setembro
Televisão	1	20 março		2 outubro
Total	38		1	19

Tabela 1: Distribuição das peças jornalísticas por meio de comunicação e respetiva data de publicação



Gráfico 1: Distribuição das peças jornalísticas por meio de comunicação

O maior volume de peças jornalísticas, 44 (76%), registou-se no dia em que se realizou o ato eleitoral, e no dia seguinte. No Gráfico 2, pode observar-se que a produção jornalística se limitou praticamente a estes dois

dias. Durante este período de análise, também se observa que a notícia e a notícia breve, 28 e 25 notícias respetivamente (que correspondem a 91% das notícias), dominaram o panorama dos géneros jornalísticos. A notícia desenvolvida foi uma exceção, registando-se apenas uma ocorrência, nas eleições legislativas (Gráfico 3)³.

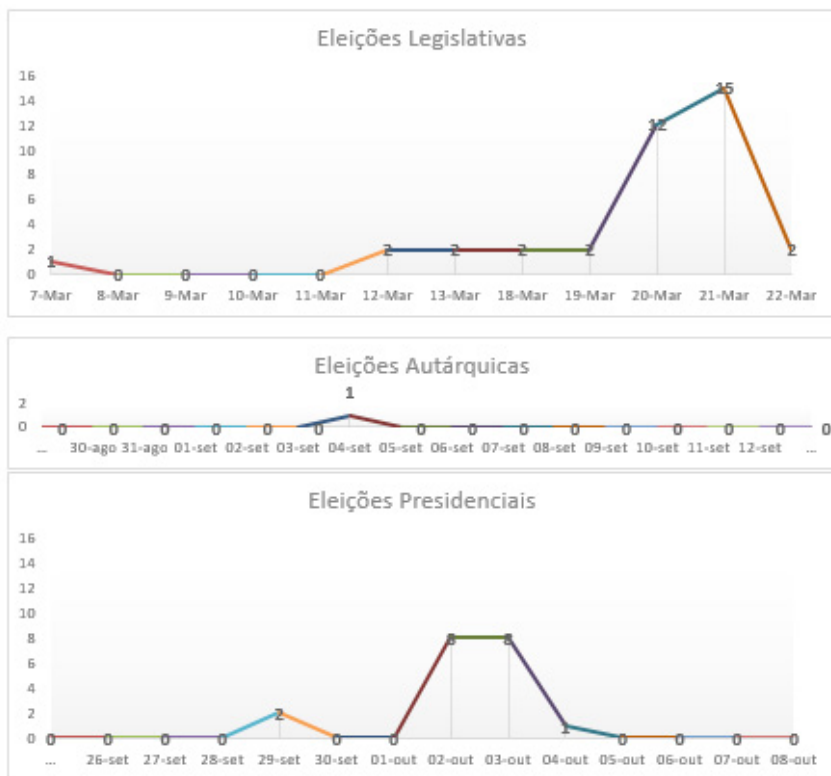


Gráfico 2: Registo do número de peças jornalísticas

³ Foi considerado que uma notícia breve resume-se à informação de um *lead* simples; uma notícia acrescenta informação ao *lead*; e uma notícia desenvolvida enquadra e contextualiza o assunto, desenvolve-o através de informações provenientes de diferentes fontes.

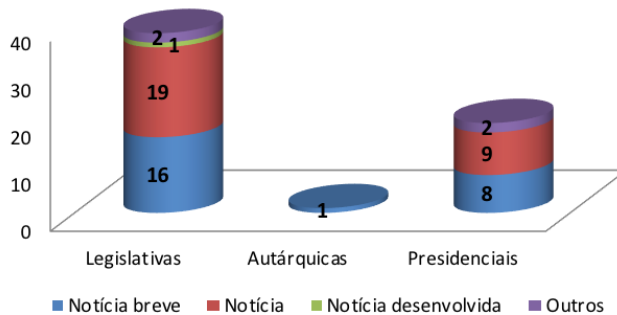


Gráfico 3: Distribuição das peças de acordo com o género jornalístico

Com o objetivo de avaliar o investimento feito por cada um dos órgãos, analisou-se a autoria das peças e as fontes a que recorreram. A Agência Lusa detém a autoria da maioria das peças (30 = 52%). Nas eleições legislativas, das 38 notícias analisadas, 21 foram exclusivamente da Agência Lusa, oito notícias tiveram autoria de jornalista presente na redação e mais duas foram assinadas por jornalista na redação com a Agência Lusa. Nas 19 peças referentes às eleições presidenciais, nove foram exclusivamente da Agência Lusa, duas foram artigos de opinião e nas restantes não foi possível identificar a fonte. Observou-se, também, que grande parte das peças, 40 (69%), recorreram a fontes oficiais e apenas sete usaram diversas fontes para produzir a notícia. Estas sete peças abordaram as eleições legislativas, e pelo facto de recorrerem a mais do que uma fonte podemos concluir que houve uma análise mais aprofundada deste momento eleitoral.

A presença de imagens, fixas e móveis, nas peças jornalísticas também contribui para avaliar a importância que é atribuída a um determinado assunto, neste caso às eleições em Cabo Verde. Excluindo as notícias da rádio (três), existem 55 notícias que poderiam ter imagens. Mas observou-se que menos de metade das notícias, 26 (47%), apresentou imagens; 15 eram imagens atuais, as restantes eram de arquivo ou não foi possível determinar se eram atuais ou de arquivo. Também é de salientar que apenas houve uma peça com imagens vídeo. Essa peça que, curiosamente, não é a notícia desenvolvida, foi publicada online no dia seguinte às eleições legislativas. No Gráfico 4, também se pode observar que nas eleições legislativas o uso de imagens atuais foi predominante e nas presidenciais recorreu-se mais a imagens de arquivo.

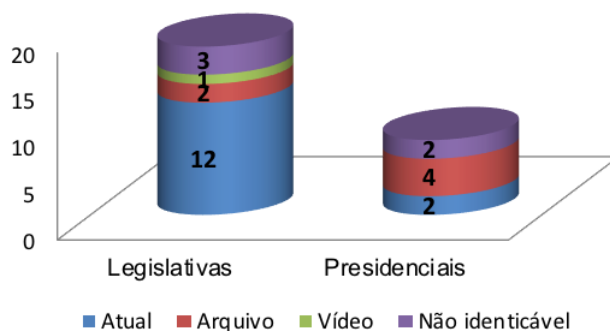


Gráfico 4: Registo do número e tipo de imagens usadas nas peças jornalísticas no total de 18 peças referente às eleições legislativas e 8 às presidenciais

Os média noticiosos portugueses deram mais atenção ao ato eleitoral em si mesmo, com 49 (84%) peças, do que à campanha eleitoral, sobre a qual se produziram apenas nove. O foco da notícia (ver Tabela 2) foram os líderes partidários e os partidos nas eleições legislativas, e a disputa nas presidenciais. As peças produzidas procuraram dar a conhecer os resultados das eleições e as reações, nomeadamente, dos dirigentes partidários portugueses e essas reações foram meramente protocolares. Daí só ter sido possível identificar a personagem principal em 25 (43%) peças, em que se destacam os líderes partidários, no caso das eleições legislativas, e o candidato incumbente nas presidenciais (ver Tabela 3).

Foco da notícia	LEGISLATIVAS	PRESIDENCIAIS	AUTÁRQUICAS
Líderes partidários	13		
Partidos	11		
Disputa	4	11	
Outros	10	8	1
Total	38	19	1

Tabela 2: Identificação do foco da notícia

Personagem principal	LEGISLATIVAS	PRESIDENCIAIS
Líderes partidários	4	
Campanha do PAICV	1	
Partidos	1	
Votantes	1	
Candidato incumbente		13
Adversário do incumbente		2
Candidato vencedor		2
Outras organizações		1
Total	7	18

Tabela 3: Identificação do tipo de personagem principal

REFLEXÕES SOBRE OS RESULTADOS DA PESQUISA

A limitada representação das eleições cabo-verdianas nos média noticiosos generalistas vai ao encontro da conclusão de Sousa (2015, p. 484) de que a “interpenetração identitária” que poderia presumir-se ser resultado da lusofonia se resume, também no fluxo do noticiário, “a meros fogachos, não passando de uma miragem, já que ela se apresenta pouco operacional, uma vez que as partes intervenientes do processo, na sua grande maioria, persistem em cultivar os equívocos da lusofonia, ao invés de os desmontar”.

A escassez de notícias sobre as eleições cabo-verdianas confirma a necessidade de relativizar a influência de valores-notícia como a proximidade decorrente de laços coloniais – históricos, linguísticos e culturais – embora não autorize qualquer conclusão de que essa influência não exista: ainda muito limitada, houve cobertura das eleições de 2016, ao contrário do que acontece com atos eleitorais de outros países africanos não-lusófonos. Como referimos anteriormente, no conjunto dos três atos eleitorais, as eleições legislativas mereceram maior produção de peças jornalísticas. O critério de noticiabilidade que sustenta este registo decorrerá do facto de estar em causa o Executivo, de se perspetivar uma alternância de poder e de, pela primeira vez, se estar perante um cenário de não ocorrência de maioria absoluta: afinal, as eleições de 20 de março de 2016, as sextas legislativas do país, marcaram o regresso ao poder com maioria absoluta do MpD (Movimento para a Democracia) – força política que governou na primeira década de regime multipartidário, entre 1991 e 2001 – e o afastamento do

PAICV (Partido Africano da Independência de Cabo Verde) – antigo partido único, que regressou ao governo em 2001, com a primeira de três maiorias absolutas que lhe permitiram liderar o país durante 15 anos, até 2016. Ainda assim, tendo em conta esta mudança partidária, a cobertura jornalística não foi além da referência ao facto, com breves apontamentos sobre as razões da escolha do povo cabo-verdiano.

Na esteira de Galtung e Ruge (1965), ao longo das últimas décadas diversas investigações sinalizaram os “laços coloniais” como “valor notícia”. Num trabalho de meta-análise de 55 estudos sobre o fluxo de notícias, Wu (1998, p. 499) deu conta de uma fileira de trabalhos que apontavam num mesmo sentido: “países do mesmo grupo colonial são mais propensos a cobrirem-se jornalisticamente uns aos outros”.

Será mesmo assim? Um estudo sobre o fluxo de notícias em que foram testadas variáveis mencionadas na literatura anterior como influenciando o noticiário internacional, o mesmo autor concluiu que algumas delas, entre as quais “liberdade de imprensa, tamanho [do país], língua e o passado colonial não são tão influentes no fluxo de notícias como a literatura indicava” (Wu, 2003, p. 19). As transacções comerciais foram identificadas como o factor dominante.

Movido pelo ambicioso propósito de retratar a cobertura noticiosa de mais de 200 países “convidados” em 44 países “anfitriões”, o estudo atesta a importância dada nas notícias de todo o mundo a “países com enorme influência económico-política”, com destaque para os EUA. O modo alternativo de chegar às notícias seria a ocorrência de “incidentes disruptivos, de longo alcance”, como acontecia com a Bósnia em guerra, na altura de recolha de dados para o estudo, em 1995 (Wu, 2003, p. 19).

Noutro artigo apoiado em resultados do estudo que o levaram àquelas conclusões, e referindo-se a Portugal, Wu nota que alguns países lusófonos, Brasil, Angola e Moçambique, conseguiam uma apreciável cobertura jornalística, embora não tivessem primazia no noticiário internacional português (Wu, 2004, p. 103). Atendendo a que as economias daqueles três países são as maiores do espaço de língua portuguesa, pode encontrar-se aí uma pista explicativa para uma menor noticiabilidade de estados com menor peso político-económico, como é o caso de Cabo Verde.

A aparentemente maior atenção dada às recentes eleições angolanas parece dar forma a uma tal hipótese. Um trabalho sobre a imagem que a imprensa portuguesa construiu de Angola entre 2008 e 2015 vai na mesma linha, ao concluir que essa imagem surgiu “fortemente associada à economia, ao negócio, ao investimento e à balança comercial” (Hayes,

2016, p. 33). Mas a noticiabilidade não se resume a um único factor, como atesta abundante literatura. E no caso angolano não podem, entre outros, ser ignorados como dados explicativos de um maior interesse noticioso a contestação ao Governo e, após quatro décadas de poder, a anunciada mudança de Presidente.

Para além das singularidades “lusófonas”, deve também ter-se presente na análise da “invisibilidade” cabo-verdiana o quadro da pouca atenção dada ao continente africano pelos grandes média internacionais – um alheamento que faz sobressair notícias negativas. Como notou Franks, “as notícias dos países pobres não fazem muitas vezes as manchetes e quando o fazem quase sempre são más notícias” (2005, p. 132).

Nothias alerta, porém, que reduzir a análise sobre a cobertura de África ao foco nas notícias negativas encerra “várias armadilhas” (2016, p. 1142): i) a de se considerar que o fenómeno das *bad news* nos média ocidentais é específico de África – o que não acontece porque, como refere, segundo De Beer (2010), o tom dos relatos sobre a América Central é ainda mais negativo; ii) a de que as provas dessa negatividade podem não ser tão fortes quanto é sugerido na literatura e assentarem em discutíveis interpretações de dados; e iii) que a “‘negatividade’ é um critério bastante subjectivo. Nothias adverte ainda que “um foco exclusivo na ‘negatividade’ cria o risco de fazer desviar [a atenção] das principais críticas às representações de África, designadamente a linguagem, as imagens, a retórica e as narrativas”, as quais contribuem para “criar uma imagem peculiar fundada num reportório colonial” (Nothias, 2016, p. 1143).

É nosso entendimento que o passado comum e as questões identitárias para que remete não podem estar ausentes de um quadro de análise dos fluxos de informação produzida pelos média noticiosos portugueses sobre países lusófonos, e que isso não equivale a lusotropicalismos de qualquer natureza. Mas a especificidade do objeto de estudo e a escassa dimensão do *corpus* não permitem, nem isso se pretendia, colocar hipóteses sobre a natureza da cobertura africana dos média portugueses no seu todo, nem sobre o conjunto dos países onde se fala Português, e menos ainda sobre outras opções jornalísticas concretas que não fossem as de cobertura das eleições de 2016. Contudo, parece ficar claro que a proximidade histórica está longe de ser, por si só, motivo suficiente de noticiabilidade.

A menor noticiabilidade poderá decorrer da assunção de que Cabo Verde é um caso exemplar no continente africano, numa lógica de maior visibilidade de situações negativas na produção jornalística internacional

– guerras, catástrofes naturais, ou outras. A ser assim, se a sua ausência decorrer da valorização da normalidade democrática de Cabo Verde, em contraste com a instabilidade de outros países africanos, a invisibilidade poderá traduzir uma imagem positiva do país, o que não impede que seja penalizado, pois a pouca relevância conferida pelos média generalistas portugueses às eleições de 2016 impede que outros temas tenham projeção mediática, como seria expectável numa cobertura jornalística mais empenhada em alargar o espetro de análise política, mas também económica, social e cultural.

REFERÊNCIAS

- De Beer, A. S. (2010). News from and in the “dark continent”: Afro-pessimism, news flows, global journalism and media regimes. *Journalism Studies*, 11(4), 596-609. DOI: 10.1080/14616701003638509
- Brandão, N. G. (2002). *O espectáculo das notícias – a televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Dumont, J. F. (2000). Pratiques populaires, journalisme de qualité: l’impossible clivage. In *Dossier La Presse de qualité* (pp. 16-19). Louvain-la-neuve.
- Franks, S. (2005). Reporting Africa: problems and perspectives. *Westminster papers in communication and culture*, 2, 129-134. Retirado de <http://www.westminsterpapers.org/articles/abstract/10.16997/wpcc.46/>
- Galtung J. & Ruge M. H. (1965). The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91. DOI: 10.1177/002234336500200104
- Hayes, L. O. (2016). *Angola e os angolanos na imprensa portuguesa (2008-2015)*. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional, Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/12506>
- Martins, M. L., Sousa, H. & Cabecinhas, R. (2007). Estudo das políticas de comunicação e discursos no espaço lusófono. In M. Ledo Andion (Ed.), *Comunicación local no espazo lusófono* (pp. 301-310). Santiago de Compostela: Asociación Galega de Investigadores/as en Comunicación. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/24127/1/lusocom.pdf>
- Merril, J. C. (2000). Les quotidiens de référence dans le monde. *Les Cahiers du Journalisme*, 7, 10-14. Retirado de http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/07/01_Merril.pdf

- Mesquita, M. & Rebelo, J. (1994). *O 25 de Abril nos media internacionais*. Porto: Edições Afrontamento.
- Nothias, T. (2016). How western journalists actually write about Africa: re-assessing the myth of representations of Africa. *Journalism Studies*, 19(8), 1138-1159. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1262748
- Pinto, M. (1999). Prefácio. In F. Lopes, *O Telejornal e o serviço público* (pp. 11-14). Coimbra: Minerva.
- Sousa, V. M. F. O. (2015). *Da 'portugalidade' à lusofonia*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://tinyurl.com/y8h7s3p9>
- Sparks, C. (2000). The panic over tabloid news. In C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: global debates over media standards* (pp. 1-40). Boston: Rowman et Littlefield Publishers.
- Wu, H. D. (1998). Investigating the determinants of international news flow: a meta-analysis. *Gazette*, 60(6), 493-512. <https://doi.org/10.1177/0016549298060006003>
- Wu, D. (2003). Homogeneity around the world? Comparing the systematic determinants of international news flow between developed and developing countries. *Gazette*, 65(1), 9-24. DOI: 10.1177/0016549203065001134
- Wu, D. (2004). The world's window to the world: an overview of 44 nation's international news coverage. In C. Paterson & A. Sreberny (Eds.), *International news in the twenty-first century* (pp. 95-108). Eastleigh: John Libbey Publishing.

Citação:

Lopes, A. S., Silvestre, C. & Rocha, J. M. (2019). As eleições de Cabo Verde (2016) nos média portugueses generalistas. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 305-317). Braga: CECS.

JULIA ALVES BRASIL & ROSA CABECINHAS

juliaalvesbrasil@gmail.com; cabecinhas@ics.uminho.pt

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E PROCESSOS IDENTITÁRIOS: RELAÇÕES (PÓS)COLONIAIS E A CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA DA AMÉRICA LATINA

RESUMO

A partir do diálogo entre perspectivas dos Estudos Culturais e da Psicologia Social, objetivou-se, neste estudo, analisar as (meta)representações sociais de brasileiros, chilenos e mexicanos sobre a América Latina e os latino-americanos. Para tanto, realizou-se um inquérito com 213 estudantes universitários entre 18 e 35 anos, através de questionário online. A análise dos dados permite argumentar que, apesar da variedade de elementos evocados e da existência de especificidades nacionais, destacam-se vários aspectos comuns. Observou-se que, ainda que envolvessem elementos de cunho positivo e negativo, as representações sociais dos participantes acerca da América Latina foram mais centradas na diversidade (*cultural, racial, natural*) da região, consensualmente considerada positiva. Já as suas representações sociais sobre os latino-americanos tiveram como elementos mais centrais a alegria e a simpatia. Quanto ao que acreditam que os Outros pensam sobre a região e os seus habitantes, estas metarrepresentações foram constituídas, sobretudo, por estereótipos negativos, focados, por exemplo, na pobreza e na violência, e em aspectos relativos à expressividade e à falta de instrumentalidade, responsabilidade e autonomia dos latino-americanos. Os resultados permitem refletir sobre as relações entre identidades e representações sociais e sobre as (des)continuidades presentes nas relações (pós)coloniais entre os países da América Latina e demais partes do mundo.

PALAVRAS-CHAVE

América Latina; processos identitários; relações pós-coloniais;
representações sociais

INTRODUÇÃO

O processo de construção identitária dos indivíduos se dá a partir de imbricadas relações com as representações sociais, visto que estas

contribuem para a identificação e a diferenciação grupal, influenciando as relações intergrupais, assim como as identidades sociais atuam na (re)produção de diferentes representações sociais, em função das inserções dos indivíduos (Breakwell, 1993; Deschamps & Moliner, 2009; Howarth, 2002). Assim, ao falarmos sobre a pertença psicológica (Tajfel, 1981) de indivíduos a diferentes grupos nacionais e/ou supranacionais (como a América Latina), devemos buscar analisar como eles os representam, visto que “as nações [e os grupos supranacionais], para além de entidades políticas e territoriais, são também coletividades representadas” (Cruz & Arruda, 2008, p. 789).

Desse modo, as identidades se desenvolvem não apenas a partir de autodefinições e identificações, mas também a partir da comparação com a forma como os Outros nos representam, num processo que envolve demarcação de fronteiras de pertencimento e exclusão (Hall, 1996). Sobre tudo no caso de grupos minoritários¹, tais demarcações podem levar à disseminação de representações e práticas estigmatizantes (Howarth, 2006) e à essencialização destas categorias sociais (Wagner, Holtz & Kashima, 2009), que pode chegar ao afastamento destes grupos da categoria *humanos*, aproximando os seus membros dos outros animais e da natureza (Marcu & Chrysochoou, 2005; Pérez, Moscovici & Chulvi, 2002). Tal diferenciação extrema entre os grupos (ainda que por vezes feita de formas “sutis” e por meio de estereótipos “positivos”) pode se dar, principalmente, pelo processo de ontologização (Pérez et al., 2002), mediante a associação de atributos mais ligados à cultura (como, razão e autonomia) ao endogrupo², geralmente, um grupo dominante, e de atributos mais associados à natureza (como, docilidade e dependência emocional) ao exogrupo, em geral, um grupo minoritário (Deschamps, Vala, Marinho, Lopes & Cabecinhas, 2005). Essa aproximação do Outro à animalidade e à natureza é um processo que fez parte da construção da América Latina³ (Jahoda, 1999), desde o “primeiro encontro” com os europeus que chegaram a este

¹ De notar que a expressão “grupo minoritário” não se refere necessariamente a grupos minoritários em termos numéricos, mas sim em termos simbólicos, correspondendo a grupos privados de poder ou com baixo estatuto social percebido.

² Conforme pressupostos da Teoria da Identidade Social (Tajfel, 1981), as expressões *endogrupo* (*ingroup*) e *próprio grupo* referem-se ao grupo de pertença dos indivíduos; e as expressões *exogrupo* (*outgroup*) e *grupo de relação* referem-se aos outros grupos de comparação.

³ Para mais informações sobre o processo de construção da América Latina, ver: Bethell, 1990; Burns e Charlip, 2002; Williamson, 2009. Além disso, para mais discussões acerca do conceito de América Latina e sobre os países que a compõem, ver: Brasil, 2017; Farret & Pinto, 2011; Organização das Nações Unidas, 2016.

território, de forma que “a questão do Outro” (Todorov, 1983) ocupa um lugar fundamental nessa construção e remonta a formas mais antigas de se relacionar com este Outro.

Diante dessas considerações, nesta investigação associamos recursos teóricos dos Estudos Culturais e da Psicologia Social. No que respeita aos Estudos Culturais (por exemplo, Canclini, 2010; Hall, 1996; Quijano, 2005), empregamos especialmente discussões dos Estudos Pós-Coloniais (por exemplo, Bhabha, 1990), que pressupõem um olhar crítico e contestador de narrativas prévias legitimadoras de relações de poder e dominação, e evidenciam continuidades do colonialismo como forma de relação social (Quijano, 2005; Santos, 2004). Da Psicologia Social, empregamos principalmente a Teoria da Identidade Social (TIS) (por exemplo, Tajfel, 1981) e a Teoria das Representações Sociais (TRS) (por exemplo, Moscovici, 1961/2004).

Segundo a TIS, compreendemos a identidade social como um processo relacional, podendo os indivíduos possuir tantas identidades quantos sejam os grupos sociais aos quais consideram pertencer (Tajfel, 1981). Segundo a TRS, as representações sociais são formas de saber do senso comum sobre diferentes objetos sociais, que permitem explicar a realidade, auxiliando na elaboração de comportamentos e facilitando os processos comunicativos (Moscovici, 1961/2004). Utilizamos neste estudo a abordagem estrutural da TRS ou Teoria do Núcleo Central (TNC) (Abric, 1993, 1998). De acordo com essa perspectiva, as representações sociais se organizam internamente a partir de um núcleo central e um sistema periférico, que são complementares e interligados. O núcleo central é constituído dos elementos mais estáveis e consensuais das representações sociais. Já o sistema periférico apresenta elementos mais flexíveis, sensíveis a mudanças e ao contexto imediato, comportando contradições, experiências individuais, portanto, a heterogeneidade do grupo (Abric, 1993).

Dessa forma, neste estudo objetivamos analisar as representações e as metarrepresentações sociais de mexicanos, chilenos e brasileiros sobre a América Latina e os latino-americanos. Ou seja, buscamos compreender o que indivíduos destes três países pensam sobre a América Latina e os latino-americanos e o que acham que quem não é da América Latina pensa sobre a região e sobre as pessoas que dela procedem.

MÉTODO

PARTICIPANTES

Participaram nesta investigação 213 estudantes de cursos de graduação e pós-graduação de três países latino-americanos (54 mexicanos, 47 chilenos e 112 brasileiros), com idades entre 18 e 35 anos (64,32% mulheres; idade $M = 25,43$, $DP = 3,83$). Constituíram-se, portanto, como amostras de conveniência, de forma que os resultados aqui apresentados não podem ser generalizados às populações destes países e da América Latina como um todo.

PROCEDIMENTOS DE RECOLHA DOS DADOS

Utilizou-se como instrumento de recolha dos dados um questionário online, que continha, dentre outras perguntas, quatro questões de evocação livre: duas a partir do termo indutor *América Latina* e duas com o termo indutor *latino-americanos*. A primeira questão de evocação sobre cada um destes termos referia-se às representações sociais que os respondentes possuíam sobre a América Latina e os latino-americanos, a partir da(s) pergunta(s): “o que você pensa, sente, imagina quando se fala em *América Latina/latino-americanos*? Escreva cinco palavras ou frases que vêm à sua cabeça”. Já a segunda questão era relativa às metarrepresentações, às crenças de brasileiros, mexicanos e chilenos sobre como as pessoas que não são da região representam a América Latina e os latino-americanos, por meio da(s) pergunta(s): “O que você acha que as pessoas que não são da América Latina pensam sobre a *América Latina/os latino-americanos*? Escreva cinco palavras ou frases que vêm à sua cabeça”. Após cada uma destas questões pedia-se aos respondentes para avaliarem como positivas ou negativas as expressões que haviam evocado, usando uma escala que variava de um (muito negativo) a sete (muito positivo).

Após as questões de evocação, havia perguntas abertas sobre os porquês destas respostas. Porém, neste estudo, não os analisaremos pormenorizadamente, mas os utilizaremos como fonte de contextualização das respostas e melhor embasamento das análises. Ressalta-se, ainda, que os instrumentos foram adaptados para o Português e o Espanhol, segundo os países considerados.

PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Utilizou-se o software IBM SPSS Statistics 20 para análises de estatística descritiva com relação aos dados sociodemográficos e às avaliações

dos termos evocados. Para o tratamento dos dados referentes às questões de evocação livre, utilizou-se o software EVOC 2003 (Vergès, 2000), que organiza os dados segundo a média da ordem de evocação e da frequência absoluta das palavras mencionadas, gerando quatro quadrantes que constituem a estrutura dessas representações sociais, conforme pressupostos da TNC (Abric, 1993). Desse modo, o primeiro quadrante constitui o núcleo central e concentra elementos evocados de forma mais frequente e entre as primeiras posições; o segundo quadrante corresponde à chamada periferia próxima ou primeira periferia, com elementos que não foram tão prontamente evocados, mas que tiveram alta frequência; o terceiro quadrante se constitui como a zona de contraste, e envolve elementos mais prontamente lembrados, contudo, de forma menos frequente; e o quarto quadrante, que constitui a periferia distante ou segunda periferia, contém elementos evocados com menor frequência e de maneira não imediata (Wachelke & Wolter, 2011).

No âmbito deste trabalho, abordaremos apenas os elementos comuns ao núcleo central das três amostras, destacando, também, alguns componentes do sistema periférico dessas representações e particularidades de cada amostra, que possam auxiliar nas nossas reflexões. A descrição detalhada de todos os elementos presentes nos quadrantes encontra-se em trabalho anteriormente publicado (Brasil, 2017).

RESULTADOS

O QUE “NÓS” PENSAMOS SOBRE A AMÉRICA LATINA E OS LATINO-AMERICANOS

Os elementos comuns ao núcleo central das representações sociais dos participantes sobre a América Latina são: “diversidade” e “diversidade cultural”. Quando os participantes evocavam apenas a palavra *diversidade*, de forma mais geral, mantivemos essa nomeação. Quando utilizavam expressões referindo-se às riquezas culturais e à diversidade cultural, codificamo-las como “diversidade cultural”. Quando as respostas eram relativas às riquezas e à diversidade de paisagens naturais, as agrupamos na categoria “natureza”. E, quando os participantes se referiam às misturas raciais, à miscigenação (termo mais usado pelos brasileiros) ou à mestiçagem (termo mais usado pelos chilenos e mexicanos), agrupamos sob a categoria “mestiçagem”⁴. Porém, estas categorias têm em comum a referência a di-

⁴O elemento “mestiçagem” foi positivamente avaliado nos três países e esteve presente no núcleo central das representações dos chilenos e na zona de contraste das representações de brasileiros e

ferentes faces da diversidade, ramificando-se em diferentes elementos no campo representacional.

Outros elementos positivamente avaliados também destacados nas representações dos estudantes são: “alegria” (núcleo central no Brasil e zona de contraste no Chile e no México); “simpatia”, que envolve também cordialidade e receptividade (núcleo central no México, primeira periferia no Brasil e segunda periferia no Chile); “resistências e lutas” (zona de contraste no Chile e segunda periferia no Brasil e no México) para superar dificuldades existentes na região; elementos relativos ao “clima tropical” presente em grande parte da região (núcleo central no Brasil e segunda periferia no México); além de evocações referentes à presença e qualidade da sua “dança e música” (também no núcleo central no Brasil e na segunda periferia no México), ao “futebol” (periferia distante no Chile), bem como à “comida” (primeira periferia no México e periferia distante no Brasil), às “cores” (zona de contraste no Chile e segunda periferia no Brasil), e às “festas” (zona de contraste no México e periferia distante no Brasil).

Ao lado dos elementos positivos no núcleo central dessas representações, convivem elementos negativos, que, apesar de diferentes em cada país, estão associados entre si e também a demais elementos presentes na periferia destas representações. Dessa forma, o “subdesenvolvimento” (núcleo central no Brasil, zona de contraste no Chile e periferia distante no México), está intimamente relacionado às “desigualdades” – social, econômica, etc. – (núcleo central no Chile, primeira periferia no Brasil e segunda periferia no México), à “pobreza” (segunda periferia no Brasil e no México e zona de contraste no Chile) e à “violência” (segunda periferia no Brasil e no México) e todos estes são processos que se intensificam com a “corrupção” (núcleo central no México, zona de contraste no Chile e periferia distante no Brasil) nestes países.

Os respondentes também destacam diferentes momentos da história da região, como a “colonização” (zona de contraste no Brasil e segunda periferia no México) e as suas consequências. Assim, de acordo com os participantes, a exploração (dos indivíduos e da natureza) não é exclusividade do período colonial, existindo, mesmo que de outras maneiras, nos dias atuais, nos quais há, ainda, uma relação de “colonialidade” (núcleo central do Chile e segunda periferia no Brasil e no México). Tal colonialidade se traduz, segundo os estudantes que a mencionaram, em relações de

mexicanos. Podem existir diferentes compreensões acerca deste conceito: como indicativo de mistura racial ou de uma mistura que engloba não apenas a ideia de raça, mas também a cultura. Para discussões sobre o conceito de mestiçagem, ver: Almeida (2000), Amado (2012) e Anzaldúa (1987).

dependência, de subalternidade para com países mais poderosos no cenário atual, sobretudo os Estados Unidos da América (EUA), fazendo com que a América Latina se configure como “uma colônia informal das potências econômicas”, pois “ainda continua tentando ser o Ocidente depois de 200 anos de grandes fracassos”, segundo palavras de dois estudantes mexicanos, por exemplo.

Com relação às representações sociais dos participantes sobre os “latino-americanos”, os elementos que possivelmente constituem o núcleo central são: “alegres” e “simpáticos”, ambos com avaliações muito positivas. Associados a eles, outro elemento, positivamente avaliado, que também compõe o núcleo central das representações dos brasileiros e mexicanos é “trabalhadores”, o qual aparece na zona de contraste no Chile. Além destes elementos positivos em comum, outros também estão presentes tanto no núcleo central quanto no sistema periférico nas três amostras, como a “diversidade” (zona de contraste nos três países) e a “diversidade cultural” (primeira periferia no Brasil e no México e segunda periferia no Chile). Ademais, um elemento de cunho positivo muito evocado foi a capacidade dos latino-americanos para resistir às dificuldades, tornando-os “lutadores” (primeira periferia nas três amostras).

Globalmente, tanto o que pensam sobre a América Latina quanto sobre os latino-americanos envolve elementos similares, positivos e negativos, ainda que, com relação às pessoas da região, sejam elencados mais itens positivamente avaliados do que com relação ao território.

O QUE OS “OUTROS” PENSAM SOBRE A AMÉRICA LATINA E OS LATINO-AMERICANOS

No que respeita às metarrepresentações dos participantes acerca da América Latina, ou seja, sobre o que acham que quem não é da América Latina pensa acerca da região, os elementos que possivelmente constituem o núcleo central são: “pobreza” e “violência”. Tais elementos são acompanhados por outros de cunho negativo, não apenas no núcleo central, mas também no sistema periférico, como: “subdesenvolvimento” (núcleo central no Chile e no México e primeira periferia no Brasil), “desigualdade” (segunda periferia no Brasil e no Chile), “atraso” – econômico, social e cultural (zona de contraste no Brasil e no México), “objetificação do corpo/conteúdo sexual” (primeira periferia no Brasil e segunda periferia no Chile e no México), “ignorância” (núcleo central no Brasil, primeira periferia no México e segunda periferia no Chile), e “selvagem/não civilizada” (periferia próxima no Brasil e periferia distante no Chile).

Também estão presentes alguns dos elementos positivos evocados com relação ao que eles próprios pensam sobre a América Latina, como: “alegria” (primeira periferia no Brasil, zona de contraste no México e segunda periferia no Chile), “simpatia” (núcleo central no Chile e periferia próxima no Brasil e no México), “dança/música” (periferia próxima no Brasil e no Chile e periferia distante no México), “festas” (núcleo central no México e no Brasil e zona de contraste no Chile) “clima tropical” (primeira periferia no Brasil e segunda periferia no México) e “turismo” (núcleo central no Brasil e no Chile e periferia distante no México). Entretanto, a maior parte destes elementos possuíram avaliações mais positivas quando se referiram às representações dos participantes sobre o objeto investigado. Ao se relacionarem ao que acham que os outros pensam sobre a América Latina, alguns passam a ter avaliações mais próximas do valor “neutro” da escala – como os elementos “natureza, festas e clima tropical”, especialmente na amostra brasileira.

No que respeita ao que os respondentes acreditam que quem não é da América Latina pensa sobre os indivíduos da região, destacam-se também os elementos: “alegres” e “simpáticos”, contudo, acompanhados pelo elemento (negativamente avaliado) “pobres”. Os participantes também consideram que os latino-americanos são representados como “violentos, delinquentes e perigosos” (núcleo central no Brasil e no Chile e primeira periferia no México), “ignorantes” (núcleo central no México e primeira periferia no Brasil e no Chile) e “preguiçosos” (núcleo central no Brasil e no México e zona de contraste no Chile), todos elementos negativamente avaliados. Ademais, acreditam ser representados como “festeiros” (núcleo central no Brasil e no México e segunda periferia no Chile), elemento com avaliações próximas aos quatro valores na escala utilizada; e “atraentes/sensuais” (núcleo central no Brasil, zona de contraste no México e segunda periferia no Chile), categoria análoga à “objetificação do corpo/conteúdo sexual”, e que contém respostas referentes à aparência, fisicalidade, sexualidade e sensualidade e, sobretudo, ao “corpo da mulher” e à sua “disponibilidade sexual” (avaliação média negativa, especialmente entre participantes brasileiros).

Finalmente, com relação às razões pelas quais evocaram estes elementos, os respondentes frisaram aspectos relativos ao processo de construção da região, especialmente ao seu passado colonial e a algumas continuidades ainda presentes em diferentes países latino-americanos, envolvendo diversos fatores, como história, cultura, política, economia, geografia, além de também ressaltarem o papel dos media na difusão de estereótipos negativos sobre a América Latina em outras partes do mundo.

DISCUSSÃO

A análise dos resultados permitiu identificar algumas especificidades nacionais. Por exemplo, entre respondentes brasileiros, notam-se elementos que remetem tanto a um posicionamento como parte do endogrupo (América Latina), compartilhando elementos também evocados pelos participantes chilenos e mexicanos, quanto elementos que parecem se relacionar a um afastamento da região, e a uma projeção de características do subgrupo (Brasil) no grupo supranacional (América Latina) (Wenzel, Mummendey & Waldzus, 2007). Tais resultados refletem o histórico distanciamento deste país com relação aos demais países latino-americanos (Onuki, Mouron & Urdinez, 2016). Já os participantes chilenos parecem partilhar mais representações sociais polêmicas (Moscovici, 1988) sobre a América Latina, ao destacarem elementos mais críticos sobre o processo de construção da região. E, entre os respondentes mexicanos, houve mais evocações de termos referentes à identificação destes indivíduos com a região (no sistema periférico), além de termos específicos às metarrepresentações nessa amostra, como “fragilidade econômica, pouca tecnologia, migrações e homogeneização”, que podem estar associados às suas relações com os EUA, exogrupo dominante, em relação ao qual há um constante processo de comparação social (Tajfel, 1981).

Apesar das especificidades nacionais, destacaram-se vários aspectos comuns. Verificou-se, nos três países, a presença de elementos relativos a representações hegemônicas (Moscovici, 1988) sobre a América Latina e os latino-americanos, constituídas por estereótipos positivos e negativos sobre estes objetos sociais. Apesar da existência de elementos mais consensuais no núcleo central dessas representações, observam-se, ainda, representações sociais polêmicas (Moscovici, 1988), especialmente no sistema periférico, com elementos que indicam uma valorização da história e dos habitantes da região, associados a outros que se configuram como uma denúncia da permanência de processos de colonialidade do poder (por exemplo, Grosfoguel, 2008; Quijano, 2005), do ser e do saber (por exemplo, Maldonado-Torres, 2007), e que, por vezes, se fazem presentes também de forma mais central, como no caso da amostra chilena.

Houve mais elementos positivamente avaliados nas representações dos participantes sobre o próprio grupo supranacional do que com relação às representações que eles pensam que quem não é da América Latina compartilha sobre o seu grupo. A diferença na avaliação destes elementos deve-se ao fato de que, nas metarrepresentações, esses aspectos se tornam ainda mais estereotípicos. Há uma essencialização (Wagner et al., 2009)

das características relacionadas à região e aos indivíduos que dela provêm, conferindo a eles atributos mais ligados à natureza, conforme evidenciado, por exemplo, nos elementos “ignorantes, selvagens” e, ainda, nos termos ligados à categoria “objetificação do corpo/conteúdo sexual”, que remetem às representações historicamente associadas às mulheres latinas, sobretudo, as brasileiras, como sugerem os participantes, percebendo-as como um “corpo colonial” (Gomes, 2013; Oliveira, Cabecinhas & Ferin-Cunha, 2011), hiperssexualizado e disponível.

De forma geral, os resultados se assemelham àqueles encontrados em estudos envolvendo diferentes grupos minoritários, em contextos variados (por exemplo, Bonomo & Souza, 2013; Cabecinhas & Amâncio, 2004). Desse modo, tanto nas representações quanto nas metarrepresentações, há elementos que associam os latino-americanos à expressividade, à sociabilidade positiva e ao exotismo. Ademais, especialmente nas metarrepresentações, há elementos referentes à instrumentalidade negativa, além de degeneração e vícios. No entanto, entre as representações dos participantes sobre a América Latina e os latino-americanos, destacam-se, também, elementos que remetem à força, resistência e persistência para lutar contra as adversidades, e elementos referentes à solidariedade grupal (Cabecinhas & Amâncio, 2004).

Há, portanto, por parte destes indivíduos, um reconhecimento dos estereótipos negativos usualmente direcionados ao endogrupo (evidenciados nas metarrepresentações) e da sua condição minoritária no cenário mundial. Porém, face ao reconhecimento do seu pertencimento a um grupo ao qual foram historicamente dirigidos estereótipos negativos, relacionados, sobretudo, à animalidade e à infantilidade (Jahoda, 1999), os indivíduos buscam ressignificar estes estereótipos negativos, para garantir a distintividade positiva do seu grupo (Tajfel, 1981). Por exemplo, a *diversidade*, elemento central nas representações sociais dos participantes sobre a América Latina, é um aspecto que deriva da ideia da “mistura” (social, cultural, racial), que, durante o período colonial, portava uma ideia de impureza e degeneração, funcionando como base para explicar as representações compartilhadas acerca dos povos colonizados, por meio de elementos, como preguiça, corrupção, falta de aptidão intelectual, entre outros (Jahoda, 1999; Jovchelovitch, 2012). Entretanto, conforme discute Jovchelovitch (2012), sobretudo a partir de meados do século XIX, novas representações foram articuladas, de modo a enfatizar o potencial criativo e a sociabilidade que vêm dessa mistura das diferenças. Desenvolveram-se, assim, narrativas históricas sobre a construção dessas novas nações independentes,

fazendo com que a ideia da mestiçagem se tornasse o mito fundacional dessas “comunidades imaginadas” (Anderson, 1983/2008), de modo que “*mestiço* se tornou sinônimo de latino-americano” (Amado, 2012, p. 448). Contudo, ressalta-se que tal ideia da “mistura” e da pluralidade, envolvendo uma suposta convivência harmônica entre diferentes Outros, pode esconder também um racismo disfarçado e um processo de exclusão social de diferentes grupos, como negros e indígenas, mediante a justificativa da hibridação ou mestiçagem (Barabas, 2000; Jovchelovitch, 2012), como, muitas vezes, ocorreu durante a história dos países latino-americanos.

Assim, a construção da América Latina como uma “comunidade imaginada” (Anderson, 1983/2008) envolve relações polêmicas e ambíguas entre diferentes atores sociais, e entre diferentes categorias e conceitos, como classe social, raça, gênero, sexualidade, entre outros, que se intersectam na construção dos grupos nacionais e supranacionais, em meio a relações de poder (Bhabha, 1990; Wade, 2001) e a partir de negociações entre continuidades e mudanças, entre passado e presente (Brasil & Cabecinhas, 2017), entre consenso e dissenso, entre identificação e exclusão, entre “Nós” e “Outros”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo permitiu refletir sobre as relações entre identidades e representações sociais, apresentando diferentes (re)construções acerca da América Latina enquanto categoria social de pertença. Possibilitou, ainda, evidenciar (des)continuidades relativas ao passado colonial da região e que tiveram/têm grande influência no processo de construção dos países latino-americanos (Brasil & Cabecinhas, 2017).

Nesse sentido, sublinha-se que, apesar de algumas transformações nos estereótipos negativos atribuídos a diferentes grupos minoritários, e, especificamente, aos latino-americanos, muitos dos significados relacionados a eles ainda se mantêm, porém de formas mais “sutis”. Desse modo, faz-se necessário conhecer os Outros por eles mesmos, compreendendo suas representações sociais sobre seus próprios grupos, a fim de possibilitar maior empatia e compreensão sobre a perspectiva do Outro (Sammut, 2010). Assim, será possível desenvolver novas representações e práticas sociais dirigidas a estes grupos, que não impliquem um encobrimento do Outro (Dussel, 1993), mas a possibilidade de redescobri-lo (Jovchelovitch, 2002), por meio do respeito e do diálogo intercultural. Esperamos que este estudo tenha contribuído para ouvir o que estes latino-americanos pensam

sobre eles mesmos e discutir sobre permanências e transformações envolvidas nessas representações, que também influenciam nas vivências dos indivíduos.

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa contou com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES/Brasil.

REFERÊNCIAS

- Abric, J. C. (1993). Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on Social Representations*, 2(2), 75-78. Retirado de http://www.psych.lse.ac.uk/Psr/PSR1993/2_1993Abric.pdf
- Abric, J. C. (1998). A abordagem estrutural das representações sociais. In A. S. P. Moreira & D. C. Oliveira (Eds.), *Estudos interdisciplinares de representação social* (pp. 27-38). Goiânia: AB.
- Almeida, M. V. (2000). *Um mar cor de terra: raça, cultura e política da identidade*. Oeiras: Celta Editora.
- Amado, M. L. (2012). The “new mestiza”, the old mestizos: contrasting discourses on mestizaje. *Sociological Inquiry*, 82(3), 446-459. DOI: 10.1111/j.1475-682X.2012.00411.x
- Anderson, B. (1983/2008). *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Anzaldúa, G. (1987). *Borderlands. La frontera – the new mestiza*. San Francisco: Aunt Lute Book.
- Barabas, A. M. (2000). La construcción del indio como bárbaro: de la etnografía al indigenismo. *Alteridades*, 10(19), 9-20. Retirado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74701902>
- Bethell, L. (1990). *Historia de América Latina*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Bhabha, H. K. (1990). *Nation and narration*. Londres: Routledge.
- Bonomo, M. & Souza, L. de (2013). Representações hegemônicas e polêmicas no contexto identitário rural. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 31(2), 402-418. Retirado de <http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v31n2/v31n2a08.pdf>
- Brasil, J. A. (2017). *América Latina em foco: processos identitários e representações sociais entre latino-americanos migrantes e não migrantes*. Tese de Doutorado, Universidade do Minho, Braga, Portugal.

- Brasil, J. A. & Cabecinhas, R. (2017). Social Representations of Latin American History and (Post)Colonial Relations in Brazil, Chile and Mexico. *Journal of Social and Political Psychology*, 5(2), 537-557. DOI: 10.5964/jsp.1512.701
- Breakwell, G. M. (1993). Social representations and social identity. *Papers on Social Representations*, 2(3), 198-217. Retirado de http://www.psych.lse.ac.uk/Psr/PSR1993/2_1993Brea2.pdf
- Burns, E. P. & Charlip, J. A. (2002). *Latin America: a concise interpretative history*. Nova Jérícia: Pearson Education.
- Cabecinhas, R. & Amâncio, L. (2004). *Dominação e exclusão: representações sociais sobre minorias raciais e étnicas*. Comunicação apresentada no V Congresso Português de Sociologia: Sociedades Contemporâneas: Reflexividade e Acção. Universidade do Minho, Braga.
- Canclini, N. G. (2010). *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras.
- Cruz, A. C. D. & Arruda, A. (2008). Por um estudo do ausente: a ausência como objetivação da alteridade em mapas mentais do Brasil. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 8(3), 789-806. Retirado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=451844627016>
- Deschamps, J. C. & Moliner, P. (2009). *A identidade em psicologia social: dos processos identitários às representações sociais*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Deschamps, J. C., Vala, J., Marinho, C., Lopes, R. C. & Cabecinhas, R. (2005). Intergroup relations, racism and attribution of natural and cultural traits. *Psicología Política*, 30, 27-39. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/2710>
- Dussel, H. (1993). *1492: o encobrimento do outro: a origem do mito da modernidade*. Petrópolis: Vozes.
- Farret, R. L. & Pinto, S. R. (2011). América Latina: da construção do nome à consolidação da ideia. *Topoi*, 12(23), 30-42.
- Gomes, M. S. (2013). O imaginário social < Mulher Brasileira > em Portugal: uma análise da construção de saberes, das relações de poder e dos modos de subjetivação. *Dados*, 56(4), 867-900. DOI: 10.1590/S0011-52582013000400005
- Grosfoguel, R. (2008). Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 80, 115-147. Retirado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2763903>
- Hall, S. (1996). Introduction: who needs 'identity'? In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1-17). Londres: SAGE Publications.
- Howarth, C. (2002). Identity in whose eyes? The role of representations in identity construction. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 32(2), 145-162. DOI: 10.1111/1468-5914.00181

- Howarth, C. (2006). A social representation is not a quiet thing: exploring the critical potential of social representations theory. *British Journal of Social Psychology*, 45(1), 65-86. DOI: 10.1348/014466605X43777
- Jahoda, G. (1999). *Images of savages: ancient roots of modern prejudice in Western culture*. Nova Iorque e Londres: Routledge.
- Jovchelovitch, S. (2002). Re(des)coabrindo o outro – para um entendimento da alteridade na teoria das representações sociais. In A. Arruda (Ed.), *Representando a alteridade* (pp. 69-82). Petrópolis: Vozes.
- Jovchelovitch, S. (2012). Narrative, memory and social representations: a conversation between history and social psychology. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 46(4), 440-456. DOI: 10.1007/s12124-012-9217-8
- Maldonado-Torres, N. (2007). Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. In S. Castro-Gómez & R. Grosfoquel (Eds.), *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 127-167). Bogotá: Siglo del Hombre.
- Marcu, A. & Chrysochoou, X. (2005). Exclusion of ethnic groups from the realm of humanity: prejudice against the Gypsies in Britain and in Romania. *Psicología Política*, 30, 41-56. Retirado de <http://eprints.soton.ac.uk/359384/>
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European journal of social psychology*, 18(3), 211-250. DOI: 10.1002/ejsp.2420180303
- Moscovici, S. (1961/2004). *La psychanalyse son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Oliveira, F., Cabecinhas, R. & Ferin-Cunha, I. (2011). Retratos da “mulher brasileira” nas revistas portuguesas. In *Anais do VII ENECULT - Encontros de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Universidade Federal da Bahia, Salvador. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/19851>
- Onuki, J., Mouron, F. & Urdinez, F. (2016). Latin American Perceptions of Regional Identity and Leadership in Comparative Perspective. *Contexto Internacional*, 38(1), 45-77. DOI: 10.1590/S0102-8529.2016380100012
- Organização das Nações Unidas, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2016). *International Migration Report 2015 (ST/ESA/SER.A/384)*.
- Pérez, J. A., Moscovici, S. & Chulvi, B. (2002). Natura y cultura como principio de clasificación social - Anclaje de representaciones sociales sobre minorías étnicas. *Revista de Psicología Social*, 17(1), 51-67. DOI: 10.1174/021347402753408668
- Quijano, A. (2005). Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In E. Lander (Ed.), *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas* (pp. 227-278). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Colección Sur Sur, CLACSO.

- Sammut, G. (2010). Points of view and the reconciliation of identity oppositions: examples from the Maltese in Britain. *Papers on Social Representations*, 19(1), 9.1-9.22.
- Santos, B. S. (2004). *Do pós-moderno ao pós-colonial e para além de um e outro*. Conferência de abertura ao VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Coimbra.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: studies in social psychology*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- Todorov, T. (1983). *A conquista da América: a questão do Outro*. São Paulo: Martins Fontes.
- Vergès, P. (2000). *EVOG – Ensemble de Programmes permettant l'analyse des évocations: manual version 2*. Aix-en-Provence: LAMES.
- Wachelke, J. & Wolter, R. (2011). Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 27(4), 521-526. DOI: 10.1590/S0102-37722011000400017
- Wade, P. (1997). *Race and ethnicity in Latin America*. Londres: Pluto Press.
- Wagner, W., Holtz, P. & Kashima, Y. (2009). Construction and deconstruction of essence in representing social groups: identity projects, stereotyping and racism. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 39(3), 363-383. DOI: 10.1111/j.1468-5914.2009.00408.x
- Wenzel, M., Mummendey, A. & Waldzus, S. (2007). Superordinate identities and intergroup conflict: the ingroup projection model. *European Review of Social Psychology*, 18(1), 331-372. DOI: 10.1080/10463280701728302
- Williamson, E. (2009). *História da América Latina*. Lisboa: Edições 70.

Citação:

Brasil, J. A. & Cabecinhas, R. (2019). Representações sociais e processos identitários: relações (pós) coloniais e a construção simbólica da América Latina. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 318-332). Braga: CECS.

KARIN N. R. INDART & MANUEL A. F. DA SILVA

jkindart@yahoo.com.br; masilva@ie.uminho.pt

CIED, IE-UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

A LÍNGUA PORTUGUESA E A MITOGÉNESE DA NAÇÃO TIMORENSE

RESUMO

Neste artigo tomamos como referência teórica Bell (2003) a fim de debater o “panorama mitológico” nacional atual em Timor-Leste. Para o autor é mais apropriado o termo “panorama mitológico”, pois o mito de origem dominante e oficial coexiste e é contestado por mitos subalternos e essa concorrência dinâmica é constante. Para caracterizarmos a mitogéneze oficial, analisamos o discurso de quatorze gestores e conceptores de políticas educativas sobre as decisões linguísticas feitas no sistema de educação timorense após a independência e comprovamos o papel central da língua portuguesa na narrativa de origem nacional. Analisamos o significado mítico da língua portuguesa em Timor-Leste – mais especificamente a visão fatalista (seu caráter de inevitabilidade no porvir do País, ainda que apenas no plano simbólico) em relação ao futuro desta língua no país, uma vez que quase todos os entrevistados demonstraram um grande otimismo em relação à permanência e disseminação do Português e sua importância central para a construção da identidade nacional.

PALAVRAS-CHAVE

Panorama mitológico; mitogéneze nacionalista oficial; identidade nacional; língua portuguesa

INTRODUÇÃO

A justificativa comum para diferenciar a identidade leste timorense para com a identidade indonésia foi a colonização portuguesa e esta teria deixado a religião católica e a língua portuguesa como heranças principais e permanentes. Porém, após conquistar o direito à autogestão do país, a Assembleia Constituinte oficializou a língua portuguesa como língua oficial e de instrução, apesar de apenas 5% da população ser falante de português,

tendo decidido optar igualmente por um Estado laico, mesmo com mais de 90% da população professando a religião católica (Bolina, 2005, pp. 184-185). Isso nos leva a discutir a forte relação que a língua tem com a imaginada “Pátria” timorense, desde os tempos da resistência e luta contra a invasão indonésia. Antunes (2014) argumenta que pelo facto de apenas a elite ter tido acesso real à e ao domínio da língua portuguesa, foi inicialmente somente essa mesma elite quem possuía uma consciência de uma identidade nacional comum que pudesse unir os diversos povos leste-timorenses e, por essa razão, sempre insistiu na língua portuguesa (LP) como elemento fundamental da mitogénese.

No âmbito de investigações doutorais, analisaremos o discurso de 14 conceptores e gestores de políticas educativas sobre as decisões linguísticas feitas no sistema de educação timorense após a independência. Todas as entrevistas foram organizadas segundo a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 1977; Quivy & Campenhoudt, 2008; Vala, 1986). São as afirmações destes entrevistados que dão origem à discussão aqui apresentada. Utilizamos uma abordagem qualitativa (Bogdan & Biklen, 1994) para esta análise.

Buscamos como base teórica para tal discussão o texto de Bell (2003) sobre o “panorama mitológico”. Estamos cientes de que o discurso dos entrevistados pode ser caracterizado como mitogénese oficial, porém, não é o único mito de origem existente no país e por essa razão também trataremos do panorama mais vasto dos mitos concorrentes.

PANORAMA MITOLÓGICO

Bell (2003, p. 63) traz ao debate dois conceitos importantes para a identidade nacional: a memória coletiva e a mitologia da nação. Para o autor, é importante distinguir claramente as duas concepções pois, não só são os dois conceitos distintos, como também podem agir em oposição um ao outro, por essa razão o autor procura diferenciá-los no seu artigo.

Esta abordagem compreende memória como uma propriedade social - moldado de mentes individuais, e (a seguir a partir deste) memória coletiva - ou o que é referido com mais precisão à lembrança como coletiva - para ser o produto de indivíduos (ou grupos de indivíduos) que se juntam para partilhar memórias de eventos específicos, de tempo passado. Como tal, a memória pode ser exteriorizado apenas através de vários atos de memória, através da interação social. Além disso, a memória pode ser compartilhada apenas por aqueles que estiveram

presentes no evento que está sendo lembrado: a memória é assim ancorada na experiência comum. Memória coletiva é, portanto, um fenômeno intersubjetivo experimentalmente formatado. (Bell, 2003, p. 65)

Bell (2003) explica que o conceito comum de “memória coletiva” não trata de lembranças coletivas de eventos comuns, mas de representações, conceituações e entendimentos compartilhados e devem ser considerados míticos, pois não são verdadeiramente mnemônicas. Porém,

formas “orgânicas” de recordação coletiva podem realmente funcionar contra o gérmen da narrativa dominante (ou “mitologia governante”) da nação, o alegado repositório de ‘memória’ coletiva nacional. A memória pode, assim, funcionar como um local contra-hegemônico de resistência, um espaço de oposição política. (Bell, 2003, p. 66)

Essa tensão é bastante evidente nas distintas memórias do colonialismo no tempo da ocupação, quando o mito governante da Indonésia era a integração e as lembranças de ex-colônia lusófona eram contra-hegemônicas. Na atualidade a geração identificada com a língua indonésia encontra nesta uma memória contra a hegemonia do mito governante da língua portuguesa. As memórias emotivas em relação à independência são diversas da mesma forma, só para citar dois grupos, temos a memória dos ex-guerrilheiros e da população mais ou menos assimilada à vida sob administração indonésia. Bell (2003, p. 66) declara que a luta pelo controle da memória dos povos e a formação de mitos nacionalistas é debatida, contestada e subvertida incessantemente e propõe um novo conceito, o de “panorama mitológico” [*mythscape*] que acomoda as narrativas múltiplas e muitas vezes conflitantes que são escritas e reescritas como um repositório perpetuamente em mutação para a representação do passado, mas como finalidade de reconstrução do presente. Reconhecemos que recompor a importância da língua portuguesa para a unidade da nação timorense tem uma ligação direta com a ressurreição da própria nação independente, depois de ser considerada, por quase todo o mundo, sem forças para um renascimento por duas décadas. A identidade nacional em contraposição com a identidade indonésia prevaleceu e assim também a língua que justificava a diferença identitária e a necessidade de autonomia. Se a nação renasce literalmente das cinzas, a língua portuguesa revive com ela e assim nasce um novo mito dominante de origem nacional. O “panorama mitológico”, no entanto, não é unânime como o mito dominante.

Para a criação de um mito nacional, todas as diferentes formas de teorização contam com a centralidade do modo nacionalista de contar histórias, na narração evocativa das ligações entre passado, presente e futuro, afirma Bell (2003). O mito precisa ser convincente em fazer a relação entre grupos e indivíduos, porque a força do nacionalismo deriva sobretudo da sua capacidade de criar um sentido de identidade. Assim sendo, os nacionalistas têm de ser capazes de contar um determinado tipo de história sobre a nação e sua importância, uma história que ressoa emotiva para as pessoas, que glorifica a nação, que é facilmente transmitida e absorvida (Bell, 2003, p. 66). Essa representação histórica é construída sobre a formação e constante renegociação de identidade. Este processo sem fim exige a auto-incorporação ou a localização do grupo dentro de uma matriz de outras identidades fluidas, todas elas sendo também parcialmente emolduradas por e constituídas através de representações temporalmente estendidas de si mesmas em relação aos outros (Bell, 2003, p. 67). Dessa forma, a nação multiétnica timorense precisa constantemente negociar uma identidade coletiva única para ser nação e ser Estado, contudo como as múltiplas identidades, como afirma Bell (2003), são conflitantes e fluidas, esse processo é contínuo, não tem fim. Teorias sobre a origem do nacionalismo podem diferir, porém as abordagens principais entrelaçam questões de narratividade e representação e a construção de histórias sobre identidade, origens, história e comunidade é fundamental em todas elas. Isto indica que a representação está intrinsecamente ligada ao processo de moldagem de uma identidade nacional através do sentimento de unidade com os outros membros da nação e compreender-se como parte de uma narrativa temporal alargada. Porém, o discurso nacionalista deve ser capaz de representar o desdobramento de tempo de tal modo que a nação assume um papel privilegiado e valorizado. Representação e discurso devem, portanto, ser vistos como características construtivas do nacionalismo, sustenta Bell (2003, p. 69). Mais uma vez atentamos que, para a liderança política timorense, a língua portuguesa (em conjunto com a língua tétum) é essencial no discurso da construção da nação e da unidade nacional das múltiplas etnias envolvidas e está no âmago do mito nacional, sem a qual não haveria justificativa para uma nação independente. Questionar a manutenção da língua é interrogar a autonomia sociolinguística de Timor-Leste em relação à Indonésia, algo extremamente ofensivo para a liderança que lutou arduamente para convencer o mundo de sua identidade nacional única.

Para forjar o mito de origem nacional as nações exibem uma forma de memória coletiva, uma memória que é de alguma forma encontrada

internamente e compartilhada entre muitos, talvez a maioria, dos membros de qualquer comunidade nacional, alega Bell (2003). A memória compartilhada da nação timorense é a própria luta recente pela independência – quem não concordava com a independência ficou na Indonésia – migrou. As testemunhas da história da independência ainda são vivas, simultaneamente coetâneas e contemporâneas. Neste caso, trata-se não apenas de mitologia de origem, mas de memória coletiva de facto. Então, a noção de compartilhar ideias, valores e interpretações quer reais, como a luta pela independência, quer eventos ou narrativas de origens antigas como os antepassados *luliks*¹ ou a *uma lisan*², localiza a coletividade dentro de uma história comum, a história constantemente reafirmada e reproduzida através de rituais e símbolos ressonantes. É essa memória que, conforme Bell (2003) deve ser denominada como mitologia, que atua como uma poderosa força de coesão. Eventos passados e recentes têm igual importância para a memória coletiva, pois todas as formas de identidade, coletiva ou individual, trazem uma concepção de seu passado e do futuro. Novamente argumentamos a significância central da língua portuguesa para a identidade nacional justamente por conter elementos, em simultâneo, do passado e do futuro nacional. Apesar da identidade timorense fundar-se a partir da língua portuguesa e da religião católica, apenas a língua tornou-se oficial. Essa decisão coloca um peso muito maior na “memória” da língua do que na religião.

Bell (2003) argumenta que uma experiência realmente mnemônica é um fenómeno que só os indivíduos podem possuir corretamente, assim sendo, a memória, não é transferível entre gerações. Esse é um ponto relevante principalmente quando o evento histórico em questão é recente o suficiente para coexistirem os membros da sociedade com memória real e os membros que apenas conhecem a narrativa oficial, como no caso da luta pela independência. Estabelece-se um conflito de identidade nacional intergeracional – quem esteve e quem não esteve “lá” na guerrilha. Também conflito entre quem lutou no exterior de forma diplomática e quem lutou dentro, “no mato”, com armas pela independência, pois tem memórias distintas da luta. Além disso só os que possuem a língua portuguesa como língua de identidade podem de facto ter uma memória emocional desta no tempo passado, quem nunca teve acesso a ela apenas pode receber informações de sua importância através da narrativa oficial da nação.

¹ *Lulik*: sagrado, conceito de força transcendental que rege a sociedade timorense.

² *Lisan*: quando a palavra é usada com o substantivo *uma* (casa) refere-se à linhagem genealógica, à origem familiar.

Realmente, a representação do passado, sustenta Bell, depende de fatores como a etnia, a classe, o sexo e a idade, fatores naturalmente conflitantes (2003, p. 73). O mito dominante regula como forma de impor um significado definido sobre o passado, sobre a nação e sua história, no entanto, tentativas de “descontestação” invariavelmente falham, pois sempre existem reivindicações contrárias e leituras alternativas. A história nunca será aceite de forma consistente e de um modo universal, até porque é escrita pelos mais poderosos. Conforme Bell (2003), o mito dominante coexiste e é contestado por mitos subalternos.

Obviamente, o conflito existente estende-se à língua nacional. Em contexto multilíngue, como o de Timor, nenhuma língua obterá unanimidade como representação do todo nacional e do nacionalismo. Isso não significa que ela não possa ser legitimamente usada como mito nacional na construção da identidade coletiva e do Estado. Como interroga Antunes (2014, p. 27), “será a própria identidade leste-timorense apenas uma invenção da elite?”. Apenas uma pequena elite tinha consciência de identidade nacional quando Portugal iniciou a descolonização e sempre desejou manter a língua portuguesa como oficial. Esta elite, até 1975, tinha “uma visão mítica da Língua Portuguesa” muito influenciada pela própria ocupação violenta da Indonésia. É este período fundamental para o nascimento de uma pátria imaginária (Antunes, 2014, p. 32). A língua portuguesa desempenhou um papel importante nesse processo de tomada de consciência, alega o Antunes (2014). A consciência nacional não se formou inicialmente em todos os timorenses, “foi então, uma pequena elite, herdeira dessa consciência lusófona e cristã, ainda hoje assumida, que avançou. E a língua portuguesa foi um dos esteios usados para erguer a, ainda mítica e sonhada, Pátria. Antunes (2014, p. 35) acredita que a pátria foi idealizada nos tempos de ocupação por pensadores lusófilos – aqueles que mesmo não conhecendo quase nada de língua e cultura portuguesa mantêm uma ligação afetiva com uma ideia de Portugal, dos portugueses e da lusofonia.

Neste artigo defendemos que o panorama mitológico de Timor é o processo dinâmico constante de reinterpretação do mito nacional – do avô crocodilo ao pai guerrilheiro e herói nacional. É uma mistura de mitos de origem fantástica, intervenção dos antepassados e do *lulik*, histórias de assimilação colonial, de luta heróica pela liberdade e penoso desenvolvimento pós-independência. Obviamente que a idade, a fé religiosa e cultura/língua de grupos distintos são fatores que contribuem para conviverem – nem sempre pacificamente – diferentes interpretações do mito e assim, contribuindo para um alargado panorama mítico.

MITOGÉNESE OFICIAL

Diante das pressões para a mudança de língua de instrução e da realidade da inconsistência da política de implementação da língua portuguesa, os gestores da educação entrevistados ainda insistem na importância desta para a nação e têm uma visão bastante otimista acerca da sua disseminação no futuro. Constatamos como a língua está relacionada com o mito governante e a construção da identidade nacional e estabelecimento do Estado. Quase todos os entrevistados demonstram um notável otimismo quanto à sua disseminação e crescimento da sua importância para a unidade da nação. Essa confiança no futuro da, e através da língua, tem vários níveis: alguns, mais pragmáticos, procuram ver os progressos comprováveis; outros, mais idealistas, veem os avanços, mesmo pequenos, como uma marcha em direção ao progresso; ainda há os místicos, que ligam a língua portuguesa às forças invisíveis e sobrenaturais que podem, enfim, até mesmo ressuscitar um ideal nacional desfalecido.

Entre os progressos apresentados estão: o uso efetivo, mesmo que parcial da língua portuguesa no sistema de educação e no Parlamento; as escolas de referência³ (atuais CAFE) sendo seus professores oriundos da CPLP; a assimilação da geração pós-independência à política de reintrodução da língua portuguesa. A maior esperança para a manutenção do mito e da realidade língua portuguesa é, no entanto, colocada nos CAFE, que realmente garantem a aprendizagem e aquisição da língua portuguesa em todos os municípios e contribuem para a formação dos professores. Estes permitem prever um progresso no domínio da língua portuguesa a curto prazo, mudando a realidade de uma parte significativa das crianças que estão no sistema de educação atualmente. Conta-se com os professores timorenses em formação nestas escolas e com esta nova geração de alunos exposta desde tenra idade à língua para a disseminarem no futuro. Este programa traz novo impacto para a reintrodução da língua portuguesa no sistema de educação abrindo acesso real à nova geração rural à língua oficial.

Agora, há também as Escolas de Referências. (...) Portanto, estas aqui são as estratégias que (...) com o tempo ...o português vai ser falado em TL. Vai ser utilizado fluentemente em TL... (E1, p. 6)

³ Criadas em 2013, em 2015 foram rebatizadas por Centros de Aprendizagem e Formação Escolar (CAFE), mantendo as atribuições originais mas alargando-as ao domínio da formação de professores timorenses tanto no domínio da língua portuguesa como nos domínios disciplinares.

Até 2015 todos os 13 distritos já têm pelo menos uma escola de referência. (...) E assim, se isto der bem, daqui a 5 ou 10 anos já não precisamos professores portugueses ou brasileiros, são os próprios professores timorenses que asseguram, mas já num âmbito de língua portuguesa. (E7, p. 6)

Acredito que a grande maioria dos professores é sério em seu desejo de adquirir um bom padrão de Português com a finalidade tanto de ensinar de forma eficaz nas escolas, como também promover e desenvolver a linguagem em suas vidas diárias. (E8, p. 3)

Só que infelizmente como às vezes os estudantes num momento sabem mais [LP] que os professores. Este sentimento nasce e cresce e obriga os professores a aprender... (E13, p. 2)

Constatamos alguns discursos que utilizam uma linguagem militar e bélica para descrever os avanços da política de reintrodução de língua portuguesa no sistema de educação. De acordo com esses discursos, eles (defensores da LP e entrevistados no âmbito do trabalho de doutoramento que realizamos) e a nação estão em luta, em batalha, em marcha pela vitória da língua oficial em meio às tentativas inimigas de derrotá-la. Os adversários podem ser poderosos, a marcha pode ser lenta, os soldados podem ser fracos, no entanto, os timorenses vão manter-se muito perseverantes nessa luta, pois a batalha já está ganha. Essa metáfora de guerra, cremos, indica que a luta pela libertação inclui todos os elementos idealizados para a pátria timorense. Assim como venceram a improvável (para muitos até impossível) luta pela independência contra um grande inimigo e seus aliados poderosos, estes entrevistados estão convictos que a língua portuguesa também o fará em solo timorense:

mas felizmente eu creio que a batalha está ganha só que agora podemos capitalizar porque, senão o meu receio e se isto continuar neste ritmo... (E2, p. 6)

Conspiração, podia dizer mesmo assim, para se não frontalmente impedir o avanço do português pelo menos não facilitar a sua rápida reaquisição pela população timorense. Coisa que também esses nossos adversários pensam que aprenderam como uma lição, porque também não foi fácil a sua luta. Pois os timorenses vão manter-se muito perseverantes nessa luta. (E3, p. 3)

Eles também estão a esforçar para seguir cursos, para aprender LP para ensinar os estudantes. Portanto eu penso que nós estamos marchando para frente... não para trás! (E10, p. 2)

Também encontramos expressões que evocam sentimentos como esperança e convicção de que a política de reintrodução de língua portuguesa prevalecerá. Estes discursos demonstram uma espécie de otimismo fatalista: o destino de Timor está ligado à língua portuguesa e portanto a língua está fadada à sobrevivência, independentemente das pressões em sentido contrário. Além disso, interpretamos a ideia de espírito no discurso de um gestor como *Zeitgeist* hegeliano, em que os jovens estudantes universitários precedem a sociedade e a transformam, assim como participam ativamente do espírito de sua própria época – nova época em que vão moldando o modo como a sociedade timorense livre se concebe a si mesma:

mas como timorense tenho a convicção firme de que isso não vai acontecer. Vai continuar como a gente está a acreditar. (E3, p. 12)

Podemos dizer que LP em si é a nossa língua oficial. Portanto podemos dizer inegável. Nunca se pode negar porque é nossa língua, nossa identidade. Enquanto a língua posso dizer é indiscutível. Não gosto de falar sobre isto porque a decisão já é assim. E agora depende de qualquer cidadão. Eu tenho toda essa esperança. (E5, p. 3)

Então aí os estudantes foram cultivados desse espírito... mas há um momento difícil onde menos professores dominam a LP mesmo que criamos cursos intensivos para os docentes. (E13, p. 2)

Outros entrevistados servem-se, por sua vez, das poderosas forças naturais para descrever o desenvolvimento da reintrodução da língua portuguesa. O tempo e a natureza encarregam-se de fazer evoluir, espontânea e autenticamente, a língua em Timor. Por isso, o desenvolvimento não deve ser forçado, nem acelerado, pois o curso natural deve ser respeitado, assim como uma semente precisa germinar e crescer encoberta e silenciosa, seguir o seu ciclo e frutificar. Logo, independentemente da inconsistência política, a língua portuguesa parece destinada a prevalecer em Timor também naturalmente, pela simples evolução do tempo.

Acho eu o tempo vai mudar. A evolução do tempo vai mudar e eles não vão permanecer. Eles tem que seguir... a evolução do tempo. (E6, p. 6)

A nossa situação está em processo de mudança. Portanto a natureza vai selecionar. Às vezes, as instruções não conseguem mudar mas a natureza vai! (E12, p. 6)

Enquanto o tempo muda, muda a ideia, muda sempre para cumprir... (E13, p. 5)

Finalmente, alguns discursos personificam a língua portuguesa e lhe conferem vida própria através das expressões *viver*, *reviver*, *ressuscitar*. Ademais, note-se que em um país cristão reviver e ressuscitar são palavras com significado sacro. Assim, o elemento fantástico, mágico e milagroso é encontrado no discurso destes entrevistados em referência à língua portuguesa, pois naturalmente e secularmente algo morto não torna à vida, já completou o seu ciclo de existência nesse mundo ou nesse contexto. Porém, não é o caso da língua portuguesa que, já sem vida, retorna e renasce em Timor.

Na altura impulsionado pelo espírito de nacionalismo reavivou, para além do português que é língua internacional e língua de conexão oficial, reavivou o Tétum. (E2, p. 2)

Sentiram já que afinal a política ainda está viva. (E4, p. 4)

Depois tem de reviver novamente as motivações no sentido de 2000 para trás. (E4, p. 4)

Mas se nós olharmos para Língua Tétum que se fala, que se escreve, então significa que a recepção do vocabulário português na Língua Tétum já mostra que LP está a ressuscitar em Timor-Leste. Porque as duas línguas vão ter que se desenvolver em simultâneo para levar a diante. Uma reforça a outra. Agora, daí é que eu digo que esta simbiose tétum-português é que é realmente o elemento denominador comum para a afirmação da nova identidade timorense. (E11, p. 2)

A independência e o nacionalismo não apenas reavivaram a língua portuguesa moribunda no tempo da ocupação, mas também o Tétum adormecido como língua nacional, que passa a ser pela primeira vez oficial. Da

mesma forma, o reforço e o novo estatuto do Tétum acabaram por resuscitar também o uso da língua portuguesa. Por simbiose, acreditam os entrevistados que uma língua salva a outra de extinção em Timor, pois no tempo indonésio as duas estavam em declínio, assim como uma identidade leste timorense original e anterior à interferência indonésia.

EPÍLOGO

Nos discursos analisados comprova-se a existência de uma visão fatalista (equivalente ao conceito de crença, na religião, e de teleologia no domínio da prospetiva) em relação ao futuro da língua portuguesa no país, pois demonstram um grande otimismo em relação à sua permanência e disseminação pela população no porvir timorense. Esse otimismo é notável, pois tais gestores vivem em um contexto de crescente crítica à concretização das políticas linguísticas, quer por deficiências materiais e humanas existentes no interior do sistema de educação, quer pela concorrência de outros mitos de origem nacional não hegemónicos (subalternos) nos quais a língua portuguesa não possui nenhuma função importante. Esse contexto atual dá testemunho de um amplo, diverso e complexo “panorama mitológico” em Timor-Leste. Porém, constatamos que a defesa da língua portuguesa em Timor está carregada de ideologia nacionalista e que a Pátria imaginada pelos seus fundadores tem a língua como uma mãe que reúne os seus filhos debaixo de seus largos braços na narrativa do mito de origem da nação, tal como o avô crocodilo deu origem ao território.

REFERÊNCIAS

- Antunes, R. J. (2014). Língua portuguesa e identidade Timorense: que relação? *Veritas, Revista Científica da Universidade Nacional Timor Lorosa'e*, 2(3), 27-39.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bell, D. S. A. (2003). Mythscape: memory, mythology, and national identity. *British Journal of Sociology*, 54, 63-81. DOI: 10.1080/0007131032000045905
- Bogdan, R. & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em Educação: uma introdução a teorias e métodos*. Porto: Porto Editora.
- Bolina, M. (2005). Timor e a língua portuguesa no seu projecto educativo. *Revista Lusófona de Educação*, 6(6), 179-193. Retirado de <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/article/view/853>

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Vala, J. (1986). Análise de conteúdo. In A. S. Silva & J. M. Pinto (Eds.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 101-128). Porto: Afrontamento.

Citação:

Indart, K. N. R. & Silva, M. A. F. (2019). A língua portuguesa e a mitogénese da nação timorense. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 333-344). Braga: CECS.

SUSANA PIMENTA & ORQUÍDEA RIBEIRO

spimenta@utad.pt; oribeiro@utad.pt

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO (UTAD), PORTUGAL

MEMÓRIAS COLONIAIS EM REIS VENTURA E DULCE MARIA CARDOSO

RESUMO

Reis Ventura, escritor e jornalista residente em Luanda nos anos 50-70 do século XX, redige obras de temática colonial, nomeadamente sobre a comunidade branca em Angola, numa visão eurocêntrica e lusotropical. No pós-independência de Angola, lança a obra *Os dias da vergonha*, que visa relatar os acontecimentos ocorridos desde a revolução de abril de 1974 até 11 de novembro de 1975. Mais de 40 anos depois do 25 de abril, Dulce Maria Cardoso recorda o “retorno” daquela mesma comunidade branca, no momento da descolonização. Haverá consonâncias entre estas memórias vividas apesar de atores sociais diferentes? Numa leitura das obras de Reis Ventura e Dulce Maria Cardoso, sob a ótica dos conceitos de memória e vestígio, entre o cânone e arquivo, “desmemória” ou esquecimento (Assmann 2016), indaga-se sobre a importância dos testemunhos para a construção da memória coletiva.

PALAVRAS-CHAVE

Memória; retorno; Reis Ventura; Dulce Maria Cardoso

MEMÓRIA

A reflexão em torno das obras *Os Dias da Vergonha* (s/d) e *O Retorno* (2012) de Reis Ventura e de Dulce Maria Cardoso respetivamente, assenta nos pressupostos apresentados por Aleida Assmann no que respeita à dinâmica de memória cultural, entre o cânone e o arquivo, numa análise interdisciplinar assente nos estudos culturais.

Assmann (2016, p. 75) considera a memória “altamente selectiva”:

a capacidade da memória é limitada por constrangimentos neurais e culturais, como a focalização e o preconceito. É

também limitada por pressões psicológicas, com o efeito de que as recordações penosas ou incongruentes se ocultam, deslocam, exageram e, possivelmente, se apagam. (Assmann, 2016, p. 75)

Neste trabalho, pensar a “memória” é considerar de igual forma o “esquecimento”. Tal como a memória individual, a memória cultural processa-se de forma semelhante, inclusive as formas de esquecer: o esquecimento ativo, enquanto processo de destruição de fontes documentais; e o esquecimento passivo, que tem a ver com atos, como “perder, esconder, dispensar, negligenciar, abandonar ou deixar alguma coisa para trás” (Assmann, 2016, p. 76). Ainda de acordo com Assmann, “os objectos não são materialmente destruídos; saem dos enquadramentos de atenção, avaliação e uso” (Assmann 2016, p. 76). Assim acontece com toda a obra de Reis Ventura, um jornalista e escritor radicado em Angola, comprometido ideologicamente com a ideia do império pluricontinental e multirracial, de pendor paternalista e lusotropicalista. Reis Ventura não é, à partida, objeto ou fonte documental “útil” à construção da memória do império colonial português, pois não faz parte do “cânone”, ou seja, não pertence ao grupo de “textos normativos e formativos, lugares, pessoas, artefactos e mitos que se destinam a ser activamente difundidos e comunicados em apresentações e representações sempre novas” (Assmann, 2016, p. 78).

Não se está a reivindicar um lugar de destaque para Reis Ventura enquanto memória viva da situação colonial ou do “retorno”; simplesmente, a História deve ser feita a várias vozes, sonantes e dissonantes, e não de silêncios, lembrando que, conforme afirma Eduardo Lourenço, “antes do 25 de Abril *não era necessário* discutir os problemas africanos. Depois do 25 de Abril, tudo se passa como *se não fosse necessário*, ou melhor, como se já não fosse necessário” (Lourenço, 2014, p. 203). É necessário remexer o “arquivo” e recolher todos os testemunhos possíveis, independentemente do seu carácter político, ideológico, literário, jornalístico ou outro; por não ter sido remexido, criou-se um silêncio (uma desmemória) de mais de trinta anos, como se a questão colonial portuguesa tivesse sido resolvida ou superada pelos portugueses.

Em 2011, em *O Retorno*, Dulce Maria Cardoso verbaliza a descolonização não-exemplar, o trauma do retorno, trazendo novamente a figura do “retornado” ao espaço público sem pudor nem preconceito, numa época de “marketing da nostalgia” (visível pelas inúmeras edições de obras sobre a temática do adeus ao império) e numa altura em que os “retornados” já conseguem “abrir o baú” (Ribeiro, 2010). Trata-se de uma narrativa

ficcional, inserida na designada “literatura de retornados”, ou seja, escrita por quem viveu numa África “portuguesa” que foi obrigado a abandonar mercê das circunstâncias políticas dos anos 1974-75. Ora, entre 1976-77 (a par de outras narrativas mais ou menos ignoradas), Reis Ventura publica *Os dias da vergonha*, onde, tal como Dulce Maria Cardoso, apresenta um relato dos factos ocorridos entre o 25 de abril de 74 e o 11 de novembro de 75, incidindo na descolonização não-exemplar e na “jangada de naufragos” vinda de Angola.

Desde os primórdios, a História do império colonial português fixou-se através de uma narração em que *factum* e *factum* se confundem. Ao longo dos séculos, após o nascimento da nação portuguesa, uma das missões da literatura foi de se fazer cumprir o império. De facto, a história e a literatura têm um percurso paralelo e complementar na construção da ideia e do ideal imperial no imaginário coletivo português. Mas, devido ao “rígido controlo político e cultural exercido pelo salazarismo sobre as Universidades” (Pimenta, 2008, p. 143), a historiografia colonial portuguesa tardou em aparecer. No século XX, como afirma o historiador Fernando Tavares Pimenta, “a ideologia nacionalista do regime não era consentânea com uma análise científica da realidade” (Pimenta, 2008, p. 144). Por isso, atualmente, admite-se no método historiográfico obras de ficção de escritores que seguem uma narrativa realística, que criam um testemunho de factos, costumes ou comportamentos, para colmatar a falha na análise científica da realidade. Este método ainda não é consensual, mas se se defender que a palavra deve servir para revelar e não para esconder, pode-se admitir a ficção para o estudo da história cultural do império colonial português. A “palavra”, usada politicamente na legitimação da situação colonial portuguesa, depressa passou para o campo cultural ou para o campo das mentalidades, como se pode verificar pelos resquícios do pensamento colonial que resistem no imaginário coletivo, essencialmente de índole lusotropicalista, o que leva ao silenciamento ou ocultação do passado, quer em Portugal quer em Angola, tal como refere Alberto Oliveira Pinto:

em Portugal e em Angola a razão do Estado e a sua legitimidade impuseram que qualquer abordagem da literatura colonial fosse um acto temerário porque politicamente incorrecto; as próprias sociedades e populações portuguesas e angolanas compartilharam inconscientemente esses silêncios, as primeiras imergidas numa letargia que vem na continuidade do ancestral e falacioso mito do ‘anti-racismo português’, as segundas numa atitude que nos reconduz ao ‘terceiro tipo’ de silêncio enunciado por Marc

Ferro, o da ocultação de um passado humilhante. (Pinto, 2010, p. 128)

As obras *Os dias da vergonha*, de Reis Ventura e *O retorno*, de Dulce Maria Cardoso apresentam visões da tragédia humana ocorrida entre o 25 de abril de 1974 ao 11 de novembro de 1975, decorrente do retorno forçado de Angola para Portugal: a primeira é, segundo o autor, um testemunho direto da descolonização e do subsequente êxodo dos colonos portugueses; a segunda, é um relato ficcional de memórias do colonialismo, da descolonização e da integração fracassada dos milhares de “retornados” vindos da colónia.

MEMÓRIAS DA PARTIDA DE ANGOLA: JANGADA DE NÁUFRAGOS

Dulce Maria Cardoso, na sua obra *O retorno* (2012), representa a ruína do império colonial português e o fracasso da integração dos colonos portugueses de Angola na “pátria” europeia, em particular da geração dos filhos dos emigrantes, que não conheciam a metrópole, entre a decepção e a miséria: “então a metrópole afinal é isto” (Cardoso, 2012, p. 65).

O núcleo familiar do adolescente Rui, o narrador, é constituído por D. Glória (mãe), doente com os ares de África e saudosa da terra natal na metrópole, pela irmã Milucha, e pelo pai, Mário, com espírito de emigrante:

sempre houve duas terras para a mãe, esta que a adoeceu e a metrópole, onde tudo é diferente e onde a mãe também era diferente. O pai nunca fala da metrópole, a mãe tem duas terras mas o pai não. Um homem pertence ao sítio que lhe dá de comer a não ser que tenha um coração ingrato, era assim que o pai respondia quando lhe perguntavam se tinha saudades da metrópole. (Cardoso, 2012, p. 11)

No momento da partida prevista, por causa de uma desavença com soldados angolanos a família é separada: o pilar familiar, o pai, fica em Angola e por muito tempo não se saberá do seu paradeiro. Chegada a Lisboa, a família fragilizada é instalada num hotel de cinco estrelas no Estoril e recebida pela própria diretora do estabelecimento turístico: “no meio do azar ainda tiveram sorte, há famílias instaladas nos parques de campismo ou em pensões miseráveis, ao menos calhou-vos um hotel de luxo” (Cardoso, 2012, p. 69). Durante um ano, circunscritos a um quarto de hotel e despojados de todos os bens, desorientados pela ausência do pai e sem quaisquer apoios na pátria, a família e o jovem Rui personificam os destroços e os estilhaços de um império.

Escritor colonialista e, segundo Luandino Vieira, um homem “igual a sim mesmo” (Vieira, 2015, 353), Reis Ventura escreve a obra *Os dias da vergonha* com o subtítulo *25 de abril de 1974 a 11 de novembro de 1975. Os nomes e os acontecimentos da ‘libertação de Angola’* (s/d), publicada provavelmente em 1976, e dedicada “a todos os que continuam portugueses, dentro e fora de Portugal”. O General Silvino Silvério Marques (antigo governador de Angola) assina o prefácio, onde afirma que “a verdade dos acontecimentos está sendo, aos poucos, descoberta por testemunhas atentas e sensíveis que, numa tessitura aqui e além romanceada, vão contando o que efectivamente presenciaram” na “maior tragédia (e vergonha) da nossa História: a ‘Descolonização’ e o ‘Retorno’” (Ventura, s/d, p. 7). Silvério Marques enaltece, ainda, o surgimento deste tipo de reflexões, num tempo em que constata a existência de uma “acomodação covarde de muitos” e a “amnésia de quase todos”, referente a um passado recentíssimo. Silvério Marques recorda ainda a figura marcante de Reis Ventura em Angola, pelas inúmeras obras literárias, pela sua colaboração num jornal (*Província de Angola*) e pela “fluente e empolgante oratória em momentos históricos da vida do País e de Angola” (Ventura, s.d., p. 7).

A obra *Os dias da vergonha* está dividida em doze capítulos, precedidos de uma “explicação necessária” do autor:

o “narrador e principal personagem [é] um jovem angolano, que sinceramente [deseja], com dignidade e bom senso, a independência de Angola. Não direi o seu nome, nem a sua raça, nem a sua religião... Mas esse jovem angolano existe e, felizmente, continua vivo. Reproduzo, por vezes textualmente, afirmações que lhe ouvi. Creio ter interpretado as suas ideias e sentimentos, com respeito e fidelidade. (Ventura, s.d., p. 12)

Em *Os dias da vergonha*, pela voz do jovem angolano apresentam-se cenários de degradação e de resignação nos dias da ponte aérea:

Setembro aproxima-se do fim.

Como ainda se não sabe quando voltará a sair o jornal, passei toda esta tarde no Aeroporto. (...) Milhares de pessoas aguardam pacientemente os aviões da ponte aérea. Famílias inteiras, com crianças de todas as idades, ali vivem desde há dias, dormindo ao relento e alimentando-se de frutas e conservas. Há meninos que choram com fome, enquanto outros guardam ciosamente os seus bens mais estimados: uma boneca vestida de minhota, um Tio

Patinhas de plástico que até grasna se lhe apertarem a barga, um cãozinho de que não quiseram separar-se. (Ventura, s.d., p. 153)

Toda aquela gente parece apática, resignada, já esgotada em toda a sua capacidade de sofrimento, sem outra ambição que não seja a de sair de Luanda o mais depressa possível. Trocam-se automóveis por alguns maços de cigarros. Entregam-se aos criados pretos as chaves de ricas vivendas. Dão-se dezenas de contos em dinheiro angolano por algumas notas de cem escudos do Banco de Portugal. (Ventura, s.d., p. 153)

Em *O retorno*, “a mãe [de Rui] não consegue deixar cá [em Angola] a fotografia dos avós mas tem de deixar o álbum onde guardou os bebés batizados, os noivos casados, as comungantes santas. Se o pai não deitar fogo a tudo os familiares da metrópole vão parar às mãos dos pretos” (Cardoso, 2012, p. 36).

MEMÓRIAS E VESTÍGIOS COLONIAIS

Aos conceitos de *cânone* e *arquivo* na dinâmica da memória cultural, acima referidos, Aleida Assmann relaciona outros dois: *mensagem* e *vestígio* (Assmann, 2016, p. 77), sendo o primeiro aquilo que foi produzido para ser oficialmente transmitido a gerações futuras (memória oficial), e o segundo uma aproximação do “testemunho num sentido amplo, abrangendo o não-intencional, aquilo que, não transmitindo uma visão estruturada, pode servir de base a uma história alternativa que não se deixe engodar pelas lógicas dominantes” (Ribeiro, 2015, p. 85).

O mediatismo da obra de Dulce Maria Cardoso fez retomar a discussão pública da condição de “retornado”, como se pode constatar pelas inúmeras edições e reportagens sobre a temática do retorno apresentadas no panorama cultural nacional. Em pouco tempo, a obra tornou-se na referência principal do “testemunho”, no “Eu estive aqui” da considerada maior tragédia portuguesa. Enquanto a obra *O retorno* pertence ao *cânone*, ou seja, é memória em circulação do “retorno”, cravando-se deste modo na memória coletiva, Reis Ventura (à semelhança de outros escritores coevos) é remetido para o *arquivo* onde o passado é passado, apesar da narrativa focar e denunciar o mesmo facto histórico: a descolonização portuguesa.

Considera-se, ainda, que a memória da descolonização portuguesa, que se sabe não-exemplar, acaba por perpetuar a fantasia colonial existente

no imaginário dos ex-colonos ou “retornados”. Dito de outro modo, destas memórias coloniais de Ventura e Cardoso fica a *mensagem* da descolonização não-exemplar e de um trágico “retorno”, embora com *traços* ou *vestígios* saudosistas, acentuados pelo forte sentimento de perda individual e coletiva, de um império colonial português que afinal *poderia* ter sido/continuado pluricontinental e multirracial ou, em último caso, uma nação (ou federação neocolonial) multirracial (brancos, pretos e mestiços); estes traços estão representados pelas personagens Zé (tio de Rui) e Sr. Mário (pai de Rui), de *O retorno*, e pelo narrador “jovem angolano” de *Os dias da vergonha*, como se verifica nos seguintes excertos, que parecem fazer ressonância entre si:

o tio Zé que não se vai embora porque quer ajudar os pretos a formar uma nação. O pai ri-se sempre que o tio Zé fala na grandiosa nação que se erguerá pela vontade de um povo oprimido durante cinco séculos. (Cardoso, 2012, p. 8)

Para o pai os soldados portugueses são uns traidores reles mas para o tio Zé são heróis antifascistas e anticolonialistas. (Cardoso, 2012, p. 12)

Durante algum tempo o pai continuou a acreditar que 1975 ia ser o melhor ano das nossas vidas, vai correr tudo bem, vamos construir uma nação, pretos, mulatos, brancos, todos juntos vamos construir a nação mais rica do mundo. (Cardoso, 2012, p. 33)

- A Bandeira Portuguesa? Caiu em mãos de traidores que a estão a encher de lama... Faz-me um favor, meu filho: não me fales agora em Pátria, Bandeira e coisas assim. Somos apenas gente que foge, para salvar a vida, não é verdade? E desde há muito que eu ouço dobrar a finados por uma Pátria que foi grande, corajosa e original... (Ventura, s.d., p. 170)

Mas os tiros e os morteiros não pararam, os pretos continuaram a vir de todo o lado e os brancos a irem-se embora, os tropas portuguesas já nem da bandeira queriam saber e os comunistas da metrópole vieram para cá. (Cardoso, 2012, p. 33)

Perante espetáculos tão infames [assaltos, violações, mortes], a tropa portuguesa, infestada de uma hedionda escumalha intencionalmente mandada pelos comunistas de Lisboa, mantém-se vergonhosamente apática, quando não descaradamente colaborante. (Ventura, s.d., p. 148)

Apesar das adversidades, há sobretudo nas memórias coloniais de Ventura e Cardoso uma mensagem de esperança, transposta para a nova “terra”, exemplificada nos seguintes excertos das obras analisadas:

Decorreu quase um ano. Naquela esquina que era um dos pontos de reunião dos ‘retornados’ da zona, o guarda-livros sempre abriu o seu sonhado restaurante. O dono da papelaria, trabalhando no duro com as mulheres e as filhas, revelou-se muito... (Ventura s.d., pp. 203-204)

O mar (...) continua a dizer-me que o futuro pode ser onde se quiser. (Cardoso, 2012, p. 266)

As obras em estudo revelam a premência de doravante se evitar os silêncios e de recuperar a memória e o testemunho do “retornado” na primeira pessoa. A memória não pode ser um simples recurso de uso conveniente, mas antes um instrumento cultural, social e identitário com as “tripas à mostra (...), em carne viva” (Acácio, 2009, p. 77) de utilização permanente. Resgatar a memória é resgatar silêncios, fazer falar “arquivos” silenciados ou auto-silenciados. Reis Ventura e Dulce Cardoso, cada um à sua maneira, dão um contributo no sentido do resgate das memórias coloniais de um Portugal imperial que urge continuar a expor e, portanto, a investigar.

REFERÊNCIAS

- Acácio, M. (2009). *A Balada do Ultramar*. Alfragide: Oficina do Livro.
- Assmann, A. (2016). Cânone e arquivo. In F. M. Alves, L. A. Soares & C. V. Rodrigues (Eds.), *Estudos da Memória. Teoria e Análise Cultural* (pp.75-86). V.N. Famalicão: Edições Húmus.
- Cardoso, D. M. (2012). *O retorno*. Lisboa: Edições Tinta-da-china.
- Lourenço, E. (2014). *Do colonialismo como nosso impensado*. Lisboa: Gradiva.

- Pimenta, F. T. (2008). *Angola, os brancos e a independência*. Porto: Edições Afrontamento.
- Pinto, A. O. (2010). *Representações coloniais: História e literatura. Angola, os angolanos e suas culturas (1924-1939)*. Tese de doutoramento, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/2018?locale=en>
- Ribeiro, A. S. (2015): Memória. In R. Walter & M. C. Ribeiro (Eds.): *Patrimónios de influência portuguesa: modos de olhar* (pp. 81-119). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Ribeiro, R. (2010, 12 de agosto). Os retornados estão a abrir o baú. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2010/08/12/culturaipsilon/noticia/os-retornados-estao-a-abrir-o-bau-263209>
- Ventura, R. (s/d). *Os dias da vergonha*. Lisboa: Fernando Pereira-Editor.
- Vieira, J. L. (2015). *Papéis da prisão. Apontamentos, diário, correspondência (1962-1971)*. Alfragide: Editorial Caminho.

Citação:

Pimenta, S. & Ribeiro, O. (2019). Memórias coloniais em Reis Ventura e Dulce Maria Cardoso. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 345-353). Braga: CECS.

ROMILTON BATISTA DE OLIVEIRA & EDILENE DIAS MATOS

romilton.oliveira@bol.com.br; edilenediasmatos@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

LOBO ANTUNES: UMA VOZ LUSÓFONA QUE REPRESENTA A MEMÓRIA DA GUERRA COLONIAL EM ANGOLA EM TEMPOS PÓS-COLONIAIS

RESUMO

O presente artigo investiga a representação do trauma na literatura a partir dos romances autobiográficos do escritor português António Lobo Antunes: *Memória de Elefante*, *Os Cus de Judas* e *Conhecimento do Inferno*. A pesquisa é teórico-metodologicamente bibliográfica, amparada pela literatura de testemunho, tendo a linguagem como fio condutor na representação do trauma. Estes romances fazem parte de uma literatura interpelada por um testemunho catastrófico que ainda não se fechou discursivamente. Sua extensa obra representa a memória de uma guerra que até hoje é lembrada por portugueses e africanos. Elas se enquadram ao contexto pós-colonial, numa perspectiva lusófona e interdisciplinar. Autores como Halbwachs (2006), Foucault (2008), Butler (2015), Sanches (2012), Bondía (2002), entre outros, são citados para dar maior consistência à análise das obras literárias. Os resultados desse trabalho mostram que os romances investigados refletem o doloroso processo traumático, consolidado por meio de um discurso crítico e desconstrutor que destravou os “nós” que impediam a linguagem traumática de “falar”, transformando-se numa rica produção literária, de rastro testemunhal, autobiográfico, histórico e memorialístico.

PALAVRAS-CHAVE

Literatura; representação; trauma; Guerra Colonial

Este artigo tem como objetivo analisar o trauma a partir dos primeiros romances escritos pelo consagrado romancista português António Lobo Antunes. O autor, por meio de romances e crônicas apresenta uma narrativa tecida por um contexto proveniente de sua experiência com a guerra colonial em Angola. Desta forma, podemos dizer que em romances como *Os Cus de Judas*, *Memória de Elefante* e *Conhecimento do Inferno*, entre outros, o escritor consegue dar seu testemunho, trazendo à tona, por

meio da representação literária, o que em outro gênero seria mais difícil de mostrar. A língua (ou linguagem) atravessa o evento traumático “muda”, e depois de um certo tempo, ela rompe com o silêncio e se materializa verbalmente, sendo descrita por meio de um imaginário fictício e simbólico, em forma de rastros-resíduos captados do passado pelo sobrevivente.

Ressaltamos que António Lobo Antunes nasceu em Lisboa no dia um de setembro de 1942. Licenciou-se em Medicina e especializou-se em Psiquiatria, decorrendo daí sua tendência de analisar, sob o prisma da Psicologia, a criação artística, o que o levou a escrever romances como *Os Cus de Judas*. Após sua participação na Guerra Colonial, exerceu a profissão de médico, em Lisboa, no Hospital Miguel Bombarda, até o ano de 1985. Como romancista, vem publicando desde 1979. Seus três primeiros livros - *Memórias de Elefante* (1979), *Os Cus de Judas* (1979) e *Conhecimento do Inferno* (1980) constituem uma trilogia autobiográfica. Estes primeiros livros, muito ligados ao contexto da Guerra Colonial, transformaram-no imediatamente num dos autores contemporâneos mais lidos e discutidos, no âmbito nacional e internacional.

Por meio deste texto, oriundo da tese de Doutorado em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia, a literatura torna-se um importante veículo de comunicação capaz de desconstruir costumes, valores culturais, linguagens e representações identitárias que predominavam violentamente no período colonial e que sujeitavam portugueses e angolanos ao sistema de pensamento centralizador e imperialista.

Ao falarmos do trauma é preciso recorrer ao processo intertextual e dialógico para que tenhamos êxito, compreendendo que está no sobrevivente¹ de acontecimentos catastróficos, como a Guerra Colonial em Angola, a marca registrada em seu corpo que o faz viver interpelado por “fantasmas” que habitam seu mundo interior. Desta forma, o trauma enquanto “ferida” que não se cicatriza, permanece aberto como as águas de um “rio” que nunca dormem. Os sujeitos que se banham nesse rio e que conseguem sobreviver tornam-se “sobreviventes”. São felizardos “infelizes” que viverão provavelmente com esse “sinal”, impedindo que ele retorne à sua vida anterior. São “especiais” porque foram “tocados” pela experiência em sua máxima intensidade, atingindo o real sentido etimológico da palavra: “travessia”, “perigo”, segundo Jorge Larrosa Bondía (2002). São sobreviventes

¹ O sobrevivente é um “fantasma real” que precisa tomar consciência de sua posição singular na sociedade e provar sua existência aos outros. Ao tomar posse de sua realidade e expressá-la, torna-se cômico de sua posição no mundo social, rompendo, assim, com sua invisibilidade. Ele é, acima de tudo, uma testemunha, legitimada por sua experiência.

porque conseguiram “atravessar” as fronteiras do terror e do “perigo” e estiveram nos limites da morte, atingidos pela perda de sentido da existência e de seus respectivos valores culturais. Nesse sentido, ser sobrevivente é, antes de tudo, estar condicionado à precariedade do corpo, pois, “cada corpo se encontra potencialmente ameaçado por outros corpos que são, por definição, igualmente precários, produzem formas de dominação” (Butler, 2015, p. 53).

É esse sobrevivente de guerra que, munido por uma força interior abalada pela experiência vivida através do acontecimento traumático interessa à Literatura de testemunho, empenhada em dar ao século XXI uma nova forma de ver e imaginar o mundo, já que não é possível descrever ou definir o ser humano por meio dos velhos paradigmas que nortearam a relação dos indivíduos em sociedade. Em outras palavras, não mais se aceita avaliar o homem com a mesma medida em que esse era hegemonicamente avaliado no século passado. O pensamento cartesiano não mais encontra lugar neste novo cenário pós-colonialista. As coisas já não mais conseguem ser representadas por meio de um ideário de permanência e fixidez. Uma ruptura se processa em torno de conhecimento normativo e disciplinar, cedendo lugar ao mundo interdisciplinar, intertextual e polissêmico. Nesse sentido, a desconfiança assume o lugar da confiança que o homem tinha no sistema de pensamento vigente, e novas formas de pensar são criadas, paradigmas são avaliados e ressignificados de acordo com as vozes que se descentram e se deslocam de seus lugares, antes imóveis. Dá-se início a um novo processo histórico-social. O presente é revisto à luz desse novo contexto pós-guerra e pós-catástrofe que a humanidade presenciou durante todo o século XX.

Assim, para estudar o trauma é preciso, necessariamente, refletir sobre a representação da memória e sua inserção espacial, pois toda memória está circunscrita a um determinado lugar, espaço ou território. Segundo o sociólogo francês Maurice Halbwachs (2006, p. 170), “não há memória coletiva que não aconteça em um contexto espacial. (...), nada permanece em nosso espírito e não compreenderíamos que seja possível retomar o passado se ele não estivesse conservado no ambiente material que nos circunda”. Dessa forma, o espaço é muito importante quando queremos trazer à tona o fugidio e fragmentado passado. Espaço e tempo tornam-se duas importantes coordenadas em que a escrita está inserida. O tempo, categoria fundamental dos gêneros narrativos e em particular dos romances, é muito significativo na obra de Lobo Antunes. Liga-se a uma específica sensibilidade do escritor, manifestada desde seu primeiro livro, às questões

da memória que transmite aos narradores e personagens, implicando uma concepção da vida na qual a duração de existência individual se organiza em volta de nós de significação. Daí, percebermos nas obras de Lobo Antunes a presença de uma narração dispersa, em que o tempo não se estrutura de forma contínua e tradicional, interpelada por dois lugares em que a história se desenvolve: Angola e Portugal, dois lugares que marcam a memória narrativizada pelo escritor em seus romances: “entre a Angola que perdera e a Lisboa que não reganhara o médico sentia-se duplamente órfão, e esta condição de despaisado continuara dolorosamente a prolongar-se porque muita coisa se alterara na sua ausência ...” (Antunes, 2006, pp. 102-103).

A REPRESENTAÇÃO DO TRAUMA NA LITERATURA LOBOANTUNIANA EM TEMPOS PÓS-COLONIAIS

O trauma deixa muitas sequelas em sujeitos que viveram experiências-limite. O olhar foca a cena do “mal” e internaliza na mente humana, de forma amedrontada e severamente destruidora, as imagens do horror visto. Esta situação-limite, que pode levar o sujeito à morte, gera angustiante “sentimento de perda”, jamais vivenciado ou sentido pela pessoa. Há, então, a necessidade de atenuar este “choque” que se alastra no corpo e na mente como “ferida”, impedindo que os sobreviventes e portadores dele possam viver a mesma vida que antes viviam. Os sujeitos afetados pelo trauma são conduzidos a um processo que denominamos aqui de “desconstrução”. Ela nos leva a pensar com outra “mente”, desligada de seu fixo discurso sobre a vida e o mundo, apoiada em sentidos dispersos, fragmentados e descentrados, gerando o que podemos chamar de “crise de sentidos”, que tem a ver com a crise da representação, da identidade e dos valores culturais. Nesse sentido, podemos constatar, por meio da leitura e análise dos três romances, que eles nasceram da desconstrução de sentimentos e valores que antes serviam de eixo para a vida de seus narradores, e respectivamente, do próprio escritor, como bem constatamos no seguinte trecho retirado do romance:

o seu domínio fora sempre o do sonho confuso e vagueante, sem tábuas de logaritmos que o decodificasse, e acomodava-se a custo à ideia de uma ordenação geométrica da vida, dentro da qual se sentia desorientado como formiga sem bússola. Daí a sua sensação de existir apenas no passado e de os dias deslizarem às arrecuas como os relógios antigos, cujos ponteiros se deslocam ao contrário em busca

dos defuntos dos retratos, lentamente aclarados pelo resuscitar das horas. (...) Desde que separara da mulher perdera lastro e sentido: as calças sobravam-lhe na cintura, faltavam-lhe botões nos colarinhos, principiava pouco a pouco a assemelhar-se a um vagabundo associal em cuja barba cuidadosamente feita se detectavam as cinzas de um pretérito decente. Ultimamente, observando-se ao espelho, achava que as próprias feições se desabitavam, as pregas do sorriso davam lugar às rugas do desencorajamento. No seu rosto havia cada vez mais testa. (Antunes, 2006, p. 94, grifo nosso)

Na citação acima retirada do romance *Memória de Elefante*, constatamos a crise dos sentidos e, posteriormente, a crise de representação do personagem-narrador que percebe as palavras tão supérfluas e desprovidas de sentido que ele habituara a dar-lhes, antes de sua experiência com a Guerra Colonial. Os objetos, retratos e outras coisas que ele folheava, desfiguram e deslocam seu rosto, trazendo à tona lembranças de representações que não conseguem mais serem fixadas em sua fragmentada e dispersa mente conturbada. Ele “acomodava-se a custo à ideia de uma ordenação geométrica da vida, dentro da qual se sentia desorientado como formiga sem bússola”. No final do excerto, o personagem-narrador declara que “observando-se ao espelho, achava que as próprias feições se desabitavam, as pregas do sorriso davam lugar às rugas do desencorajamento”.

Percebemos que o personagem-narrador é movido por uma desconstrução que o conduz a um descentramento do “sujeito cartesiano” que, antes, habitava sua formação ideológico-discursiva. Ao perder esse sujeito “solidificado” pelo sistema de poder colonialista do qual ele fazia parte, sente-se inseguro, angustiado e traumatizado. No entanto, para amenizar esse “desconforto” e mal-estar oriundos de sua experiência bélica, o autor, por meio de seu personagem-narrador, recorre à escrita como meio de sobrevivência. O sobrevivente sobrevive para preencher as “lacunas” deixadas pelo passado. Assim, sua “escrita sobrevivente” servirá de objeto à Literatura de Testemunho.

Diante desta complexidade de tornar visível algo que pertence à invisibilidade, perguntamos: o trauma possui alguma relação com a identidade? Podemos afirmar que sim, pois sua função desconstrutiva modifica, sem dúvida, o discurso que o sujeito emite sobre sua identidade. Os

² Chamamos de “escrita sobrevivente” todo testemunho dado por alguém que sobreviveu a uma catástrofe, e que, de posse do poder da criação e do imaginário, consegue dar sentido ao irrepresentável, falar do indizível, tornar visível o invisível.

narradores/personagens de Lobo Antunes, “afetados” pelo trauma, não conseguem manter a identidade:

a identidade do sujeito da enunciação é apresentada como objeto perdido, e o discurso, um esforço de elaboração (Pena, 2003, p. 312). Sem identidade segura, a voz de enunciação faz da narração a busca de um sentido que não foi antecipadamente definido. Trata-se de um discurso instável, híbrido, em que os conflitos sociais são incorporados aos fundamentos expressivos (García, 2003, p. 50). O conceito de real é especificamente problematizado quando pensamos em testemunho, pois não estamos diante de uma percepção do senso comum. A vítima do testemunho não vê apenas o que é trivialmente aceite: o que merece testemunho, em princípio, é caracterizado por uma excepcionalidade, e exige ser relatado (Seligmann-Silva, 2003, p. 47). O real é entendido como traumático. Para Pena, “o testemunho fala e narra nosso encontro com o Real do trauma, assim como concebido por Lacan, o encontro com estas experiências do corpo que sofre” (Pena, 2003, p. 347). Quando a dor corporal é incontornável, ocorre, “uma espécie de descolamento entre mente e corpo: ou seja, vontade de abandonar o corpo” (Seligmann-Silva, 2007, p. 53). (Ginzburg, 2012, p. 57)

Ginzburg (2012) traz valiosas contribuições quando dialoga com vários importantes autores. Mas de tudo o que foi mencionado na citação acima vale frisar sobre a sua definição acerca do conceito de real que é problematizado no campo da literatura de testemunho que entende o real como traumático. O autor, em concordância com Pena (2003) ratifica que “o testemunho fala e narra nosso encontro com o Real do trauma, assim como concebido por Lacan, o encontro com estas experiências do corpo que sofre”. E completando o seu pensamento intertextual, utiliza-se das palavras de Seligmann-Silva para fechar o seu discurso: quando a dor corporal é incontornável, ocorre, “uma espécie de deslocamento entre mente e corpo: ou seja, vontade de abandonar o corpo”. Essa vontade de abandonar o corpo é concretizada na vida de sobreviventes como Paul Celan e Primo Levi, sobreviventes de Auschwitz. Todavia, Lobo Antunes resiste a essa tentação. Em entrevistas e em suas crônicas ele expõe sobre a presença do suicídio em sua vida, mas o amor às suas filhas Maria José e Joana Antunes que perderam sua mãe (única mulher que ele realmente amou), o impede de praticar tal violência, preferindo recorrer à “escrita sobrevivente” para continuar sendo um sobrevivente vivo e em constante produção literária.

Em relação ao contexto histórico em que os romances de traço autobiográfico de Lobo Antunes estão inseridos, podemos trazer à tona as contribuições de Manuela Ribeiro Sanches. Para a autora:

a memória da guerra colonial, os conflitos sobre uma descolonização apelidada de ‘exemplar’ ou ‘desastrosa’ revelam, no caso português, o modo como as feridas continuam abertas, sobretudo nas gerações que as presenciaram. As memórias dos ‘retornados’ afloram timidamente, sempre em termos de um debate controverso que parece longe de encerrado. (...) Pergunta que, se faz sentido, não obsta a que se acrescente outra: como falar do pós-colonial sem pensar o colonial e a reacção mais imediata a este? (2012, p. 10)

Sanches (2012) traz à tona uma questão que é fundamental para que possamos entender o pensamento colonial que dominou e continua a dominar o mundo por meio de suas velhas estratégias movidas por relações de poder reprodutoras de desigualdades, preconceito e racismo. Para a autora, pensar o pós-colonial é, sobretudo, pensar o colonial e a sua reacção imediata.

As contribuições de Sanches são de suma importância à medida que em seu discurso podemos perceber que o colonizador, ao criar um sistema de repressão da vida cultural do povo colonizado, provoca e desenvolve a alienação cultural de parte da população. Nesse sentido, a escrita loboantuniana torna-se um valioso contributo para a literatura de testemunho e para a própria história porque suas obras são interpeladas por uma potente voz que denuncia o horror causado pela guerra colonial em Angola, como bem podemos perceber no seguinte excerto, retirado do romance *Os Cus de Judas*:

não, a sério, a felicidade, esse estado difuso resultante da impossível convergência de paralelas de uma digestão sem azia com o egoísmo satisfeito e sem remorsos, continua a parecer-me, a mim, que pertença à dolorosa classe dos inquietos tristes, eternamente à espera de uma explosão ou de um milagre, qualquer coisa de tão abstracto e estranho como a inocência, a justiça, a honra, conceitos grandiloquentes, profundos e afinal vazios que a família, a escola, a catequese e o Estado me haviam solenemente impingido para melhor me domarem, para extinguirem, se assim me posso exprimir, no ovo, os meus desejos de protesto e de revolta. O que os outros exigem de nós, entende, é que os não ponhamos em causa, não sacudamos

as suas vidas miniaturais calafetadas contra o desespero e a esperança, não quebreiros os seus aquários de peixes surdos a flutuarem na água limosa do dia-a-dia, aclarada de viés pela lâmpada sonolenta do que chamamos virtude. (Antunes, 2007, pp. 121-122)

Assim, entendendo que nada se conclui e que tudo está em constante mudança, as palavras do personagem-narrador acima expõem o “eu” do autor por meio do protesto e da revolta que embasam sua escrita literária. O trauma potencializa a linguagem por meio da experiência vivida pelo romancista, proveniente de cinco acontecimentos que funcionam como geradores centrais: a abrupta partida para Angola, as lembranças de seus pais e de suas tias (infância), a sua presença na guerra colonial em Angola, a vivência no Hospital Miguel Bombarda e a separação de sua esposa, após a guerra.

No seguinte fragmento, retirado do romance *Os Cus de Judas*, podemos constatar a presença do discurso traumático: rastros-resíduos do passado captados pelo escritor. O poder da linguagem destrava os lacres que silenciaram a voz por cerca de seis anos. A escrita dá ao escritor o “alimento” de que ele necessita para sobreviver:

continuo a *escutar*, sentado na sanita, olhando no espelho o meu rosto que irremediavelmente *envelheceu*, as falanges amarelas dos cigarros, os cabelos brancos, que eu não tinha, as rugas, Sofia, que me vincam a testa do mole cansaço dos que em definitivo desistiram. (...) prolongava nas feições em repouso algo das minhas feições *de antes*, quando a *amargura e o sofrimento da guerra* me não haviam ainda numa espécie de bicho desencantado e cínico, procedendo ao transformado acto do amor nos gestos indiferentes e alheios dos comensais solitários nos restaurantes, *olhando para dentro de si próprios as sombras que os habitam*. (...) Porque foi nisto que *me transformei*, que *me transformaram*, Sofia: uma criatura envelhecida e cínica a rir de si própria e dos outros o riso invejoso, azedo, cruel dos defuntos, o riso sádico e mudo dos defuntos, o repulsivo riso gorduroso dos defuntos, e a *apodrecer por dentro*, à luz do uísque, como apodrecem os retratos nos álbuns, *magoadamente, dissolvendo-se devagarinho* numa confusão de bigodes. (...) porque o *isolamento* e a *solidão* se me enrolam nas tripas, no estômago, nos braços, na garganta, me impedem de me mover e de falar, me tornam num vegetal agoniado incapaz de um grito ou de um gesto, à espera do sono que não chega. (Antunes, 2007, pp. 59-182, grifos nossos)

Não pretendemos aqui fazer uma análise interpretativa interpelada pela Análise do Discurso, mas faz-se necessário recorrermos ao uso que Foucault (2008) atribui ao discurso que esconde dentro de si estruturas ideologicamente perceptíveis. Entendemos, desta forma, que é por meio da linguagem, da entrega à palavra, nas margens da potência do poder da criação que o romancista constrói a sua escrita, movida por uma forte presença de signos traumáticos capazes de “traduzir” ou trazer à tona fragmentos do passado, reconstituído por meio de seu imaginário. Assim, adentrando-nos na citação acima, centramo-nos, primeiramente, no signo “escutar”, palavra que denota a presença de algo longínquo que pode ser visto pela voz que emerge do interior do sobrevivente, alojado em seu corpo como cicatriz que dá sinais de vida, de escuta... E é no “rosto” (parte central de seu corpo que é visível pelo espelho) que Lobo Antunes detecta sinais de envelhecimento precoce. Sinais fisicamente observados quando ele se vê ao espelho. Dentro desse contexto, o sobrevivente-autor traz à tona dois outros signos reveladores da memória tecida por rastros traumáticos: a “amargura” e o “sofrimento” causados pela guerra. É dentro de si, do mundo interior, complexo e paradoxal por natureza, que ele retira os signos que juntamente com ele sobreviveram, como fantasmas ou sombras, denotando um profundo esvaziamento de si, uma desorientação de um antigo “eu” que lá residia, contaminado por “sombras” que, inevitavelmente, precisa conviver, causando no corpo do sobrevivente, uma angústia antes não sentida.

A experiência com o horror na guerra em Angola modificou esse interior, abalando as estruturas sociais, político-econômicas e culturais. Tudo acontece de forma lenta e gradual... O retorno do sobrevivente ao real se dá de forma descontínua, fragmentada, dolorida, ameaçadora, rompendo as estruturas de coesão semântica que norteavam a vida do “antes de”. A anterioridade não consegue mais se impor diante de um “depois” que choca e fere o discurso que o sobrevivente carregava dentro de si em relação à existência humana. A solidão torna-se a sua companheira exata, transformando-o em “estrangeiro” em seu próprio país, e esse sentimento de estranheza (fator significativo para o sujeito que sobreviveu a uma catástrofe) leva-o a separar-se de sua esposa, aumentando, ainda mais, o processo traumático herdado de sua experiência bélica.

Convém, desta forma, definirmos a escrita loboantuniana, datada de 1979-1980, como escrita catastrófica, movida por signos traumaticamente tecidos nas margens cinzentas do que se pode representar, embora irrepresentável, cenas vividas por seu frágil corpo. A língua sobrevive a tudo isso

em silêncio, mas, por meio da escrita literária, ela potencializa-se e consegue, de forma fragmentada, dar conta de um passado que ainda ressoa no presente.

No meio de tantas perdas, uma coisa permaneceu acessível, próxima e salva – a língua. Sim, apesar de tudo, ela, a língua, permaneceu a salvo. Mas depois de atravessar o seu próprio vazio de respostas, o terrível emudecimento, mil trevas de um discurso letal. Ela fez a travessia e não gastou nenhuma palavra com o que aconteceu, mas atravessou esses acontecimentos. Fez a travessia e pôde reemergir “enriquecida” com tudo isso. (Celan, 1996, p. 33)

Assim, em palavras conclusivas, sabemos que essa questão que ora discutimos em torno do trauma na literatura não se conclui por definitivo, pois novas leituras e abordagens estão sempre a surgir por meio de outras vozes, outros discursos, outros caminhos teórico-metodológicos.

A literatura loboantuniana cumpre a árdua tarefa de representar o irrepresentável, possibilitando a recriação do presente por meio de restos-resíduos interpelados pela experiência de vida que Lobo Antunes consegue guardar de seu traumático passado. Assim, não há como pensar na representação do trauma fora de outros conceitos que com ele interdisciplinam-se, como por exemplo, identidade, tempo, espaço, corpo e experiência. Dentre esses conceitos é a identidade o mais relevante, pois o trauma abala intensamente a formação ideológico-discursiva do sujeito sobrevivente. A escrita é ferida em sua materialidade discursiva e é ela que liberta a voz de sua prisão, de seu silêncio, voz que ressignifica o real, trazendo uma nova representação, capaz de desconstruir o discurso dominador colonialista por meio da memória individual e socializada através da experiência de Lobo Antunes com a Guerra Colonial, em Angola.

REFERÊNCIAS

- Antunes, A. L. (2006). *Conhecimento do inferno*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Antunes, A. L. (2006). *Memória de elefante*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Antunes, A. L. (2007). *Os Cus de Judas*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Bondía, J. L. (2002). Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, 19, 20-28.

- Butler, J. (2015). *Quadros de Guerra: quando a vida é passível de luto?*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Celan, P. (1996). *Arte poética: o meridiano e outros textos*. Lisboa: Cotovia.
- Foucault, M. (2008). *A ordem do discurso: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 02 de dezembro de 1970*. São Paulo: Edições Loyola.
- Ginzburg, J. (2013). *Literatura, violência e melancolia*. Campinas, São Paulo: Autores Associados.
- Halbwachs, M. (2006). *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro.
- Sanches, M. R. (Eds.) (2012). *Malhas que os impérios tecem: textos anticoloniais, contextos pós-coloniais*. Lisboa: Edições 70.

Citação:

Oliveira, R. B. & Matos, E. D. (2019). Lobo Antunes: uma voz lusófona que representa a memória da guerra colonial em Angola em tempos pós-coloniais. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 354-364). Braga: CECS.

BART VANSPAUWEN & IÑIGO SÁNCHEZ

bvanspauwen@fcsh.unl.pt, inigo.sanchez@fcsh.unl.pt

INSTITUTO DE ETNOMUSICOLOGIA, UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA, PORTUGAL

“DE BRAÇOS ABERTOS”: A PROGRAMAÇÃO MUSICAL A BORDO DA TAP PORTUGAL COMO PRODUÇÃO INCLUSIVA DE LUSOFONIA?

RESUMO

Os aviões comerciais substituíram progressivamente os navios e outros modos de transporte como veículos de conexão entre países e continentes. Além de transportarem pessoas, aeronaves modernas transportam também cada vez mais conteúdos culturais. Com a ascensão da tecnologia digital, os sistemas interativos do entretenimento a bordo tornaram-se disponíveis aos passageiros, convertendo o céu num lugar sem preocupações com o consumo cultural. Enquadrando o nosso trabalho conceitualmente nas teorias de fluxo e mobilidade, analisamos algumas paisagens sonoras criadas pela TAP – Transportes Aéreos Portugueses, a companhia aérea de bandeira portuguesa, nos seus voos de longo curso. Dado o hino “De braços abertos” de 2011 – no qual a fadista portuguesa Mariza, o músico do *semba* angolano Paulo Flores, e a cantora de música popular brasileira Roberta Sá cantam de uma só voz – investigamos algumas estratégias pelas quais a TAP veicula ligações musicais pós-coloniais entre Portugal e o mundo lusófono a bordo. Enquanto analisamos quantitativamente a categorização da música como uma ferramenta para a gestão de marca, também refletimos sobre as experiências sonoras individuais que surgem através de *playlists* personalizáveis a bordo. Em última análise, o nosso objetivo é compreender processos de seleção musical e de formação de gostos, à medida que a TAP se baseia nas afinidades culturais existentes para fidelizar e informar a sua comunidade maioritariamente lusófona de passageiros.

PALAVRAS-CHAVE

TAP Portugal; entretenimento a bordo; música; lusofonia

CONTEXTUALIZAÇÃO¹

Apesar da sua curta história, o transporte aéreo tem-se tornado num ator principal num mundo crescentemente móvel, hiperglobalizado e interligado (Werner, Kessering & Urry, 2009). Desde a década de 1930, e até a aparição das primeiras companhias aéreas privadas, os contornos da aviação moderna foram moldados pelas políticas dos estados-nação. Durante a maior parte do período após a II Guerra Mundial, a indústria aérea foi de facto dominada por companhias aéreas estatais, as quais foram instrumentalizadas ativamente para promover o poder, prestígio e a hegemonia de cada país para além das suas fronteiras nacionais (Wohl, 2005).

Desde o início, as aeronaves modernas têm sido portadoras não só de pessoas e carga, mas de conteúdos culturais também. Os avanços tecnológicos e a popularização dos sistemas de entretenimento em voo aceleraram este processo, tornando o interior das aeronaves num lugar "livre de estresse" para o consumo cultural. Contudo, uma história social e cultural da aviação, que explore o papel das companhias aéreas nacionais na produção e circulação de ideias, imaginários, traços e artefatos culturais vinculados à identidade nacional ainda está por ser feita.

A companhia aérea de bandeira portuguesa, fundada em 1945 em Lisboa por ordem de serviço de Humberto Delgado, então diretor do Secretariado da Aeronáutica Civil, foi concebida como uma empresa de serviço público para servir de ligação entre a metrópole e as comunidades portuguesas espalhadas inicialmente por todo o império, e mais tarde por todo o mundo. Desde a inauguração em 1946 da "Linha Aérea Imperial" entre Lisboa, Luanda (na então colónia de Angola) e Lourenço Marques, anterior designação da cidade de Maputo (na então colónia de Moçambique) até hoje, a TAP conseguiu construir fortes laços de identificação com os portugueses tanto no país como no estrangeiro, readaptando o seu discurso promocional de acordo com o impulso social, político e cultural de cada época. "Produto do Império", "símbolo nacional" ou "imagem do povo português" são apenas algumas denominações popularmente veiculadas que sugerem que a TAP, de facto, desempenhou um papel central na construção e divulgação da identidade cultural portuguesa, tornando-se em

¹ Algumas das questões abordadas neste artigo foram apresentadas nos seguintes encontros científicos: "'Music and Mobilities'. A Study Day of the British Forum for Ethnomusicology and the Royal Musical Association" (Maio, 2015), "Society for Ethnomusicology 60th Annual Meeting" (Novembro, 2015), além do "III Congresso sobre Culturas - Interfaces da Lusofonia" (Novembro, 2017). O nosso agradecimento especial aos trabalhadores e ex-trabalhadores da TAP que generosamente dedicaram parte do seu tempo a responder às nossas perguntas e, em especial, às funcionárias do Museu da TAP.

muitas ocasiões embaixadora cultural do país. Hoje, a companhia opera cerca de 2.000 vôos por semana para 88 destinos em 38 países, expandindo a sua presença em África e liderando o mercado para o Brasil.

Como um país europeu que mantém fortes relações com as suas antigas colônias tanto externamente como internamente, Portugal tem sido sensível ao reconhecimento internacional das suas práticas de identidade cultural. Neste sentido, a noção política de lusofonia tem sido cada vez mais verbalizada para designar histórias e culturas compartilhadas entre comunidades de língua portuguesa em todo o mundo. Estudos recentes enquadram a lusofonia mais como um movimento de retorno das culturas expressivas e das memórias dos antigos territórios coloniais de Portugal do que como um mero campo linguístico, econômico ou político. Por isso, parece frutífero explorar a lusofonia como um conceito pós-moderno fluido que transcende os contextos pós-coloniais bem como a autoridade dos próprios Estados-Nação.

Este artigo é uma primeira tentativa de explorar como a transportadora aérea portuguesa representou e/ou negociou as relações de Portugal com os demais países língua portuguesa através da música. Dado que a TAP conecta Portugal diariamente com outros destinos lusófonos, como Brasil, Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe, estamos particularmente interessados em explorar como as categorias musicais que são usadas dentro do sistema de entretenimento em vôo operam como instrumentos sociopolíticos para circular representações de ser (e sentir-se) “português”.



Figura 1: “De braços abertos”

Fonte: <http://poloeducasat.blogspot.pt>

Enquadrando o nosso trabalho conceitualmente nas teorias de fluxo e mobilidade, o presente artigo insere-se nos estudos pós-coloniais e lusófonos, com incidência particular nas narrativas identitárias transnacionais e nas memórias sociais. Visamos compreender melhor a perspetiva musical "lusófona" empregada pela TAP. Enquanto analisamos quantitativamente a categorização da música como uma ferramenta para a gestão de identidade corporativa da companhia, também refletimos sobre as experiências sonoras individuais que surgem através de playlists personalizáveis a bordo. Em última análise, o nosso objetivo é compreender processos de seleção musical e de formação de gostos pela TAP.

Para este efeito, o prisma do campo da música permite compreender a governança de significados auditivos na formação de ordens sociais e políticas (Guilbault, 2007). Com base numa abordagem etnomusicológica pretendemos pensar as narrativas dos impérios ocidentais modernos como construções nas quais a audibilidade envolve interações musicais que refletem negociações sociais e culturais reais, em particular, mas não só, os traumas do colonialismo (Radano & Olaniyan, 2016). No caso da TAP e de Portugal, país que representa, importa saber mais sobre este "complexo colonial" – do luso-tropicalismo aos entre-espacos e inter-identidades do período pós-colonial (Almeida, 2008; Arenas, 2005; Castelo, 1998; Domingos & Peralta, 2013; Feldman-Bianco, 2007; Freixo, 2009; Madureira, 2006; Sanches, 2004; Sousa, 2000). Esperamos que análises adicionais dos *mobility studies* (Bull, 2005; Gopinath & Stanyek, 2013) e entretenimento a bordo (Alamdari, 1999; Govil, 2004; Wilkie, 2012) possam ajudar a revelar se e como a TAP veiculou projeções nacionais, políticas culturais e ideias sobre etnicidade e diferença na sua representação das culturas expressivas do mundo transnacional lusófono (Born & Hesmondhalgh, 2000; Carvalho, 1996; Guilbault, 2007; Radano & Olaniyan, 2016).

DA PORTUGALIDADE À LUSOFONIA EM TRÊS MO(VI)MENTOS

A música é um ingrediente ativo da experiência de viajar de avião. Os sons musicais acolhem os passageiros durante o embarque da aeronave e despedem-se deles quando o avião chega ao seu destino. Durante o voo os passageiros podem personalizar a sua experiência sonora através da seleção musical que fica disponível nos diferentes canais de música e vídeo. As referências à música também aparecem com frequência nas revistas de bordo sob a forma de artigos, críticas de álbuns, ou entrevistas com músicos e bandas locais e internacionais. Além do espaço confinado da cabine

do avião, a música também forma parte das campanhas de marketing das companhias aéreas, sendo mais um elemento da sua imagem corporativa. No caso das companhias aéreas nacionais como a TAP, as conexões entre a experiência de voar, a música e a circulação de certos ideais e imagens de identidade nacional e cultural são particularmente fortes.

Na década de 1970, por exemplo, era frequente que os passageiros que viajavam na classe executiva da TAP – a célebre Navigator Class – recebessem ao final do voo um LP (Long Play) como presente. Um desses álbuns – produzidos pela própria companhia – tinha como título “Faça uma viagem musical por Portugal” e continha uma seleção musical que abrangia diferentes tradições musicais portuguesas, desde o fado até às canções de pescadores do Algarve ou registros do repertório musical do norte do país. Um mapa de Portugal impresso no interior do álbum substanciava a ideia de viagem. Este exemplo é interessante porque, de alguma forma, a música reforçava uma narrativa mais ampla sobre o que era “ser português” num momento histórico no qual a ideia de *portugalidade* foi construída recorrendo às tradições e costumes populares e a imagens de Portugal como um país rural e ensolarado de pessoas simples e acolhedoras.



Figura 2: “Take a Musical Tour of Portugal”

Fonte: Museu da TAP

Um segundo momento remete às celebrações do 45º aniversário da TAP no início da década de 1990. No contexto das comemorações a companhia comissionou uma peça musical ao aclamado virtuoso da guitarra

portuguesa Carlos Paredes. O tema, apropriadamente intitulado “Asas sobre o mundo”, foi usado como música de embarque e desembarque e tornou-se assinatura musical da companhia aérea. Diferente do primeiro exemplo, a *portugalidade* que a composição de Paredes evoca remete a uma ideia mais abrangente (“Desejava associar seu aniversário ao apelo universal e à excelência musical deste compositor”, texto extraído do encarte do álbum com o referido tema, figura 3) e exala uma espécie de nostalgia colonial que está em consonância com a simbologia da caravela e a associação com os descobrimentos que a empresa usava como parte da imagem corporativa desde o início da década de 1960.



Figura 3: Carlos Paredes, *Asas sobre o mundo* (1990)

Fonte: Museu da TAP

Um terceiro e último momento refere-se à canção “De braços abertos”, lançada em 2011 como parte de uma campanha de marketing viral que sinalizou a renovação total da imagem e o nome da TAP. A canção, que se converteria no novo hino da companhia, apresenta três artistas bem conhecidos da cena musical lusófona: Paulo Flores, de Angola; a fadista portuguesa Mariza e a cantora brasileira Roberta Sá. Este *re-branding* da companhia implicou uma redefinição da própria noção de portugalidade sobre a qual a imagem corporativa da TAP tinha sido construída, explicitamente abraçando a noção de lusofonia como parte de uma estratégia que está a meio caminho entre a mercantilização da cultura e a promoção de uma noção fluida da identidade portuguesa, que na prática se traduziu

num renovado interesse em representar as ligações culturais entre Portugal e outras localidades do mundo lusófono. Com base em diferentes influências musicais (semba, fado e música popular brasileira) e num passado cultural e linguístico partilhado, “De braços abertos” representa a colaboração cultural como componente central desta nova identidade. A letra, por outro lado, reposiciona o tropo comum de hospitalidade como característica distintiva de ser “português” numa perspectiva global.



Figura 4: *Frame* do vídeo “De Braços Abertos”

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=S1vfugqjjo>

Estes três exemplos demonstram como, em diferentes momentos da sua história, a TAP recorreu à música para difundir diferentes ideias sobre o que significa “ser português”. Esta tendência pode ser igualmente observada e analisada na seleção musical incorporada no sistema de entretenimento em voo que é oferecido nos voos de longo curso.

A EXPERIÊNCIA MUSICAL A BORDO DOS AVIÕES DA TAP

Trabalhos recentes no campo dos estudos dos *mobility studies* propõem pensar o conceito de mobilidade não só como corpos físicos que se deslocam de um lugar para outro, mas também como um recurso social e cultural que deve ser analisado enquanto experiência e prática corporizada, como “uma forma de estar no mundo” (Cresswell, 2006). Na era global e digital, onde as pessoas, ideias, imagens, objetos e capital viajam além-fronteiras com uma facilidade nunca antes vista, é urgente pensar as implicações destas formas de mobilidade na nossa experiência do tempo e do espaço, nas práticas de residência (*dwelling*) e no próprio conceito de cidadania. Como vimos na secção anterior, a música é uma das formas

culturais mobilizadas ativamente pelas companhias aéreas para promover e construir certas ideias de identidade nacional.

Os primeiros indícios da presença da música dentro dos sistemas de entretenimento em vôo nos aviões da TAP remetem à segunda metade da década de 1970, com a chegada dos primeiros aviões equipados com sistemas de áudio pessoais, o Boeing 747 e o Boeing 707. Estes sistemas permitiam aos passageiros aceder a vários canais de música nas suas poltronas através de auscultadores. Nos primórdios da oferta musical a bordo, a seleção musical era responsabilidade de um pequeno grupo de trabalhadores com inquietudes musicais que compatibilizavam o seu trabalho na companhia (como comissários de bordo, técnicos, funcionários, etc.) com a curadoria musical dos canais de áudio. Foi o caso do periodista musical e crítico de *jazz* José Duarte, que começou a trabalhar nos serviços de rampa da companhia e que durante vários anos seria o responsável dos conteúdos musicais para os canais de áudio. Numa entrevista cedida aos autores, o próprio Duarte relata como em muitas ocasiões aproveitava as viagens ao estrangeiro que a companhia oferecia aos seus trabalhadores para assistir a concertos e comprar livros e discos que na altura estavam proibidos em Portugal. Esta possibilidade de conhecer o mundo foi de facto uma das razões que impulsionou Duarte – e muitos dos seus colegas de geração com os quais tivemos oportunidade de falar no contexto desta investigação – a trabalhar na TAP. O processo de confeção dos canais de áudio começava assim com a seleção dos álbuns e das canções que integrariam cada um dos canais, feita frequentemente com base em critérios associados ao gosto pessoal. Por exemplo, José Duarte orgulha-se de incluir nos seus *playlists* temas e músicos na órbita da canção de protesto e da música de intervenção que naquela altura estavam censurados em Portugal, como uma forma de dar a conhecer a música portuguesa aos seus próprios compatriotas, do mesmo modo que aproveitou o seu trabalho de programador musical na TAP para divulgar a sua grande paixão, o *jazz*. A produção quase artesanal das *playlists* nestes primeiros momentos completava-se com a gravação da seleção musical em fita de áudio nos estúdios de som da própria TAP, possibilitando assim a reprodução posterior nos sistemas de áudio dos aviões.

“De braços abertos”: a programação musical a bordo da TAP Portugal como produção inclusiva de lusofonia



Figura 5: Canais de áudio na revista de bordo *Atlantis* (1998)

Fonte: Museu da TAP

A partir da década de 1980, a TAP começou a distribuir um folheto com a oferta de música e cinema a bordo entre os passageiros dos seus Boeing 747 e Boeing 707. Este folheto incluía dois filmes e seis canais de áudio: música erudita, música jovem, música de Portugal, tempo de *jazz*, miscelânea e temas de filmes. Esta divisão dos canais de áudio por categorias musicais manteve-se praticamente inalterada até metade da década de 1990, quando a incorporação de novos aviões bem como os avanços tecnológicos nos sistemas de entretenimento a bordo permitiam a ampliação da oferta musical até doze canais de áudio. Foi também nessa altura que a produção dos canais de áudio foi externalizada para uma empresa de produção independente. Posteriormente a TAP assinaria um contrato com a Rádio e Televisão de Portugal (RTP), a empresa pública de Rádio e Televisão de Portugal, em virtude do qual esta última passaria a fornecer os conteúdos de áudio e vídeo para todos os vôos de médio e longo curso da companhia a partir de 2011. Atualmente, a TAP oferece nos seus vôos de longo curso doze canais de rádio – entre eles Portugal, Fado, Bossa & Jazz, Africa, Brasil, e World – e uma coleção de álbuns chamada CDteca com mais de quinhentos títulos, todos divididos em categorias musicais (com mais atenção para as ligações entre Portugal e o resto do mundo lusófono). Além disso, os passageiros podem personalizar a sua viagem criando

as suas próprias listas de reprodução a partir dos álbuns incluídos nesta última. Por questões de espaço não podemos oferecer aqui uma análise aprofundada e sistemática da oferta musical nos aviões da TAP (canais de áudio e coleção de CDs), que sem dúvida enriqueceria a nossa análise das estratégias da companhia para transmitir ideias particulares sobre a identidade cultural portuguesa, em constante consonância com a sua própria identidade corporativa.

CONCLUSÃO

Categorias e rótulos musicais podem reivindicar certos direitos, respeito e reconhecimento em relação a questões tão sensíveis e cruciais quanto identidade, autonomia e poder, além de estarem abertos à contestação e ao realinhamento pelas pessoas que as definem e utilizam (Guest-Scott, 2008; Guilbault, 2007). Num contexto pós-colonial e neoliberal, a competição entre companhias aéreas globais (Hanlon, 2007; Staniland, 2003) faz com que antigos legados imperiais e nacionais sejam negociados e reinterpretados para fins comerciais (Margerido, 2000; Miranda, 2002; Santos & Lopes 2006). Mesmo o avião sendo um dos últimos lugares sem estresse e (para muitos ainda) sem *wi-fi*, a TAP influencia os seus passageiros com conteúdo cultural que não é neutro.

Como é que a oferta musical da TAP evoluiu e como a tecnologia estimulou isso? Da nossa análise dos canais áudio desta companhia aérea portuguesa – do amadorismo ao negócio, no cruzamento de mercados, culturas e nações – surgem vários exemplos de hegemonia e polémica nas representações sociais da história. Se olharmos para a forma como a identidade da música TAP foi construída, podemos observar um alargamento progressivo sobre o alcance da noção de “ser português”, de uma ideia restrita de portugalidade, uma noção relacionada à imposição do nacionalismo português às ex-colónias, para a ideia mais inclusiva (mas despolitizada) da *lusofonia*, uma noção geopolítica planejada e ligada ao eufemismo da língua para denotar o mundo lusófono pós-colonial. Esta mudança, argumentamos, tem sido primordial não só para redefinir o valor de mercado da TAP na sua transição de uma companhia aérea nacional para um jogador global em uma indústria cada vez mais competitiva, mas também para os próprios portugueses em repensar o seu património cultural e histórico.

Aliás, esta ideia é confirmada nas próprias palavras da TAP nos *sleeve notes* da *Coleção CD TOP Executive* (2008), onde a companhia se assume como instrumento fundamental nas ligações e aproximação das

comunidades. E para além da sua principal vocação [transportar], argumenta ter precisamente como propósito “incentivar o intercâmbio cultural, promovendo assim a língua e a cultura lusófonas” (texto extraído do encarte do referido álbum). A sonoridade resultante desta fusão musical única permeia a experiência auditiva a bordo. Pode-se argumentar que a seleção musical cuidadosa e calculada prescreve, sem explicitar-se, uma noção de “lusofonia musical” que evidencia a existência de uma comunidade afetiva de músicos lusófonos de diversas origens.

De facto, a identidade musical da TAP baseia-se nas afinidades culturais existentes para fidelizar e informar sua comunidade transnacional de clientes. O *motto* “De braços abertos” parece ser, muito mais do que um mero slogan mercantil, uma chamada para uma produção mais inclusiva de lusofonia para definir o que significa ser português e lusófono no mundo de hoje, caracterizado por mercados linguísticos com afinidades históricas e culturais, países e diásporas e todos que estejam interessados no português.

Divulgar a dimensão cultural da lusofonia torna-se, assim, não só uma questão estratégica fundamental (Lopes, 2011) como também um fator de relevância económica (Pereira, 2011), fazendo com que para muitos, a TAP se torne, “mais que uma empresa, uma ‘national equity’” (Coelho, 2006, p. 60), que no jogo entre espaços, mobilidades e afetos linguístico-culturais, une comunidades imaginadas a práticas coletivas (Adell, Bendix, Borlotto & Tauschek, 2015; Adey, 2010). A companhia aérea tenta, assim, não só dar novos significados à complexidade da pertença europeia e lusófona, como também à descoberta dos outros e de nós mesmos (Macedo, 2013; Maciel, 2010; Sassatelli, 2009; Sousa, 2015; Vanspauwen, 2017).

A música implica harmonia mas também revela tensões, constituindo entre-lugares onde antigas tendências imperiais e ideais neoliberais se encontram. Através de “De braços abertos”, a TAP promove um novo hino nacional que deixa as armas de lado e em vez disso media cicatrizes coloniais e estereótipos pós-coloniais. Assim, ela se apresenta como uma verdadeira interface da lusofonia que promove uma constante actualização daquilo que foi, é e será “ser português” no mundo.

REFERÊNCIAS

Adey, P. (2010). *Aereal life: spaces, mobilities, affects*. Londres: Wiley-Blackwell.

- Adell, N., Bendix, R. F., Bortolotto, C. & Tauschek, M. (Eds.) (2015). *Between Imagined communities and communities of practice*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.
- Alamdari, F. (1999). Airline in-flight entertainment: the passengers' perspective. *Journal of Air Transport Management*, 5(4), 203-209. DOI: 10.1016/S0969-6997(99)00014-9
- Almeida, M. V. (2008, abril). *Portugal's colonial complex: from colonial lusotropicalism to postcolonial lusophony*. Comunicação apresentada na Queen's University Belfast.
- Arenas, F. (2005). *(Post)colonialism, globalization, and lusofonia or the "time-space" of the Portuguese-speaking world*. UC Berkeley: Institute of European Studies. Retirado de <https://escholarship.org/uc/item/ovhf07t9>
- Born, G. & Hesmondhalgh, D. (2000). *Western music and its others: difference, representation, and appropriation in music*. Berkeley: University of California Press.
- Bull, M. (2005). Investigating the culture of mobile listening: from walkman to ipod. In K. O'Hara & B. Brown (Eds.), *Consuming music together: social and collaborative aspects of music consumption technologies* (pp. 131-149). Dordrecht: Springer. DOI: 10.1007/1-4020-4097-0_7
- Carvalho, J. S. (1996). A Nação Folclórica: projecção nacional, política cultural e etnicidade em Portugal. *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 2. Retirado de <https://www.sibetrans.com/trans/article/287/a-nacao-folclorica-projeccao-nacional-politica-cultural-e-etnicidade-em-portugal>
- Castelo, C. (1998). "O modo português de estar no mundo". *O luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa (1933-1961)*. Porto: Edições Afrontamento.
- Coelho, C. (2006). TAP, mais que uma empresa, uma 'national equity'. *Atlântico: Revista mensal de ideias e debates*, 2(18), 60-61. Retirado de <https://tinyurl.com/ybe47bzx>
- Cresswell, T. (2006). *On the move. Mobility in the modern western world*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Domingos, N. & Peralta, E. (Eds.) (2013). *A cidade e o colonial. Dinâmicas coloniais e reconfigurações pós-coloniais*. Lisboa: Edições 70.
- Feldman-Bianco, B. (2007). Empire, postcoloniality and diasporas. *Hispanic Research Journal*, 8(3), 279-290. DOI: 10.1179/174582007X190169
- Freixo, A. (2009). *Minha pátria é a língua portuguesa: a construção da ideia de lusofonia em Portugal*. Rio de Janeiro: Apicuri.

- Gopinath, S. & Stanyek, J. (Eds.) (2013). *The Oxford handbook of Mobile Music Studies*. Oxford: Oxford UP.
- Govil, N. (2004). Something spatial in the air. In-flight entertainment and the topographies of modern air travel. In N. Couldry & A. McCarthy (Eds.), *Mediaspace. Place, scale and culture in a media age* (pp. 223-252). Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Guest-Scott, A. (2008). Categories in motion: the use of generic multiplicity in music store guitar lessons. *Ethnomusicology*, 52(3), 426-457. Retirado de <https://www.jstor.org/stable/20174607>
- Guilbault, J. (2007). *Governing sound. The cultural politics of Trinidad's Carnival Musics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hanlon, J. P. (2007). *Global airlines: competition in a transnational industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lopes, E. R. (Ed.) (2011). *A lusofonia – uma questão estratégica fundamental*. Lisboa: SaeR/Jornal Sol.
- Macedo, L. S. (2013). *Da diversidade do mundo ao mundo diverso da lusofonia: a reinvenção de uma comunidade geo-cultural na sociedade em rede*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/28851>
- Maciel, C. L. F. (2010). *A construção da comunidade lusófona a partir do antigo centro. Micro-comunidades e práticas da lusofonia*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Madureira, L. (2006). Is the difference in Portuguese colonialism the difference in lusophone postcolonialism? In A. Soares (Ed.), *On toward a Portuguese postcolonialism* (pp. 135-141). Bristol: HiPLA.
- Margerido, A. (2000). *A lusofonia e os lusófonos: novos mitos portugueses*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Miranda, J. (2002). *Identidade nacional: o mito ao sentido estratégico. Uma análise psicossociológica das comparações entre os portugueses e os outros*. Tese de Doutoramento, Universidade Aberta, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10400.2/2524>
- Pereira, S. M. J. (2011). *A dimensão cultural da lusofonia como factor de relevância económica*. Tese de Doutoramento, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal.
- Radano, R. & Olaniyan, T. (Eds.) (2016). *Audible empire: music, global politics, critique*. Durham: Duke UP.

- Sanches, M. R. (2004). *Where is the post-colonial? In-betweenness, identity and "Lusophona" in transnational contexts*. Santa Cruz: Center for Cultural Studies at UCSC.
- Santos, O. & Lopes, L. F. (2006). *Os novos Descobrimentos - do Império à CPLP: ensaios sobre história, política, economia e cultura lusófonas*. Lisboa: Almedina.
- Sassatelli, M. (2009). *Becoming Europeans: cultural identity and cultural policies*. Basingstoke e Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Sousa, H. (2000). Os media ao serviço do imaginário: uma reflexão sobre a RTP Internacional e a lusofonia. *Comunicação e Sociedade*, 2, 305-317. DOI: 10.17231/comsoc.2(2000).1403
- Sousa, V. (2015). *Da 'portugalidade' à lusofonia*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Staniland, M. (2003). *Government birds: air transport and the state in Western Europe*. Oxford: Rowman and Littlefield Publishers.
- Vanspauwen, B. P. (2017). *Lusofonia in Musidanças. Governance, discourse and performance*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Wilkie, F. (2012). 'Choreographies of nationhood': performing aviation as spectacle. *PUBLIC*, 23(45), 201-211. DOI: 10.1386/public.23.45.200_1
- Werner, S. C., Kessering, S. & Urry, J. (Eds.) (2009). *Aeromobilities*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Wohl, R. (2005). *The spectacle of flight: aviation and the western imagination 1920-1950*. New Haven: Yale UP.

Citação:

Vanspauwen, B. & Sánchez, I. (2019). "De braços abertos": a programação musical a bordo da TAP Portugal como produção inclusiva de lusofonia? In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 365-378). Braga: CECS.

REGINA PEREIRA DA SILVA

pereiradasilvaregina24@gmail.com

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, BRASIL

RELAÇÃO RECOLHIDA DOS DISCURSOS FEITOS COM O MONSENHOR MATEUS DE CASTRO – INFORMAÇÃO OU RECLAMAÇÃO DE IDENTIDADE?

RESUMO

Apesar dos vários cenários adversos, numerosas são as figuras históricas envolvidas no processo identitário goês. Se a identidade de uma determinada comunidade se forma durante o próprio percurso histórico, Goa representa um caso extraordinário e simbólico. As ideias e decisões de Mateus de Castro, sacerdote brâmane, geraram grande alvoroço nos ambientes religiosos e políticos imperiais visto que, apesar do movimento das conversões ter entrado nas castas mais elevadas da sociedade indiana, a possibilidade de uma real progressão eclesiástica era uma miragem. Mateus de Castro opõe-se de modo personalizado tentando abrir uma nova via. Surge um grande dilema e forte discussão entre o poder político português e a Cúria Romana que provoca uma intensa troca de correspondência entre as duas instituições. Diversas cartas e relatórios são enviados para Roma com o objetivo de informar o Papa sobre a veracidade dos factos. Este estudo focaliza-se na análise de um manuscrito, conservado na colecção *Rerum Lusitanicarum* Volume XXXI, *Symmitica Lusitanica* da Biblioteca da Ajuda de Lisboa¹, inerente a tal controvérsia.

PALAVRAS-CHAVE

Mateus de Castro; *Relatione*; identidade; manifesto

Se a identidade de uma determinada comunidade se forma durante o próprio percurso histórico através da atuação das instituições públicas e privadas e dos traços visíveis deixados no próprio território gerando um verdadeiro modo de ser que vive numa unidade cultural única e original então Goa representa um caso extraordinário e simbólico. Durante os 450 anos

¹ *Relatione raccolta da discorsi con Monsignor Matteo di Castro Primo, Códice 46-X-7 da Biblioteca da Ajuda*. Todas as traduções do italiano e latim foram feitas por nós.

de domínio colonial e, apesar dos vários cenários político-sociais adversos, numerosas são as figuras históricas envolvidas no processo identitário goês. A releitura dos primeiros textos escritos por goeses² em língua portuguesa (séculos XVII-XVIII) realizada à luz dos novos estudos pós-coloniais e focalizada na cultura local tem permitido identificar diversos fenómenos de resgate das próprias origens e memórias tendo como pano de fundo quer a resistência ao poder imperial quer a reclamação duma identidade individual e coletiva formada entre-culturas: portuguesa e indiana.

Um dos primeiros goeses que se manifestou contra o poder vigente foi Mateus de Castro (1594-1677) cujas ideias e decisões geram grande alvoroço nos ambientes religiosos e políticos locais. Se já durante a segunda metade do século XVII o grande movimento das conversões ao Cristianismo tinha penetrado nas castas mais elevadas da sociedade indiana, a possibilidade de entrar e progredir na carreira eclesiástica, à semelhança do que acontecia com os europeus, não era uma consequência natural. Ser indiano era, pois, uma condição que precludia a progressão na carreira eclesiástica. A questão fundamental era: um nativo ao ser ordenado “clérigo de missa” podia ser nomeado bispo e quais os seus direitos? Uma questão de igualdade que abre um leque de conflitos identitários. Muitos dos naturais que se tornaram sacerdotes desiludiram-se imediatamente. As suas esperanças de serem tratados como iguais eram um sonho pois o clero religioso branco conservava para si próprio os cargos mais elevados e o poder³. De facto, o binómio conceitual “dominador-subjugado” pressupõe uma forte interdependência inerente à própria existência do império e tal interligação vivida nos vários âmbitos da vida quotidiana origina frequentemente reações de descontentamento por parte da população. Neste sentido, o setor social goês que possuía meios e instrumentos para se exprimir de modo incisivo era, sem dúvida, aquela faixa do clero constituída por sacerdotes nativos. Viviam tal discriminação pessoalmente em favor do clero europeu que dominava a situação sócio-religiosa local e mantinha boas relações com os colonizadores.

Devido à sua oposição ao sistema, Mateus de Castro torna-se progressivamente numa figura pública. Enquanto permaneceu na Índia a sua ordenação sacerdotal foi impossível. Na primeira metade do século XVII, com a mudança das atitudes e relações político-religiosas entre o Padroado

² Frias (1702); Jaques (1713); Pais (1713), entre outros.

³ Tal situação tende a modificar-se durante a segunda metade do século XVII mediante as nomeações dos bispos Mateus de Castro, Custódio de Pinho e Tomás de Castro (Pereira, 1952, p. 12).

Português e o Vaticano, a naturalidade de Mateus de Castro torna-se de facto num forte impedimento.

A fundação, em 1622, da Sagrada Congregação da Propaganda Fide tinha aberto uma nova era na história das missões religiosas. O seu fundador, Papa Gregório XV tinha-lhe atribuído como objetivo principal “conhecer, tratar e decidir todas as problemáticas relativas à difusão da fé”⁴ no mundo, missão que a Congregação tomou a peito. O apostolado missionário passa a estar centralizado no Vaticano e todos os mandatos, diretivas, organizações e nomeações partiam então de Roma. De acordo com o decreto de 24 de junho de 1623⁵ todos os Superiores Gerais das famílias religiosas estavam obrigados a pedir autorização à Congregação para enviar os próprios missionários para as missões e tinham que escrever, todos anos, um relatório completo sobre as condições e o desenvolvimento das mesmas. As cortes ibéricas são informadas de que o envio de missionários para as missões já não depende dos monarcas, mas do Papa. Termina assim, uma era na qual o Padroado Português⁶ detinha grande poder sobre os territórios colonizados nomeadamente em relação à nomeação de eclesiásticos para os cargos religiosos espalhados pelo império. Trata-se de um evento novo para o mundo de seiscentos. A intervenção da Propaganda Fide provocou sérios atritos conflituais entre o Vaticano e a Coroa Portuguesa num contexto marcado pelo não reconhecimento da independência portuguesa por parte do Papado, o que viria a acontecer apenas em 1669 (Tavares, 2002, p. 228).

O primeiro secretário da Congregação, arcebispo Francesco Ingoli⁷, tinha como objetivo principal definir os métodos utilizados no apostolado nas missões e impor o novo espírito. Tais diretivas declaravam que os missionários católicos estavam

- investidos de uma missão religiosa e não de uma missão nacional;
- não deviam impor a civilização europeia, mas antes pelo contrário deviam adaptar-se aos costumes dos povos a converter;
- deviam abster-se de se imiscuir nas questões políticas e não deviam recorrer à força para difundir a fé;

⁴ Constituição *Inscrutabili divinas* do dia 22 de junho de 1622, in *Collectanea Sacrae Congregationis de Propaganda Fide*, Tomo I, Roma, 1907, p. 2-4, n. 3.

⁵ *Collectanea Sacrae Congregationis de Propaganda Fide*, Tomo I, Roma, 1907, p. 5, n. 6.

⁶ Em 1521, D. João III tinha recebido do Vaticano o direito de nomear bispos e outros eclesiásticos e tinha o dever de propagar a fé cristã (Almeida, 1970).

⁷ Governa a Congregação da Propaganda durante 26 anos. Morre em Roma em agosto de 1649.

- o objetivo deles devia ser a edificação da Igreja e por consequência a formação de um possível clero indígena. (Ghesquière, 1937, p. II)

Mateus de Castro, primeiro vigário apostólico nativo a ser instituído nos países das missões (Nazareth, 1927, p. X) nasce provavelmente em 1594⁸, em Navelim, Divar⁹, de Pedro de Castro e de Maria Guedes de Castro). Missionário entre 1631 e 1658, mais tarde é nomeado vigário apostólico da Propaganda nas Índias. É pois o símbolo duma das primeiras intervenções da Propaganda e de uma nova etapa da vida do Padroado Português, no Oriente (Souza, 2008, p. 420). Torna-se numa figura problemática sendo causa de conflitos e discussões entre o poder político português e a Cúria Romana o que provoca uma intensa troca de correspondência entre as duas instituições. Muitas são as cartas, descrições e relatórios que tinham como objetivo informar o Papa sobre os acontecimentos. Este estudo focaliza-se num destes relatórios.

Originário da ilha de Divar onde predominava a casta dos brâmanes, Mateus de Castro após a morte prematura dos seus pais e para fugir à vida dura do campo, refugia-se no Colégio dos Reis Magos pertencente aos franciscanos de Bardês (Gomes, 1957). É durante este período que sente a vocação ao sacerdócio¹⁰ (SCdPF, 194, fl. 353v). Escreve uma carta endereçada ao Arcebispo de Goa, D. Cristovão de Sá e Lisboa, que se recusava

⁸ Visto que em 1666 tinha 72 anos, em 1670 tinha 76 e 80 anos em 1674. Cfr. S. Congregazione “De Propaganda Fide” Arquivo Histórico, Scritture riferite nei Congressi, Indie orientali-Cina 1623-1674, vol. 1, fl. 241v; 136v; Archivio del Vaticano de Roma, *Stato delle anime della chiesa parrocchiale di S. Andrea delle Fratte*, 1673-74, vol. 63, fl. 96v e 185r. Não obstante a *Acta Congregationis de 15 de dezembro de 1676* (S. Congregatione Propaganda Fide) vol. 46, fl. 177r, 3^o, referir uma memória do bispo de 83 anos de Crisopoli, em vez de 82 anos.

⁹ Mateus de Castro, indiano, Bispo de Crisópolis e Vigário Apostólico no Reino de Hidalcão. Relação das suas viagens da Índia até Roma, do seu regresso de Roma para a Índia e das contrariedades que teve durante a realização da sua missão feitas pelo Monsenhor Arcebispo de Goa e outros, em ser admitido ao Sacramento da Ordem, por ser, ele, natural da Índia e como ele fundou uma Congregação de sacerdotes seculares, no Hidalcão, sob a regra de S. Filipe Néri. De forma a que ali, não se pratiquem forçosamente o batismo dos indianos, de 1644. (SOCC, 192, fl. 221r-228v).

¹⁰ Era o segundo jovem brâmane a querer receber o Sacramento da Ordem. Antes dele, o brâmane Pedro Luís (c. 1532–1596) nascido em Quilon e convertido ao cristianismo com a idade de quinze anos, já tinha manifestado tal desejo. De facto, serviu os jesuítas como intérprete e como tal acompanhou, durante 5 anos, Nicolau Lancilloto. Recebe a autorização para fazer o noviciado no Colégio de S. Paulo, concedida por P. Diego Laínez em 156, é o primeiro indiano a entrar na Companhia de Jesus. Foi ordenado sacerdote por Alessando Valignano, em 1575, tendo exercitado a sua missão principalmente na Costa de Travancor e da Pescaria (O’Neill, 2001, p. 2440; Wicki & Gomes, 1984, p. 979). Temos ainda notícia de outro brâmane que, em 1598, foi mandado como sacerdote pelo Arcebispo Aleixo de Menezes para a missão etíope. Trata-se de P. Belchior da Silva, vigário da Igreja de S. Ana que precisamente porque pertencia à casta dos brâmanes foi bem aceite como missionário pelos abexins (Frias, 1702, p. 152).

a ordenar sacerdotes de origem brâmane (Xavier & Županov, 2015, p. 21), pedindo para ser ordenado. A resposta é negativa. Não desiste e decide procurar um bispo católico que estivesse disposto a consagrá-lo.

Afonso Mendes (1579-1635), Patriarca da Etiópia e refugiado em Goa com os seus companheiros devido à perseguição aos cristãos de 1633, escreve uma carta ao Cardeal da Propaganda na qual inclui uma *Apologia pro veritate adversus epistola D. Matthaei a Castro episcopi Chrysopoleos ad S. C. de Pro. Fide Catholica*, ex Chorão, 1 de dezembro de 1643, que consiste numa longa acusação contra Mateus de Castro pondo todos de sobreaviso relativamente às suas pretensões de seguir a carreira eclesiástica (Beccari, 1913, pp. 218-242) enfatizando a sua origem: “na ilha da Divar, cujo o nome deriva da palavra Piedade, em cuja a cidade, nasceu o senhor Mateus, filho de pais brâmanes batizados em idade adulta pela Companhia Jesus, assim como todo o seu povo” (Beccari, 1913, p. 219).

Se Afonso Mendes se opõe a Mateus de Castro pelo contrário, Padre Leandro da Anunciação, Provincial dos Carmelitanos de Goa, deseja ajudá-lo (Ghesquière, 1937, p. 26) por isso, escreve uma carta de apresentação dirigida ao prior do Convento Jesus e Maria dos Carmelitanos de Isphan, Pérsia (Tavernier, 1981, pp. 116-156). De facto, nestas terras, ainda não existia um bispo que o pudesse ordenar, mas o objetivo de Mateus de Castro era aquele de ser apresentado ao Arcebispo da Arménia Maior, Mateus II de Erasmo, um dominicano arménio de Nachsivan, se bem que os carmelitanos o tivessem aconselhado a dirigir-se para Jerusalém e não para a Arménia. Devido à guerra entre turcos e persianos decide permanecer por um ano na Arménia. Em 1625, celebrava-se o Ano Santo em Roma aproveitando a ocasião, P. Ambrósio Pola convida-o a ir até àquela cidade onde seria mais fácil realizar o seu sonho pois a cúria romana concedia indulgências como sinal de comemoração. É acolhido pelo Cardeal António Barberini Juniór (1607-1671), denominado também como Cardeal de S. Onófrio que em 1632 é nomeado Perfeito da Sagrada Congregação. Além disso, o encontro de P. Orsini proveniente de Roma e sob a jurisdição da Sagrada Congregação da Propaganda Fides na Arménia favorecia a conjuntura. Durante a viagem para Jerusalém tinha sido saqueado por malfeitores por isso, a Sagrada Congregação encarrega Monsenhor Ingoli de pedir novas cartas de apresentação ao Arcebispo de Goa (Sorge, 1986, pp. 6-11). Padre Próspero do Espírito Santo, Carmelitano, reformador da vida religiosa no Monte Carmelo (Jesus, 1924, pp. 284-374) depois de ter estado dois anos na missão da Pérsia como Prior do Convento de Ispahan onde acolhe Mateus de Castro, reencontrando-o em Roma, escreve uma carta datada de 20 de fevereiro de 1627 testemunhando em favor dele.

o senhor Mateus de Castro, Indiano, de nação Brâmane, natural de Divar, veio visitar-me e trouxe consigo as cartas do nosso Padre Provincial, escritas em Goa, em 1621, nas quais me recomendava que o ajudasse a receber as Ordens Sagradas para ser um sacerdote (...) porque ele esteve sempre entre nós (...) E, por isso, me mostrou os testemunhos do Vigário Arcebispo que afirmavam que ele tinha nascido de um casamento legítimo de pai e mãe cristãos e que possuía um património suficiente para se sustentar. (Ghesquière, 1937, p. 123)

Pede então ao Papa Urbano VIII que lhe conceda as ordens sacerdotais *ad titulum missionis*.

Contudo, também dentro da Congregação da Propaganda Fide existiam divisões. Padre S. Felice pronunciou-se contra enquanto o carmelitano Giuseppe Sebastiani, enviado ao Malabar como Visitador Apostólico e encarregado de fazer um inquérito ao Haldão, estava da parte do goês declarando que Mateus de Castro era perseguido pelos portugueses e pelos jesuítas devido à sua imprudência, zelo e porque admitia ao sacerdócio indivíduos ignorantes (Ghesquière, 1937, p. 111). A carta do teatino P. Antonio Ardizzone parece recusar todas as acusações atribuindo apenas a Mateus de Castro a responsabilidade dos acontecimentos e da imagem que dava da Santa Sede.

O manuscrito *Relazione raccolta da discorsi con Monsignor Matteo di Castro Primo, et unico frà naturali dell'India Orientali, Missionario della S[ant]a Congregazione de Propaganda Fide e Vescovo titolare, cioè di Chrisopoli*¹¹ conservado na coleção *Rerum Lusitanicarum* Volume XXXI, *Symmitica Lusitânica* Tomo 24º da Biblioteca da Ajuda de Lisboa faz parte deste *corpus* de textos enviados para Roma tendo como objetivo informar o Vaticano sobre a veracidade dos factos relativos à figura de Mateus de Castro e sobre a situação político-religiosa do Oriente. O Códice 46-X-7 escrito em língua italiana é formado por 14 folhas e divide-se em três partes principais. Escrito em 1658¹², narra a história de Mateus de Castro procurando informar a Congregação da Propaganda Fide sobre os eventos ocorridos em Goa. Nos treze parágrafos que compõem a primeira parte do relatório descreve-se, em breve, a biografia de Mateus de Castro e todas as vicissitudes sucedidas após a manifestação do seu desejo de receber o sacramento da ordem: “nascido de pais cristãos, com a idade de 25 anos, foi para a Arménia com o desejo de ser ordenado sacerdote” (Cod. 46-X-7 fl.103r).

¹¹ Codice 46-X-7 Biblioteca da Ajuda (Lisboa), fl. 103v.

¹² “Aqui chegado, no passado mês de maio do corrente ano de 1658” (cod. 46-X-7 fl. 110r).

Numa tentativa de informar corretamente a Santa Congregação a *Relatione* apresenta datas bem determinadas e relevantes para a questão relativa à ordenação de sacerdotes nativos. “Que lhe tinha sido negado pelo Arcebispo de Goa, parece que lá dificilmente dão o Sacramento da Ordem aos naturais, tanto que, dum milhão de almas, os sacerdotes serão apenas uma centena” (Cod. 46-X-7 fl.104v).

Afirma que se estava no ano Santo de 1625, ano do Papado de Urbano VIII e que o goês foi acolhido por diversos Padres, através da intervenção do Cardeal Sant’Onofrio consegue estudar Matemática, Filosofia e Teologia no Colégio Romano sendo ordenado sacerdote e, em 1631, é consagrado missionário pela Congregação de Propaganda Fide, dois anos mais tarde, nomeado protonotário apostólico (Cod. 46-X-7 fl.104r-105v) parte de Lisboa para Goa¹³, onde para exercer tem que recorrer aos documentos oficiais.

As suas licenças de Missionário, provocaram tal admiração nos Ministros Régios, pois ver um natural autorizado, não só por questões de nascimento, mas também por tal alto grau, que em vez de o admitir, antes pelo contrário, acreditaram ou preferiram acreditar que as tais licenças eram falsas, impedindo-o, por isso, de exercer as suas funções. (Cod. 46-X-7 fl.105r)

E facto, apesar da nomeação romana, não consegue exercer as suas funções, regressa a Roma para tentar mudar a situação com ajuda da Sagrada Congregação. Na realidade, a sua presença no Vaticano, contribui principalmente para divulgar as condições nas quais era difundido o cristianismo no Oriente, aspecto que interessava especialmente à Congregação visto que: “um sacerdote estrangeiro, certamente que pode anunciar a Boa Nova a um povo, mas jamais poderá infundi-la e torná-la nativa e nacional, só o sacerdote natural conhece profundamente a mentalidade e a língua do seu povo” (SCdPF, 1974, p. 42).

Assim, Mateus de Castro torna-se num expoente do programa renovador da Propaganda Fide e em 1637 é nomeado bispo da igreja de Crisópolis, na Celosíria (ASV, 854, p. 17, 17v e 20v). Recebe a missão de desenvolver a sua actividade no reino do Hidalcão. Chega à Índia em 1639 na companhia de três missionários capuchinhos franceses (Sorge, 1986, p. 45). Perante a oposição à sua missão feita por parte do poder político-religioso local transfere-se para Bijapur onde consegue estabelecer uma forte relação com o sultão Muhammad Adil que queria, com a ajuda dos holandeses, entrar

¹³ Governava o vice-rei D. Miguel de Noronha, Conde de Linhares e o Arcebispado era governado pelo vigário capitular jesuíta João da Rocha, bispo de Hierápolis (1632-1633).

de novo em posse das ilhas de Bardês e de Salsete, terras concedidas pelo seu pai aos portugueses. Mateus de Castro torna-se seu conselheiro e estabelece a sede do seu vicariado em Bicholim. Tal interferência política não agrada aos portugueses que imediatamente informam a Cúria Romana sobre as ações do novo bispo. Mateus de Castro não podia permitir que o denegrissem em Roma. Apesar de tudo, em 21 de fevereiro de 1643, recebe uma carta que comunicava que em Roma tinham conhecimento dos seus conflitos com o Arcebispo de Goa, por isso, aconselhavam-no a permanecer unido ao Monsenhor Arcebispo de Mira e aos missionários enviados pela Congregação, principalmente ao P. Pedro Avitabile *que o ama e estima* (APF, 1643, fl.152r). Mateus de Castro decide agir pessoalmente, em 1643, regressa a Roma pela terceira vez (Sorge, 1986, pp. 45 e 50).

O relatório refere a sua nomeação a bispo de Crisópolis e Vigário Apostólico dos Reinos de Hidalcão e do Japão (Cod. 46-X-7 fl.105r) sublinhando a impossibilidade de exercer localmente “não podendo os Ministros Eclesiásticos discutir a dignidade recebida tentaram diminui-la com outro tipo de mimos e ofertas temporais” (Cod. 46-X-7 fl.106r).

Interessante é a descrição da fundação da Congregação dos Oratorianos de Mateus de Castro feita no parágrafo sete.

Fundou uma Congregação que estava sob a proteção de S. Filipe Néri, com 22 sujeitos que ordenou sacerdotes para ter nesta Congregação os missionários necessários para todos os Reinos da Índia, sem depender do Rei de Portugal e sem ter que passar pelos territórios das suas conquistas, de modo que dependessem totalmente da Santa Sede Apostólica. (...) tentaram impedir-lhe os progressos de todas as maneiras e até com a própria vida, começando pelos Parentes dos Congregados dos mesmos sacerdotes, sob o pretexto de que tinham sido ordenados de modo inválido sem as dimissórias do Arcebispo de Goa. (Cod. 46-X-7 fl. 108r)

Esta congregação foi perseguida pelo poder colonial até ser quase destruída (Cod. 46-X-7 fl. 108r). Em 1698, com a reforma de algumas cláusulas do seu estatuto e submissão à jurisdição do Arcebispado, a Congregação Oratoriana de Goa obtém a autorização de existir¹⁴.

Apresentando as razões e ideias de Mateus de Castro, de modo claro e através do uso do discurso direto, na segunda parte do manuscrito, o

¹⁴ Em 1703, o Rei português envia uma licença que autoriza a existência da Congregação e em 1707 Papa Clemente XI aprova-a.

autor pretende justificá-lo e convencer os membros da Sagrada Congregação. Resumem-se a dois aspetos fundamentais: a difusão e a manutenção da fé cristã. Pede-se ao Papado que envie para o Oriente missionários que sejam capazes de ter uma vida coerente com a escolha fizeram pois muitos “deixam-se andar em concorrência com os outros de vários institutos, o que, frequentemente, provoca escândalo” (Cod. 46-X-7 fl.111v).

O melhor seria que tais missionários seguissem a rota do Mediterrâneo, Golfo Pérsico e Surate (Cod. 46-X-7 fl.111r) para evitar submissões ou dependências de Reinos ou Coroas. Dada a grande necessidade de sacerdotes no Oriente, certamente que os naturais daquelas terras se ordenados sacerdotes eram os missionários mais indicados para as missões orientais porque

- o envio de missionários europeus para o Oriente era muito mais cara do que o envio de missionários nativos;
- muitos morriam durante a viagem quer fosse por motivos de adaptação ao novo país quer devido à alimentação, o que não sucedia com os nativos;
- os monarcas europeus não se importavam com o que acontecia aos naturais pois todos os europeus são ávidos de ouro e riquezas;
- muitos nativos tinham sido convencidos a batizarem-se mediante a promessa de privilégios de que nunca gozaram, antes pelo contrário eram tratados como se fossem pessoas más;
- em caso de perseguição aos cristãos os europeus são imediatamente reconhecíveis e mortos ou expulsos enquanto que os nativos se confundem com as pessoas locais. (Cod. 46-X-7 fl.111r-112r)

Relativamente à manutenção da cristandade no Oriente a tarefa era árdua pois a vida que os cristãos tinham no Oriente não era credível (Cod. 46-X-7 fl.113v) Apresenta-se então os motivos pelos quais os cristãos não são um exemplo de vida:

- os párocos, à exceção dos jesuítas, procuram convencer os naturais a baptizar-se com todos os meios à disposição, sem catequese e preparação, só por questões de riqueza pois o Rei de Portugal dá um contributo por cada batizado;

- não falam a língua local e por isso, os nativos não abandonam completamente os ritos hindus (Cod. 46-X-7 fl. 113r) conseqüentemente muitos são perseguidos pela Inquisição de Goa despojados de todos os bens e reduzidos à miséria perdendo direitos e família, por isso, não se aproximam nem querem ser cristãos. (Cod. 46-X-7 fl. 114v)

Tais eram, em síntese, as razões porque se insidiava o bispo de Crisópolis, a denuncia da ambição dos europeus, eclesiásticos ou não, e o desacato dos decretos emanados pela Santa Sé.

Que todos os cargos Eclesiásticos e Seculares, como o são junto dos Portugueses, aqueles povos formaram um conceito tão grande da autoridade do Rei de Portugal e um conceito tão leve da Fé Apostólica, que estimam mais o Rei que o Papa, isto é, estimam-no sujeito ao Rei deles. (Cod. 46-X-7 fl. 115r)

Mateus de Castro torna-se num inimigo da Coroa portuguesa, é considerado um rebelde.

Ele não tinha como fim prejudicar o seu Rei, mas o de induzir os Ministros a não serem tiranos com os naturais e a que os não tratassem como inferiores aos outros vassallos. (Cod. 46-X-7 fl. 117r)

Este relatório denuncia uma situação que o mesmo Mateus de Castro já tinha feito na sua Carta *Espelhos dos Brâmanes* (Silva, 2017, pp. 852-855), na qual o autor apresenta a razão que o levou a escrever e, ao mesmo tempo, procura estimular os seus compatriotas à resistência, convidando-os a reagir à situação de súbditos e prisioneiros na qual viviam. Uma chamada de atenção para a condição sócio religiosa duma comunidade que se vê catapultar uma nova cultura, religião e forma de viver.

No caso de Mateus de Castro a luta pelo reconhecimento da sua condição de sacerdote estava intimamente ligada à sua naturalidade. Não se trata, portanto, unicamente duma questão religiosa mas duma reclamação de identidade nova, que surgia num contexto colonial fruto de uma educação ocidental e vivência indiana. Um indivíduo que, formado entre-culturas, com grande fadiga consegue ser reconhecido na sua carreira eclesiástica principalmente pelo poder temporal colonial. Apesar de tudo, o projeto de Mateus de Castro apresentava uma nova perspectiva da autoridade eclesiástica que devia ajudar e garantir o desenvolvimento espiritual e civil dos cristãos nativos.

Durante a segunda metade do século XVIII o panorama das Ordens religiosas presentes no Oriente muda. A rigidez até aí praticada começa a desaparecer e os indianos são admitidos nos conventos sendo formados como religiosos ou sacerdotes. O aspeto moral da vida dos eclesiásticos é prevista pelas *Constituições* do Arcebispado de Goa do século XVIII nas quais é sublinhado de modo rigoroso a importância da moral na vida cristã¹⁵, assim como a relação entre cristianismo e gentilismo. Progressivamente o clero nativo ganha influência no Oriente em detrimento das Ordens Religiosas europeias, ocupando diversos cargos eclesiásticos e de assistência social. Extremamente significativo e de capital importância para o futuro deste clero foi a fundação da Congregação do Oratório de Santa Cruz dos Milagres em 1682 (ver Dias, 1952, p. 339; Falcon, 1982, p. 208).

A *Relatione* portanto, contribui para abrir um novo horizonte religioso-cultural no seio da Igreja Católica, penetrando naquele campo desconhecido, isto é, numa cultura nova que nasce e se desenvolve através da convivência entre-culturas. A este propósito afirma o autor indiano Prabha-kar Padhye:

Goa, com a sua cultura e fundo linguístico peculiares, pode encaminhar-se de uma forma determinada que leve tal realidade como foco de reflexão para todas as pessoas pensantes, especialmente para os nossos políticos. (...) Mas, isso só se pode fazer enfatizando os diferentes níveis de pertença. (Padhye, 1965, pp. 92-93)

A originalidade da identidade goesa não se pode caracterizar simplesmente com elementos gerais visto que contém simultaneamente aspetos indianos e portugueses que se fundiram num movimento de simbiose única (Viegas, 2006) que por sua vez produziu uma especificidade poliédrica, dinâmica e fluída.

AGRADECIMENTOS

Trabalho realizado no âmbito do Projeto Pós-Doc financiado pela FAPESP (Proc. 2016/19746-0) e do Projeto Temático Pensando Goa (Proc. 2014/15657-8).

¹⁵ *Constituições* do século XVIII, lib. I, tit. VIII, Const. II, p. 87.

MANUSCRITOS

Archivio Segreto del Vaticano (ASV). Sec. Brev. 854, ff. 17-17v e 20v.

Archivio Propaganda Fide (APF). (1643, 21 de fevereiro). Cartas do Cardeal Perfeito da Propaganda a Mateus de Castro. *Lettere volgari*, vol. 21, 1642-1643, fl. 1521-1553r.

Relazione raccolta da discorsi con Monsignor Matteo di Castro Primo, et unico frà naturali dell'India Orientali, Missionario della S[ant]a Congregazione de Propaganda Fide e Vescovo titolare, cioè di Chrisopoli, *Rerum Lusitanicarum* Volume XXXI, *Symmitica Lusitanica* Tomo 24°, Biblioteca da Ajuda de Lisboa, Codice 46-X-7, s/d.

Sagrada Congregação de Propaganda Fide (SCdPF). Arquivo Histórico, *Scritture originali riferite nelle Congregazioni Generali* (SOCG), Roma, vols. 194, fl. 352r-361v e 192, fl. 221r-228v.

REFERÊNCIAS

Almeida, F. (1970). *História da Igreja em Portugal. Vol. II*. Porto-Lisboa: Livraria Civilização Editora.

Beccari, C. S. J. (1913). *Rerum Aethiopicarum scriptores occidentale inediti a saeculo XVI ad XIX*. Roma: Excudebat C. de Luigi.

Dias, J. S. da S. (1852). Portugal e a cultura europeia, séculos XVI-XVIII. *Biblos*, 28, 339.

Falcon, F. J. C. (1982). *A época pombalina: política económica e monarquia ilustrada*. S. Paulo: Ed. Ática.

Frias, A. J. (1702). *Aureóla dos índios e nobiliarquia bramana, tratado histórico, genealógico, panegírico, político e moral*. Bombaim: Livraria P. A. Fialho.

Gomes, C. C. (1957). *A cristianização de Bardês*. [Boletim do Instituto Vasco da Gama]. Bastorá, Goa: Tipografia Rangel.

Ghesquière, T. (1937). Mathieu de Castro, premier vicaire apostolique aux Indes – une création de la propagande a ses débuts. In *Bibliothèque de la Revue d'Histoire Ecclésiastique* (Fasc. 20). Louvain: Bureaux de la Revue.

Jaques, J. C. (1713). *Espada de David contra Golias do bramanismo péssimo inimigo de Nosso Senhor Jesus Cristo verdadeiro Deos e verdadeiro Homem*. Existente no acervo da Biblioteca da Ajuda de Lisboa.

- Jesus, F. del N. (1924). *El Monte Carmelo: tradiciones e historia de la Santa Montana, de la Virgen del Carmen y de la Orden Carmelitana a la luz de los monumentos y documentos: estudio historico-critico*. Madrid: Mensajero de Santa Teresa.
- Nazareth, C. C. (1927). *Clero de Goa: seus serviços à religião e à nação*. Nova Goa: Casa Luso-Francesa.
- O'Neill, C. E. (2001). *Diccionario Histórico de la Compañia de Jesús*. Vol. III. Roma/Madrid: Universidad Pontificia.
- Padhye, P. (1965). To whom does Goa belong? In A. B. Shah (Ed.), *Goa: the problems of transition. Papers presented to the seminar convened at Margao, Goa, on November 28-30, 1964* (pp. 92-93). Margão, Bombay.
- Pais, L. (1713). *Prontuário das definições indicas, deduzido de vários cronistas da Índia, graves autores e das histórias gentílicas*. Lisboa.
- Pereira, A. B. B. (1952). *Goa portuguesa*. Goa: Imprensa Nacional.
- Silva, R. C. P. (2017). Uma (re)leitura do Espelho dos Brâmanes de Mateus de Castro: primórdios literários goeses? In A. M. Ferreira, C. Morais, M. F. Brasete & R. L. Coimbra (Eds.), *Pelos mares da língua portuguesa 3*, (pp. 849-861). Aveiro: UA Editora.
- Sorge, G. (1986). *Matteo de Castro (1594-1677)*. Bologna: Editrice Clueb.
- Souza, T. R. (2008). O Padroado português do Oriente visto da Índia. *Revista Lusófona de Ciência das Religiões*, 13/14, 413-430. Retirado de <http://recil.ulusofona.pt/bitstream/handle/10437/546/413-430-Padroado-TEOTONIO.pdf?sequence=1>
- Tavares, C. C. S. (2002). *A cristandade insular: Jesuítas e inquisidores em Goa (1540-1682)*. Niterói: UFF.
- Tavernier, J. B. (1981). *Les six voyages en Turquie et en Perse*. Vol. II, Paris.
- Xavier, A. B. & Županov, I. G. (2015). Ser Brâmane na Goa da época moderna. *Revista de história*, 172, 15-41. DOI: 10.11606/issn.2316-9141.rh.2015.98757
- Viegas, V. (2006). As origens remotas de Goa. *Magazine*, 2, 81.
- Wicki, J. S. J. & Gomes, J. S. J. (1984). *Documenta Indica (1592-1594)*. Vol. XVI. Roma: IHSI.

Citação:

Silva, R. P. (2019). Relação recolhida dos discursos feitos com o Monsenhor Mateus de Castro – informação ou reclamação de identidade? In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 379-391). Braga: CECS.

ESTER AMARAL DE PAULA MINGA

ester.minga@gmail.com

UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA, PORTUGAL

O BRASIL NO IMAGINÁRIO PORTUGUÊS A PARTIR DA COBERTURA DO *PÚBLICO* E *EXPRESSO* ÀS COMEMORAÇÕES DOS 500 ANOS DO ACHAMENTO

RESUMO

Neste artigo analiso alguns textos publicados pelos jornais *Público* e *Expresso* acerca dos conflitos entre polícia e manifestantes aquando das celebrações oficiais dos 500 anos de achamento do Brasil, em 22 de Abril de 2000, na cidade de Porto Seguro. O objetivo da análise é compreender os imaginários sobre o país, ainda vigentes em Portugal no final do século XX, que emergem dessas representações e de que forma se relacionam com a história comum (e a maneira como esta foi percecionada na antiga metrópole), com as relações contemporâneas entre os dois países e com a reconstrução do nacionalismo português após o fim do império. Para a análise crítica das notícias, utilizo como suporte metodológico Teun A. van Dijk (2002, 2005) e Norman Fairclough (2001). Na reflexão sobre os imaginários sociais sobre o Brasil, convoco autores como Eduardo Lourenço (1999), Alfredo Margarido (2000), Bela Feldman-Bianco (2001) e outros.

PALAVRAS-CHAVE

Portugal; Brasil; lusotropicalismo; media; descobrimentos

O ano 2000 assinalou o quinto centenário de achamento do Brasil por Portugal e, interessados em celebrar a efeméride, os governos de ambos os países engajaram-se no seu planeamento anos antes. Já em 1986, o Decreto-Lei n.º 391/86 criou a Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses com o intuito de, não apenas promover ações relativas ao achamento, mas também a outras importantes datas da Era dos Descobrimentos, que também completariam cinco séculos em finais do século XX. Em 1991, Brasil e Portugal assinaram um protocolo¹ em

¹ Protocolo entre Brasil e Portugal sobre as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses, ratificado pelo último no Decreto-Lei n.º 24/92. Disponível em <http://www.gddc.pt/siii/docs/dec24-1992.pdf>

que se prontificavam a desenvolver, ao longo daquela década, um programa comemorativo dos 500 anos, no âmbito de uma comissão bilateral que também seria instituída.

Em consonância ao que ficara ratificado por esse protocolo, dois anos depois, o governo brasileiro também cria uma Comissão Nacional para as Comemorações do V Centenário do Descobrimento do Brasil². Portanto, os eventos oficiais que ocorreram em ambos os países ao longo de 2000 (compostos por concertos, exposições e afins) e que tiveram como ponto alto o início, às margens do Tejo, da viagem rumo ao Brasil do protótipo de uma caravela, facto presenciado pelos presidentes dos respetivos países, em 9 de Março – data que assinala o início da empresa de Cabral –, e a série de eventos, também com a presença dos presidentes, em Porto Seguro, em 22 de Abril – dia em que a frota portuguesa teria chegado à cidade –, foram planeados por ambos os governos.

Todavia, a despeito dessa comemoração oficial pensada desde há mais de uma década, vários setores da sociedade civil brasileira mostraram-se críticos e contrários à celebração. Nomeadamente, grupos indígenas, movimentos negros e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), desde o início do ano, externavam a sua insatisfação e o desejo de aproveitarem o auge das comemorações, em 22 de Abril, para protestarem em Porto Seguro, como é possível observar em textos já de Janeiro publicados pelo semanário *Expresso*.

Com o intuito de compreender de que forma a comunicação social portuguesa representou essas vozes contrárias às comemorações, assim como as ações que desencadearam – cujo culminar foi a repressão policial violenta aos manifestantes –, neste artigo, irei empreender a análise crítica do discurso a alguns textos sobre a efeméride (editoriais, reportagens e afins) publicados pelos jornais *Público* e *Expresso*. A partir do suporte de diversos autores, busco identificar imaginários sociais acerca do Brasil, ainda vigentes ao final ao século XX em Portugal, subjacentes a essas representações e de que forma se relacionam com a mentalidade portuguesa colonial e pós-colonial e as ideologias a ela associada.

AS RELAÇÕES LUSO-BRASILEIRAS NO FINAL DO SÉCULO XX

Para compreender esses imaginários começo por debruçar-me sobre as relações diplomáticas, políticas e económicas – analisadas a partir da

² Criada por Decreto de 12 de maio de 1993. Retirado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/dnn/Anterior%20a%202000/1996/dnn4728.htm

perspetiva portuguesa – entre os dois países em finais do século XX e de que forma elas refletem o modo como foram percebidos em Portugal momentos importantes da história comum de ambos. O interesse é perceber como essas percepções se evidenciam na representação jornalística dos conflitos durante as comemorações dos 500 anos.

Segundo Bela Feldman-Bianco (2001), torna-se necessária uma perspetiva mais abrangente para a compreensão das contemporâneas relações luso-brasileiras, pois, com o fim do império em 1974, concomitantemente à reterritorialização de Portugal relativamente às suas fronteiras do século XV, o país também iniciou sua desterritorialização com a adesão à Comunidade Europeia (formalizada em 1986). Tal contexto demandou a reconstrução do seu nacionalismo – a partir de então sob uma perspetiva europeia –, em que emerge como exemplo mais expressivo a alteração de *jus soli* para *jus sanguini* para a concessão da nacionalidade portuguesa.

A partir dessa alteração, a nacionalidade deixou de ser adquirida com base no local de nascimento e passou a ser transmitida por meio da ascendência, diferentemente do que fora válido até então, quando, durante a vigência do império, ao menos teoricamente, todos aqueles nascidos em território português tinham direito à nacionalidade. O objetivo de tal alteração evidencia-se claramente: em conformidade com a sua viragem europeia, o país passava a restringir o acesso à cidadania justamente àqueles que até pouco tempo antes faziam parte da nação e que, naquele momento, chegavam em maior número ao país; algo reforçado uma década mais tarde com a adesão de Portugal ao Espaço Schengen e a promulgação de uma nova Lei de Estrangeiros, em 1992, profundamente restritiva aos nacionais exteriores ao espaço comum europeu.

Todavia, como pontua Feldman-Bianco (2001, 2004), essa viragem para a Europa não significou o fim do interesse pelo antigo espaço imperial, com Portugal redefinindo as suas relações com o Brasil e as ex-colónias africanas. Tal processo atingiu o seu culminar com a emergência da Comunidade dos Países de Língua Oficial Portuguesa (CPLP) em 1996. De facto, estes dois projetos – um voltado ao espaço europeu e outro ao espaço atlântico – estiveram em disputa logo após o 25 de Abril, com a reconstrução do nacionalismo português repousando sobre a seguinte questão: “qual o tipo de nação Portugal almeja ser?”, apenas respondida pela conciliação de ambos em 1996, com a subida ao poder do Partido Socialista – PS.

Este partido, na figura de Mário Soares, defendia que, assim como era de suma importância para a sobrevivência do país, dada sua posição

semiperiférica no contexto global, atrelar-se à Europa, também era necessário ter em consideração a antiga posição portuguesa no Atlântico. Ao analisar os discursos de Aníbal Cavaco Silva (primeiro-ministro entre 1985 e 1995 e posicionado do lado oposto do espectro político) e Soares (presidente da república entre 1986 e 1996), Feldman-Bianco (2001, 2004) observa que enquanto os discursos do primeiro refletiam o alinhamento às políticas europeias, os do segundo, ao proclamar a necessidade de preparação do país para o terceiro milênio, frequentemente, recriavam os imaginários coloniais do século XIX ao defender a “histórica missão” de Portugal, a sua “universal cultura e vocação” e estratégica posição geopolítica.

Após a conciliação dos projetos, o nacionalismo português, progressivamente, começou a expressar-se numa política de investimentos e de valorização da sua alta cultura, primeiramente por meio de seus emigrantes que, estimulados por uma diretriz em consonância com a alteração da lei de nacionalidade que não mais vinculava a cidadania portuguesa ao território do país, foram incitados a representar Portugal no mundo. Paralelamente a isso, o recém-empossado governo socialista começou a redefinir as suas relações com o Brasil, assim como com as demais ex-colônias africanas, por meio da revalorização do antigo espaço imperial português, porém, naquele momento, travestida na ideia de “lusofonia”.

Com a memória da Guerra do Ultramar ainda fresca e a rejeição a tudo que remetesse para um linguajar colonial, era necessário que essa política de cariz neoimperial se apresentasse com uma nova roupagem³, ainda que promovesse antigos imaginários como “a atlântica e universal vocação” de Portugal. Nesse contexto, a ideia de lusofonia emerge como uma readaptação do lusotropicalismo (Machado, 2003; Margarido, 2000), em que teses suas como “o modo português de estar no mundo” e a especificidade do empreendimento colonial de Portugal são novamente exaltadas para realçar os supostos laços de afinidade – culturais e de linguagem – entre a antiga metrópole e as antigas colônias.

Desenvolvido em meados da década de 1930 pelo antropólogo brasileiro Gilberto Freyre, o lusotropicalismo expressa em linhas gerais a especificidade do português no âmbito colonial, pois ele tenderia a envolver-se sexual e culturalmente com os povos locais, proporcionando dessa forma a emergência de ricas e híbridas sociedades, em que o Brasil emerge como

³ Como explica Margarido (2000), tal política de reconstrução da ideologia colonial e consequente alteração de seu vocabulário, da qual em Portugal a ideia de “lusofonia” emerge como o exemplo máximo, ocorreu em diversos ex-impérios, conforme também se observa em França com a sua francofonia.

o exemplo mais bem-sucedido dessa interpenetração de saberes e valores. Quando, com o fim da Segunda Guerra Mundial, os empreendimentos coloniais e os seus paradigmas ideológicos perdem legitimidade, o Estado Novo, procurando contornar o clima internacional desfavorável, adota o lusotropicalismo como sua doutrina oficial (Brito & Rosas, 1996).

O objetivo de tal inserção, como claramente se conclui, seria o de distinguir-se do colonialismo praticado por outros países, buscando propagar a ideia de que no colonialismo português apenas haveria a vontade de transmitir valores universais, a par da integração dos valores indígenas. Todavia, como ressalta Igor Machado (2003), a receção do lusotropicalismo em Portugal foi superficial, pois a miscigenação continuou a ser bastante rechaçada nas colónias. No entanto, segundo o autor e Margarido (2000), é esse lusotropicalismo à portuguesa que está na base do moderno conceito de “lusofonia” ao tentar escamotear a violência do passado colonial por meio de uma de suas principais teses, “o modo português de estar no mundo”, cuja ideia intrínseca seria a propensão dos portugueses para o relacionamento com outros povos.

Como se observa, portanto, ideologias nacionalistas dos séculos XIX e XX foram reincorporadas pelo governo português no momento de restabelecer as suas relações com as antigas colónias, com a ideia do Brasil como empreendimento mais bem-sucedido de Portugal, mais uma vez, adquirindo proeminência ao considerar-se que, diante da situação económica e política ainda precária de algumas ex-colónias africanas, eram os dois países que emergiam como os motores da CPLP, tanto que o estabelecimento desse bloco, a princípio, fora fomentado pelo Brasil. Além disso, a série de privatizações promovidas pelo país em finais da década de 1990 atraiu o interesse de investidores portugueses que, estimulados pelo respetivo governo, começaram a investir massivamente no Brasil, facto denominado pelos media brasileiros como “o retorno das caravelas” (Feldman-Bianco, 2004).

Portanto, nos movimentos de reconstrução do nacionalismo português no final do ciclo imperial, a diplomacia brasileira também desempenhou um papel ativo na manutenção de algumas de suas continuidades. Nesse contexto, considera-se o interesse estratégico do Estado brasileiro tanto ao nível da movimentação de capitais, quanto ao nível do estabelecimento de uma posição hegemónica em relação aos países africanos de expressão portuguesa.

A COBERTURA DOS JORNAIS SOBRE OS PROTESTOS

A ameaça que setores da sociedade brasileira já externavam relativamente à sua intenção de fazer frente aos festejos oficiais não passou ao largo dos jornais analisados. O *Expresso*, num pequeno texto de 29 de Janeiro – “Brasileiros iniciam festa no Carnaval” (p. 10) –, já indicava que grupos indígenas se tinham reunido para planejar a série de manifestações que teriam o seu culminar em 22 de Abril, justificando as suas ações da seguinte forma:

os índios tentarão ganhar protagonismo mediático, num dia em que não vão faltar no local “flashes” e câmara. (...) Por detrás de todas as críticas indígenas aos actos simbólicos preparados conjuntamente por Portugal e Brasil estão, subliminarmente, as pretensões de sempre. Conseguir as suas terras de volta.

Na matéria não é citada nenhuma liderança indígena nem é destacada alguma fala em discurso direto, o que leva à conclusão de que o trecho acima corresponde mais a uma interpretação da jornalista sobre as intenções dos índios que a algo expresso por eles. Como indica Fairclough (2001), a prática discursiva geralmente comporta a incorporação de várias fontes de texto num único evento comunicativo, a exemplo deste trecho que provavelmente faz referência a alguma coletiva de imprensa ou entrevista concedida por lideranças após o encontro dos grupos. Todavia, ao relacionar diferentes vozes – de índios, talvez de representantes do Estado, de críticos à ação indígena..., como é possível supor ao expor as suas razões subliminares –, torna-se difícil ao leitor distingui-las, assim como se tem a impressão de que o texto corrobora essas críticas.

O *Público* expõe de forma mais extensa a provável ocorrência de protestos, já em matéria de 25 de Fevereiro intitulada “Manifestação ameaça comemoração dos 500 anos” (p. 32), porém diferentemente do outro texto, que apenas pontuava a ameaça advinda de grupos indígenas, este afirma no antetítulo: “Negros, índios e sem-terra unidos no Brasil contra os festejos da Descoberta”. Ao falar dos argumentos contrários às comemorações da Comissão Outros 500, formada pelos grupos discriminados no antetítulo, o texto afirma serem esses “relativamente bem conhecidos em Portugal”, no entanto, não os explicita, o que sugere a avaliação por parte do jornalista de que os leitores portugueses partilhavam desse *background*.

A par desse conhecimento que surge implícito, ao longo do texto o termo “colonialismo português” aparece três vezes, sempre como o alvo

das críticas dos movimentos contrários às comemorações. Os autores de tais críticas, por sua vez, são adjetivados nesses períodos como “radicais”; o que sugere a presença de uma ideologia de defesa do colonialismo português – que teria sido mais brando, conforme a ideia que o Estado Novo buscou ventilar com a incorporação do lusotropicalismo. Como explica van Dijk (2002), as implicações ideológicas de um texto evidenciam-se não apenas porque muito pouco é dito, mas também porque muitos aspetos irrelevantes sobre os atores das notícias são destacados. Por exemplo, num trecho desta peça do diário, o jornalista diz: “os movimentos negros mais radicais consideram, entre outros aspectos, que a colonização portuguesa foi a responsável pela criação de um país racista”.

Como se observa, são referenciados “movimentos negros mais radicais”, no entanto, não se explica o porquê de tal adjetivação e quais seriam esses movimentos, com o texto apenas indicando o seu posicionamento acusatório em relação ao colonialismo português. O período, ao ser estruturado dessa forma, acaba portanto, revestindo de descrédito tais movimentos, pois ao mesmo tempo em que se aplica o rótulo – pejorativo – de “radicais”, não se concede um consequente espaço para caracterizá-los e contextualizar as suas posições.

Este viés ideológico mostra-se mais evidente na edição de 22 de Abril do *Público*, em que a quase totalidade da capa e as privilegiadas primeiras páginas (de 2 a 11) são dedicadas aos 500 anos do achamento completados nesse dia. O editorial, intitulado “Sem complexos”, inicia-se com o argumento de que não há apenas heróis e vilões na história e não é possível analisá-la com os padrões éticos da atualidade. Como se nota, este começa por responder aos críticos das comemorações, o que se evidencia de forma mais acentuada no seguinte trecho, a meio do texto: “e por mais índios e sem-terra que se manifestem por estes dias, eu não vou deixar de me orgulhar de pertencer ao povo que empreendeu tais viagens e lançou raízes tão longe” (p. 3). Por fim, o autor argumenta – mais uma vez respondendo aos críticos – que Portugal já se retirara do Brasil há 200 anos, portanto, se o país continuava a sofrer de enormes desigualdades, isso não se devia à “pesada dívida” (o termo aparece assim, entre aspas) deixada pelos portugueses.

Como indica van Dijk (2005), são os editoriais e artigos de opinião da imprensa que evidenciam de forma mais clara as ideologias que os textos comportam, pois, como expressões de opiniões não apenas pessoais, mas também sociais, institucionais e políticas, representam a expressão discursiva das ideologias. Pontuo que, para o autor, estas não correspondem à

reprodução e legitimação da dominação de classe, mas a diversos imaginários relacionados com a promoção dos interesses de um grupo.

Bronislaw Baczko (1991), similarmente, identifica as ideologias, assim como os mitos e as utopias, como complexos sistemas formados pelos imaginários sociais e pelos símbolos sobre os quais aqueles se apoiam. Assim como van Dijk (2005) entende as ideologias em termos de “cognição social”, no sentido de o que as pessoas fazem como parte integrante de um grupo deve, necessariamente, refletir o que pensam enquanto tal, Baczko (1991) não fixa a imaginação social como uma faculdade psicológica autónoma, mas como uma atividade de produção de um vasto sistema simbólico por meio do qual uma coletividade se percebe, se divide e elabora suas finalidades.

Portanto, como se depreende dessas análises similares, as ideologias estão intimamente ligadas ao conceito de identidade social, pois relacionam a representação dos membros de um grupo a partir de categorias como as de pertença, valores, finalidades e afins. Nesse sentido, como pontua van Dijk (2005), geralmente também envolvem a representação dos outros externos aos grupos: “por exemplo, muitas ideologias de grupo envolvem a representação do *self* e de outros, Nós e Eles. Por isso muitas parecem ser polarizadas – Nós somos Bons e Eles são Maus – especialmente quando estão envolvidos interesses conflituosos” (p. 190).

Seguindo-se as categorias de função de um texto estabelecidas por Fairclough (2001) – ideacional, interpessoal e textual –, observa-se no editorial que a primeira emerge na contextualização das comemorações dos 500 anos em que, como nota o autor ao pontuar que nesta função geralmente se identifica a presença de ideologias, se exaltam mitos identitários, como os que idealizam a Era dos Descobrimentos, integrantes das narrativas de nação de Portugal. A função interpessoal também transparece de forma acentuada no texto não apenas por este realçar uma identidade comum entre autor e leitores – como portugueses –, mas também por estabelecer uma oposição ao que julga serem os contrários a essa identidade e ao seu carácter principal: o de “alma sem fronteiras”, aspeto assinalado justamente pelos Descobrimentos.

Na edição de 23 de Abril de 2000, logo após a ocorrência dos conflitos, o *Público* trouxe em sua capa a seguinte chamada: “Violência e chuva estragam celebrações”, todavia, irei analisar uma matéria publicada um dia depois – “Comemorações do império sitiadas” (p. 4) – por esta evidenciar um posicionamento que se distingue do que fora a cobertura do jornal sobre a efeméride até então. Ao iniciar o texto, pontuando que as cerimónias

oficiais estiveram encobertas por uma atmosfera de medo, a correspondente afirma a seguir que estas apresentaram aspetos quase caricatos, similares a uma exposição do Mundo Colonial Português, ao fazerem jus a clichés sobre a colonização do Brasil e o colonizador.

Ao acentuar esse aspeto da cerimónia, o texto indica, todavia, que a mesma não poderia ser acusada de “ideologicamente retrógrada e politicamente anacrónica”, pois a sua iniciativa partira do colonizado, esquecendo-se ou ignorando o facto de que as comemorações foram planeadas por ambos os países. Ao debruçar-se sobre a estrutura esquemática do texto – composta primeiramente pela descrição das celebrações e a seguir pela justificação de seu carácter não retrógrado, apesar de assim terem sido avaliadas no período imediatamente anterior –, observa-se que, a despeito da crítica implícita, este procurou eximir os governos de responsabilidade, facto acentuado pelo que se afirma a seguir:

se bem que, como tem insistido Sampaio, a história não se escolhe, nem se reescreve, o Império está lá, a colonização do Brasil está lá, a dizimação dos índios e a escravatura dos negros também, em particular na construção da nação brasileira. (Almeida, 2000, p. 4)

Conjectura-se também o uso da expressão “se bem que...” para abrir o período, ao sugerir, *a priori*, que o que se seguirá não se enuncia com grande convicção, o que indica a falta de ênfase ao justificar o carácter das cerimónias oficiais.

Já o *Expresso* escolheu expor os conflitos do dia 22 – “Brasil triste no desfecho da festa” (Freaza, 29 de Abril de 2000, p. 7) – a partir de sua repercussão no meio político e na imprensa brasileiros. No entanto, observa-se pela estrutura temática e coerência global da matéria que, assim como foi o padrão na cobertura dos jornais sobre os distúrbios, esta assume a perspectiva dos defensores das comemorações ao compor quase todos os parágrafos por tópicos – macro-estruturas semânticas, na definição de van Dijk (2005) – relativos apenas a opiniões já expressas por estes.

Sob o intertítulo “A tese da invasão”, destaca-se trecho de artigo do escritor brasileiro João Ubaldo Ribeiro em que se enumeram os benefícios da colonização portuguesa para o Brasil. Em outro momento, a jornalista justifica a ocorrência dos protestos de índios e sem-terras da seguinte forma:

de nada adiantou, neste contexto, o presidente lembrar, em discursos oficiais, que tinha dado terras a 400 mil

famílias, além de ter demarcado reservas indígenas que já somam 11% do território nacional. Por a maioria da população desconhecer tal facto, os agricultores e índios tornam-se presa fácil dos radicais.

Observa-se nesse trecho a já citada composição de diferentes vozes, típica do discurso jornalístico (Fairclough, 2001), todavia a forma como se expressa o suposto desconhecimento da população, não é algo que emerge como uma observação, mas como um facto incontestável. Portanto, identifica-se no texto um desequilíbrio na representação dos atores envolvidos nos conflitos, pois, para além de sua coerência global, observa-se que são destacadas em discurso direto as falas de dois representantes políticos e do respetivo autor, enquanto não se expõe nenhuma de algum representante dos movimentos.

A despeito da não concessão de espaço aos movimentos, os mesmos não deixam de ser adjetivados diversas vezes como “radicais”, assim como o Ministro da Administração Agrária brasileiro é caracterizado como “ex-comunista”. Tais rótulos apresentam a seguinte função: enquanto o primeiro é utilizado pejorativamente no sentido de desacreditar o discurso e ações dos movimentos, o segundo atua na acentuação de sua presumida radicalidade, pois até um ex-comunista – subentende-se – já esgotara sua paciência com o MST, como se depreende da fala do ministro: “a minha paciência acabou. A partir de agora, quem destruir prédios do Governo ou sequestrar funcionários públicos vai responder por estes crimes”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela análise da cobertura dos jornais sobre os conflitos observou-se que o discurso jornalístico, orientado pelo viés da retórica oficial de mitificação do “descobrimento” do Brasil, caracterizou de forma depreciativa os movimentos contrários à efeméride e, em alguns momentos, incorporou o argumento de que não era possível julgar com os olhos do presente factos ocorridos no passado. Como indicou o historiador Fernando Rosas em artigo de opinião no *Público* em 29 de Abril – “Do mito à fraternidade” (Rosas, 2000, p. 9) –, essa mitificação para efeitos políticos, no contexto da programação das comemorações oficiais e das declarações de políticos brasileiros e portugueses, revestiu-se de aspetos “lusotropicais” que explicam, por sua vez, a adoção dessa postura de defesa por parte da comunicação social.

Conforme já abordado, a adoção do lusotropicalismo pelo Estado Novo correspondeu a um ato estratégico em que, num contexto internacional desfavorável, a ditadura buscou promover a ideia de que os portugueses tinham um modo peculiar de se envolver com as populações locais e que, portanto, não existiria no seu colonialismo a exploração e desigualdade típicas dessa forma de governo. Nesse contexto, as suas teses foram propagadas tanto pela máquina propagandística quanto pela “educação nacional estado-novista”, como afirma Rosas (2000, p. 9).

Portanto, é possível sugerir que tal comportamento, tanto por parte dos políticos quanto dos jornais portugueses, corresponde aos efeitos de uma ideologia colonial, cuja doutrinação durante o Estado Novo ainda produzia efeitos ao final do século XX. Para a sociedade portuguesa era difícil compreender as acusações de ex-colonizados considerando-se que, desde a década de 1950 e até ao final da ditadura, se ventilou a ideia de que o colonialismo português era brando.

Do mesmo modo, a mitificação da Era dos Descobrimentos, com as suas figuras heróicas exaltadas principalmente durante o Estado Novo, também representou uma forma de deslocar a atenção dos aspetos sombrios relacionados com o empreendimento colonial que lhe seguiu. Tal, penso, suscitou ainda mais o espanto de jornalistas e políticos, pois um importante facto histórico, desde sempre celebrado, tinha o seu legado posto em xeque justamente pelos descendentes de suas vítimas. Todavia, apenas a influência lusotropical na mentalidade portuguesa não explica as reações face aos conflitos e às acusações ao colonialismo português.

Como afirma Lourenço (1999), a colonização do Brasil não foi um empreendimento tradicional nos moldes que ocorreram nos países da América espanhola ou em Moçambique e Angola, mas o que denomina de uma autocolonização, fruto do genocídio indígena e da exploração africana por parte de portugueses e descendentes que construíram o que, pouco a pouco, se tornaria o Brasil. Todavia, como indica Margarido (2000), a partir de 1808 com a vinda da família real para o Rio de Janeiro, o país deixa de depender de sua condição colonial, já de si peculiar, e adquire progressivamente autonomia histórica, cuja independência catorze anos depois apenas iria oficializar.

No entanto, Portugal, profundamente sensibilizado pela perda do Brasil, encarou a inevitabilidade da independência não como um ato de vontade brasileiro, mas como uma operação astuciosa de seu príncipe (Margarido, 2000), e continuou a denominar as relações luso-brasileiras como fraternais por não ousar caracterizá-las como filiais (Lourenço, 1999),

considerando a imensidão em que o país se tornou – não só de território, mas também de pessoas –, ser difícil de conjugar com a diminuta realidade portuguesa.

Os autores também destacam o distanciamento cada vez maior do Brasil – a partir do seu modernismo na década de 1920, no esforço de criação de uma identidade nacional – da sua matriz portuguesa, o que contribuiu para caracterizar as relações dos autodenominados países irmãos como sobretudo oficiais, no entanto, falsas na sua expressa cordialidade que fecha os olhos ao contencioso do passado, vindo este à tona justamente durante as comemorações oficiais dos 500 anos pela voz dos descendentes das vítimas deste lado oficialmente ignorado do passado.

REFERÊNCIAS

- Almeida, S. J. (2000, 24 de abril). Comemorações do império sitiadas. *Público*, p. 4.
- Baczko, B. (1991). *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Brito, B. M. J. & Rosas, F. (1996). *Dicionário de História do Estado Novo*. Vol. I. Lisboa: Bertrand Editora.
- Decreto-Lei n.º 24/92, de 25 de Fevereiro, República Portuguesa.
- Decreto-Lei n.º 391/86, de 22 de novembro, República Portuguesa.
- Fairclough, N. (2001). *Media discourse*. Londres: Edward Arnold.
- Feldman-Bianco, B. (2001). Colonialism as a continuing project: the Portuguese experience. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 4(8), 607-650. DOI: 10.1080/1070289X.2001.9962705
- Feldman-Bianco, B. (2004). Brazilians in Portugal, Portuguese in Brazil: constructions of sameness and difference. *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*, 1(1). Retirado de <http://ojs.sites.ufsc.br/index.php/vibrant/article/view/243/66>
- Fernandes, J. M. (2000, 22 de abril). Sem complexos. *Público*, p. 3.
- Freaza, I. S. (2000, 29 de janeiro). Brasileiros iniciam festa no Carnaval. *Expresso*, p. 10.
- Freaza, I. S. (2000, 29 de abril), Brasil triste no desfecho da festa. *Expresso*, p. 7.

- Lourenço, E. (1999). *A nau de Ícaro: imagem e miragem da lusofonia*. Lisboa: Gradiva.
- Machado, R. J. I. (2003). *Cárcere público: processos de exotização entre imigrantes brasileiros no Porto, Portugal*. Tese de doutoramento, Unicamp, Brasil.
Retirado de <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/279828>
- Margarido, A. (2000). *A lusofonia e os lusófonos: novos mitos portugueses*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Marmelo, J. (2000, 25 de fevereiro). Manifestação ameaça comemoração dos 500 anos. *Público*, p. 32.
- Rosas, F. (2000, 29 de abril). Do mito à fraternidade. *Público*, p. 9.
- van Dijk, A. T. (2002). *The interdisciplinary study of news as discourse*. In B. K. Jensen & W. N. Jankowski (Eds.), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 108-120). Oxford: Taylor & Francis e-Library.
- van Dijk, A. T. (2005). *Discurso, notícia e ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras.

Citação:

Minga, E. A. P. (2019). O Brasil no imaginário português a partir da cobertura do *Público* e *Expresso* às comemorações dos 500 anos do achamento. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 392-404). Braga: CECS.

KARINA VIEIRA MARTINS, ROSILÉIA OLIVEIRA DE ALMEIDA & GEILSA COSTA DOS SANTOS BAPTISTA

karinamartinns@gmail.com; rosileiaoalmeida@hotmail.com; geilsabaptista@gmail.com

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA | UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA |
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA, BRASIL**

CULTURA E DIÁLOGO INTERCULTURAL: CONHECIMENTOS ETNOECOLÓGICOS NO ENSINO DA ECOLOGIA ESCOLAR

RESUMO

Em muitos espaços escolares existem professores que não são da própria comunidade, ou os alunos precisam se deslocar até comunidades próximas para continuar os estudos. Assim, o docente pode realizar atividades a partir da sua bagagem sócio-cultural-acadêmica, as quais não têm, para o aluno, significações vinculadas com os seus modos de se relacionar com os diversos fatores sócio-econômico-culturais específicos da sua região. Portanto, é importante atuar na formação inicial dos futuros professores de biologia, quanto à abordagem dos conteúdos científicos, de maneira que eles compreendam a natureza dos saberes envolvidos, demarcando-os e permitindo a compreensão da sua importância e contextos sociais nos quais possam ser aplicados. No presente trabalho, de natureza teórica, apresentamos o programa de um curso de formação inicial de professores pautado no princípio de investigação e consideração dos conhecimentos etnoecológicos como forma de geração de oportunidades para reflexões sobre o objetivo último de ensinar ecologia nas escolas, que consideramos ser a mudança de perfil conceitual no lugar da mudança conceitual. Cumpre informar que o referido curso, cujos resultados estão em fase de análise, constitui parte metodológica da tese de doutorado da primeira autora, em desenvolvimento junto ao Programa de Pós-Graduação em Ensino, Filosofia e História das Ciências (PPGEFHC, UEFS-UFBA).

PALAVRAS-CHAVE

Ensino de ciências; formação de professores; etnoecologia; bioinvasão

INTRODUÇÃO

De acordo com Cobern (1996), os grupos humanos produzem inúmeras culturas, que são heterogêneas, em consequência do desejo de

conhecer o mundo ao seu redor, seja ele físico, social ou até mesmo espiritual. Segundo Geertz (1989), o termo cultura indica um sistema de significados e símbolos tecidos nas interações sociais. Nas salas de aula de biologia, pode-se observar que a diversidade cultural está presente por meio da cultura da ciência, representada pelos professores e os recursos didáticos, e a cultura dos estudantes, trazida dos seus meios sociais (Baptista, 2014). Nesse contexto, vale destacar que as variações culturais não acontecem apenas de uma cultura para outra (intercultural), mas também, dentro da mesma cultura (intracultural) (Aikenhead, 2009).

No que se refere ao estudo cultural das relações entre o homem, a natureza e seus elementos, a etnoecologia tem trazido importantes contribuições. Surgida no campo das Etnociências, a Etnoecologia é caracterizada como um campo de pesquisa multidisciplinar que investiga as diversas percepções culturais da relação homem/natureza e como as sociedades percebem essas relações e as classificam por meio da linguagem (Begossi, 1993; Posey, 1987). A etnoecologia é definida por Marques (2001)¹ como o estudo transdisciplinar dos pensamentos, dos sentimentos e dos comportamentos que intermediam as interações entre as populações humanas e os demais elementos dos ecossistemas dos quais elas dependem, bem como dos impactos ambientais daí decorrentes. Dito em outras palavras, a etnoecologia estuda os conhecimentos e práticas resultantes das relações estabelecidas entre o homem e o mundo natural, sem deixar de considerar aspectos sobrenaturais envolvidos nessas relações.

Para a etnoecologia, o conhecimento ecológico tradicional é importante por ser responsável pela interpretação do ambiente pelos seres humanos, porque estuda exatamente as percepções e os conhecimentos sobre a natureza das populações tradicionais, buscando compreender as práticas de manejo dos recursos naturais de tais comunidades. Os estudos dos saberes das populações locais sobre a natureza são de suma importância para a valorização do conhecimento etnoecológico das mesmas e para o manejo dos recursos naturais de forma adequada, ou seja, pautada na sustentabilidade ambiental. Tais definições colocam como objeto de estudo da etnoecologia o conhecimento que os produtores tradicionais

¹ Etnoecologia é o estudo das interações entre a humanidade e o restante da esfera, através da busca da compreensão dos sentimentos, comportamentos, conhecimentos e crenças a respeito da natureza, característicos de uma espécie biológica (*Homo sapiens*) altamente polimórfica, fenotipicamente plástica e ontogeneticamente dinâmica, cujas novas propriedades emergentes geram-lhe múltiplas descontinuidades com o resto da própria natureza. Sua ênfase, pois, deve ser na diversidade biocultural e o seu objetivo principal, a integração entre o conhecimento ecológico tradicional e o conhecimento ecológico científico (Marques, 2001, p. 49).

possuem (*corpus*) e que fundamenta a sua prática produtiva (*práxis*). Este *corpus* constitui um conhecimento ecológico de natureza empírica que subsidia a forma de apropriação dos recursos naturais de uma comunidade de produtores que, por ser de natureza empírica, foi construído e se aprofunda no cotidiano da própria *práxis* (Rêgo, 1994).

Entre a diversidade de conhecimentos culturais que os estudantes trazem para a sala de aula estão os conhecimentos tradicionais. Esses conhecimentos são de suma importância para o ensino de ciências, pois podem favorecer o estabelecimento de relações de semelhança e/ou diferença com os conhecimentos científicos através de diálogos e, por conseguinte, a ampliação e não anulação dos saberes culturais dos estudantes (Baptista, 2010).

Entretanto, para o ensino de ciências que pretenda a ampliação das concepções dos estudantes com concepções científicas por meio de diálogos, não basta apenas a investigação prévia dos conhecimentos culturais que eles trazem consigo para as salas de aula, mas, também, a elaboração e utilização de recursos didáticos que facilitem o diálogo (Baptista, 2007, 2012), além de levar em consideração a origem cultural dos docentes, das famílias dos estudantes e da comunidade escolar de modo geral, a cultura escolar. Portanto, pensar numa educação escolar para a diversidade cultural e diálogo entre a cultura da ciência ensinada e a cultura dos estudantes seria pensar na formação do professor para essa finalidade (Canen & Xavier, 2011).

A formação do professor para lidar com a diversidade cultural requer uma nova abordagem além do cientificismo, uma visão muito comum entre os professores de ciências. Essa visão tem forte ligação com a formação inicial dos professores, devido à maneira como esses profissionais são formados nas instituições de ensino, influenciando como irão trabalhar a seleção de conteúdos nas suas práticas pedagógicas (Baptista, 2012; Maldaner, 2000). Frequentemente, as licenciaturas em Ciências não contribuem para a sensibilização dos professores. Uma formação docente sensível à diversidade cultural é aquela que investiga, respeita e considera os diferentes conhecimentos culturais, nos momentos de ensino, como ferramenta para o diálogo intercultural (Baptista, 2012).

Compreendemos que a formação docente sensível à diversidade cultural, além de contribuir para o diálogo intercultural e ampliação de saberes culturais com ideias e conceitos científicos no ambiente escolar, não deve contrariar a orientação geral da visão de mundo dos alunos. Concordando com Cobern e Loving (2001), a educação científica escolar deve buscar a

consideração das visões de mundo dos estudantes para a valorização das suas culturas e demarcação da ciência com relação a elas. Porque isto evitará que ocorra o “apartheid cognitivo”, quando o aluno não se apropria devidamente dos conhecimentos científicos, utilizando-os apenas nos dias de avaliações e, seguidamente, descartando-os, sem que tenham aplicabilidade nos seus cotidianos (Cobern, 1996).

Contrariando ao que propõem Cobern e Loving, o que se tem percebido nas salas de aula é a substituição dos saberes culturais dos estudantes por saberes científicos (Baptista, 2010), com a valorização da ciência em detrimento dos saberes culturais dos estudantes (Lopes, 1999). Disto é que decorre a necessidade e importância de uma formação inicial sensível à diversidade cultural e que compreenda as teorias e os métodos para a investigação e compreensão dos saberes culturais dos alunos, o que, por sua vez, facilitará o diálogo intercultural e a demarcação de saberes na sala de aula.

O diálogo intercultural é de fundamental importância para o estabelecimento de relações de semelhança e/ou diferença entre saberes culturais e necessita estar interiorizado nas relações entre formadores de professores e licenciandos, e entre os licenciandos e estudantes nas escolas e/ou nos seus meios socioculturais (Baptista, 2014).

O objetivo deste trabalho, de natureza teórica, é apresentar o programa de um curso de formação inicial de professores pautado no princípio de investigação e consideração dos conhecimentos etnoecológicos como forma de gerar oportunidades para reflexões sobre o objetivo último de ensinar ecologia nas escolas, que consideramos ser a mudança de perfil conceitual no lugar da mudança conceitual. Também objetivamos apresentar os caminhos metodológicos que serão utilizados nas análises do referido curso. Informamos que o referido curso é parte metodológica da tese de doutorado da primeira autora, em desenvolvimento junto ao Programa de Pós-Graduação em Ensino, Filosofia e História das Ciências (PPGEFHC, UEFS-UFBA), cujo objetivo geral é o de contribuir para a sensibilização de professores em formação inicial quanto à diversidade cultural presente nas salas de aula de biologia a partir de abordagens etnoecológicas e suas relações com o diálogo entre os saberes tradicionais dos estudantes e os saberes científicos escolares no campo da ecologia. O curso já foi aplicado com estudantes da licenciatura em Biologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA), todavia, os resultados ainda serão analisados. Assim, também é nosso objetivo aqui apresentar os caminhos metodológicos que serão utilizados nas análises do referido curso.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO CAMPO DE ESTUDO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA

Trata-se de um curso de extensão universitária que adota a etnoecologia como forma de contribuir para a formação inicial de professores de ciências/biologia da Universidade Federal da Bahia – UFBA, Brasil. O curso foi elaborado e conduzido pela primeira autora e suas orientadoras, segunda e terceira autoras, como parte metodológica da sua tese de doutorado em desenvolvimento junto ao Programa de Pós-Graduação em Ensino, Filosofia e História das Ciências (PPGEFHC) da Universidade Federal da Bahia em convênio com a Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS-UFBA). Justificamos a escolha desta universidade por ser a mesma próxima geograficamente das comunidades de pescadores da Ilha de Itaparica, Bahia, Brasil e por existir um fluxo de professores que são formados para atuarem na referida ilha. Do mesmo modo, por ter moradores da própria Ilha que estudam nesta Universidade e que poderão ser professores na Ilha de Itaparica. O objetivo do curso é, portanto, compreender de que maneira o curso de extensão, utilizando abordagens etnoecológicas para o ensino de ecologia, pode colaborar para a formação inicial de professores de biologia sensíveis à diversidade cultural.

O tema da ecologia que foi utilizado como transversal durante o desenvolvimento do curso e nas atividades que foram propostas durante o mesmo foi bioinvasão e suas consequências para a conservação ambiental. Explicitamos o caso do coral-sol, coral do gênero *Tubastraea* que está amplamente distribuído no mundo e duas espécies são consideradas invasoras no litoral brasileiro: *Tubastraea tagusensis* (Wells, 1982) e *Tubastraea coccinea* (Lesson, 1829) (De Paula & Creed, 2004). Na costa da Bahia estão localizadas as áreas com a maior biodiversidade marinha do oceano Atlântico Sul (Leão, Kikuchi & Testa, 2003). A Baía de Todos os Santos (BTS) é considerada como prioritária para a conservação da biodiversidade devido aos altos níveis de endemismo e à grande diversidade de sistemas naturais (Barros, Costa, Cruz, Mariano & Miranda, 2012; Leão, Kikuchi & Testa, 2003). Além disso, essa baía também é uma área chave para o comércio marítimo e a indústria naval. Na BTS, o coral-sol foi encontrado pela primeira vez em 2008, no naufrágio Cavo Artemide (2008), próximo a Salvador, e posteriormente em 2011, no píer da Marina de Itaparica e no recife de coral dos Cascos, na Ilha de Itaparica (Sampaio, Miranda, Maia-Nogueira & de Anchieta Nunes, 2012). Nos recifes dos Cascos o coral-sol alterou a estrutura da comunidade de corais, o que foi associado principalmente a mecanismos de competição por espaço (Miranda, Cruz & Barros, 2016).

Diante desse cenário, faz-se necessário ampliar a discussão desse tema com os futuros professores, desenvolver e aplicar materiais didáticos que valorizem o conhecimento local dos povos que vivem às margens da Baía de Todos os Santos, e que convivem com essa problemática ecológica, com vista a evitar descontrolado também na economia e cultura locais.

UM CURSO DE EXTENSÃO COMO METODOLOGIA PARA AMPLIAÇÃO DOS CONHECIMENTOS ACERCA DO DIÁLOGO E DIVERSIDADE CULTURAL

Os licenciandos em biologia da UFBA participaram de um curso de extensão na própria universidade intitulado “Ensino de Ecologia e diálogo intercultural: perspectivas para a formação inicial do professor de Biologia”. O curso foi divulgado por meio digital e também por cartazes fixados nos murais do Instituto de Biologia da UFBA, oferecendo 15 vagas para estudantes de licenciatura em Biologia, regularmente matriculados e com disponibilidade para aulas aos sábados e saídas para a comunidade de Mar Grande, na Ilha de Itaparica, para a realização da parte prática do curso. Os licenciandos participaram de 10 aulas teóricas, com carga horária total de 40 horas.

Após inscrições e preenchimento das vagas, aplicamos uma entrevista diagnóstica com os licenciandos participantes, a fim de compreender quais conhecimentos eles já traziam consigo sobre alguns termos centrais: cultura, etnoecologia, diálogo intercultural e uso dos conhecimentos locais no ensino de ecologia, e todos assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido contendo o objetivo e justificativa do curso, além de informar que não existiriam prejuízos com as suas respectivas participações na pesquisa.

No primeiro momento, discutimos e refletimos sobre temas relacionados aos conhecimentos culturais dos estudantes acerca da problemática da bioinvasão e suas consequências para a conservação ambiental, no que diz respeito à abordagem dos conteúdos científicos, de maneira que eles pudessem compreender a natureza dos saberes envolvidos, demarcando-os e permitindo a compreensão das suas importâncias e contextos sociais nos quais esses saberes possam ser aplicados, conforme defendem o Construtivismo Contextual e o Pluralismo Epistemológico (Cobern, 1996; Cobern & Loving, 2001).

Discutimos também as bases conceituais da teoria do perfil conceitual (Mortimer, 1996) por se tratar de uma teoria que aborda a evolução de concepções, em que as novas ideias adquiridas no processo de

aprendizagem passam a conviver com as anteriores, admitindo a convivência entre o senso comum, o saber escolar e o saber científico e também contribuindo para o ensino de biologia voltado para a diversidade cultural.

No segundo momento, os licenciandos foram estimulados a elaborar sequências didáticas e recursos para intervenções pedagógicas baseadas no diálogo intercultural, utilizando aspectos metodológicos e epistemológicos que pudessem contribuir para a formação de cidadãos responsáveis com relação às relações entre os seres humanos e os ambientes naturais. Os futuros professores elaboraram propostas que utilizaram aspectos metodológicos da etnoecologia, tais como, entrevistas com os pescadores locais e professores da escola escolhida para a realização das intervenções, e tiveram momentos de reflexão acerca da prática pedagógica, gerando subsídios que podem contribuir para delinear o perfil do profissional de educação para a diversidade cultural. Dentre os licenciandos que participaram da etapa teórica do curso, quatro elaboraram uma sequência didática e a aplicaram em intervenções didáticas no Colégio Estadual Desembargador Júlio Virgínio de Sant'anna, localizado na comunidade de Mar Grande, Ilha de Itaparica, Bahia. A primeira intervenção conduzida pela licencianda teve como objetivo relacionar o conteúdo ao cotidiano dos estudantes, envolvendo aula expositiva dialógica e exibição de vídeos curtos sobre o tema bioinvasão através do caso do coral-sol. A segunda intervenção teve o objetivo de estimular a argumentação, a resolução de problemas e o trabalho em equipe por meio da análise dos impactos causados pelas espécies exóticas invasoras (EEI) e quais meios de intervenções podem ser utilizados na erradicação ou controle das mesmas. Na terceira intervenção, a licencianda propôs a construção de um esquete utilizando os conceitos envolvidos na caracterização de espécies exóticas invasoras e a partir daí propor soluções para a bioinvasão. A quarta e última intervenção teve o objetivo de, por meio de um vídeo curto (aproximadamente um minuto), os estudantes conceberem uma proposta para abordagem dos problemas ambientais que podem ser causados por conta da bioinvasão do coral-sol.

PROCEDIMENTOS A SEREM ADOTADOS PARA AS ANÁLISES DOS DADOS E PERSPECTIVAS

A pesquisa de doutorado que envolve o programa do curso de formação inicial de professores aqui apresentado tem abordagem qualitativa, utilizando um conjunto heterogêneo de perspectivas, métodos e técnicas de análise (André, 2001), baseada em estudo de caso etnográfico (André,

2001), buscando amparo nos referenciais teóricos e metodológicos da pesquisa em etnoecologia e da etnoecologia voltada para o ensino de ciências (Baptista, 2007, 2012; Campos, 2002; Marques, 2001; Posey, 1987).

A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta de dados; é descritiva, isto é, o relato dos resultados da investigação utiliza citações feitas com base nos dados para ilustrar e substanciar a apresentação; e, além disso, os significados que as pessoas dão às situações e à sua vida são focos de atenção especial (Lüdke & André, 1986). Sobre a pesquisa qualitativa em educação, Lüdke e André (1986) chamam atenção para a importância de investigar os conhecimentos construídos pelos indivíduos dentro e fora do espaço escolar como meio de compreender as relações que são estabelecidas entre ensino e aprendizagem nas salas de aula. Nosso estudo consiste num estudo de caso, pois busca investigar em profundidade um caso, por ser flexível nas técnicas utilizadas e por, principalmente, se comprometer a realizar uma análise focada no contexto dos fenômenos, numa investigação processual (Gil, 2009).

Para análise das intervenções didáticas nas escolas pelos licenciandos participantes do curso, utilizaremos a ferramenta analítica desenvolvida por Mortimer e Scott (2002), separando em mapas de eventos (Amaral & Mortimer, 2006). Os mapas de eventos correspondem a recortes das aulas que tenham representação para os objetivos das atividades desenvolvidas em aula, e devem contribuir para a escolha dos episódios que serão utilizados na análise das interações discursivas na sala de aula. O nosso objetivo será o de identificar as abordagens comunicativas (Mortimer & Scott, 2002) adotadas pelos licenciandos nas suas intervenções didáticas na escola, analisando se houve predominância de abordagens dialógicas em relação às de autoridade, o que seria mais coerente com o referencial teórico adotado durante o curso.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à direção do Colégio Estadual Desembargador Júlio Virgínio de Sant'anna e à professora regente de Biologia da referida unidade, pelo apoio às atividades executadas pelas licenciandas durante esse estudo; aos pescadores que participaram da pesquisa, que contribuíram com relatos sobre a pesca local e o coral-sol; à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela concessão de bolsa auxílio à primeira autora deste trabalho.

REFERÊNCIAS

- Aikenhead, G. S. (2009). Research into STS science education. *Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências*, 9(1), 1-21. Retirado de <https://seer.ufmg.br/index.php/rbpec/article/view/2204>
- Amaral, E. M. R. & Mmortimer, E. F. (2007). Uma metodologia para análise da dinâmica entre zonas de um perfil conceitual no discurso da sala de aula. In F. M. T. Santos & I. M. Greca (Eds.), *A pesquisa em ensino de ciências no Brasil e suas metodologias* (pp. 239-296). Unijuí: Editora Unijuí.
- André, M. (2001). *Etnografia da prática escolar*. Campinas: Papirus.
- Baptista, G. C. S. (2007). *A construção da Etnobiologia para o ensino e a aprendizagem de Ciências: Estudo de caso em uma escola pública do Estado da Bahia*. Dissertação de Mestrado em Ensino, Filosofia e História das Ciências, Universidade Federal da Bahia, Universidade Estadual de Feira de Santana, Salvador, Brasil.
- Baptista, G. C. S. (2010). Importância da demarcação de saberes no ensino de Ciências para sociedades tradicionais. *Ciência & Educação*, 16(3), 679-694. DOI: 10.1590/S1516-7313201000030001
- Baptista, G. C. S. (2012). Elaboração de materiais didáticos como apoio ao diálogo entre saberes no ensino de biologia nas escolas do campo. *Revista Iberoamericana de Educacion*, 60(4). Retirado de <https://rieoei.org/RIE/article/view/1293>
- Baptista, G. C. S. (2014). Do cientificismo ao diálogo intercultural na formação do professor e ensino de ciências. *Revista Interações*, 31, 28-53. Retirado de <https://revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/view/6369/4938>
- Begossi, A. (1993). Ecologia humana: um enfoque das relações homem-ambiente. *Interciencia*, 18(3), 121-131. Retirado de <http://www.interciencia.org.ve>
- Barros, F., Costa, P. C., Cruz, I., Mariano, D. L. S. & Miranda, R. J. (2012). Benthic habitats in Todos os Santos Bay. *Revista Virtual Química*, 4, 551-565. Retirado de <http://rvq.s bq.org.br/imagebank/pdf/v4n5a05.pdf>
- Campos, M. D'O. (2002). Etnociências ou etnografia de saberes, técnicas e práticas. In M. C. de M. Amoroso, L. C. Ming & S. M. P. da Silva (Eds.), *Métodos de coleta e análise de dados em etnobiologia, etnoecologia e disciplinas correlatas* (pp. 46-92). São Paulo: UNESP/CNPQ.
- Canen, A. & Xavier, G. P. de M. (2011). Formação continuada de professores para a diversidade cultural: ênfases, silêncios e perspectivas. *Revista Brasileira de Educação*, 16(48), 641-661. DOI: 10.1590/S1413-24782011000300007

- Cobern, W. W. (1996). Constructivism and non-Western science education research. *International Journal of Science Education*, 4(3), 287-302.
- Cobern, W. W. & Loving, C. C. (2001). Defining “science” in a multicultural world: implications for science education. *Science Education*, 85(1), 50-67. DOI: 10.1002/1098-237X(200101)85:1<50::AID-SCE5>3.0.CO;2-G
- De Paula A. F. & Creed J. C. (2004). Two species of the coral Tubastraea (Cnidaria, Scleractinia) in Brazil: a case of accidental introduction. *Bulletin of Marine Science*, 74, 175-183. Retirado de <https://www.ingentaconnect.com/content/umrsmas/bullmar/2004/00000074/00000001/art00014>
- Geertz, C. A. (1989). *Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Afiliada.
- Gil, A. C. (2009). *Estudo de caso*. São Paulo: Atlas.
- Leão, Z. M. A. N., Kikuchi, R. & Testa, V. (2003). Corals and coral reefs of Brazil. *Latin American Coral Reefs*, 1, 9-52. DOI: 10.1016/B978-044451388-5/50003-5
- Lopes, A. R. C. (1999). Pluralismo cultural em políticas de currículo nacional. In A. F. B. Moreira (Ed.), *Currículo: políticas e práticas* (pp. 59-80). Campinas: Papyrus.
- Lüdke, M. & André, M. (1986). *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU.
- Maldaner, O. A. (2000). Concepções epistemológicas no ensino de Ciências. In R. P. Schnetzler & R. Aragão (Eds.), *Ensino de Ciências: fundamentos e abordagens* (pp. 60-81). Piracicaba: Capes/Unimep.
- Marques, J. G. W. (2001). *Pescando pescadores. Ciência e etnociência em uma perspectiva ecológica*. São Paulo: NUPAUBUSP.
- Miranda, R. J., Cruz, I. C. S. & Barros, F. (2016). Effects of the alien coral Tubastraea tagusensis on native coral assemblages in a southwestern Atlantic coral reef. *Marine Biology*, 163(45). DOI: 10.1007/s00227-016-2819-9
- Mortimer, E. F. (1996). Construtivismo, mudança conceitual e ensino de ciências: para onde vamos? *Investigações em Ensino de Ciências*, 1(1), 20-39.
- Mortimer, E. F. & Scott, P. (2002). Atividade discursiva nas salas de aula de ciências: uma ferramenta sociocultural para analisar e planejar o ensino. *Investigações em Ensino de Ciências*, 7(3), 283-306. Retirado de <https://www.if.ufrgs.br/cref/ojs/index.php/ienci/article/view/562/355>
- Posey, D. A. (1987). Temas e inquirições em etnoentomologia: algumas sugestões quanto à geração de hipóteses. *Boletim Museu Paraense Emilio Göeldi*, 3(2), 99-134.

Rêgo, J. C. V. (1994). *Etnoecologia dos pescadores de Velha Boipeba-BA: dos costeiro à berada*. Monografia de Bacharelado em Ciências Biológicas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

Sampaio, C. L. S., Miranda, R. J., Maia-Nogueira, R. & de Anchieta Nunes, J. C. C. (2012). New occurrences of the nonindigenous orange cup corals *tubastraea coccinea* and *T. tagusensis* (Scleractinia: Dendrophylliidae) in south-western Atlantic. *Check List: the journal of biodiversity data*, 8, 528-530. DOI: 10.15560/8.3.528

Citação:

Martins, K. V., Almeida, R. O. & Baptista, G. C. S. (2019). Cultura e diálogo intercultural: conhecimentos etnoecológicos no ensino da ecologia escolar. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 405-415). Braga: CECS.

MÉDIA, DIVERSIDADE E CIDADANIA

SARA VIDAL MAIA

saravmaia@ua.pt

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

DE FOUCAULT A BUTLER: IDENTIDADE(S), PERFORMATIVIDADE E NORMATIVIDADE DE GÉNERO

RESUMO

Michel Foucault abre o caminho para a teorização pós-moderna e pós-feminista dos estudos da(s) identidade(s) de género ao analisar o sujeito, envolvido na teoria da sexualidade, como algo construído pelo discurso e que envolve relações de poder. Esta perceção é útil para auxiliar na conceção de estratégias determinadas a modificar o estado da relação material e simbólica entre o masculino e o feminino, e que foram teorizadas por vários pensadores (de Beauvoir a Braidotti) a partir da segunda metade do século XX. Uma destas estratégias assenta na ideia de que o género deve ser visto como uma variável fluida, deixando de ser um atributo e passando a ser performativo. Para Judith Butler há necessidade de “desfazer” a norma para “desfazer” o género, utilizando para isso uma formação de pensamento complexa que tem início no conceito “tornar-se”.

PALAVRAS-CHAVE

Estudos Culturais; identidade(s) de género; normatividade de género; performatividade

O trabalho teórico de Michel Foucault auxiliou na preparação do percurso pós-moderno das teorias sociológicas do desvio, da saúde e da sexualidade, visto que o filósofo optou por trabalhar sobretudo a via dos comportamentos e das diferenças sexuais, e as relações de poder entre os sujeitos, sustentando algumas teorias dos estudos de género. De acordo com Foucault, os discursos sobre o sexo proliferam nas sociedades e continua-se a produzir um *saber sobre o prazer* e a experimentar um *prazer de saber* (Foucault, 1984b; Louro, 2008).

Foucault reivindica que a sexualidade e o poder são coextensivos, e que uma sexualidade subversiva ou emancipatória tem dificuldade em

se libertar da lei ou da norma estabelecidas, ao contrário do que é o pensamento de outros autores pós-estruturalistas, como Butler ou Braidotti, que permite refletir e “constituir sujeitos dentro de uma heterossexualidade hegemónica e consequentemente sobrenormativa” (Oliveira, 2013, p. 69). Porém, parece haver consenso quando se pensa a sexualidade como algo “construído dentro dos termos do discurso e do poder, onde o poder é parcialmente entendido em termos de heterossexualidade e convenções culturais fálicas” (Butler, 1990, p. 30).

Michel Foucault dá uma nova leitura ao discurso do desejo e afirma que a sexualidade deve ser pensada dentro das dinâmicas relacionais e de poder que se estabelecem entre os sujeitos e a sociedade. Nesse sentido, o pensador afirma que:

o poder não opera num único lugar, mas em lugares múltiplos: a família, a vida sexual, (...) a exclusão dos homossexuais, as relações entre os homens e as mulheres. Só podemos mudar a sociedade sob a condição de mudar essas relações. (Foucault, 2006, p. 262)

Para Foucault (1984a, 1984b, 1984c), a sexualidade é identificada como um elemento fundamental para os mecanismos de controlo e regulação social, que operam nos discursos e instituições modernos. A sexualidade é, assim, num meio de regulação social que une um determinado corpo a um determinado comportamento e atitude, fazendo, por vezes, confundir gênero e sexualidade.

A sexualidade (ou a diferença sexual) é severamente regulada pela sociedade, o que a torna num bom exemplo de como os mecanismos de poder atuam. A sociedade criou uma espécie de “guiões sexuais” que indicam como os sujeitos se devem comportar nas suas relações, vendo, por exemplo, a homossexualidade como desviante. Ao analisar o sujeito, envolvido na teoria da sexualidade, como algo construído pelo discurso e que envolve relações de poder, o pensamento foucaultiano explica como se dá a construção da(s) identidade(s) de gênero.

Quando se analisa a construção da identidade de gênero nos estudos de Foucault percebe-se que não existe uma base biológica ou uma naturalização psicanalítica que determine as diferenças de identidade entre homens e mulheres, mas sim um processo discursivo que determina o gênero e que é visto como algo que nunca está inteiramente concluído.

Neste sentido, as contribuições concetuais de Foucault para esta discussão centram-se sobretudo nos conceitos de sexualidade, normatividade,

discurso e poder. De facto, o filósofo vem apenas valorizar a discussão que surge depois da segunda metade do século XX e que se centra na ideia de que a identidade de género é uma problemática sociocultural. Em suma, começa-se a compreender que não existe um modelo cultural único de género, mas uma multiplicidade de discursos sobre o género (Moore, 2000).

Vários pensadores da identidade, do poder e do discurso basearam-se no trabalho de Foucault e no ambiente de pensamento reformista que se fazia sentir na época. Contudo, terá sido a crítica contemporânea feminista que reforçou o interesse pelo sentido e pelo significado da diferença e da identidade de género. Algumas destas críticas, baseadas no trabalho de Lacan e Foucault, argumentam que “a identidade de género (...) é constituída através de sistemas simbólicos sociais ou instituições de poder” (Weir, 1996, p. 6).

A crítica feminista permitiu uma revolução no conhecimento e foi bastante útil para influenciar a conceção de estratégias determinadas a modificar o estado da relação material e simbólica entre o masculino e o feminino. Porém, certos discursos do Feminismo focaram-se no princípio da perpetuação da relação de dominação masculina no interior das unidades domésticas, desconsiderando, por vezes, instâncias como o Estado e a Escola, “lugares de elaboração e de imposição de princípios de dominação que se exercem no interior do universo mais privado” (Bourdieu, 1999, p. 4).

A discussão pioneira em torno da identidade e do género encontra-se na obra *Le deuxième sexe*¹, da escritora e filósofa francesa Simone de Beauvoir (1949/1977a, 1949/1977b), que discute a relação entre o Eu e o Outro, dissecando as relações entre os sexos masculino e feminino, e analisando o papel social da mulher. Segundo Beauvoir, a humanidade é “masculina”, e é esta masculinidade (normalidade) que define a mulher (diferença). Para a autora o homem vê-se como um sujeito que define, enquanto a mulher é o Outro: “ele é o Sujeito, ele é Absoluto: ela é o Outro” (Beauvoir, 1949/1977a, p. 16). Nesta dialética, o homem nega-se a ser o Outro e as mulheres afastam-se da reclamação da sua liberdade. Isto deve-se, no pensamento de Bourdieu (1999), a uma construção social dos corpos e a uma incorporação da dominação que as mulheres foram adquirindo fruto de imposições simbólicas.

Para Beauvoir (1949/1977a) as mulheres são, com toda a certeza, moralmente responsáveis pela sua opressão. Beauvoir acrescenta que uma

¹ *Le Deuxième Sexe* (publicado inicialmente em 1949 e distribuído por dois volumes) fica conhecido como o ensaio filosófico que analisa profundamente o papel das mulheres na sociedade.

das vantagens de a mulher ser o Outro é a capacidade de ela evitar a angústia de ter responsabilidade pela vida. Contudo, aqui é preciso salientar que Beauvoir não considerou o facto de que nem sempre há uma alternativa para o sexo feminino, e que nem sempre a mulher se satisfaz com as “vantagens” de ser o Outro.

Em resposta à problemática supracitada, Beauvoir procurou discutir a liberdade da mulher em ambos os volumes da obra referida. Para a autora, “não se nasce mulher: torna-se uma” (Beauvoir, 1949/1977a, p. 285), o que revela uma opção individual. Deste modo, a mulher pode atingir a sua libertação através do “desmantelamento da construção masculina da mulher como o Outro” (Simons, 1999, p. 158). Esta atitude mostra Beauvoir como uma construcionista social que acredita na capacidade da mulher romper a tradição, transformando-a.

No segundo volume, Simone de Beauvoir (1949/1977b) tenta mover-se fora do contexto das construções dos homens que veem a mulher como o Outro, desafiando a dualidade objetivo/subjetivo. A autora demonstra que o conflito Eu-Outro é intersubjetivo, onde a identidade do Eu é sustentada e ameaçada pelo Outro, pela identificação com o Outro.

Até ao momento, é importante ter em mente que o trabalho de Simone de Beauvoir abriu o caminho para a discussão da identidade de género, sobretudo no seio das teorias feministas, com Jessica Benjamin, Allison Weir, Nancy Chodorow, Luce Irigaray, Judith Gardiner, Judith Butler e Rosi Braidotti.

No seu livro *The bonds of love: psychoanalysis, feminism, and the problem of dominations* (1988), Jessica Benjamin inspira-se na teoria de Simone de Beauvoir e procura perceber a pertinência psicológica dos papéis de género em identificar o homem como o sujeito (Eu) e a mulher como o objeto (Outro). Weir (1996) interpreta a identidade como oposição e conflito, dentro da dinâmica das relações de poder, também muito à maneira de Foucault. Neste caminho teórico, Allison Weir (1996) sugere ainda outras autoras como Nancy Chodorow, Luce Irigaray, Judith Gardiner e Judith Butler, às quais se acrescenta Rosi Braidotti.

Para Chodorow (1978), é a instituição social da maternidade que produz e incentiva as identidades de género associadas ao domínio masculino e à subordinação feminina. Já para Irigaray (1985, 2005), a identidade feminina deve afirmar-se face a uma rejeição da identidade como construção falocêntrica. Judith Gardiner (2002) apresenta uma visão mais otimista da identidade feminina, ao afirmar que esta é menos fixa, menos unitária e mais flexível que a individualidade masculina.

Judith Butler (1990) entende que a Sociologia e o feminismo têm de aceitar que existe um modelo fortemente marcado na sociedade, ao qual ela chama de “matriz heterossexual”, onde o sexo do sujeito é visto como um atributo biológico binário atribuído à nascença (masculino ou feminino), e o género é um componente cultural que é socializado no indivíduo ao longo da sua existência. Para além disso, Butler vai-se basear na máxima de Beauvoir – “não se nasce mulher: torna-se uma” – para repensar toda a conceção identitária. Finalmente, a teórica Rosi Braidotti (2002) pensa a identidade, a diferenciação sexual e a sua desconstrução através do “desejo” de “tornar-se”.

Neste percurso teórico, David Gauntlett (2002) afirma que, apesar de muitos sujeitos verem o género como um atributo que é culturalmente fixo e permanente, o género deveria ser visto como uma variável fluida que pode mudar de acordo com diferentes contextos e tempos, deixando de ser um atributo e passando a ser uma performance (uma forma de estar, de se ver, de se mostrar aos outros, e que se pode modificar repetidamente).

O carácter performativo do género é extensamente discutido nas obras de Judith Butler, englobando não apenas atos de fala, mas também atos corporais. Evidentemente, como “corpo” o sujeito é algo mais do que ele próprio, pois, ao ser constituído social e politicamente, o seu corpo tem uma dimensão pública: “constituído como um fenómeno social na esfera pública, o meu corpo é e não é meu” (Butler, 2004, p. 21). Os sujeitos vivem e recebem noções de realidade que lhes dizem que tipos de sexualidade e de corpos são considerados aceitáveis, verdadeiros e reais (e que tipos não o são).

Neste momento convém esclarecer que dizer que o género é uma performance implica que o sujeito atua e representa um papel de género a que pertence, apresentando-o ao mundo. Já dizer que o género é performativo trata-se de algo diferente, pois implica que o género produza um conjunto de efeitos, ou seja, o sujeito fala, anda e comporta-se de formas que consolidam a impressão de ser um homem ou uma mulher. Ou seja, os sujeitos atuam como se fosse algo intrínseco a eles, mas efetivamente é algo que é (re)produzido ao longo do tempo. Portanto, dizer que o género é performativo é dizer que ninguém é, de facto, de um género desde o início (Butler, 1997, 2004).

O conceito de performatividade de género apresenta-se como uma solução para mudar a forma da sociedade olhar para o género. Imagine-se, por exemplo, a dificuldade que uma “maria-rapaz” ou um “rapaz-feminino” têm em se integrarem socialmente sem sofrerem represálias das

instituições formais e informais que insistem em colocá-los num dos géneros. A noção de performatividade de género agiliza o processo de adaptação dos sujeitos em “novas” formas de género.

Para Butler (2004) é fundamental criar espaço para estas “novas” formas de género, discutindo-as e desenvolvendo-as. Isto implica que o mundo terá de entender os sujeitos com estes “novos” géneros e o seu desejo de não-normatividade, sem o encarar com violência. Os próprios sujeitos têm de viver sem se entenderem como “irreais”. Portanto, dentro da política teórica deverá haver espaço para o pensamento do possível (Butler, 2004).

A performatividade de género abre então as portas para novas formas de realidade através da incorporação. Segundo Butler (1993, 2004), o corpo é um processo de transformação que excede e (re)trabalha a norma e que mostra que a realidade não é fixa. Contudo, se imagens de outras possibilidades não são apresentadas isso significa que não há espaço para desfazer a norma e abrir a porta para outras “normalidades” humanas. Este assunto abre a discussão sobre a legitimidade das normas de género que são (re)produzidas na sociedade.

O problema da sociedade reside precisamente no facto de pensar em termos de sexualidade. Logo, a sexualidade do sujeito é pensada de e para o Outro, antes de ser construída de e para si, acontecendo o mesmo em relação ao seu género. Claro que, apesar dos constrangimentos normativos que limitam a sexualidade e a construção do género, estes mesmos constrangimentos são mobilizadores e incitadores de outra(s) sexualidade(s) e de outras construções de género.

É neste sentido que segue o trabalho teórico de Judith Butler, que procura desfazer conceções da normatividade, a vários níveis, mas sobretudo ao nível da sexualidade e do género. Se, por um lado, as normas são aquilo que orientam os sujeitos e os guiam na interação com o Outro, por outro lado, elas são também a forma pela qual o sujeito é reconhecido como humano, codificando nesse processo complexas operações de poder:

a normatividade refere-se ao processo de normalização, a forma pela qual certas normas, ideias e ideais prevalecem sobre a vida incorporada, providenciando critérios coercivos para o “homem” e a “mulher” normais. E (...) vemos que as normas são o que governam a vida “inteligível”, homens “reais” e mulheres “reais”. (Butler, 2004, p. 206)

O sujeito é assim constituído por normas que existem *a priori* e que representam uma forma de poder social (que não implica propriamente

uma lei) que produz o campo inteligível da humanidade e um aparato pelo qual a binariedade de gênero é instituída. Esta visão complexifica-se quando se passa a perceber que o gênero não é mais do que uma regra regulatória reproduzida, invocada e incitada por normas linguísticas e corporais. Contudo, se se reconhece que são as regras que formam e produzem o gênero, não seria possível pensar o que aconteceria se o gênero estivesse *a priori* da regulação? Como seria a humanidade se o gênero não fosse uma norma regulatória simbolicamente imposta?

De acordo com Butler (2004), se o gênero é culturalmente formado, isso implica que seja também um domínio de liberdade. E é importante resistir à violência que é imposta pelas normas de gênero, especialmente para com aqueles que não encaixam nelas. Assim, a autora reforça a necessidade de “desfazer” a norma para “desfazer” o gênero, utilizando para isso uma formação de pensamento que tem início no conceito “tornar-se”.

Com a obra *Undoing Gender* (2004), Judith Butler desenvolve uma estrutura de pensamento que se baseia na afirmação de Simone de Beauvoir (1949/1977a, p. 285) “não se nasce mulher: torna-se uma”. Desta forma, Butler (2004) acredita que o “tornar-se” é o veículo de transformação e de construção para o gênero. Para a autora, fazer-se justiça ao próprio sujeito é percebê-lo como humano antes do seu gênero e vê-lo para lá da sua sexualidade, da sua genitália.

Já Rosi Braidotti (2002) entende que para se pensar a identidade, o sujeito ou qualquer perfil identitário, isso implica, frequentemente, uma diferenciação sexual, ou seja, é difícil pensar as questões supracitadas sem sexualizar o sujeito. A solução está na desconstrução através do “desejo” de “tornar-se”, de criar/recriar o sujeito: “tornar-se é a realização do encontro imanente entre sujeitos, entidades e forças que estão aptos mutuamente a afetar e trocar partes uns dos outros de uma forma criativa e não-individual” (Braidotti, 2002, p. 68).

Braidotti (2002) é defensora do sujeito que pensa em processos e não propriamente em conceitos. Portanto, é a transformação que é pensada e não os pontos de partida/chegada do sujeito. No caminho deste processo encontram-se pontos de encruzilhada importantes, mas que atribuem produtividade ao processo, descentrando-o, complexificando-o, relativizando-o e criticando-o. É neste ponto que o trabalho de Braidotti se diferencia do de Butler, apesar das duas autoras pós-estruturalistas fazerem novas e inovadoras leituras do que implica ser um sujeito.

Como já foi discutido, Butler faz a leitura do gênero através do conceito de performatividade: ser homem ou ser mulher implica um processo

de performatividade e não uma diferenciação sexual. Para Braidotti (2002), existem claramente dois sexos – o masculino e o feminino – sendo que as performatividades se encontram entre estes dois pólos e permitem a criação de “novas figurações” e de novos “lugares sociais”. Estas figurações não são imagens pensadas, mas mapas concretos, materiais e reais (posições incorporadas e absorvidas numa materialidade) que ajudam a cartografar o mapa das relações de poder e a identificar lugares de resistência. Nas palavras da autora, esta “cartografia é uma leitura teoricamente enraizada e politicamente informada do presente” (Braidotti, 2002, p. 2).

Butler (2004) e Braidotti (2002) identificam ambas a presença de uma estrutura real, social e normativa em que o feminino é constantemente um Outro do Eu masculino (aquilo que Braidotti apelidou de “lógica do mesmo”), mas a resolução de cada uma para o problema difere. Butler (2004) pensa que a solução está na aniquilação do pensamento binário masculino-feminino e da diferença sexual, sendo esta normatização substituída pela performatividade de gênero. Braidotti (2002) afirma que é a diferença sexual e o que está entre o masculino e o feminino que permitem pontos de fuga para outras performatividades/leituras capazes de apresentar novas formas de resistência.

Portanto, o gênero não deve determinar a existência dos sujeitos na sua individualidade e a sociedade deve deixar espaço para que o sujeito possa escolher como quer ser reconhecido. Quer isto dizer que, apesar do gênero ser um aparato que produz e normaliza o masculino e o feminino, este “pode bem ser o aparato pelo qual esses termos são desconstruídos e desnaturalizados” (Butler, 2004, p. 42), contribuindo para a construção da identidade dos sujeitos. Mas importa acrescentar que, de acordo com o pensamento butleriano, essa “normalidade” nunca é alcançada. Portanto, o “problema de gênero” (e da sexualidade) é uma questão permanente, com respostas constantes.

Esta realidade desperta algumas questões sobre a identidade, pois se os indivíduos estão sujeitos a estas normas, que tipo de pessoas estão a ser “feitas”? Que tipos de homem estão a ser validados? Que tipos de mulheres são aceites? E qual o lugar dos sujeitos que vivem entre a binariedade de gênero? Se se pensar nas duas formas comumente aceitáveis para pensar o sujeito e o gênero – meio ou genética – estas questões ficam, à partida, reduzidas a estruturas simbólicas e normativas falocêntricas, que frequentemente são causadoras de “crises” identitárias.

O pensamento butleriano e, mais especificamente, o pensamento pós-feminista reconhecem que os limites supra apontados são positivos,

pois isso expõem a humanidade e elevam os limites da inteligibilidade. Em suma, a(s) identidade(s) (de gênero) deve(m) ser reconhecida(s) fora da norma e não a partir do Outro (Butler, 2004). Isto não implica que a relação com o Outro não seja fundamental na (des)construção identitária. Segundo Butler (1990), são as normas que constituem o gênero e “fazem” e “desfazem” os sujeitos, sobretudo através do desafio lançado pela relação com o Outro (é o Outro que faz, desfaz, questiona e reconhece o Eu; logo se reconhece e valida um Eu, também pode reconhecer e validar um outro Eu). Estas questões levantadas por Butler demonstram que a identidade de gênero deixou de ser uma questão do “ser” (ontológica) para passar a ser uma questão do “tornar-se”. Mesmo quando o sujeito tem a sua identidade de gênero e a atua, no futuro é possível perdê-la, reconstruí-la, validá-la de outra forma, transformando a própria questão de gênero numa pergunta constante.

Esta discussão reforça a ideia de que tanto a questão da diferença sexual como a da identidade de gênero devem ser constantemente problematizadas. O futuro simbólico abrirá múltiplas possibilidades, tanto para mulheres como para homens, libertando-os da obrigatoriedade de permanecer no sentido falocêntrico heteronormativo. Resta questionar: será que a estrutura para pensar a diferença sexual e o gênero tem de ser binária para que possa emergir a multiplicidade do feminino e do masculino? Butler (1993, 2004) desafia-nos a pensar antes: porque não pode ser esta estrutura sexual ela própria transformada do binário para a multiplicidade?

Butler (1990) continua a apontar neste sentido, ao afirmar que o comportamento de cada sujeito não é o seu sexo ou o seu gênero, mas sim tudo o que o seu sexo ou o seu gênero são (os conceitos deixam de ser universais e imutáveis). Isto não implica que a troca ou substituição da identidade de gênero seja um procedimento simples, pois a identidade (de qualquer tipo) é uma construção social, que constitui um sujeito dentro das relações de poder e das identificações psicológicas, sociológicas, culturais e até físicas de cada um.

Atualmente, é visível a complexidade da identidade de gênero que, ao se afastar da sua condição de atributo e se aproximar da sua categorização de performatividade abre as portas para a multiplicidade. Cada vez mais se desafiam as perspectivas tradicionais de masculinidade, de feminilidade e de sexualidade, aceitando que as pessoas e as suas escolhas podem mudar, mudando consigo a(s) sua(s) identidade(s) de gênero: “este novo campo de análise, que paulatinamente se tem alastrado a todos os campos das Ciências Sociais e Humanas, oferece um tremendo potencial de subversão

das normas estabelecidas no que elas têm de mais opressivo e limitador” (Gomes, 2011, p. 10).

Hoje, vê-se uma potencial dissolução de papéis masculinos e femininos, e as novas gerações vão-se desenvolvendo em sociedades mais abertas a novos sistemas de comparação. As mulheres apoderam-se mais da sua identidade, que, embora também seja desenvolvida por comparação a outros, é mais vivida como um Eu e não simplesmente como um Outro masculino. Todavia, existem ainda fortes influências desse pensamento tradicional, o que dificulta os processos de mudança. Muitas dessas influências encontram-se presentes nos discursos, nos hábitos quotidianos, na linguagem, nas representações mediáticas, nas práticas religiosas e nas atividades sociais.

Apesar de haver ainda uma discriminação positiva da masculinidade a vários níveis, as mulheres estão em processo de destronar muitos mitos de gênero, ao afirmarem a sua liberdade e a sua independência (Beauvoir, 1949/1977a). Se durante a infância a rapariga pode ser socialmente “mutilada”, com o seu crescimento e as transformações que daí advêm, a mulher ocidental pode resistir às estruturas e exercer aquilo que entendemos como resistência ou contrapoder.

REFERÊNCIAS

- Beauvoir, S. (1949/1977a). *Le deuxième sexe. Les faits et les mythes*, vol.1. Paris: Éditions Gallimard.
- Beauvoir, S. (1949/1977b). *Le deuxième sexe. L'expérience vécue*, vol.2. Paris: Éditions Gallimard.
- Benjamin, J. (1988). *The bonds of love: psychoanalysis, feminism, and the problem of dominations*. Nova lorque: Pantheon Books.
- Bourdieu, P. (1999). *A dominação masculina*. Oeiras: Celta Editora
- Braidotti, R. (2002). *Metamorphoses: towards a materialist theory of becoming*. Cambridge/Malden: Polity Press.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: feminism and the subversion of identity*. Nova lorque: Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter: on the discursive limits of “sex”*. Nova lorque: Routledge.
- Butler, J. (1997). *Excitable speech: a politics of the performative*. Nova lorque: Routledge.

- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Nova Iorque: Routledge.
- Chodorow, N. (1978). *The reproduction of mothering: psychoanalysis and the sociology of gender*. Berkeley: University of California Press.
- Foucault, M. (1984a). *Histoire de la sexualité I – La volonté de savoir*. Paris: Éditions Gallimard.
- Foucault, M. (1984b). *Histoire de la sexualité II – L'usage des plaisirs*. Paris: Éditions Gallimard.
- Foucault, M. (1984c). *Histoire de la sexualité III – Le souci de soi*. Paris: Éditions Gallimard.
- Foucault, M. (2006). *Estratégia, poder-saber*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária.
- Gardiner, J. (Ed.) (2002). *Masculinity studies & feminist theory: new directions*. Nova Iorque: Basic Books.
- Gauntlett, D. (2002). *Media, gender and identity: an introduction*. Nova Iorque: Routledge.
- Gomes, F. (2011). Arqueologia e gênero(s): de *strange bedfellows* a um paradigma crítico de leitura do passado. *Sapiens: História, Patrimônio e Arqueologia*, 5, 6-30. Retirado de http://www.revistasapiens.org/Biblioteca/numero5/arqueologia_e_generos.pdf
- Irigaray, L. (1985). *Speculum of the other woman*. Ithaca: Cornell University Press.
- Irigaray, L. (2005). *An ethics of sexual difference*. Londres, Nova Iorque: A&C Black.
- Louro, G. (2008). Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. *Pro-Posições*, 19(2), 17-23. DOI: 10.1590/S0103-73072008000200003
- Moore, H. (2000). Fantasias de poder e fantasias de identidade: gênero, raça e violência. *Cadernos Pagu*, 14, 13-44. Retirado de <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8635341/3140>
- Oliveira, J. (2013). Cidadania sexual sob suspeita: uma meditação sobre as fundações homonormativas e neo-liberais de uma cidadania de “consolação”. *Psicologia & Sociedade*, 25(1), 68-78. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v25n1/09.pdf>

Simons, M. (1999). *Beauvoir and The second sex. Feminism, race, and the origins of existentialism*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers

Weir, A. (1996). *Sacrificial logics: feminist theory and the critique of identity*. Nova Iorque: Routledge.

Citação:

Maia, S. V. (2019). De Foucault a Butler: identidade(s), performatividade e normatividade de género. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 417-428). Braga: CECS.

LARYSSA TARACHUCKY & MARIA JOSÉ BALDESSAR

laryssa.tarachucky@gmail.com; mbaldessar@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, BRASIL

“GIVE ME BACK MY BROKEN NIGHT” – ELEMENTOS DE MEDIAÇÃO DE DIÁLOGOS URBANOS

RESUMO

Intervenção urbana é o termo utilizado no campo das artes para designar práticas artísticas realizadas em espaços públicos urbanos. Tem como característica a inclusão da dimensão política em projetos poéticos, a criação de experiências participativas e o estímulo a atitudes críticas e criativas em relação à cidade habitada. Recentemente, tais intervenções vêm fazendo uso de dispositivos móveis de comunicação, buscando, também, a reflexão crítica sobre as alterações nas práticas do espaço comum causadas pela popularização das tecnologias de informação e comunicação digitais. Neste texto é analisado o projeto “Give me back my broken night”, uma intervenção urbana feita pela companhia Uninvited Guests, em parceria com Duncan Speakman, na cidade de Guimarães, Portugal. “Give me back my broken night” combina elementos de *storytelling*, dispositivos móveis sensíveis à localização, projetores e ilustração para instigar os participantes a imaginar o futuro de sua cidade de maneira colaborativa. São analisados os artefatos de mídia empregados e os modos de interatividade narrativa presentes na intervenção. As conclusões apresentam a facilitação gráfica e a inserção de elementos de surpresa como fatores de atração do público e apontam para a necessidade de reconhecimento de estratégias de criação de meta-interatividade em atividades voltadas para a formação de públicos urbanos.

PALAVRAS-CHAVE

Intervenção urbana; público urbano; diálogo urbano; interação

A ARTE E O ENVOLVIMENTO CRÍTICO COM O ESPAÇO URBANO

A sociedade urbanizada, na qual a maior parte das pessoas vive nas cidades, é um estágio novo da evolução social humana (Davis, 1977)¹. Em decorrência desse contexto, novos modos de ver, representar e pensar o ambiente urbano emergem pouco a pouco, trazendo consigo um ideal de maior envolvimento do cidadão nos processos decisórios. Esse movimento pode ser percebido de maneira particular no campo das artes, onde frequentemente os valores e os modos de organização social nas cidades são questionados em manifestações denominadas intervenções urbanas (Marchese, 2015).

Intervenção urbana é o termo empregado para designar manifestações artísticas produzidas no contexto urbano – mais especificamente naquilo que pode ser chamado de espaço público – com o intuito de introduzir novas perspectivas sobre a cidade e a vida urbana, e/ou questionar os mecanismos territorialmente incorporados (Costa, Guerra & Neves, 2017). Em geral, as intervenções urbanas – sejam elas efêmeras ou permanentes – lançam um olhar crítico sobre processos sociais e culturais particulares a uma determinada localidade. Seus projetos envolvem, entre outras coisas, interação com um objeto artístico ou com o espaço público, podendo incluir experimentos biológicos, mídia tátil, cartografias, performances, atividades de estudo, representação e narração de histórias sobre as cidades², envolvendo formas de perceber, sentir e experimentar seus espaços de modo *Sui generis*, contestando o estado das coisas e buscando a emergência de uma nova ordem (Pinder, 2005).

Pode-se perceber, ao longo das últimas duas décadas, uma intensificação dos debates acadêmicos sobre o papel das práticas artísticas como facilitadoras da interação entre cidadãos e temas de interesse comum e como ferramenta de valorização territorial³. Costa, Guerra e Neves (2017, p. 10) atribuem esse crescente interesse a quatro fatores: (1) a centralidade do espaço público na vida diária pós-moderna (motivada pela ascensão de estilos de vida mais hedonistas e voltados ao convívio); (2) os progressos das escolas artísticas em direção a tipos de trabalho mais voltados à comunida-

¹ Dados da Organização das Nações Unidas (ONU) apontam que em 2008, pela primeira vez, o mundo passou a ser habitado mais em cidades do que em áreas rurais (ONU, 2015).

² Alguns nomes atualmente ligados ao intervencionismo urbano são: Aaron Landsman, Blast Theory, Formafantasma, Ian Strange, Keith Deverell, Luzinterruptus, Natalie Jeremijenko, Raumlaborberlin, Sampson Wong, Sojourn Theatre Company, Studio Drift e o coletivo de arte alemão Urban Screen.

³ Podem ser dados como exemplo os trabalhos de Andrade, Marques e Barros (2010), Costa, Guerra e Neves (2017), Marchese (2015), Parry, Medlyn e Tahir (2011), Pinder (2005), Truijen (2013), Veitch (2010) e Yúdice (2005), para citar alguns.

de e ao lugar a que se destinam; (3) a conscientização por parte de gestores sobre sua utilidade como ferramenta de desenvolvimento e, por fim; (4) a crescente demanda social por práticas relacionadas à dessacralização das artes, ao aprimoramento da performatividade, à autoexpressão, à diversidade cultural e ao desenvolvimento da participação cívica e dos processos de construção da comunidade. Pinder (2005) explica que o cerne dessa arte pública envolvida com a comunidade e com as lutas sociais existentes é constituído pelos questionamentos acerca do papel dos artistas na crítica e resistência à higienização das cidades⁴. Em decorrência desses questionamentos, modos de colaboração e diálogo com moradores passaram a ser desenvolvidos (Marchese, 2015), fazendo uso das mais diversas técnicas e ferramentas para abordar questões e valores sociais.

Muitas das atuais práticas artísticas nessa linha vêm envolvendo as tecnologias de informação e comunicação digitais para interagir com o ambiente urbano e/ou representá-lo (Pinder, 2005). Em geral, elas exploram o potencial das tecnologias móveis, do GPS, usam técnicas avançadas de gravação de campo, entre outros mecanismos. Muitos desses projetos estão comprometidos com o código aberto e exibem uma atitude inventiva para potenciais usos da tecnologia no espaço urbano de modo a levar a arte para o cotidiano de seus habitantes (Pinder, 2005, p. 390).

Este artigo discute o projeto "Give Me back my broken night", uma intervenção urbana criada pela companhia britânica Uninvited Guests em colaboração com Duncan Speakman como parte da programação da cidade de Guimarães para o ano de dois mil e doze, quando figurava como Capital Europeia da Cultura⁵. "Give me back my broken night" faz uso de tecnologia sensível ao lugar e de dispositivos móveis para convidar residentes locais a pensar coletivamente o futuro da cidade que habitam. A discussão aqui apresentada explora os artefatos de mídia utilizados pelos artistas e os níveis de interatividade por eles criados. Partindo da asserção de Truijen (2013) de que intervenções como "Give me back my broken night" podem formar públicos urbanos⁶ e promover diálogos urbanos⁷, busca-se identificar que modos de interatividade "Give me back my broken night"

⁴ Isto é, aos programas de desenvolvimento urbano socialmente divisivos.

⁵ Iniciativa da União Europeia que seleciona e promove pelo período de um ano cidades de países europeus sob a perspectiva de seu desenvolvimento cultural.

⁶ Conjunto de cidadãos que compartilham uma ou mais características relacionadas a questões referentes à cidade habitada (Truijen, 2013).

⁷ Conceito utilizado por Truijen (2013) para descrever trocas de conversas entre duas ou mais pessoas (geralmente em pequenos grupos) que permitem o compartilhamento de experiências e/ou tratar de questões específicas sobre o ambiente que habitam.

proporciona e de que forma isso pode ser utilizado para criar uma situação de democratização e facilitação da tomada de decisões sobre as questões urbanas.

Esse estudo foi desenvolvido por meio de *close reading*, um método específico de análise literária, também utilizado para a análise de mídias digitais (Van Looy & Baetens, 2003). Foram identificados os dispositivos de mídia utilizados na intervenção e, então, seguiu-se a seguinte ordem de análise: resumo, desconstrução e interpretação. Cada uma das etapas foi realizada com vista a compreender as razões da escolha de cada um dos elementos e entender como eles se inter-relacionam com os demais para gerar diferentes modos de interação.

Para embasar a análise foi utilizado o estudo de Zimmerman (2004), que identificou quatro modos de interatividade narrativa: interatividade cognitiva, interatividade funcional, interatividade explícita e meta-interatividade. Por interatividade cognitiva entende-se o tipo de interações psicológicas, emocionais, hermenêuticas, semióticas, leitor-resposta, etc., que um participante pode ter com o chamado "conteúdo" de uma mídia. Interatividade funcional remete às interações funcionais e estruturais com o aparato material. Interatividade explícita é a "interação" no sentido óbvio da palavra: participação aberta, como clicar nos links não-lineares de um hipertexto. Finalmente, meta-interatividade é a participação cultural com uma mídia – a interação fora da experiência com ela. Seus exemplos mais claros provêm da *fan culture*, na qual os leitores se apropriam, desconstruem e reconstruem a mídia linear, participando dos mundos narrativos e propagando-os em massa.

"GIVE ME BACK MY BROKEN NIGHT"

Neste texto é analisada a versão de "Give me back my broken night" realizada em outubro de 2012, na cidade de Guimarães, Portugal. "Give me back my broken night" é descrito por seus criadores como um *tour* teatral guiado, que envolve performance e o uso de dispositivos móveis com tecnologia sensível ao lugar (Clarke, 2016). Foi originalmente desenvolvida para o Theatre Sandbox Programme, do Watershed⁸ e teve novas versões realizadas pelo Reino Unido e Portugal. Apesar de manter a ideia central, cada versão é única; construída com e para as comunidades específicas do lugar onde é realizada.

⁸ Centro de criatividade digital e cinema cultural localizado no centro de Bristol, Reino Unido.

A discussão desse estudo de caso foi estruturada em duas partes. Em um primeiro momento, ela “divide as partes e analisa cada qual em separado”. Em um segundo momento, “ela une todas as partes e tenta identificar o significado da prática”. Como essa intervenção questiona a noção de cidade e, conseqüentemente, as noções sobre os modos de pensar e construir seus espaços? Quão eficazes essas intervenções são em termos de engajamento público?

Pequenos grupos de pessoas foram guiados por atores ao longo de diversos lugares da cidade e, durante a caminhada, ouviram diferentes narrativas sobre futuros utópicos e distópicos possíveis para aquelas localidades. Ao final da caminhada, levados para um lugar comum, os participantes foram convidados a criar suas próprias histórias para o futuro daquele lugar. Conforme essas histórias eram criadas, um mini projetor começava a projetar a ilustração dessas histórias em um “mapa em branco”. No fim da performance, todos os grupos – que estavam com diferentes atores (guias) – se reuniram em um encontro de planejamento fictício⁹, no qual cada grupo apresentou os desenhos que tinham feito para o futuro de Guimarães. Foram colocados em uma situação de diálogo, e precisavam chegar a algum tipo de concordância sobre o futuro pretendido ou concordar em discordar.

Foi identificado nos relatos da intervenção estudada¹⁰ a presença dos seguintes artefatos de mídia: projetores pico *wearable*, telefone móvel, papel em branco, telão. Cada grupo recebia um projetor e um pedaço de papel em branco. Os projetores pico *wearables* eram colocados ao redor do pescoço de um dos membros do grupo e servia para projetar os desenhos feitos pelo ilustrador¹¹ – que ouvia remotamente as discussões dos participantes para o futuro do lugar por meio de um telefone móvel secretamente embutido no equipamento. Conectados a cada um dos projetores, os telefones móveis continham um aplicativo que foi desenvolvido especificamente para transmitir os dados dos desenhos feitos pelo ilustrador.

Cada grupo recebia também um pedaço de papel em branco, que deveria ser posicionado pelos participantes em frente ao projetor *wearable* de maneira a suportar as ilustrações feitas em resposta às descrições de

⁹ Estavam presentes nesse encontro, além dos participantes da intervenção, habitantes ou usuários da área de intervenção, conselheiros, arquitetos, entre outros *stakeholders*.

¹⁰ As informações apresentadas nessa seção foram retiradas da página oficial da Watershed, disponível em <https://tinyurl.com/y5kjob5l>

¹¹ Os desenhos criados para essa intervenção podem ser consultados em <https://www.behance.net/gallery/9998925/Give-me-back-my-broken-night>

futuro desejado. Um software¹² foi desenvolvido para a intervenção e era composto por duas partes: um aplicativo de desenho para produzir ilustrações e um aplicativo móvel para transmitir essas ilustrações por meio do projetor no pedaço de papel em branco. As ilustrações foram feitas em um navegador da web que usa uma tela HTML em um aplicativo customizado Ruby on Rails. Os traços do ilustrador eram gravados e enviados em tempo real para o aplicativo do cliente do telefone móvel, onde eles eram reproduzidos. As ilustrações eram desenhadas sobre um mapa de base personalizado, que era criado como uma imagem e importado para o aplicativo de desenho onde era alinhado com coordenadas geográficas. À medida que o ilustrador desenhava sobre o mapa de base, retângulos verdes mostravam a localização e o campo de visão dos participantes que caminhavam pelas ruas. Outro aplicativo foi desenvolvido para o telefone móvel, que permitia que o mapa personalizado se movesse para se centrar em sua posição enquanto os participantes caminhavam. Esse aplicativo recebia os desenhos feitos pelo ilustrador remoto em tempo real e os transmitia para o projetor. Adaptações foram necessárias para a execução de "Give me back my broken night" em português. Uma audição para a seleção de quatro atores portugueses foi realizada e houve, também, a necessidade de selecionar um ilustrador português.

MODOS DE INTERATIVIDADE NARRATIVA EM "GIVE ME BACK MY BROKEN NIGHT"

Os quatro modos de interatividade narrativa de Zimmerman (2004) devem ser considerados como modos de interatividade que surgem em graus variados e se sobrepõem durante a participação do público na intervenção. A interatividade cognitiva parece estar ligada principalmente ao aspecto lúdico de "Give me back my broken night", que cria uma situação de conforto entre os artistas e o público e entre o público e a atividade de planejar o ambiente urbano. O horizonte de expectativas com relação às narrativas sobre o ambiente experienciado, que é construído com base nas memórias genéricas do indivíduo, e o ciclo perceptual pré-existente são quebrados à medida que o indivíduo é colocado em contato com as narrativas de ficção científica, criando realidades alternativas às imagens pré-estabelecidas do lugar. É também bastante forte esse modo de interatividade

¹² Criado por Watershed em parceria com a empresa Calvium, cujo site está disponível em <https://calvium.com/>. Mais informações sobre o projeto podem ser consultadas em <https://www.watershed.co.uk/opencity/commissions/commission-4/>

durante a etapa em que os desenhos do ilustrador são projetados no mapa em branco. Um dos participantes relatou que há uma forma de engajamento diferente quando você vê o desenho (mesmo que digital) daquilo que você estava anteriormente apenas imaginando¹³.

A interatividade funcional é perceptível nas interações entre os integrantes dos grupos e os artefatos de mídia, como quando o participante posiciona o pedaço de papel (mídia analógica) para enquadrar a ilustração durante o momento da projeção, quando os membros da equipe executora posicionam e instalam os aparelhos ou, então, quando o ilustrador trabalha com sua interface de maneira a ter melhor noção do ambiente que está sendo experienciado pelos participantes em um determinado momento.

A interatividade explícita parece acontecer na experiência como um todo, contudo, está mais evidente nas etapas posteriores à imersão nas ficções científicas. Busca-se a participação aberta dos integrantes na co-criação dos futuros possíveis para a cidade e no diálogo com os demais grupos durante o momento final da intervenção. Em ambos os momentos, os artefatos de mídia desempenham papel de apoio aos participantes na construção de um projeto comum. Não foi possível identificar no material disponível para a pesquisa atividades relacionadas à meta-interatividade com essa versão específica de "Give me back my broken night", embora outras versões apresentem conteúdos em sites e blogs que permitam identificar interatividade fora da experiência direta com a intervenção.

Os níveis de interatividade relativos a cada modo variam de usuário para usuário. Por exemplo, a interatividade cognitiva funciona com inferência e antecipação. Ou seja, quanto maior o conhecimento prévio do usuário, maior sua capacidade de percepção com base nas informações recolhidas pelo ambiente (Neisser, 1982). Em alguns casos, esse conhecimento prévio pode facilitar a percepção do ambiente da narrativa, mas em outros pode frear sua imersão no aspecto lúdico da intervenção. O fato de nem todos os participantes terem contato direto com todos os artefatos de mídia reforça a diferença nos níveis de interatividade funcional entre eles.

DISCUSSÃO

O caso estudado é um exemplo de intervenção artística que, ao explorar o uso da tecnologia, da ludicidade e da performance, revela e indica

¹³ Essa declaração pode ser vista no vídeo oficial dessa versão de "Give me back my broken night" disponível em <https://www.watershed.co.uk/audio-video/open-city-give-me-back-my-broken-night>

caminhos alternativos para os protocolos existentes no que diz respeito à participação pública no planejamento urbano – em especial na etapa de criação de um propósito comum. Ao fazê-lo, "Give me back my broken night" questiona o que é uma cidade e como seu futuro deve ser pensado e construído, apontando caminhos para o envolvimento dos cidadãos e das comunidades na forma como as cidades são planejadas e governadas. O próprio ato de fazer a intervenção requer unir diferentes atores em um diálogo com um objetivo comum, criando novas conexões e possibilitando relacionamentos fundamentais para a criação de uma agenda urbana. Trabalhos como esse transcendem a finalidade original da tecnologia e têm o potencial de criar um senso de pertencimento nos moradores da cidade e de sensibilizar para a necessidade de coprodução do espaço urbano.

"Give me back my broken night" envolveu a imersão na cidade especificamente através da caminhada – de acordo com práticas próximas à psicogeografia, que enfatizam o caminhar como principal meio de experimentar e rastrear a geografia urbana e da inclusão de atividades que envolviam o olhar crítico sobre a participação do cidadão na construção de um futuro comum. Tais práticas tiram o morador de sua experiência diária e podem contribuir para alterar o comportamento do cidadão ao colocá-lo em contato com a experiência de pensar um futuro coletivo em conjunto com outros membros de sua comunidade. O ato de questionar o estado das coisas contribui para o esforço coletivo de examinar nossa relação com a cidade e com o processo de fazer a cidade uma vez que induz a uma mudança de comportamento e aumenta a conscientização do cidadão sobre sua responsabilidade sobre o ambiente que habita.

A ludicidade inerente a esse tipo de prática tem o potencial de suavizar as relações de diálogo entre a comunidade e o poder público, apresentando-se como uma forma de mediar a comunicação entre as iniciativas emergentes no sentido *bottom-up* com as deliberações do sentido *top-down*. De forma semelhante, a exploração da familiaridade do público com as atuais tecnologias de informação e comunicação somada à inserção de elementos de surpresa atrai a participação pública para a imersão e através da expectativa pelo novo.

Afirma-se aqui que o planejamento urbano participativo pode fazer uso de estratégias de engajamento semelhantes àquelas estabelecidas nas intervenções urbanas para minimizar suas dificuldades de atração e retenção da comunidade para o pensar coletivo. O estudo dessas estratégias, no entanto, deve empreender ações de reconhecimento de estratégias de design que possam ser aplicadas em cada comunidade de maneira

personalizada, uma vez que a aceitação do público – e mesmo sua capacidade de interatividade ou interesse pelas tecnologias empregadas pode variar de região para região.

Assim como em outros estudos realizados previamente¹⁴, defende-se que a mídia em atividades dessa natureza é formada pelo conjunto de experiências proporcionadas pela intervenção urbana, e não apenas pelos aparatos de mídia ou pela interface criada para a comunicação entre os participantes e a equipe executora. Percebeu-se que a facilitação gráfica dos futuros possíveis descritos pelo público aumentou o engajamento com a atividade e a própria interação entre os participantes. No entanto, ainda que a escassez de materiais que permitissem estudar mais aprofundadamente os aspectos de meta-interatividade de "Give me back my broken night" deixassem uma lacuna no estudo, é possível afirmar que o caso não consegue responder aos questionamentos sobre como manter o interesse e engajamento do público em ações de planejamento urbano fora do contexto da intervenção, muito embora a intervenção apresente aspectos de agência, remediação, imediação e hipermediação que contribuem para a entrega da experiência como um todo e que, se estudados cuidadosamente, podem sugerir novos *insights*.

Há muito a se aprender com as práticas artísticas – e seu potencial de encontros, colaborações, brincadeiras e socializações – a respeito da tarefa de imaginar, pensar e intervir no espaço urbano, bem como de reivindicar a participação coletiva nessa tarefa. Entender os processos orientados pelas artes pode levar a uma maior clareza sobre as falhas nas estratégias de engajamento e formação de públicos urbanos no contexto da pesquisa e da gestão. Novas formas de facilitar a comunicação entre as disciplinas de ciência, artes e planejamento precisam ser criadas no sentido de trazer novas perspectivas e meios de participação pública em questões urbanas, bem como de atenuar o ceticismo e austeridade provenientes de ambas as partes.

REFERÊNCIAS

Andrade, P., Marques, C. & Barros, J. (Eds.) (2010). *Arte pública e cidadania: novas leituras na cidade criativa*. Lisboa: Edições Caleidoscópio.

¹⁴ Ver Tarachucky, Baldessar e Fadel (2017).

- Clarke, P. (2016). *Give me back my broken night: the Albany, Deptford and Brigstow Institute Launch, Bristol*. Londres: Arts Council England/The Albany/Lewisham Council/Brigstow Institute.
- Costa, P., Guerra, P. & Neves, P. S. (2017). Introduction: urban interventions, street art and public space. In P. Costa, P. Guerra, & P. S. Neves (Eds.), *Urban intervention, street art and public space* (pp. 8-14). Lisboa: Pedro Soares Neves.
- Davis, K. (1977). A urbanização da humanidade. In K. Davis, G. Sjoberg, H. Blumenfeld, N. K. Bose, G. Sidenbladh, L. Rodwin, B. Chinitz, C. Abrams, J. W. Dyckman, A. Wolman, N. Glazer & K. Lynch (1977). *Cidades: a urbanização da humanidade* (pp. 13-35). Rio de Janeiro: Zahar.
- Marchese, F. T. (Ed.) (2015). *Media art and the urban environment: engendering public engagement with urban ecology*. Nova Iorque: Springer.
- Neisser, U. (1989). Domains of memory. In P. R. Solomon, G. R. Goethals, C. M. Kelly & B. R. Stephens (Eds.), *Memory: interdisciplinary approaches* (pp. 67-83). Nova Iorque: Springer-Verlag.
- Parry, B., Medlyn, S. & Tahir, M. (2011). *Cultural hijack: rethinking intervention*. Liverpool: Liverpool University Press.
- Pinder, D. (2005). Arts of urban exploration. *Cultural Geographies*, 12(4), 383-411. DOI: 10.1191/1474474005eu3470a
- Tarachucky, L., Baldessar, M. J. & Fadel, L. M. (2017). Mídias locativas e a experiência do espaço urbano - um estudo sobre remediação, imediação e hipermediação em Uncle roy all around you. In *V Congresso Internacional Cidades Criativas: Libro de Actas*. Madrid: Icono 14 Asociación Científica.
- Truijen, K. (2013). *Urban dialogues. Media interventions as assembling devices*. Dissertação de mestrado, University of Amsterdam, Amesterdão, Holanda. Retirado de <https://goo.gl/dcF3mx>
- Organização das Nações Unidas [ONU] (2015). *World urbanization prospects: The 2014 revision*. Retirado de <https://goo.gl/RmwoJ>
- Van Looy, J. & Baetens, J. (Eds.) (2003). *Close reading new media: analysing electronic literature*. Lovaina: Leuven University Press.
- Veitch, M. H. (2010). *Site specific practices and city renewal: the geo-politics of hotel installations in urban spaces*. Tese de doutoramento, Queen's University, Kingston, Ontário, Canadá. Retirado de <https://goo.gl/LXoVSL>
- Yúdice, G. (2005). The heuristics of contemporary urban art interventions. *Public*, 32, 9-21. Retirado de <https://public.journals.yorku.ca/index.php/public/article/viewFile/30059/27622>

Zimmerman, E. (2004). Narrative, interactivity, play and games: four naughty concepts in need of discipline. In N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan, *First person: new media as story, performance and game* (pp. 154-164). Cambridge: The MIT Press.

Citação:

Tarachucky, L. & Baldessar, M. J. (2019). "Give me back my broken night" – elementos de mediação de diálogos urbanos. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 429-439). Braga: CECS.

ELAINE REGINA DOS SANTOS

elansantoselan@gmail.com

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (UNESP), INSTITUTO DE ARTES, BRASIL

TRADUZIR UMA PARTE NA OUTRA PARTE, SERÁ ARTE?

RESUMO

No presente texto faz-se uma reflexão sobre a manifestação religiosa dos *ex-votos*, objetos votivos que um fiel dedica ao seu santo de devoção, ao qual pede uma graça ou agradece a graça alcançada. A pesquisa se deu a partir de visitas a acervos e com base em materiais bibliográficos relativos ao tema. A prática do *ex-voto* tem origem no paganismo e foi absorvida pelo cristianismo e disseminada pela Europa e América. Conforme Bonfim (2008) uma característica significativa nessa prática é o “aspecto cíclico do dar-receber-retribuir”, sistematizado pelo antropólogo e etnólogo Marcel Mauss no *Ensaio sobre a dádiva*, publicado em 1923-1924 (Mauss, 1923-1924/2003). A manifestação do *ex-voto* foi introduzida no Brasil, no século XVI, pelos portugueses, que tinham em sua origem a predominância da prática da pintura em tábuas votivas; porém com o passar do tempo desenvolveu características próprias. No final do século XX, o *ex-voto*, com as muitas subtrações e a falta de sistematização de conservação, passa da representação genuína, e por isto uma relíquia social, ao colecionismo, uma relíquia de mercado, desarticulado e descontextualizado de suas raízes, comprometendo assim o patrimônio histórico e cultural. A apropriação do *ex-voto* no campo das artes plásticas reverbera ressonâncias do valor das expressões da arte popular.

PALAVRAS-CHAVE

Ex-voto; dádiva; arte; patrimônio

INTRODUÇÃO

Os achados arqueológicos comprovam a prática votiva e ritualística dos povos desde os tempos mais remotos, manifestação que se insere na questão vida e morte da humanidade. É sempre um ato de fé e de rogação, de proteção espiritual, que se traduz no desejo da conquista da harmonia

entre espírito, mente e saúde do corpo e/ou condições positivas e produtivas da natureza. O diálogo entre o sagrado e o humano descobriu na arte uma forma de expressão, como o *ex-voto*, que surgiu como manifestação em religiões antigas e depois foi adotada no lugar público da Igreja.

Os rituais de fertilidade da terra, em que os aspectos mágicos da religião se sobressaem, de modo especial no período do Paleolítico Superior (entre os anos 35000 – 10000 a.C.), reforçam a relação dos habitantes dessa época com o ciclo reprodutivo da terra. (Gordo, 2015, p. 34)

Termo originado no latim – cuja preposição *ex* representa a “causa de, em virtude de”; e *voto*, advindo de *volus*, participio passado de *vovere*, “prometer, dedicar algo a” –, o *ex-voto* é uma gratidão e um testemunho que materializa em símbolo imagético a graça recebida, o cumprimento de um acordo íntimo realizado por meio da oração e fé do devoto com o deus ou santo de devoção. Os objetos encontrados são representados em riqueza de materiais, mais resistentes como argila queimada, pedra e metal, e outros mais perecíveis como tecidos e madeira, evidenciando a tecnologia desenvolvida de cada povo bem como o recurso natural disponível¹.

ORIGENS

Segundo Silva (1981, p. 21), “os primeiros objetos que testemunham o relacionamento individualizado entre homens e deuses situam-se na faixa de 2800 a.C.. São sumerianos e eram depositados nos templos, onde exerciam a função de ‘duplos-orantes’ em permanente adoração aos deuses”. O “duplo orante” é como a expansão do orante que se mantém em oração, representado por uma estatueta depositada no templo e que lhe dará benção e proteção enquanto segue com suas atividades diárias da vida (Gordo, 2015).

O *ex-voto* como concebemos hoje, segundo extensa bibliografia de diversas áreas de estudo, advém da prática registrada em Epidauró, cidade da Grécia antiga, onde foi construído no século IV a.C. um santuário dedicado a Esculápio, local para onde numerosos fiéis se dirigiam em busca de cura para suas doenças ou em agradecimento por terem alcançado a graça e ali depositavam artefatos e objetos representando as partes do corpo afetadas e/ou curadas. As Figuras 1 e 2 ilustram objetos escultóricos

¹ As escavações arqueológicas nos municípios de Nesle e Mesnil-Saint-Nicaise, França, descobriram artefatos romanos em madeira bastante conservados, extremamente raros, datados entre os séculos I e II d.C.. Disponível em www.inrap.fr/les-ex-voto-de-mesnil-saint-nicaise-9535

encontrados no antigo templo e expostos no Museu Nacional Romano, localizado nos antigos Banhos de Diocleciano, em Roma, na Itália.



Figura 1: *Ex-votos* do antigo Templo de Asclépio. Esculturas em terracota. Cabeça de mulher, pé e mão. Museu Nacional Romano. Fotografias de Adriana Ingravalle e Teresa Prinzivalli

Fonte: <http://himetop.wikidot.com/ex-votos-from-the-old-temple-of-asclepius>



Figura 2: *Ex-voto* dedicado a Esculápio, c. 100–200 a.C. Relevô em mármore. 30,48 x 20,32 cm. Inscrição: Tyche (oferece isto) para Esculápio e Higéia como agradecimento

Fonte: <https://tinyurl.com/y623bzbe>

A história de Esculápio é reconstituída com base em lendas e mitos criados pelo paganismo grego. Esculápio, Asclépio, Asclepius (Grécia) ou Aesculapius (Roma) é considerado o deus da medicina e da cura. Homero o definiu em sua *Iliada* como um rei que tinha conhecimentos médicos e ensinou a arte médica a seus dois filhos Podalírio e Macaón. Acredita-se que tenha vivido por volta de 1200 a.C. e mais tarde sido divinizado. Inúmeros outros templos e santuários foram erguidos em sua honra.

Horácio, o poeta romano, registra em *Ad Pyrrham* (23 a.C.), a ode quinta do livro primeiro, sua manifestação de gratidão ao deus Netuno, depois de ter escapado de um naufrágio, por meio do *ex-voto*, o que mostra que essa prática era comum em sua época. Esta passagem foi traduzida para o inglês por Fernando Pessoa em 9 de maio de 1904, quando tinha 16 anos (Ramalho, 1998, pp. 267-268 e 274).

Me tabula sacer
 Votiva paries indicat uuida
 Suspendisse potenti
 Vestimenta maris deo. (Horácio, I, 5)

Me on sacred walls
 My picture sworn that my dank garb recalls
 I hung at length, when free
 To the Strong God of Sea. (Pessoa)

A mim, na parede dum templo uma tábua votiva recorda
 que suspendi a minha roupa húmida, em honra do poderoso deus do mar.

DAR-RECEBER-RETRIBUIR

Uma característica significativa na prática do *ex-voto* é o “aspecto cíclico do dar-receber-retribuir”, que Bonfim (2008) ressalta, com muita pertinência. Esse aspecto, sistematizado pelo antropólogo e etnólogo Marcel Mauss no *Ensaio sobre a dádiva*, publicado em 1923-1924, com base em investigação sobre os povos da Polinésia, Melanésia e do norte e noroeste americano, prioriza o “fato social total” analisado na tríplice compreensão da dimensão sociológica, histórica e fisio-psicológica – ou seja, considerando as diferentes modalidades sociais, os diferentes momentos de uma história individual e as diferentes formas de expressão. No dar-receber-retribuir encontra-se uma combinação de conexões espirituais entre as coisas

e os indivíduos; há uma permuta constante, correspondendo a direitos e deveres do dar e receber, originando inclusive a sociedade e vida comum, “a política, no sentido socrático da palavra” (Mauss, 1923-1924/2003). Há que se pontuar, tão desfigurada nas práticas de corrupção hoje encontradas em diversas nações.

Segundo Gordo (2015), com a implantação do cristianismo os novos adeptos levavam consigo manifestações que faziam parte de sua tradição, incluindo o oferecimento do *ex-voto*, sendo a prática livre de seu culto permitida inclusive pelo imperador Constantino (século IV d.C.). Porém, no ano 380, um pacto entre o imperador Teodósio e a Igreja estabelece o catolicismo como a religião oficial do Império, iniciando aí uma grande intolerância às práticas pagãs. Os fiéis que antes ofereciam os *ex-votos* aos deuses, em pagamento das graças recebidas, passaram a ofertá-los aos santos e à Virgem Maria. No século VI, para combater os resquícios de práticas pagãs, a Igreja entra em grande movimento para popularizar os santos, destacando seus milagres, por vezes banais ou fantásticos, e passa a perseguir os costumes supersticiosos, entre eles o *ex-voto*. Com o tempo, já que era impossível de ser combatida, a manifestação do *ex-voto* passou a ser aceita porém não era oficializada pela Igreja, e disseminou-se por toda a Europa.

O *ex-voto* na Idade Média foi um hábito característico de pessoas mais abastadas, que faziam encomendas a artistas renomados, mais comumente a pintura. A partir do século XVI, as representações votivas ganharam popularidade e se difundem pelo mundo ocidental, apresentando-se em novas formas. Destacam-se entre os mais simples pelo sofrimento causado pela dificuldade ao acesso a recursos e tratamentos médicos, sem ter a quem recorrer, senão à fé.

***EX-VOTO* OU MILAGRES**

Introduzida no Brasil pelos portugueses no século XVI, que tinham em sua origem a predominância da prática da pintura em tábuas votivas, conhecidas também por “milagres” ou “painéis de milagres”, a manifestação religiosa do *ex-voto* desenvolveu com o passar do tempo características próprias, somando-se a representações de partes do corpo, ou do corpo inteiro (entalhados em madeira, modelados em argila ou gesso, ou moldados em cera), uma infinidade de objetos curiosos, como barcos, vestidos de noiva, chumaços de cabelo, recortes de jornais, etc. No século XX, a fotografia passou a integrar os acervos de todo o país. Com o desenvolvimento

da tecnologia, hoje são encontrados *ex-votos* eletrônicos, como CDs, DVDs, velas virtuais, emails e até SMSs encaminhados por celular exibidos em uma tela, como é o caso do Santuário da Aparecida, no estado de São Paulo, o maior santuário mariano em área e dos mais visitados do mundo. “Muita gente fica angustiada porque não tem como vir pagar a promessa. Agora pode agradecer por SMS”, explica o Padre Rodrigo Arnos, em entrevista à antropóloga Bianca Gonçalves de Souza publicada na revista *Unesp-Ciência* (Nogueira, 2011, pp. 36-41).



Figura 3: Objetos diversos, Santuário Aparecida, São Paulo, Brasil

No Brasil, a religião católica foi trazida pelos colonizadores portugueses e influenciada pelas práticas de rituais indígenas e africanos, nascendo daí uma forma de hibridismo do catolicismo, o sincretismo² religioso.

O catolicismo popular de fontes lusitanas é na realidade um “paganismo supérstite” da frase de Sébillot, no qual o ritual católico se contaminou com as lendas, crenças, costumes, ritual popular, superstições, que deixam adivinhar reminiscências de velhos mitos e cultos. São ritos de fecundidade, de nascimento etc.; práticas mágicas, cultos funerários, *folk-lore* dos astros, dos meteoros, das águas, da terra, das pedras, vestígios, enfim, das religiões pagãs. Foi esse catolicismo popular celtibero que Portugal legou ao Brasil, onde por sua vez ele se desenvolveu incorporando

² O termo sincretismo provém do vocábulo grego *synkretismos*, e sua origem se refere à unidade dos cretenses. Expressa a fusão entre duas religiões ou manifestações culturais. Em ambos os casos acontece um sincretismo quando há uma síntese de dogmas, ideias e símbolos. O resultado desta síntese cria uma nova expressão religiosa ou cultural. Retirado de <https://conceitos.com/sincretismo/>

fragmentos dos cultos ameríndios e africanos aqui encontrados. (Ramos citado em Gordo, 2015, p. 50)

A tábua votiva, prática mais comum do *ex-voto* português e de grande parte da Europa, é adotada em terras brasileiras. Com o tempo, a manifestação assume novas expressões, exemplo material do hibridismo estabelecido, ganhando grande popularidade entre as pessoas mais simples, que viam uma esperança de obter ajuda na sua vida sofrida. Assim, depositavam as suas representações de gratidão nas Salas de Milagres construídas próximas a igrejas e santuários, por vezes inclusive por algum fiel como agradecimento à graça alcançada. A manifestação do *ex-voto* enfim foi apropriada pela Igreja, fazendo parte do discurso da comprovação dos milagres e da devoção de fé dos seus discípulos, aproximando-os da religião e distanciando-a da visão mágica.

A fragilidade da vida levava assim o homem a sentir-se pouco responsável por ela, reforçando o caráter de seu “predestino”, tão bem expresso nos “ex-votos”, como “ações de graça”, acumulados nas salas dos “milagres”, construídas ao lado dos santuários de devoção popular. (Azzi citado em Gordo, 2015, p. 53)

Embora a manifestação do *ex-voto* seja muitas vezes citada como sendo apenas das classes mais simples e mais pobres, a prática não se restringe a elas. Prova disto é o quadro encomendado pela Imperatriz Leopoldina a Nicolas-Antoine Taunay, da Missão Francesa ao Brasil, dedicado à Nossa Senhora da Glória em agradecimento à recuperação de D. Pedro I após uma queda de cavalo constante do acervo do Museu Imperial da Irmandade de Nossa Senhora da Glória do Outeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

O relato de Dom Pedro II em seu *Diário de viagem ao Norte do Brasil*, em 28 de outubro de 1859, a caminho do Bonfim, em Salvador, Bahia, comprova a prática do *ex-voto* no Brasil como parte integrante da cultura e religião daquela época:

Pouco depois das 6 da manhã saímos para o Bonfim; o caminho já é muito bonito, tendo belas casas e jardins, e antes de lá chegar passa-se o Dendezeiro, bela alameda de palmeiras dendês. Da igreja, colocada sobre um teso, para o qual conduz uma bem lançada calçada, goza-se de vista soberba (...). Há uma casa curiosa toda cheia, de alto a baixo, de quadros de milagres e ex-votos. (D. Pedro II citado em Bonfim, 2008)

ESCULTURA POPULAR BRASILEIRA — DA ARTE POPULAR À ARTE ERUDITA

O tema da cultura popular em que se insere o *ex-voto* ganhou maior interesse a partir de 1940, resultante do encantamento dos artistas e intelectuais ligados ao movimento modernista brasileiro, de 1922, e do trabalho da Missão de Pesquisas folclóricas, ocorrida em 1938 e liderada por Mário de Andrade, escritor, crítico e incentivador da cultura, na ocasião responsável pelo Departamento de Cultura do Município de São Paulo. A Missão, composta por quatro pesquisadores e técnicos, viajou por seis meses pelo norte e nordeste do Brasil. Tinha a tarefa de anotar, desenhar, fotografar, filmar, gravar, recolher objetos, artefatos e instrumentos relacionados às manifestações da cultura brasileira. Um dos integrantes foi o arquiteto Luis Saia, que tinha interesse pessoal pelos *ex-votos*, trazendo inúmeras informações e objetos sobre a matéria. Essa foi considerada a primeira pesquisa sobre o tema, resultando dela a obra *Escultura popular brasileira*, de sua autoria, publicada em 1944 pela Editora Gazeta.

Segundo Silva (1981, p. 34), até esse momento o *ex-voto*, principalmente o escultórico, não era visto como objeto de arte ou comunicação social; estava vinculado apenas ao misticismo popular. Gordo (2015) destaca que, enquanto o trabalho de Luis Saia iluminou o valor artístico e antropológico do *ex-voto*, o artigo “O *ex-voto* como veículo jornalístico”, publicado pelo jornalista Luiz Beltrão na Revista *Comunicação & Problemas* de 1965, desvela o importante paralelo entre os *ex-votos* e a comunicação social, identificando no *ex-voto* e no folclore manifestação de uma classe distante da mídia institucionalizada da época, um grande canal de comunicação, significativo transmissor de suas ideias, seus problemas, suas doenças, crenças e formas de vida. Conclamava, assim, um interesse maior dos pesquisadores ao elemento vivo de pesquisa de que o folclore dispõe.

Hoje é crescente o número de investigações das diversas áreas acadêmicas sobre o assunto. Entretanto, há-de se ressaltar, conforme Bonfim argumenta em sua análise, o aspecto de que, nas últimas décadas do século XX, o *ex-voto*, com suas muitas “subtrações”, passa da representação genuína (e por isto uma relíquia social) ao colecionismo, portanto uma relíquia de mercado, uma “subversão da própria natureza paradigmática da dádiva” (Bonfim, 2008, p. 6). Além das subtrações muitos acervos são destruídos por falta de sistema adequado de conservação.

Importante notar que, assim como as peças escultóricas mais antigas, como as encontradas no Templo de Esculápio representando fragmentos do corpo humano, no nordeste brasileiro essa representatividade ganha grande expressão no *ex-voto*, sobretudo as esculturas em argila e madeira.

“Obras interessantíssimas esses milagres, alguns mesmo de grande beleza estética que os colocam em pé de igualdade com muita escultura tradicional, não só popular, mas das culturas primitivas” (Andrade citado em Batista, 2004, p. 56).



Figura 4: *Ex-votos* da Coleção Mário de Andrade IEB – Instituto de Estudos Brasileiros (USP-SP), Brasil

Fonte: <http://www.itaucultural.org.br/ocupacao/mario-de-andrade/etnografia-e-folclore/>

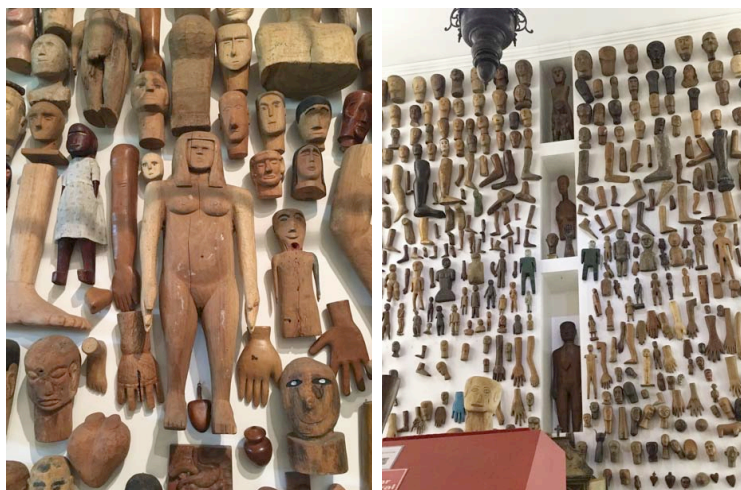


Figura 5: *Ex-votos* (Acervo Museu Afro – Ibirapuera – São Paulo – Brasil)



Figura 6: Ex-votos da Coleção Lina Bo Bardi
Centro Cultural Solar Ferrão, Salvador, BA, Brasil

Fonte: <https://projetoex-votosdobrasil.net/museus/colecao-lina-bo-bardi/>

Segundo historiadores da arte, os artistas modernos foram buscar na arte popular e primitiva inspiração para as suas criações estéticas no século XX, e talvez o imaginário do *ex-voto*, que faz parte da representação da civilização desde a antiguidade e está presente em santuários e templos, tenha tido ressonâncias para essas expressões na fragmentação e nas formas sintéticas da arte moderna, embora aqueles objetos não tenham sido criados para serem contemplados ou consumidos como obras de arte, mas sim como artefatos ritualísticos.

No *ex-voto* escultórico encontramos uma representação de um fragmento, de uma parte do corpo, que solicita ou celebra uma cura, uma integração, um retorno à harmonia e à completude. O fragmento na arte moderna tem o mesmo significado que o todo, e a parte de um corpo tem a mesma importância que o corpo inteiro, embora tenha imbuído em seu conceito toda a problematização e inconstância que a vida moderna produziu, nas mais diversas áreas, científicas, econômicas, sociais e de produção.

Os trabalhos de muitos artistas revelam proximidade com o imaginário dos ex-votos. Neste contexto, pode-se mencionar artistas como os

pintores Frida Kahlo e Yves Klein, o fotógrafo Tom Chambers, os escultores Urs Lüthi, Nynke Deinema, Christie Brown, Farnese de Andrade e Efraim de Almeida, entre outros. Todos eles emprestam a temática do *ex-voto*, e com suas obras refletem a questão da vida e da morte, uma temática universal.

A antropóloga e crítica de arte brasileira Lélia Coelho Frota (1938-2010), sobre as várias considerações a respeito da conceituação da arte popular, em oposição à arte erudita, afirma que:

o indivíduo criador que produz o que se denomina de arte do povo não é a-histórico. Muito pelo contrário, sem abandonar o legado tradicional recebido do seu grupo cultural, ele participa e exprime contemporaneamente em seu trabalho, da mesma forma que o artista erudito, as mudanças que ocorrem em seu meio, enriquecendo com elas a sua auto-expressão, porta-voz, como é, da complexidade e da profundidade de uma experiência coletiva. (Frota, 2011, s.p.)

CONCLUSÃO

O *ex-voto* desde sempre exprimiu com sua aparente simplicidade o desejo sincero de restabelecimento, alcançou sua simbólica no fato de ser diretamente representativo de um elemento concreto. Trata-se de uma construção por metonímia, em que o todo é mais que o corpo inteiro, é a integração do humano e do divino. Se o ser não está em harmonia porque a perna está doente, o pedinte representa a perna e se comunica por meio desta representação; ele deixa claro ao seu santo de devoção, ao espiritual, a necessidade da recuperação da parte para a integridade do todo, e no ato de pedir está implícito o receber e o retribuir no seu agradecer, prática de dádiva.

Se por um lado o tema do *ex-voto* é bastante notável e cada vez mais avaliado como componente estético, registro histórico, antropológico e etnológico, investigado por distintas áreas do saber, por outro está cada vez mais deslocado e descontextualizado de suas origens devido à falta de maneira sistemática de preservação, que facilita subtrações e destruições de acervos, comprometendo o patrimônio histórico e cultural.

O *ex-voto*, como elemento estético da arte popular, expressa uma linguagem genuína e universal e inspira outros artistas, que o difunde, valoriza e o consagra como autêntica expressão da cultura. Com sua linguagem desvela a importância da integração e harmonia do corpo físico, emocional, espiritual, psicológico e social.

Para concluir, com uma licença poética, ficam as palavras do poeta e crítico de arte brasileiro Ferreira Gullar (1930-2016), em seu poema “Traduzir-se”:

Traduzir uma parte na outra parte
 - Que é uma questão
 de vida e morte -
 Será arte? (Gullar, 2017, p. 31)

REFERÊNCIAS

- Batista, M. R. (2004). *Coleção Mário de Andrade: religião e magia, música e dança, cotidiano*. São Paulo: Edusp.
- Bonfim, L. A. (2008). Uma fábrica de relíquias: os ex-votos entre a representação e a coleção. *Reunião Brasileira de Antropologia*, 26, 1-12. Retirado de <https://tinyurl.com/y26upvdm>
- Frota, L. C. (2011). *Arte do povo*. Retirado de www.museucasadopontal.com.br/pt-br/arte-do-povo
- Gordo, L. E. G. (2015). *Ex-votos. A saga da comunicação perseguida*. São Paulo: Ave Maria.
- Gullar, F. (2017). Traduzir-se. In *Na vertigem do dia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Mauss, M. (1923-1924/2003). *Ensaio sobre a dádiva*. São Paulo: Cosac Naif.
- Nogueira, P. (2011, fevereiro). Documento de fé. *Revista Unesp Ciência*, 16, 36-41.
- Ramalho, A. da C. (1988). Horácio, Falcão de Resende, Milton e Pessoa. *Humanitas* 39-40 (1987-1988). Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Instituto de Estudos Clássicos. Retirado de <http://hdl.handle.net/10316.2/29318>
- Rego, S. (2006). Textos hipocráticos: o doente, o médico e a doença. *Cadernos de Saúde Pública*, 22(1), 233-235. DOI: 10.1590/S0102-311X2006000100029
- Silva, M. Au. M. (1981). *Ex-votos e orantes no Brasil*. Rio de Janeiro: Museu Nacional.

Citação:

Santos, E. R. (2019). Traduzir uma parte na outra parte, será arte? In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 440-451). Braga: CECS.

CAMILA FARIAS

camicf@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

QUE VÍRUS É ESSE? REFLEXOS DA CULTURA HACKER NA VIDA POLÍTICA BRASILEIRA

RESUMO

O presente texto possui tom ensaístico e pretende sintetizar os contextos políticos, culturais e teóricos que embasam a pesquisa de doutorado da autora. Com a intenção de investigar o estado da arte da *cultura hacker* no Brasil, tal pesquisa parte do pressuposto de que há reflexos, principalmente entre 2003 e 2014, da referida cultura em algumas experiências políticas do Estado brasileiro. Sites institucionais baseados em softwares livres, criação de um Laboratório Hacker na Câmara dos Deputados e a distribuição de equipamentos para acesso à internet banda larga como parte de uma das principais políticas públicas de cultura nacional, podem nos fornecer indícios da cultura *hacker* na vida política brasileira e, além disso, pistas sobre o impacto das tecnologias de comunicação na redefinição de linguagens e modos de interação social, principalmente naquilo que concerne à relação Estado – sociedade civil. Afirma-se, portanto, que há iniciativas que demonstram influência da cultura *hacker* na vida política brasileira. E, a partir disso, supõe-se um campo de disputa, no qual tenciona-se o aperfeiçoamento do sistema político brasileiro frente às novas culturas políticas da contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura *hacker*; cidadania; cultura política; Brasil

A internet é a obra-prima do *hacker*.
Este movimento não vai ficar restrito à arena tecnológica.
Ser *hacker* independe do conhecimento inerente da computação.
Faz mais sentido pensar no artífice.
Na criatividade do ser humano catalisada pela digitalidade da rede.
(Harmani Dimantas & Dalton Martins, 2008)

POLÍTICA, “DIGITALIDADES” E O CONTEMPORÂNEO

A crescente apropriação social da tecnologia digital, e seu importante papel na vida cotidiana, trazem questões para se pensar a relação entre sociedade e técnica ou, mais especificamente, sobre as práticas políticas que entrelaçam tecnologia e sociedade civil. A questão que surge é: quando falamos sobre internet, vida política contemporânea e cidadania, que novas culturas políticas se sobrelevam?

As instituições tradicionais das democracias representativas parecem demonstrar, nas análises mais recentes, nítidos sinais de esgotamento. Na atual agenda da “crise de representação política”, os meios de comunicação, aqueles ainda projetados sob o advento da revolução industrial – “a velha mídia”, não poderiam mais ser considerados o “quarto poder”, imparcial e independente, fiscalizador dos governos e lócus genuíno da expressão da opinião pública, como ensinava o liberalismo clássico oitocentista. Com a revolução tecnológica da segunda metade do século XX, inaugura-se o campo da Cibercultura, e, uma variante mais recente desse argumento liberal se constitui ao redor das novas transformações tecnossociais. E no desenrolar da história, cultura digital e participação social ampliada se destacam como potenciais chaves de acesso às novas culturas políticas que o contemporâneo enseja (Gomes, 2005; Miguel, 2003).

Compreendendo a internet como um espaço complexo, atravessado pelos embates próprios da relação contemporânea entre sociedade civil, Estado e mercado, onde se desenvolvem debates e ações que irão, em diferentes escalas, afetar a tomada de decisões políticas, vemos surgir o que Peter Dahlgren (2000) chamou de “democracia 2.0”: a internet como um “espaço público” com potência habermasiana: “lugar de formação da vontade política, via um fluxo livre de informações pertinentes e de ideais, constituído por interações face a face e interações midiaticizadas” (Dahlgren, 2000, p. 161).

Desconfiamos, portanto, de uma vontade de revitalização da esfera pública habermasiana, instrumentalizada pelas atuais tecnologias de comunicação e informação. Conforma-se assim, um campo de análise científica, no qual as atuais tecnologias de comunicação e informação são investigadas como meio e ambiente de práticas políticas que poderiam vir a fornecer as respostas à supracitada crise de representação política que atravessa a democracia representativa atual.

Nesse contexto, inserem-se as práticas coletivas instrumentalizadas pelas tecnologias de comunicação e informação cujo intento seria fomentar

diferentes iniciativas e manifestações socioculturais rumo aos movimentos emancipatórios e de empoderamento civil.

Foi a processual domesticação do computador, esta máquina de cultura que nos ressignifica, que embalou as transformações da sociabilidade humana na contemporaneidade digitalizada. Todavia, é importante salientar: para além de um determinismo tecnológico, são os processos culturais, artísticos, científicos, políticos e econômicos que atravessam tal máquina, que virtualizam nosso social. Formam-se, assim, as redes que também amplificam nossa concepção do comum e acabam por incentivar o alargamento da nossa esfera pública.

Assim, para o sociólogo Manuel Castells (1999), entramos definitivamente na sociedade em rede, a era em que vivemos sob a hegemonia das tecnologias da informação e comunicação: o conjunto convergente de microeletrônica, computação (hardware e software) e telecomunicações. Vivemos, portanto, a consolidação de transformações tecnológicas e sociais que não podem mais serem compreendidas em separado, assim como seus enlaces econômicos e políticos.

Há a consolidação de um processo sócio-técnico em que as relações sociais passam a ser crescentemente criadas, mantidas ou aprofundadas por meio do uso de equipamentos para comunicação em rede. O binômio sociedade/tecnologias de comunicação se encontra, então – na contemporaneidade – em um monumental processo de retroalimentação contínua, de caráter relacional e auto-influenciador. Em outras palavras, na sociedade digital passamos a viver em um contínuo on-offline, no qual – conectados em rede por meio de plataformas – consumimos, mas também criamos e compartilhamos conteúdos.

Ocorre assim o que cunhou-se, nos estudos sobre a internet, a liberação do pólo emissor. E devido a essa liberação, não é mero acaso o aumento popular da demanda por protagonismo na vida política contemporânea – e consequentemente a famigerada crise de representação. Um dos efeitos da midiaticização digital e suas plataformas de socialização foi justamente o de alçar pessoas comuns a uma experiência que, na era da comunicação de massa vertical, era restrita ao topo da pirâmide da indústria cultural – a mensagem vinha de poucos para muitos. Não seria diferente no que concerne à experiência política diante das nossas instituições democráticas: agudiza-se daí o apelo coletivo pela revitalização da esfera pública e por maior participação popular na relação Estado – Sociedade (Gomes, 2005; Lévy, 1999; Miskolci, 2016).

CULTURA HACKER?

Na gênese da conformação das atuais tecnologias de comunicação e informação – quais experiências foram essenciais? Talvez, ao investigar as contextualizações políticas e culturais que deram base para a formação da nossa atual sociedade em rede, poderíamos melhor compreender a construção do imaginário coletivo que recai sobre as potencialidades técnicas dos recursos digitais para aprimorar a experiência da cidadania na contemporaneidade.

Diante desse questionamento, a pesquisa de doutorado em tela propõe uma investigação sobre aquela que foi uma das principais fornecedoras de sentido para a estruturação daquilo que conhecemos hoje como sociedade em rede: a Cultura Hacker. Tal cultura, detentora, claramente de um *ethos* próprio, inaugura narrativas e alcança o contemporâneo, expandindo sua complexidade para ambientes extra técnicos. Ela parece nos provocar a reflexão entre a atual crise estrutural da representação política e a sociedade civil.

Na última década, movimentos como Occupy Wall Street (2011), Primavera Árabe (2010-2012), os Indignados na Espanha (2011), e as Jornadas de Junho no Brasil (2013) reverberaram a crise de representação que abate o sistema político contemporâneo, ao mesmo tempo em que, também mostraram o aprofundamento da influência – transversal – que as tecnologias de comunicação e informação tiveram sobre tais insurgências civis. Os recentes episódios, largamente noticiados e debatidos, envolvendo os coletivos *hackers* Anonymous e Wikileaks, além de indivíduos como Julian Assange e Edward Snowden demonstram que os *hackers*¹, e sua respectiva leitura de mundo, têm disputado espaço nas práticas de reprodução da esfera pública e desafiado partes vitais da infraestrutura democrática pós-moderna. No processo histórico que insere a maior parte da sociedade humana em relações digitais, a cultura *hacker* teve (e continua tendo) papel primordial (Rabelo, 2017).

Até meados dos anos 70, a imagem pública que se fazia da tecnologia da informação era austera e exótica. O computador, era visto como uma maquinaria misteriosa, muito cara, podendo ser operada apenas por

¹ A definição original e clássica de *hacker* é a de um programador de computador talentoso que pode resolver qualquer problema muito rapidamente, de modo inovador e utilizando meios não convencionais. De origem inglesa, a palavra deriva do verbo *to hack*, que significa “cortar grosseiramente”. Usado como substantivo, *hack* significa uma solução improvisada, mais ou menos original ou engenhosa. Importante salientar a diferença entre a ação de um *hacker* e a ação de um *cracker*, esse último, pessoa que usa sua destreza para invadir sistemas e praticar crimes eletrônicos.

técnicos treinados. As operações tinham que ser discutidas na língua esotérica da teoria da informação. Como uma extensão da mente humana, o computador começava a ser visto como um complemento necessário para o pensamento científico avançado – um papel que o distanciava do alcance público. À época, a mística científica criada pelas corporações dominantes e pelos meios de comunicação de massa construiu ao redor do computador a imagem de um artefato elitista, intimidador. O futuro da tecnologia da informação nesse momento se mostrava fiel à lógica das grandes empresas e governos que o dominavam: rigidamente hierarquizado e com controle centralizado. Em um horizonte oposto, uma perspectiva divergente se espalhava. O lema “tecnologia liberta” serviu como catalisador político a jovens estudantes de informática norte-americanos que buscavam aproximar tal tecnologia da informação do cidadão comum. Era o início desse grupo social, os chamados *hackers*.

No clássico estudo *Hackers: heroes of the computador age* [Hackers, Heróis da era dos computadores] Steven Levy (1984) faz o perfil original desses jovens universitários no laboratório de computação do MIT²: adolescentes gênios “mecânicos”, capazes de improvisar brilhantemente³ diante do equipamento, pelo simples prazer de resolver problemas, ao passo, que propunham novas funções para a máquina-computador. Data do fim da década de 60, na costa oeste norte-americana – agora nos corredores da Universidade da Califórnia –, em Berkeley, uma perspectiva mais radical para o dispositivo: eram, para Roszak (1988) os *hackers guerrilheiros*, que estavam destinados a dar ao computador uma imagem completamente nova e uma orientação política revolucionária.

Tendo como contexto social os movimentos anti-bélicos e a agenda pós-materialista, esses estudantes de computação espalhados pelo EUA, se apropriam socialmente da tecnologia até então desenvolvida, e iniciam um processo de estruturação daquilo que hoje compreendemos como *cultura hacker* – e sua respectiva ética, essa, por sua vez, alicerçada em proposições como: (1) a informação deve ser livre; (2) desconfie das autoridades e promova a descentralização; (3) o acesso aos computadores deve ser

² Instituto de Tecnologia de Massachusetts é uma universidade privada de pesquisa localizada em Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos. Constitui uma referência nos estudos de ciência aplicada e engenharia, com papel fundamental na pesquisa de defesa nacional pós-guerra.

³ Nesse momento pré-internet, os primeiros *hackers*, esses estudantes, compartilhavam entre si – via quadro de avisos – os códigos-fonte dos programas que iam criando, assim, qualquer outro colega poderia se apropriar e editar o trabalho até ali desenvolvido. A cultura do compartilhamento estava ali a serviço de uma lógica de evolução contínua dos códigos. A própria palavra *hack* acabou virando um jargão interno do MIT que significava atividades em grupo elaboradas por e para os colegas (Levy, 1984).

ilimitado; (4) os computadores podem mudar a vida e o mundo para melhor (Levy, 1984).

O futuro da tecnologia da informação nesse momento indica uma reviravolta: se antes o computador estava sendo monopolizado para benefício e poder do mesmo complexo industrial-militar que já controlava todas as principais tecnologias, agora esse espírito contra hegemônico de uma classe técnica alimenta o imaginário coletivo de que o computador – e suas potencialidades – funcionaria como instrumento público de emancipação popular e cidadania.

Não à toa, vai nascer via ação e pensamento, desses primeiros *hackers*, a arquitetura rizomática, em rede, altamente interconectada da nossa atual tecnologia de comunicação e informação, e conseqüentemente, a sua maior expressão: a internet. Sabemos: tecnologia é uma dimensão fundamental para mudanças sociais – sociedades se transformam por completo, através de um complexo entrelaçar de interações culturais, econômicas, políticas e tecnológicas. Por isso mesmo, a tecnologia não é neutra, vazia de sentido, pelo contrário: é dimensão humana carregada de significados.

Assim, toma corpo um movimento social, permeado pelo pensamento *hacker*, que prega a descentralização de poder e a emancipação dos atores sociais através do acesso às informações e pela possibilidade de produzir, reproduzir, editar e *remixar* informações através das tecnologias de comunicação (Lessig, 2004; Lévy, 1999; Stallman, 2002). Em síntese, o *ethos hacker* fundamenta uma cultura que diz respeito ao conjunto de valores e crenças que emergiu das redes de programadores de computador, que interagiam online, em torno de projetos técnicos e colaborativos que visavam resultados inovadores. Dessa forma, a cultura *hacker* desempenha um papel central ao longo da história de desenvolvimento dos principais símbolos tecnológicos da sociedade em rede. Podemos citar, como exemplos, a criação do PC – *personal computer*; a evolução da web 1.0 à atual 3.0, a criação e emprego dos softwares livres⁴, ou até mesmo o projeto libertário da licença *creative commons*⁵ – todos projetos emblemáticos, que carregam em suas origens a influência da cultura *hacker*.

⁴O desenvolvimento de softwares livres é uma das principais premissas conceituais do pensamento *hacker*. Trata-se de um movimento que se baseia no compartilhamento do conhecimento tecnológico. Refere-se a programas de computador cujo código-fonte é aberto e livre, isto é, pode ser usado, copiado, melhorado e redistribuído sob as condições estipuladas em sua licença. Isso não ocorre nos programas comerciais, cujos direitos pertencem, em sua maioria, às grandes corporações de desenvolvimento de software.

⁵Licença criada por Lawrence Lessig que propõe a flexibilização e customização do uso de obras artístico-culturais por seus próprios autores/criadores. Creative commons representa a ética *hacker* perante a atual legislação do direito autoral. Ver: <http://creativecommons.org/>

Por fim, a pesquisa de doutorado aqui apresentada, pressupõe a cultura *hacker* como um campo de socialização de bens culturais e científicos, a partir do resgate do trabalho colaborativo e do incentivo à circulação plena de ideias e descobertas, do livre acesso ao conhecimento e intensificação da criação. Por essa perspectiva, vale atentar para as transversalidades que o debate sobre cultura *hacker* nos permite. Aqui, a ação de *hackear* algo, o *hacking*, é compreendida como a capacidade humana de quebra, ruptura, apropriação e ressignificação dos nossos processos culturais e também políticos.

Se processos sociais estão inerentes às inovações tecnológicas, investigar os reflexos da cultura *hacker* na vida política brasileira, nos últimos anos, poderá nos fornecer indícios sobre quais culturas políticas a contemporaneidade nos enseja. A crise de representação pela qual o modelo de democracia liberal passa na pós-modernidade, parece estar calcada sobre o desejo coletivo por mais participação nos nossos processos políticos, por mais acesso às informações, aos dados públicos, e por mais representatividade nas instituições políticas. Há, portanto um desejo de ampliação da esfera pública e aprofundamento da nossa experiência cidadã. As mediações realizadas pelas tecnologias digitais intensificaram essa demanda civil por uma reinvenção dos nossos modelos políticos (Gomes, 2005; Miguel, 2003; Safatle, 2017).

Se cientistas políticos falam em fim do Estado-Nação, frente à crise política-institucional que atravessamos. Há quem acredite que os preceitos iniciais da cultura *hacker* já sinalizavam, no século passado, quais os caminhos para a necessária reinvenção política. Assim como um software proprietário, o sistema político democrático liberal mostra desgaste em seu código-fonte – partidos políticos, sistema eleitoral etc. –, código-fonte, esse, acessível somente a uma elite que alcança as instâncias máximas da deliberação política. Como se a democracia tivesse sido sequestrada, como diz Castells (2012), por uma casta política. É preciso abrir a caixa-preta das nossas instituições, ou melhor, é preciso *hackear o Estado*.

Ao observar a cena política brasileira entre 2003 a 2014, pressupostos da cultura *hacker* parecem assimilados em algumas das iniciativas políticas das instituições tradicionais. Alocados nas potencialidades do digital, esforços para alargar os canais de interlocução com a sociedade civil podem ser observados. A digital tropicália se sobrepõe.

DIGITAL TROPICÁLIA

A cultura *hacker* adquiriu, no Brasil, especial relevância. Intensificada a partir da popularização da internet no país, tem destaque pelo seu número de integrantes; pelo tamanho de seus eventos (o Fórum Internacional de Software Livre - FISL⁶, realizado anualmente em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul, está entre os maiores do mundo); e por sua influência junto a governos nos eixos municipal, estadual e federal. Na imprensa internacional⁷, o Brasil já foi classificado, em matéria de publicações especializadas, como o maior e melhor amigo da cultura hacker (Evangelista, 2014).

Um dos pontos altos do caminhar da cultura hacker na cultura política nacional, se dá no início dos anos 2000. Mais precisamente quando, após as eleições, o Partido dos Trabalhadores assume o governo federal e escolhe para assumir o Ministério da Cultura o artista Gilberto Gil. À época, em diversas de suas declarações o então ministro deixava claro ser um cibernauta, um ativista da cultura digital, chegando a classificar, a si mesmo, como um hacker. Gil, aliás, ficou conhecido como “o ministro *hacker*”, dada a aproximação política que sua gestão teve para com a agenda da cultura digital (Costa, 2011; Shaw, 2011). A partir de uma observação preliminar frente à agenda política brasileira e as formas de interação escolhidas por instituições políticas – em um recorte temporal de 11 anos (entre 2003 a 2014) – nossa pesquisa se permite já sinalizar algumas iniciativas federais – no poder executivo e legislativo – cujas estéticas de discurso e recursos tecnológicos estariam em consonância com a cultura *hacker*.

Uma dessas iniciativas já denuncia sua influência no próprio nome: Laboratório Hacker da Câmara dos Deputados. Criado pela Resolução nº 49 de 2013 – publicada no Diário Oficial da União em 18/12/2013⁸, tal laboratório tem como objetivo “promover ações colaborativas visando o aprimoramento da transparência legislativa e da participação popular”⁹. O laboratório conta com um espaço físico de acesso e uso para qualquer cidadão. Programadores e desenvolvedores de softwares – preferencialmente livres – parlamentares e servidores públicos, e cidadãos em geral. Dentre as ações realizadas pelo Laboratório Hacker, a “Pauta Participativa” é uma

⁶ Mais informações disponíveis em <https://softwarelivre.org/fisl17>

⁷ Uma matéria jornalística que ilustra esse cenário é a do Clarín, de 2006, cujo título é “Gilberto Gil: “Yo impulso la ética hacker”. Retirado de <http://firgoa.usc.es/drupal/node/29525>

⁸ Ver https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/diretorias/diretoria-geral/estrutura/copy_of_laboratorio-hacker

⁹ Retirado de <http://labhackercd.leg.br/index.html>

ferramenta de participação que permite ao cidadão opinar, via internet, sobre os projetos de lei que devem ser votados pelo Plenário. Os mais consensuais (saldo de votos) entram na pauta. Há também o “Wikilegis”¹⁰, uma ferramenta para possibilitar um processo colaborativo na elaboração das leis, de forma que os cidadãos possam participar do debate e da construção dos textos com os deputados federais.

Outro exemplo, da influência da cultura hacker na cena política nacional nos últimos anos, é a Política Nacional de Cultura Viva e seus Pontos de Cultura. Originalmente conhecida como Programa Cultura Viva, foi criada durante a gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura, com a intenção de reativar e divulgar a diversidade das manifestações culturais, presente na extensão geográfica do país. Em 2014, o Programa se torna lei instituída (Lei No 13.018) e reafirma seus objetivos: “garantir o pleno exercício dos direitos culturais aos cidadãos brasileiros, dispondo-lhes os meios e insumos necessários para produzir, registrar, gerir e difundir iniciativas culturais”¹¹. Para estimular essa cidadania cultural no país, a ideia original do Programa foi implementar estúdios digitais de produção audiovisual, conectados à internet e utilizando softwares livres nas diferentes comunidades, os chamados Pontos de Cultura. Com nítida influência da lógica do compartilhamento que a cultura *hacker* estimula, “a criação dessa teia – a articulação em rede entre Pontos de Cultura – tem nos estúdios digitais, ligados à Internet, a sua semente e infraestrutura” (Almeida, 2014, p. 61).

Em 2011, a Lei de Acesso à Informação (12.527/2011) foi assinada no Brasil. Com intuito de regular o acesso a dados e informações, essa lei permite que qualquer cidadão brasileiro solicite informações de natureza pública às entidades dos poderes executivo, legislativo e judiciário, além dos tribunais de contas e ministério público. A Lei constitui um marco para a democratização da informação pública no país, e preconiza, dentre outros requisitos técnicos, que a informação solicitada pelo cidadão deve seguir critérios tecnológicos alinhados com as “3 leis dos dados abertos”¹². Dentro desse contexto, foi criado, pelo governo federal, em 2011, o Portal Brasileiro de Dados Abertos¹³ – uma ferramenta para centralizar a busca e

¹⁰ A influência da cultura *wiki* provém da ética *hacker*. O prefixo *wiki* versa sobre a noção de trabalho colaborativo e pode ser identificado em diversos segmentos: documentos *wiki*, *wiki* política, Wikimédia ou Wikipédia são alguns dos exemplos mais utilizados.

¹¹ Ver <http://www.cultura.gov.br/cultura-viva>

¹² A saber: (I) se o dado não pode ser encontrado e indexado na web, ele não existe; (II) se não estiver aberto e disponível em formato compreensível por máquina, ele não pode ser reaproveitado; e (III) se algum dispositivo legal não permitir sua replicação, ele não é útil (Lessig, 2004).

¹³ Disponível em <http://dados.gov.br/>

o acesso dos dados e informações públicas. No ano de seu lançamento, o portal foi construído em um processo aberto à participação de qualquer interessado da sociedade civil e valendo-se exclusivamente de soluções de software livres. Tal processo foi documentado e a iniciativa foi premiada em 2015, no 3º Concurso de Boas Práticas da Controladoria-Geral da União (CGU)¹⁴. Dados, informações e conteúdos abertos (*open access*, Su-ber, 2012) funcionam como elementos base para processos de apropriação e ressignificação de sentidos. A *informação livre* é um dos principais lemas da cultura *hacker* e parece estar presente no debate sobre dados abertos e inovação na administração pública. Na contemporaneidade, as tradicionais instituições políticas da democracia estão sendo forçadas a aprofundar suas políticas de transparência governamental.

O protagonismo político da agenda da cultura digital no Brasil talvez tenha atingido seu ponto alto com o processo de elaboração da Lei 12.965/2014 mais conhecida como Marco Civil da Internet (MCI). O MCI tornou-se referência internacional por regular temas caros à governança da internet, como liberdade de expressão, privacidade dos indivíduos e neutralidade da rede, além de ter sido uma resposta brasileira à instabilidade da confiança global sobre a rede. Pela primeira vez no país, uma legislação havia sido escrita a partir de um processo colaborativo via internet, aberto ao público. A iniciativa, *sui generis* no sul global, destoou por completo das legislações protetivas de outros países – como França ou EUA – que aumentaram o controle de conteúdo e diminuíram as garantias de privacidade, em função das ameaças de terrorismo e proteção ao direito autoral. Para o professor e ativista Sergio Amadeu Silveira, o MCI consolidou em lei os princípios que fizeram a internet livre, aberta, criativa e democrática (Silveira, 2014).

Os exemplos apresentados acima carregam em si, sentidos, narrativas e discursos que estão, por sua vez, presentes no movimento libertário que originou o que conhecemos hoje como cultura *hacker*. A digital tropicália, que a nossa pesquisa de doutorado propõe retratar, representa uma cartografia de iniciativas, na cena política brasileira, na qual a apropriação social da tecnologia digital é operada por tradicionais instituições do sistema político brasileiro. Quais são os desdobramentos – culturais e políticos – para o debate sobre cidadania que essas iniciativas elucidam? Ou melhor, ao identificar quais aspectos culturais estão por trás da intensa “digitalização da vida política”, não poderíamos acessar, por assim dizer,

¹⁴ Para mais informações, ver <http://www.cgu.gov.br/sobre/institucional/concursos/concurso-de-boas-praticas>

o código-fonte das culturas políticas do contemporâneo? Nesse momento, a nossa questão de tese se formula: *o que é a cultura hacker? Há reflexos dela no cenário político brasileiro entre 2003-2014?* A nossa hipótese é que: sim, há políticas, iniciativas, discursos políticos que demonstram influência da cultura *hacker* na vida política brasileira entre 2003-2014. E a partir disso, supõe-se um campo de disputa, no qual tensiona-se o aperfeiçoamento do sistema político brasileiro frente às novas culturas políticas da contemporaneidade.

Acreditamos, portanto, que ao investigar a existência de pressupostos da cultura *hacker* na cena política brasileira nos últimos anos, poderemos jogar luz sobre o complexo processo de desintermediação pelo qual nossas instâncias políticas e culturais estão passando. Dados abertos, transparência pública, ativação de canais digitais para participação popular, incentivo de uso de tecnologias livres e etc., parecem querer aprofundar a experiência cidadã e acabam por refletir um esforço de ampliação da esfera pública. Cabe observar se esse esforço se concretiza rumo à nossa (sempre) necessária reinvenção política.

REFERÊNCIAS

- Almeida, A. (2014). Políticas culturais e redes sociotécnicas: reconfigurando o espaço público. *Revista Ciências Sociais Unisinos*, 55(1), 54-64. Retirado de http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/viewFile/cs_u.2014.50.1.07/4062
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede v.1: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Costa, E. (2011). A causa coletiva: políticas públicas culturais para o cenário das redes sob a perspectiva da ecologia digital (a experiência brasileira). *Cadernos Cenpec*, 1(1), 127-145. DOI: 10.18676/cadernoscenpec.v1i1.41
- Dahlgren, P. (2000). L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication. *Réseaux*, 100(2), 157-186. Retirado de <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2000-2-page-157.htm>
- Dimantas, H. & Martins, D. (2008, 18 de fevereiro). A cultura hacker. *Le Monde Diplomatique*. Retirado de <http://diplomatie.org.br/a-cultura-hacker/>

- Gomes, W. (2005). A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, 7(3), 214-222. Retirado de <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394>
- Lei Nº 13.018, de 22 de julho de 2014. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L13018.htm
- Lei Nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm
- Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm
- Lessig, L. (2004). *Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. Retirado de <http://www.bibliotecadocomum.org/files/original/1c93f890ob7457f4ca78995aea43a806.pdf>
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Levy, S. (1984). *Hackers: heroes of the computer age*. Garden City: Doubleday.
- Miguel, L. (2003). Democracia na periferia: receitas de revitalização democrática à luz da realidade brasileira. *Revista Mediações*, 8(1), 9-23. DOI: 10.5433/2176-6665.2003v8n1p9
- Miskolci, R. (2016). Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade. *Revista Contemporânea*, 2(6), 275-297. DOI: 10.4322/2316-1329.014
- Rabelo, L. (2017). O que é um hacker: trajetórias de um termo em uso. In *Anais do XXVI Encontro Anual da Compós*. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação: São Paulo. Retirado de http://www.compos.org.br/anais_encontros.php
- Roszak, T. (1988). *O culto da informação: o folclore dos computadores e a verdadeira arte de pensar*. São Paulo: Brasiliense.
- Safatle, V. (2017). *Só mais um esforço*. São Paulo: Três Estrelas.
- Shaw, A. (2011). Insurgent expertise: the politics of free/livre and open source software in Brazil. *Journal of Information Technology & Politics*, 8(3), 253-272. DOI: 10.1080/19331681.2011.592063

- Silveira, A. (2014, 23 de junho). Opinião de especialista: Sérgio Amadeu e o marco civil da internet. *Marco Civil da Internet – seus direitos e deveres em discussão* [Post em blogue]. Retirado de <http://culturadigital.br/marcocivil/2014/06/23/opiniao-de-especialista-sergio-amadeu-e-o-marco-civil-da-internet/>
- Suber, P. (2012). Open Access. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Stallman, R. (2002). *Free software free society: selected essays of Richard Stallman*. Boston: GNU Press.

Citação:

Farias, C. (2019). Que vírus é esse? Reflexos da cultura *hacker* na vida política brasileira. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 452-464). Braga: CECS.

CARLA MONTUORI FERNANDES & PATRÍCIA CRISTINA DE LIMA

carla_montuori@ig.com.br; Patrícia.ppcoc@gmail.com

UNIVERSIDADE PAULISTA (UNIP) | UNIVERSIDADE ESTÁCIO, BRASIL

À REPRESENTAÇÃO DA POLÍTICA BRASILEIRA NA WEBSÉRIE HUMORÍSTICA *PORTA DOS FUNDOS*

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar a relação entre humor e política com base na websérie brasileira do grupo *Porta dos fundos*, analisando como os seus conteúdos representam os eventos políticos e os seus personagens no período de mandato da ex-presidente Dilma Rousseff (PT). O recorte para a pesquisa se inicia com as manifestações sociais de junho de 2013 e se encerra no desdobramento da crise política, com o início da votação do *impeachment* na Câmara dos Deputados, em abril de 2016. Como metodologia foi definida a análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011), aplicada nos seis episódios do grupo cuja temática central era o cenário político.

PALAVRAS-CHAVE

Política; humor; internet

INTRODUÇÃO

Há muito tempo a política nutre criações humorísticas. Slavutzky (2014) considera o humor como um mecanismo de rebeldia usado para desafiar o autoritarismo e preservar a sanidade de quem o suporta. Citando exemplos como Josef Stalin e Adolf Hitler, o autor apresenta a perseguição ao humor político como ilustração ao seu poder de contraponto.

No Brasil, um exemplo dessa ação ocorreu com a dupla sertaneja humorística Alvarenga e Ranchinho, que cantava anedotas contra o governo de Getúlio Vargas (Pasqualin, 2014). Durante o Estado Novo (1937-1945), Vargas vislumbrou no humor a oportunidade de reforçar a imagem criada do seu governo. Pautados nos acontecimentos políticos, nada passava

despercebido pela dupla sertaneja que satirizava o presidente em seu repertório (Simões, 1995).

Ao trazer o humor para a contemporaneidade, é possível encontrá-lo em praticamente todos os meios de comunicação. Seja nas tiras publicadas nos jornais, seja na televisão com suas *sitcoms* ou na internet nas mais variadas formas, o humor garantiu seu espaço e tem recebido tratamento de destaque. Após o advento da internet, é possível encontrar uma variedade de opções com os mais diferentes níveis de anedotas. A participação do público, que pode se apoderar da produção (Jenkins, 2009) ou produzi-la de forma original, deu à internet o status de conhecimento (leia-se produção) coletivo.

Nesse cenário, a ferramenta de maior alcance de produções audiovisuais pelo público da contemporaneidade parece ser o YouTube. Como resultado da popularização e da profissionalização, o YouTube se tornou um excelente suporte para produções independentes e fez emergir as chamadas webséries, programas seriados produzidos exclusivamente para a internet. A websérie brasileira de maior importância desde que o YouTube tornou-se acessível no Brasil é a produzida pelo grupo *Porta dos Fundos*. Este canal já produziu inúmeros episódios em que retrata a política atual.

Em várias situações, os integrantes fazem questão de informar que não há privilégios ou favorecimentos partidários. Todos estão suscetíveis a serem alvos das piadas. Em sua página no Facebook¹, no dia 3 de abril de 2016, Antonio Tabet ilustrou a posição do grupo acerca dos movimentos políticos de março de 2016:

cada um de nós no Porta tem uma posição política e cabe ao outro respeitá-la sem prejuízo da amizade que nos uniu. Isso é civilidade. E nós, como grupo, refletimos essa pluralidade no nosso trabalho quando existe mais de um lado da moeda, o que é saudável num país onde política é futebol, futebol é religião e religião é política.²

O relato também se justificou pelo imenso número de comentários que classificavam o grupo de “petista”. A divisão política do grupo a que ele se refere é direcionada especialmente a Gregório Duvivier, ativista de esquerda que publica abertamente suas ideias via Facebook e na coluna “Gregório Duvivier: Crônicas”, no jornal *Folha de S.Paulo*. O humorista recebe diariamente críticas às suas ideias e tem seus vídeos mal classificados no canal.

¹ Disponível em <https://www.facebook.com/aptabet?fref=ts>

² Retirado de <https://www.facebook.com/aptabet?fref=ts>

Numa analogia ao humor “que não poupa ninguém” e possui muitos alvos, o *Porta dos fundos* posiciona-se criticamente em relação ao funcionamento do sistema político brasileiro. Diante das frequentes polêmicas e da alta repercussão dos vídeos, este artigo pretende analisar como o conteúdo veiculado nos episódios retrata os principais personagens do cenário político. Trata-se de uma forma de produção humorística que reflete a conjuntura política de maneira irônica, sem poupar críticas aos personagens representados? Acusados de partidarismo, os vídeos do *Porta dos fundos* refletem alguma tendência política? Como metodologia para o estudo foi selecionada a análise de conteúdo (Bardin, 2011), que será mais bem aprofundada ao longo do texto.

HUMOR, POLÍTICA E INTERNET

O humor é libertador. Assim Freud (1927) define o humor em seu trabalho *O humor*. Ao assumir que o estado humano é determinante para as ações da vida, o autor atenta que o humor é rebelde, não resignado, “o princípio do prazer, que pode aqui afirmar-se contra a crueldade das circunstâncias reais” (Freud, 1927, p. 85).

Entendendo o humor como um fator humano, Bergson (1983) afirma que a emoção é inimiga daquilo que ri, e rimos do que encontramos nos momentos de indiferença emocional, quando agimos pelo racional. Helitzer e Shatz (2014) argumentam que existe uma “fórmula” para a composição do humor: um alvo, o exagero na descrição das ações, um pouco de emoção que aproxima o ouvinte da história, a hostilidade apontando o ridículo do que está sendo descrito, o realismo da situação e a surpresa do resultado final.

Balogh, citada por Santos e Rossetti (2012), explica que o humor é crítico, por isso não é encontrado em algumas artes como as pinturas do século XVII, que tinham o propósito de enaltecer o objeto representado. É nesse sentido que Slavutzky aponta: “o humor é inevitavelmente político, pois está sempre na contramão” (2014, p. 195).

Helitzer e Shatz (2014) apontam que o humor não é um mistério, possui fórmulas, métodos, assim como humor e comédia não são semelhantes. Humor é o todo, o conjunto de estado de espírito, uma ligação com o consciente (Freud, 1927). Nos gêneros, é subdividido em sátira, sarcasmo (maldizer), ironia e paródia. A comédia nada mais é do que a interpretação destes formatos de humor. A sátira é uma imitação irreverente que busca valorizar os defeitos de quem está sendo satirizado. O sarcasmo

tem como princípio a intenção do maldizer, do dizer algo para que todos tenham uma imagem ruim do que está sendo objeto do cômico. Já a ironia é uma ferramenta de ataque usada para dizer algo com outro sentido com o objetivo de mudar um comportamento ou uma ação.

Por fim, a paródia é uma releitura cômica, que pode ter sentido negativo ou não. Magalhães (2008) cita ainda o humor negro, processo cujas piadas não se prendem ao “politicamente correto”. No âmbito do humor político, a internet encontrou um recanto produtivo e acolhedor. O pioneiro em produzir humor exclusivamente para a internet é o Humortadela. Iniciado em dezembro de 1995 por Sérgio Batista, era um compilado de piadas, *charges* e vídeos.

Plataforma de suporte de vídeos do Google, o YouTube é aberto a qualquer usuário que queira divulgar seu vídeo para diversão ou trabalho. Na web, os grupos usam o humor eschachado para retratar assuntos relevantes do cotidiano dos internautas. Por exemplo, em 2011, o canal Parafernália criou esquetes exclusivas para o YouTube, um formato que em 2012 foi aperfeiçoado pelo *Porta dos fundos*, objeto deste artigo.

O *Porta dos Fundos* produz humor para a web através de esquetes com temas variados e aproximadamente três minutos de duração. A temática das histórias é sempre ligada ao cotidiano ou a fatores históricos que, por algum motivo, voltam a ser assunto nos dias atuais.

A REPRESENTAÇÃO DA POLÍTICA NA WEBSÉRIE DO GRUPO *PORTA DOS FUNDOS*

Como metodologia para identificar como a websérie do *Porta dos fundos* representa os personagens políticos, recorreu-se à análise do conteúdo (Bardin, 2011). Para que esta significação fosse possível, as três etapas de análise de Bardin foram cumpridas: pré-análise, exploração do material e interpretação dos resultados.

Na fase de pré-análise, foram selecionados seis episódios da websérie. Além da temática política, os episódios também foram escolhidos considerando o número de visualizações – mínimo de dois milhões – e as características de representação dos personagens no momento da produção. Todos têm por tema momentos do mandato da ex-presidente Dilma, iniciando-se com as manifestações sociais de junho de 2013 até o desdobramento da crise política, com o início da votação do *impeachment*, em 17 de abril de 2016. Em ordem cronológica, os episódios selecionados foram:

- “Reunião de emergência”, veiculado em 26 de junho de 2013, com 8.614.816 visualizações. O episódio traz a representação cômica de uma reunião entre a presidente e alguns políticos preocupados com as manifestações populares de junho de 2013;
- “Financiamento”, veiculado em 27 de setembro de 2014, com 3.944.567 visualizações. O programa critica de forma humorística a relação entre candidatos e grandes empresas do setor privado, em alusão ao financiamento das campanhas políticas;
- “Alianças”, publicado em 9 de novembro de 2014, com 3.041.233 visualizações. Produzido logo após a reeleição de Dilma, o programa aborda a aliança entre o governo e Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), em referência ao país comandado pela política de coalizão;
- “Reunião de emergência 2”, veiculado em 21 de março de 2016, com 3.862.707 visualizações. O vídeo foi produzido logo após as manifestações de 13 de março de 2016 e satirizou a situação da ex-presidente Dilma, a ascensão de Temer como figura de articulação e ações da Polícia Federal junto aos investigados na Lava Jato;
- “Delação”, veiculado em 2 de abril de 2016, até 9 de maio contabilizava 7.045.040 visualizações e 573.729 *dislikes*, ou seja, o recorde de negativas de um vídeo do grupo e uma das maiores avaliações negativas da história do YouTube. Protagonizado pelo militante de esquerda Gregório Duvivier e por Fábio Porchat, o vídeo satiriza a Operação Lava Jato e a seletividade da mídia em divulgar informações dos envolvidos nas investigações;
- “Reunião de emergência 3, a delação 2”, publicado em 11 de abril de 2016, como resposta aos comentários negativos e às acusações sofridas pelo grupo devido ao vídeo Delação. A perda de seguidores e os questionamentos acerca das piadas religiosas também fizeram parte do conteúdo.

Como indicadores para análise, considerou-se uma série de práticas que, ao se incorporar à cultura política brasileira, ainda funcionam como objeto de negociação e trânsito no campo político.

Inicialmente, destacam-se as coalizões partidárias. No Brasil, as coalizões costumam se consolidar nos períodos eleitorais, tendo por base apenas a figura do personagem político, desobrigada da negociação de uma proposta de governo que seja comum aos partidos da aliança eleitoral

(Teixeira, 2004). O funcionamento da coalizão está intrinsecamente ligado a barganhas e chantagens políticas, praticadas por meio da distribuição de cargos públicos, concessão de benefícios, pagamentos de propinas, etc.

Como exemplo das chantagens políticas, vale lembrar que a atribuída campanha eleitoral para a reeleição de Dilma em 2014 foi marcada pelo início da Operação Lava Jato, deflagrada em março de 2014, e pela ampliação de denúncias de corrupção envolvendo partidos e políticos da base aliada, especialmente o Partido dos Trabalhadores (PT) e o PMDB. Nesse contexto, o fisiologismo tornou-se a arma dos membros do Congresso Nacional contra o Planalto.

O estopim para a crise de relacionamento entre a presidente Dilma e as casas legislativas aconteceu em maio de 2013, com a votação da Medida Provisória n. 595/12, a chamada MP dos Portos. Nesta MP, o governo buscava meios de modernização das vias marítimas de exportação/importação. A lei, posteriormente Lei n. 12.815/2013, facilita os processos de exploração e concessão dos portos brasileiros. Eduardo Cunha, líder do partido na Câmara, articulou para que o projeto fosse modificado e, assim, aprovado. Porém, ao ir para a sanção presidencial, foi novamente alterado.

Paralelamente às discordâncias no cenário federal, em junho de 2013, uma sequência de protestos ocorreu em várias capitais brasileiras. Motivadas pelo aumento das tarifas de ônibus, as manifestações se iniciaram pela internet. Em São Paulo, o anúncio do governador Geraldo Alckmin (Partido da Social Democracia Brasileira - PSDB) e do prefeito da capital na época, Fernando Haddad (PT), sobre o aumento das tarifas de trens e metrô de R\$ 3,00 para R\$ 3,20 fez eclodir uma série de manifestações na cidade e em outros locais. Em Brasília, no dia 20 de junho, mais de 100 mil pessoas tomaram a Esplanada dos Ministérios e gritos de “o gigante acordou” e “não é por 20 centavos, é por direitos” ganharam força.

Em 2013, a base do governo já havia se organizado para as eleições que deveriam ocorrer em outubro de 2014. Dilma foi escolhida a representante do bloco para a reeleição ao cargo de presidente. As eleições, que se tornaram as mais disputadas do período posterior à redemocratização, terminaram com a reeleição de Dilma por 51,64% dos votos válidos, apenas 3,28% à frente do concorrente, Aécio Neves (PSDB). O primeiro ano do segundo mandato presidencial de Dilma, em 2015, contou com a eleição de Eduardo Cunha (PMDB) para a presidência da Câmara de Deputados.

Em 2 de dezembro de 2015, após a bancada do PT anunciar que votaria a favor do pedido de cassação de Cunha, por ter mentido no Comitê

de Ética, o então presidente da Câmara aceitou o pedido de *impeachment*, baseado nas chamadas pedaladas fiscais.

A situação política do governo se deteriorou com o vazamento da delação de Delcídio do Amaral na Lava-Jato no dia 3 de março de 2016. Nas informações, o ex-senador acusa Dilma e Lula de intervirem no Supremo Tribunal Federal (STF) para barrar as ações da Polícia Federal. No dia seguinte ao vazamento, o ex-presidente Lula é levado para depor, via condução coercitiva pela Polícia Federal, ao aeroporto de Congonhas, em São Paulo, onde Moro o aguardava.

No dia 16 de março, Dilma nomeou Lula como ministro chefe da Casa Civil. Diante da suposta manobra política, o juiz Moro tornou públicas as gravações telefônicas de conversas entre Dilma e Lula, em que o ex-presidente atacava o STF, chamando-o de “acovardado”, criticando os presidentes da Câmara e do Senado, dizendo ainda que tinha medo da “república de Curitiba”, referência à sede da Polícia Federal.

O episódio da nomeação de Lula enfraqueceu mais Dilma diante dos adversários. No dia 29 de março, numa reunião que durou menos de dez minutos, o PMDB optou por romper com o governo e tornar-se oposição. Após a breve retomada da conjuntura política, percebe-se a presença marcante do embate entre os personagens políticos e as rupturas partidárias como indicadores do estopim que ocasionaram contratempos políticos. Na fase de análise e interpretação dos resultados, as webséries foram analisadas com o intuito de identificar a ocorrência de matérias que comportavam os indicativos estabelecidos na fase anterior.

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

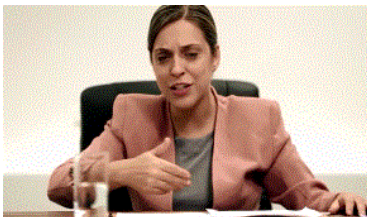
Os personagens de cada episódio são escolhidos levando em consideração o cenário político do momento da produção. No entanto, alguns se repetem de maneira sistemática. É o caso de Dilma e Lula, além de citações ao PMDB.

É interessante observar como o processo de deterioração da imagem de Dilma cresce de acordo com a ordem cronológica dos vídeos. Em “Reunião de emergência”, Dilma aparece como representante central, colocada na ponta da mesa, numa simbologia clara de liderança.

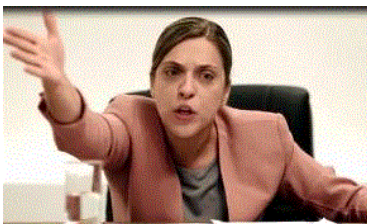
 ÁUDIO



Burburinhos.



Mulher: É só um corte de 20 por cento!



Mulher: Gente, é só o tempo de o povo dispersar. Em um mês tudo volta a ser como era antes. Vai voltar campeonato brasileiro, vai voltar Big Brother...

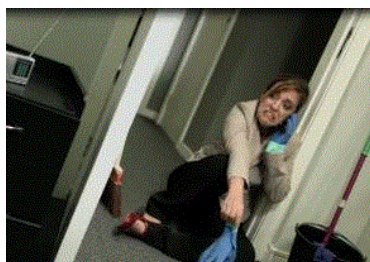
Figura 1: Dilma no episódio “Reunião de Emergência 1”

A presidente, mesmo pressionada por outros integrantes da mesa, ainda mantém a liderança e adota um tom conciliador durante a discussão. Isso retrata o momento que Dilma vivia em 2013, após os desajustes com o PMDB e as decisões que contrariavam os acordos preestabelecidos com a base aliada. No vídeo, a presidente também se apresenta preocupada com as manifestações de junho de 2013. Essa postura focaliza a queda da popularidade do governo naquele momento, de 65% como bom/ótimo em março para 30% no dia 28 de junho³.

Já em “Alianças”, a presidente é representada como uma pessoa desinformada e submissa às decisões das coligações. Todas as decisões são tomadas pelos assessores e pelo PMDB. No final do vídeo, Dilma aparece limpando o chão e questionando a rigidez dos processos da casa.

³ Retirado de <http://datafolha.folha.uol.com.br/>

ÁUDIO



Mulher: Não tá tranquilo aqui, não, tranquilo, emprego bom, pego décimo terceiro salário, sabe? Plano de saúde, tá tranquilo viu, é não, dá pra aguentar. O pessoal aqui é “brabo” viu vou te “fala” um negócio, que outro dia eu queimei uma camisa me colocaram pra pagar, pois é rapaz só isso ai que tá me invocando aqui.

Figura 2: Dilma no episódio “Alianças 1”

Em “Reunião de emergência 2” e em “Delação”, Dilma já se apresenta como “fora do jogo”. No vídeo, Temer aparece como grande articulador, enquanto a presidente está acuada embaixo da mesa.

ÁUDIO



Homem 1: Tá aqui embaixo, em posição fetal, com punho na boca. Está chorando e babando há duas semanas desde que saíram essas ligações aê. Eu estou interino no lugar dela.

Figura 3: Dilma no episódio “Alianças 2”

As ligações citadas no momento em que Dilma é representada no vídeo referem-se às gravações vazadas pela Polícia Federal, no dia 16 de março de 2016, acerca do acordo para tornar Lula ministro. A questão abalou claramente a presidente, que, nos dias seguintes, realizou discursos inflamados contra a ação.

Lula também é citado em quatro dos seis episódios selecionados. Em todas as ocasiões, o ex-presidente é apresentado como alguém temível e que lidera as decisões políticas. No episódio “Reunião de emergência”,

Lula é citado de maneira direta, no final do vídeo, quando um dos componentes da reunião quer saber quem contará ao ex-presidente sobre o que foi acordado na sala.

No episódio “Reunião de emergência 2”, Lula é mencionado como um líder com quem nenhum dos presentes quer lidar. Ao concluírem que o personagem “Linguiceiro de Diadema” assumirá o Ministério da Justiça, um dos presentes questiona se assim o Linguiceiro terá de lidar diretamente com o ex-presidente. O Linguiceiro, que está amordaçado e em uma camisa de força, desespera-se e grita continuamente.

ÁUDIO



Homem 4: É mas aí você vai colocar ele pra tratar direto com o Lula, né?
 Homem na camisa de força: Hum...Hu.... Hummmmm....

Figura 4: Lula no episódio “Reunião de Emergência 2”

A mesma imagem de líder temido é reforçada no vídeo “Delação”, em que o personagem de Gregório Duvivier, um policial federal, se empolga com a notícia de que conseguiu uma forma de emitir um mandado de prisão, em uma clara alusão à sequência de citações do nome do ex-presidente nas ações da Lava-Jato. Por fim, em “Reunião de emergência 3”, a delação 2, Lula é citado como um líder carismático e que cativa multidões.

O PMDB é representado diretamente em três episódios: “Reunião de emergência”, “Reunião de emergência 2” e “Delação”. No vídeo “Reunião de emergência”, um dos personagens fala com forte sotaque e afirma que não irá realizar obras para acalmar o âmbito popular. Ao dizer que “não jogou o Maranhão na merda”, o personagem faz uma clara referência a José Sarney (PMDB), presidente do Senado até fevereiro de 2013 e pertencente à tradicional família política do estado do Maranhão, uma das mais ricas

do país. O estado do então senador apresenta um dos maiores índices de desigualdade social, além da pior infraestrutura educacional do Brasil.

Já Temer é mostrado em “Reunião de emergência 2” como grande articulador. No vídeo, a postura dos componentes da mesa ao lidar com Temer é diferente da postura quando Dilma é figura central. Reforçando a questão da misoginia, há um claro respeito e um tom mais ameno ao apresentar a contradição das decisões que um homem – no caso Temer – toma do que quando é uma mulher a centralizadora. No caso do vídeo, Temer já toma as decisões e encaminha os processos, antes mesmo do afastamento de Dilma.

ÁUDIO



Homem 1: Senhores ministros, a situação piorou. Eu convoquei essa reunião de emergência. Infelizmente, um de vocês vai ter que ser demitido.

Figura 5: Temer episódio “Reunião de emergência 2”

A articulação do PMDB junto a outros partidos também é citada no vídeo “Delação”. Na ocasião, o deputado que realiza a delação diz que a reunião em Paris foi um encontro de aliados entre o partido e o PSDB. No vídeo Alianças, duas figuras representativas do partido são citadas. A primeira é o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC). No vídeo, Fernandinho, como é chamado no episódio, diz que será denunciado no programa Fantástico pelo esquema de gerenciamento de águas de São Paulo. O uso de FHC não foi em vão. Nas duas campanhas eleitorais para presidência em que saiu vitorioso (1994 e 1998), a promessa de transposição do rio São Francisco foi firmada.

Num segundo momento do episódio Alianças, o senador mineiro Aécio Neves é representado. No trecho em que o assessor explica o que o “querido senador” está fazendo ali, Dilma faz questão de dizer que o derrotou na eleição, mas é interrompida e toma conhecimento de que o oponente possui mais apoio e alianças, e, portanto, irá governar no seu lugar. O processo de representação de Aécio consiste basicamente em mostrá-lo como político que assumiu a oposição, mesmo após ter reconhecido a derrota nas urnas.

A política de coalizão é retratada com mais destaque no episódio “Alianças”. O vídeo “Alianças” ilustra um cenário complexo para a ex-presidente Dilma. A sequência de manifestações contrárias ao governo e as articulações de Cunha no chamado “blocão” fizeram com que Dilma tivesse que ceder muito para manter a base aliada.

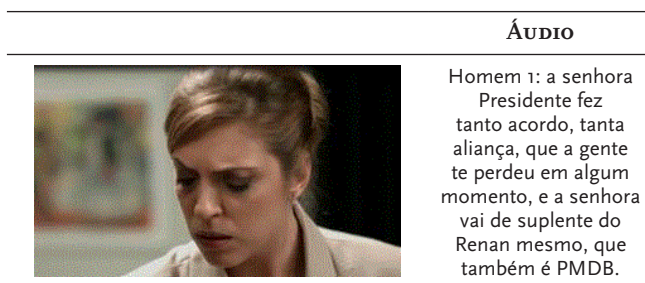


Figura 6: Política de Coalizão – episódio “Alianças”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo central deste estudo foi entender como personagens e eventos políticos foram representados nos episódios do grupo *Porta dos Fundos* e se existia algum favorecimento político-partidário. Como resultado, pode-se perceber que a raiz histórica do humor de satirizar quem detém o poder se manteve na websérie. Ao selecionar o recorte do governo Dilma, entre os anos de 2013 e 2016, nota-se que a presidente e seu padrinho político, Lula, foram os alvos centrais. No caso das amostras selecionadas, os aspectos se revezavam, mantendo sempre como foco as ações dessas autoridades e seus reflexos junto à população.

No entanto, os episódios analisados também mostram a habilidade de trazer antigos escândalos, ou, mesmo, de escancarar questões políticas que pertenciam apenas aos bastidores. Através de seus roteiros, o *Porta dos Fundos* desconstrói a imagem política e evidencia alguns fatos. Ao reafirmar que manterá seu estilo, independente da aprovação, o grupo reforça um discurso comum entre os humoristas contemporâneos: a piada precisa ser levada menos a sério, pois é o que está sendo satirizado que importa, não quem satiriza.

Por fim, é clara a dominação da ironia e do sarcasmo na representação dos personagens e eventos políticos por parte do *Porta dos Fundos*. A

incredulidade na classe governista se revela em todos os roteiros analisados da amostra.

REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: 70.
- Bergson, H. (1983). *O riso*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Freud, S. (1927). O humor. In S. Freud, *Edição standart das obras completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago.
- Helitzer, M. & Shatz, M. (2014). *Como escrever humor*. Rio de Janeiro: Gryphus.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Lei Nº 12.815, de 5 de Junho de 2013. República Federal do Brasil. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12815.htm
- Magalhães, H. M. G. (2008). [...] *e o negro amarelou: um estudo sobre o humor negro verbal brasileiro*. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Minas Gerais, Brasil.
- Medida Provisória Nº 595, de 6 de Dezembro de 2012. República Federal do Brasil. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Mpv/595.htm
- Pasqualin, V. da C. (2014). Os desafios da produção midiática na década de 1940: o caso do artista-comunicador José Medina. In *Anais do 10º Encontro Internacional de Música e Mídia* (pp. 356-373). São Paulo: Universidade Paulista. Retirado de http://musimid.mus.br/10encontro/wp-content/uploads/sites/4/2014/12/10encontro_4_pasqualin.pdf
- Popularidade de Dilma cai 27 pontos após protestos (2013). *Folha de São Paulo*. Retirado de <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/06/1303541-popularidade-de-dilma-cai-27-pontos-apos-protestos.shtml>
- Santos, R. E. dos & Rossetti, R. (2012). *Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências*. São Paulo: Paulinas.
- Simões, A. C. (2010). 170 de caricatura no Brasil: personagens, temas e fatos. *Revista Linguagens*, 15(1), 1-19. Retirado de <http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao15/005.pdf>
- Slavutzky, A. (2014). *Humor é coisa séria*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.

Teixeira, M. A. C. (2004). Negociação Política e Interação Executivo/Legislativo - a gestão Paulo Maluf na cidade de São Paulo (1993-1996). *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 9, 1-73.

Citação:

Fernandes, C. M. & Lima, P. C. (2019). A representação da política brasileira na websérie humorística *Porta dos fundos*. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 465-478). Braga: CECS.

LINA MOSCOSO TEIXEIRA

linamoscoso@gmail.com

UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

ACTIVISMO EM REDE: O PAPEL DOS MÉDIA ALTERNATIVOS NA CRÍTICA À ACTUAL POLÍTICA NEOLIBERAL DE BRASIL, PORTUGAL E ESPANHA

RESUMO

Na era da informação, uma nova lógica da comunicação está em vigor, em que modelos contestatários e com liberdade de disseminação no ciberespaço surgem como forma de produzir informação sem omissões. São formatos de comunicação que constroem a realidade social como recorte. A autorização à participação desse novo formato é capaz de produzir conteúdos activistas pelos media alternativos e por cidadãos que propõem mudanças sociais nas políticas de austeridade aplicadas na actualidade. Meios esses que posicionam-se e fomentam o debate político. São transformações no cenário global que impactam a produção e o consumo da informação. A presente pesquisa avalia a actuação dos meios de comunicação que se colocam como alternativos nos movimentos sociais de crítica à política neoliberal. O texto detecta os média como questionadores e estuda as novas tecnologias como fenómeno activista nas crises actuais da Europa e do Brasil. O estudo exploratório, por meio da observação, conclui que há actuações críticas dos média alternativos em rede e a possível interferência desses meios na agenda política.

PALAVRAS-CHAVE

Média alternativos; ciberespaço; activismo; capitalismo

INTRODUÇÃO

Na actualidade, o projecto de comunicação em rede é um fenómeno mundial, com a intensificação do uso da internet para produção e disseminação da informação. Hoje, a comunicação virtual interconecta toda a vida social, o que foi possibilitado pela viabilidade da participação do público na produção de notícias – gravações de vídeos em directo, interlocução e

interactividade nas redes sociais, em que é possível opinar e debater temas diversos: “um movimento geral de virtualização afecta hoje não apenas a informação e a comunicação mas também os corpos, o funcionamento económico, os quadros colectivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência” (Lévy, 1996, p. 11).

Na contemporaneidade, as tecnologias são intrínsecas aos indivíduos. Era referida por Castells (2005) como a mudança da cultura material pelo novo paradigma que organiza-se em torno da tecnologia da informação.

Assim, veículos noticiosos tiveram de adaptar-se ao novo formato de comunicação de forma a permitirem a participação e a libertação quanto aos conteúdos. Os *mainstream media* hoje já não atendem à sociedade e são questionados pelo público, porque continuam a priorizar interesses de governos, Estado e empresas. Surgem, portanto, os média alternativos com o objetivo de ouvir as comunidades e produzir informação emancipada e até contestatária, constituindo veículos que podem estimular o debate público. Downing (2001, citado em Couldry & Curran, 2003) expõe que os meios contra-hegemónicos contestam os blocos de poder estabelecidos com uma visão mais ampla de emancipação social.

No entanto, ligações a ideologias políticas sempre existirão. Instrumentos de comunicação estão, por vezes, ligados a partidos políticos de esquerda ou direita, mas não deixam de abrir possibilidades de participação popular, ao contrário dos média tradicionais.

A onda nacionalista e neoliberal mundial fez surgir grupos contestadores da situação política actual, em busca de bem-estar social generalizado, são os excluídos e insatisfeitos que, em conjunto com meios de comunicação alternativos actuates, propõem mudanças na ordem mundial, por meio do ciberactivismo.

Os média alternativos são meios que hoje encontram ecos mais alargados de actuação, com efeito em interveniências nas agendas governamentais, com a libertação proposta pela internet. Os média contra-hegemónicos têm ganho terreno no ciberespaço: a escala de protestos a nível global parece impossível sem a comunicação global e coordenação de capacidades da internet (Couldry & Curran, 2003).

Deste modo, o presente texto avalia o activismo dos média alternativos contra políticas neoliberais na Europa e no Brasil. A proposta do artigo é analisar o papel dos média na cultura política e nas relações sociais de grupos.

O estudo das novas formas de comunicar é importante, na medida em que os novos média podem fomentar a democracia e o pensamento emancipado. Os meios alternativos são colocados como tema da actualidade e de relevância por promoverem a clarificação de ideologias e da informação, além de proporem uma nova ordem social.

COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

De acordo com Lima (1996), hoje vivemos em uma sociedade *media centric* em que o poder dos meios de comunicação é visível no sentido de formação da opinião pública, construção de discursos, sejam eles impregnados de ideologia ou não. Sociedades contemporâneas dependem dos média para a construção do conhecimento público e para a formação e/ou informação política, tomada quotidiana de decisões e posicionamento político (Lima, 1996). Entretanto, os média são centrais em sociedades que possuem sistemas nacionais consolidados de comunicação, grandes corporações que detêm a maior fatia do mercado comunicacional.

Esta é uma discussão importante porque a maior parte dos países ainda não instauraram a chamada Lei de Meios, Lei 26.522/2019 de Serviços de Comunicação Audiovisual promulgada na Argentina em 10 de outubro de 2009 que determina percentuais de propaganda e de acesso ao mercado pelos veículos. A divisão é desigual e alguns meios acabam por não ter concessão para actuar, a não ser pela internet. O Brasil, por exemplo, nunca adoptou a Lei de Meios. A Constituição de 1988 determina que a comunicação não pode, directa ou indirectamente, ser objecto de monopólio ou oligopólio. Esse artigo nunca foi regulamentado pelo Congresso brasileiro. Sobre o marco regulatório da imprensa, o governo de Dilma Rousseff levantou a discussão, mas nada ficou definido.

Em Portugal, a Lei impõe a todos e a cada um dos operadores de rádio e televisão (generalistas ou temáticos informativos de cobertura nacional) que assegurem uma informação que respeite o pluralismo, atenta à forma imediata e generalizada como chega aos espectadores e ao compromisso assumido nos respetivos processos de licenciamento ou de autorização. O país possui uma agência reguladora que actua junto às emissoras de rádio e TV.

Espanha adopta órgãos específicos para a regulação para o sector audiovisual. O país actualizou o seu marco regulatório em 2010.

Com algumas variações entre os países, as entidades reguladoras cuidam tanto da regulamentação, por meio de normas infralegais, quanto

do licenciamento (alocação de frequências, por exemplo) e regulação, com monitoramento do mercado e tomada de decisões a partir de situações dinâmicas – em alguns casos, promovem arbitragem entre atores privados. Entre as funções dos órgãos reguladores está também cuidar do monitoramento e fiscalização e aplicar sanções.

A pós-modernidade está permeada de “culturas mediáticas”. Os meios de comunicação impõem ideologias e discursos políticos à sociedade, na medida em que constroem realidades com posicionamentos sobre os fatos (Schmucler & Mata, 1992). Tais discursos ganham visibilidade através da internet que promove a rápida disseminação de conteúdos que são consumidos diariamente por significativo número de usuários.

Assim, a política entra no rol das questões mais tratadas pelos media. Os meios de comunicação intervêm nas decisões políticas, eleições, direcionam pensamentos e geram repersussões e discussões nas redes sociais. Constroem a realidade social, como um recorte, não são um espelho do real.

Isso é feito por meio do discurso fundamentado em pressupostos cognitivos e definições normativas, com os quais as palavras adquirem uma existência objectiva. Cabe aos meios de comunicação, portanto, codificar a realidade para a percepção do público. Os média funcionam como mediadores entre o real e as pessoas, como o próprio termo diz. E devem aproximar-se ao máximo da verdade dos fatos.

Desta forma, a actividade jornalística pode ser entendida como tendo um “papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes” (Alsina, 1996, p. 18). Trata-se da atribuição de sentido aos fatos pelos profissionais dos média. No entanto, é preciso haver a participação activa do público na construção da realidade, nas inúmeras interações possíveis.

Outro ponto a ser ressaltado é que a notícia, nas sociedades de grandes corporações mediáticas, passa a ser entendida como uma representação social da realidade quotidiana produzida institucionalmente, que se manifesta na construção de um mundo possível (Alsina, 1996). Atendendo, assim, aos interesses comerciais e estatais. As instituições podem ser apreendidas em termos reificados quando se lhes outorga “um status ontológico independente da actividade e da significação humanas” (Berger & Luckmann, 2010).

Porém, os média alternativos fogem a esta lógica e procuram construir a realidade com base em vozes populares.

Para além disto, a polarização dos média é fenómeno mundial hoje. São muitos os veículos de comunicação com extremismos ideológicos de esquerda ou de direita que afectam a informação que deveria ser baseada mais em fatos reais do que opiniões pessoais. No entanto, os media também podem assumir estruturas policêntricas, ou seja, ora apoiam certas instituições, ora empresas, Estado e governos.

Em Portugal, os jornais de maior tradição estão ligados a partidos: *Avante* (do Partido Comunista Português), *Ação Socialista* (do Partido Socialista), e *Povo Livre* (do Partido Social-Democrata). Quer dizer, as linhas editoriais costumam estar claras. Hoje há media online que se posicionam abertamente, como o *Observador*, em favor da política neoliberal (Cristo, 2019). Além de *O Independente*, como contraponto, jornal elitista e conservador. O *Diário de Notícias* também preza pelo conservadorismo (Moura, 2014).

Na Espanha, o Podemos, aposta na comunicação em rede com o intuito de alcançar eleitores jovens. Enquanto isso, os outros jornais optam por serem mais moderados, geralmente de centro mais à esquerda (*El País* e *Público*). Já *Cadena Ser*, *El Correo*, *El Mundo* e *La Razón* são mais conservadores e de direita. A imprensa espanhola, portanto, posiciona-se e se identifica abertamente com ideologias políticas (Chaia, 2008).

No Brasil, a polarização é extrema. São inúmeros meios de comunicação alternativos que carregam milhões de seguidores. Formou-se um extremismo dos média, sobretudo nas redes sociais, após o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff. Surgiram veículos de extrema-direita e de extrema-esquerda (Ortellado & Ribeiro, 2018).

Os média fazem o papel de mediadores entre as organizações políticas e partidárias. E é grande a parcela de responsabilidade que lhe é debitada no processo de esmaecimento dos vínculos de identificação partidária que tem lugar em praticamente todas as principais democracias.

Assim, os meios de comunicação são responsabilizados por mudanças profundas na própria natureza do processo político ao discutir a questão da democracia contemporânea vis-a-vis o globalismo e o localismo e no contexto de uma comparação entre os partidos políticos (Lima, 1996). No mundo pós-moderno, o cenário, é, portanto de indefinições das relações entre os indivíduos e a cena política, muito em virtude de informações desencontradas dos média.

MÉDIA ALTERNATIVOS: DEFINIÇÕES E CIBERESPAÇO

Os média de conotação contra-hegemónica são estruturas de base que utilizam distribuição alternativa, de pequena escala. Instrumentos produtores de uma comunicação formada por conteúdos mais reflexivos e críticos de um jornalismo que foge do lugar-comum, do tradicional e do comercial. No sentido de comunidades, podem provocar a mobilização para discussões e contestações sobre direitos e injustiças sociais. Como forma de organização, os meios alternativos funcionam no sentido de tornar cidadãos interessados em produtores de conteúdos por eles mesmos.

De acordo com Fuchs (2010), são expostos pontos de vista de oposição que questionam todas as formas de heteronomia e dominação. Portanto, não há contra-informação e contra-hegemonia que incluam as vozes dos excluídos. Um objectivo é dar voz aos que não têm voz, poder dos média ao impotente, bem como transcender a filtragem e censura de informações por monopólios corporativos de informação, monopólios estatais, ou monopólios culturais públicos. Eles não dependem do Estado e nem do mercado, horizontalmente estruturados, ao permitir, assim, a participação dentro do quadro de multiplicidade e de democratização (Fuchs, 2010).

Esses meios têm actuação alargada na internet, que permite a libertação e produção sem controlo. É lá que as polarizações são mais evidentes e que a política é devassada em todas as suas formas possíveis. As disputas entre partidos e seus representantes (páginas online e de redes sociais) estão acirradas no ciberespaço. A rede comporta-se como definidora do debate político contemporâneo. No espaço virtual acontecem as discussões e as decisões políticas (Rubim & Colling, 2005).

Outro fenómeno que ganhou força com a internet foi o ativismo. Uma relativa generalização é que a escala de protestos em nível global parece ser impossível sem a comunicação global e coordenação de capacidades da internet: “a escala desse activismo é a maneira em que a preferência de lideranças e redes inclusivas são adequadas para distribuir e multidirecionar capacidades de comunicação da internet” (Couldry & Curran, 2003, p. 24).

Como vários meios de comunicação tornam-se conectados de forma interativa, como lembram Couldry e Curran (2003), a informação flui mais facilmente através das fronteiras tecnológica, social e geográfica. A ascensão das redes globais de protesto visa trazer a justiça social para um regime económico, mundial e neoliberal. Essas redes activistas têm usado novos média digitais para coordenar actividades, planejar protestos e divulgar informações, sobre as suas causas.

MÍDIA NINJA, ESQUERDA.NET E PODEMOS

As páginas tomadas como exemplos da actuação política dos meios de comunicação sobre a sociedade e governos são meios de perfis diferentes. Isso porque trata-se de estruturas distintas. Porém, são veículos que criticam a política actual dos seus países de actuação: Brasil, Portugal e Espanha, e fazem oposição a governos, além de portarem-se como apoios às medidas populares e de justiça social.

“Mídia Ninja”¹ (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) é uma rede descentralizada de média de esquerda, com actuação em mais de 250 cidades no Brasil. Sua abordagem é conhecida pelo activismo sociopolítico, declarando-se ser uma alternativa à imprensa tradicional. O grupo ganhou repercussão internacional na transmissão dos protestos no Brasil em 2013. Actualmente, além das transmissões em fluxo de vídeo em tempo real, pela internet, usando câmaras de telefones móveis, a rede possui um portal de notícias. A estrutura da Mídia Ninja é descentralizada e faz uso das redes sociais, como o Facebook, o Twitter, o Flickr, o Tumblr e o Instagram na divulgação de notícias.

“Esquerda.net”² é um portal de informação alternativa mantido pelo Bloco de Esquerda, mas não se confunde com o site partidário, apresentando uma óptica crítica, de esquerda, na selecção de notícias, na produção do seu noticiário, nas suas fontes de informação. Aprofundam temas e suscitam debates, reflectindo as opiniões do Bloco de Esquerda mas aberta também a personalidades fora do Bloco, nacionais e internacionais, segundo informações do meio. É um portal que aposta no multimédia, na fotografia, nos vídeos de reportagem e de intervenção, nas transmissões directas de eventos e manifestações, e em programas de rádio informativos e culturais, e na interactividade com os leitores. A primeira edição do Esquerda.net saiu em 3 de Julho de 2006.

Já o “Podemos”³ é um partido político espanhol de esquerda fundado em 2014 que possui viés de comunicação actuante. Participou das eleições europeias de 2014, quatro meses depois da sua formação, e obteve cinco cadeiras (de um total de 54), com 7,98% dos votos, sendo a quarta candidatura mais votada em Espanha. Em menos de uma semana tornou-se o partido político espanhol mais seguido nas redes sociais, superando os par-

¹ Ver <http://midianinja.org/>

² Ver <https://www.esquerda.net/>

³ Ver <https://www.facebook.com/pg/ahorapodemos/>

tidos tradicionais, como o PP (de direita) e o PSOE (de centro-esquerda), surpreendendo o *establishment* político espanhol.

CENÁRIOS POLÍTICOS

O Brasil viveu, em 2016, um *impeachment*. O governo de esquerda de Dilma Rousseff foi retirado do poder e deu lugar ao governo de direita de Michel Temer. A partir daí começaram a ser implantadas medidas como a PEC 241 (congelamento do orçamento da educação e saúde por 20 anos); privatizações e a Reforma trabalhista. Em 2018, o Brasil elegeu o presidente de extrema-direita Jair Bolsonaro que propôs um governo antissistema e com intenção de prescindir do Congresso Nacional para levar adiante um programa governamental. O país vive uma crise económica que vem desde o segundo mandato de Dilma Rousseff, mas que se tem agravado, com o risco de uma recessão (Jucá, 2019).

Já Portugal tem hoje um governo de esquerda (apoios Bloco de Esquerda, PCP, Os Verdes e Pessoas-Animais-Natureza). O governo, chamado de “Geringonça” - termo usado pelo, na altura presidente do CDS, Paulo Portas, em paráfrase a uma crónica de Vasco Pulido Valente, no jornal Público - foi possível por causa de moção de rejeição ao governo eleito de Passos Coelho, em 2016. Com maioria de lugares no Parlamento, os partidos de esquerda em aliança com o PS conseguiram que o governo PSD mais CDS não assumisse. O governo de António Costa: devolveu rendimentos, descongelou pensões, empregos, mas ainda falta um afastamento maior da direita, com mais medidas sociais (Esteves, 2017). A política portuguesa passou 10 anos à base da austeridade com o governo de Passos Coelho⁴.

Na Espanha, o primeiro-ministro Mariano Rajoy, do Partido Popular (PP), sofreu uma moção de censura, em junho de 2018, apresentada pelo Partido Socialista Operário Espanhol (PSOE), em razão de denúncias de que o PP se beneficiara do esquema de subornos ilegais para contratos do chamado caso Gürtel. Assumiu Pedro Sánchez, do PSOE, que governou por menos de um ano até convocar as eleições de 2019. O pleito resultou na vitória do PSOE, com a eleição de 123 deputados e alcançando, assim, maioria absoluta no Senado (Cabrita-Mendes, 2018).

⁴ Ver <https://poligrafo.sapo.pt/economia/artigos/as-medidas-mais-polemicas-do-primeiro-orcamento-de-passos-coelho>

CONTEXTO E MÉTODOS

O capitalismo deixou brechas e permitiu discordâncias entre os segmentos sociais excluídos do processo de integração das economias. A sociedade actual polarizada e desnorteada opõe-se ao sistema por meio da comunicação, em vista da perda de valores (Downing, 2002). *Na era do capital*, novas tecnologias não são compatíveis com os sistemas político e económico. No lado social, a dialéctica de abertura económica do neoliberalismo não é capaz de criar uma nova condição de justiça e distribuição de rendimento (Mason, 2016).

Na comunicação, o monopólio enquanto modelo económico hoje já não funciona. Isso porque a internet trouxe informação a custo quase zero. Os tempos são de mudanças e transformações rápidas políticas, sociais e na comunicação. Em meio a medidas de austeridade e políticas anti-sociais, o novo fenómeno da comunicação em rede, participativa e aberta a debates, impacta os efeitos ideológicos sobre o público e propõe discussão sobre novos rumos do jornalismo e da nova ordem mundial.

Este estudo incidiu sobre as páginas alternativas Mídia Ninja, Esquerda. Net e Podemos. Foram analisadas peças de cada um dos perfis do Facebook dos meios online para atestar a crítica aos governos dos países de origem dos média, o posicionamento de esquerda e a defesa da mudança da ordem social actual e, portanto, de medidas populares em busca da justiça social. O Facebook foi escolhido por ser uma rede social que permite a liberação de conteúdos e onde é possível perceber a participação efectiva do público, por meio das suas ferramentas de interacção, além da ressonância da notícia.

RESULTADOS

Os média alternativos estudados actuam como construtores de uma realidade social. Constroem notícias com recorte baseado na defesa popular e na crítica às políticas que defendem a macro economia e as nuances do mercado, e o capital como mola propulsora da sociedade, em detrimento da igualdade de classes e da defesa dos direitos sociais.

Mídia Ninja posiciona-se contra governo de Michel Temer e contra a política aplicada no país. O Brasil tem instaurado hoje um sistema de capital, em que as medidas estão voltadas ao beneficiamento dos grandes empresários e bancos. Segue um modelo de privatizações de empresas públicas, corte do orçamento da saúde, educação e cultura, que são

os direitos diretos do povo, e desprivilégio às minorias. Portanto, a Mídia Ninja actua na produção de notícias de denúncia às leis implantadas pelo governo e análise das consequências dessas medidas para a população. Além de publicações claras de desgosto com o governo de Michel Temer.

Em uma peça publicada em 17 de outubro de 2017⁵, Mídia Ninja expunha, em seu perfil no Facebook, uma fotografia de Temer a dizer: “Urgente! Sua hora está chegando”, fazendo referência às denúncias de corrupção passiva contra o presidente que foram levadas à Câmara de Deputados. A publicação obteve 621 gostos e 122 partilhas.

Esquerda.net pressiona por mais medidas populares, apesar de estar em um país que hoje possui um governo de esquerda. As críticas do Bloco de Esquerda são actualmente à gestão do primeiro ministro, António Costa, do PS, não ter afastado-se o suficiente das políticas de direita.

Em publicação do dia 14 de outubro de 2017⁶, Esquerda.net apontou omissões do governo como o aumento da derrama para grandes empresas e o fim do corte de 10% no subsídio de desemprego.

O Podemos posiciona-se contra governo de Mariano Rajoy e a política aplicada no país. O Podemos acredita que a Espanha vive um estado de excepção democrático com pilhagens públicas permanentes. E pede reformas eleitorais e económicas e suspensão dos direitos sociais de políticos. O partido tem implementado medidas de preservação da saúde, educação, acesso à moradia de maneira mais democrática, enfim, garantia dos serviços públicos em geral. Também tem trabalhado em oposição à onda conservadora na Europa, principalmente quando trata-se de imigração⁷.

O Podemos criticou, em seu perfil do Facebook, no dia 15 de outubro de 2017⁸, o governo do PP na Espanha ao falar do modelo adoptado de desemprego e precariedade e, portanto, esquecimento dos cidadãos. A peça alcançou grande repercussão, chegando a 1,1 mil gostos.

⁵ Ver <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/photos/a.164308700393950/997995450358600/?type=3&theater>

⁶ Ver <https://www.esquerda.net/artigo/oe2018-irs-passa-ser-mais-justo-e-menos-penalizador-dos-rendimentos-do-trabalho/51414>

⁷ Ver <https://podemos.info/programa/?fbclid=IwARoYhiYqKHRkAXIfkFrcGOhhSa5HyWZfn1qoKgzUTs5tlekj9yuWjWzSjC>

⁸ Ver <https://www.facebook.com/pg/ahorapodemos/posts/848689318621142>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação mudou pela conjuntura da globalização, em razão do surgimento de novas tecnologias, pelas culturas individuais que começam a enxergar outras possibilidades de se informar, não só por meio dos jornalistas. Os mecanismos digitais são formatos úteis, sobretudo quando optam pelo rompimento com o jornalismo engessado dos meios mais tradicionais.

A pesquisa contribui no sentido de dar a conhecer esse novo tipo de comunicação de origem nas redes sociais, muitas vezes, e que aposta na informação pela informação, sem omissões e sem edição. A comunicação existe para facilitar a democracia, a resolução das diferenças sociais e impulsionar a inclusão social e igualdade de direitos. Cabe aos estudos científicos divulgar o que propõem os meios noticiosos e qual o comportamento dos veículos mediáticos na nova era das tecnologias da informação.

Na perspectiva política, o artigo traz questionamentos sobre a adequação da comunicação na contemporaneidade ao modelo neoliberal. De maneira a levar a uma reflexão sobre a informação em tempos de crise do capital e maneiras de financiamento de meios que querem romper com a oligarquia na comunicação.

Consideração pertinente a ser mencionada aqui é que a polarização dos meios de comunicação tem gerado disfunções na transmissão da informação. Com as transformações políticas e sociais, e a liberdade de produção, a instabilidade e as discussões são efervescentes, o que denota dificuldade em saber em quem acreditar. Hoje não podemos nos pautar pelas informações fornecidas pela internet e nem mesmo pelos meios mais tradicionais. É preciso um olhar crítico, sobretudo, e formação de opinião crítica.

Outro ponto fulcral é a concessão para actuar. A não ser pela internet, os média alternativos mais populares possuem estruturas desproporcionais se comparadas às grandes corporações. Com financiamentos escassos não conseguem ter grandes equipas de profissionais e investimentos em produção, sendo, muitas vezes, questionados sobre a qualidade. E, ao contrário das previsões, os media alternativos estão perdendo espaço no virtual. Resoluções do Facebook⁹ em 2018 e 2018, personalizaram o *feed* de notícias, por meio da mudança no algoritmo, provocando, assim, a redução de notícias nas linhas do tempo dos usuários, o que comprometeu a actuação dos meios independentes.

Portanto, interessa saber sobre o futuro da comunicação global, acompanhar as mudanças e pesquisar comportamentos dos média e de público

⁹ Ver <https://techcrunch.com/2019/05/16/facebook-algorithm-links/?guccounter=1>

na actualidade. A reflexão sobre a política e a comunicação e a relação entre sociedade, sistema político e formas de conduzir a emissão da informação é crucial em tempos de internet, média alternativos e neoliberalismo.

REFERÊNCIAS

- Alsina, M. R. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (2010). *A construção social da realidade - um livro sobre a sociologia do conhecimento*. Lisboa: Editora Dinalivro.
- Cabrita-Mendes, A. (2018, 30 de novembro). A austeridade de Passos em tempo de crise. *Polígrafo*. Retirado de <https://poligrafo.sapo.pt/economia/artigos/as-medidas-mais-polemicas-do-primeiro-orcamento-de-passos-coelho>
- Castells, M. (2005). *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra.
- Chaia, V. (2008, fevereiro). Internet e eleições na Espanha. *Observatório da Imprensa*, edição 427. Retirado de: <http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/internet-e-eleicoes-na-espanha/>
- Couldry, N. & Curran, J. (2003). *Contesting media power: alternative media in a networked world (critical Media Studies)*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Cristo, A. H. (2019, 25 de fevereiro). Uma frente de esquerda neoliberal. *Observador*. Retirado de <https://observador.pt/opiniao/uma-frente-de-esquerda-neoliberal/>
- Downing, J. (2002). *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac.
- Esteves, M. (2017, 31 de maio). 2015: E, pasmado, o país viu nascer a geringonça. *Negócios*. Retirado de <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/politica/detalhe/2015-e-pasmado-o-pais-viu-nascer-a-geringonca>
- Fuchs, C. (2010). *Alternative media as critical media*. Austria: University of Salzburg.
- Jucá, B. (2019, 21 de maio). Brasil de Bolsonaro retoma vocabulário da crise: manifestação, depressão econômica, impeachment. *El País*. Retirado de https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/20/politica/1558376079_070401.html

- Lei 26.522/2009, de 10 de outubro, República Argentina. Retirado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Lévy, P. (1996). *O que é o virtual*. São Paulo: Editora 34.
- Lima, V. A. de (1996). *Os mídias e o cenário de representação da política*. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, 38. DOI: 10.1590/S0102-64451996000200012
- Lozano, J. (2019, 23 de abril). Incerteza eleitoral augura mais instabilidade política em Espanha. *Agencia EFE*. Retirado de <https://www.efe.com/efe/portugal/destacada/incerteza-eleitoral-augura-mais-instabilidade-politica-em-espanha/50000440-3958809#>
- Mason, P. (2016). *Pós-capitalismo: um guia para o nosso futuro*. Rio de Janeiro: Editora Objetiva.
- Moura, P. (2014, 15 de junho). Os intelectuais de direita estão a sair do armário. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2014/06/15/portugal/noticia/nao-lhes-caem-os-parentes-na-lama-por-serem-de-direita-1639615>
- Ortellado, P. & Ribeiro, M. (2018, 10 de agosto). Gráficos mostram polarização política nas redes sociais no Brasil. *Galileu*. Retirado de <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2018/08/graficos-mostram-polarizacao-politica-nas-redes-sociais-no-brasil.html>
- Rubim, A. A. C. & Colling, L. (2005). Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil. In Correia, J. C. (Eds.) *Comunicação e Política – Estudos em Comunicação* (pp. 11-44). Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Schmucler, H. & Mata, M. C. (Eds.) (1992). *Política y comunicación. Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* Córdoba: Universidade Nacional de Córdoba-Catálogo.

Citação:

Teixeira, L. M. (2019). Activismo em rede: o papel dos média alternativos na crítica à actual política neoliberal de Brasil, Portugal e Espanha. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 479-491). Braga: CECS.

ANNAMARIA PALÁCIOS & PATRÍCIA LIMA

annajatobapalacios@gmail.com; patriciasfigueiredolima@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

A CONSTRUÇÃO E A APROPRIAÇÃO DE TRAÇOS IDENTITÁRIOS BRASILEIROS EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO

RESUMO

Este trabalho apresenta a síntese dos resultados da investigação desenvolvida na dissertação de mestrado intitulada *Olhar do Instituto Brasileiro de Turismo sobre os traços identitários brasileiros: estudo da publicidade turística institucional*. Com o objetivo de investigar como o Ministério do Turismo do Brasil, através do Instituto Brasileiro do Turismo – Embratur –, realiza a incorporação de traços identitários brasileiros na construção da imagem turística do país veiculada em outros países, através de campanhas publicitárias voltadas para os públicos internacionais podemos concluir que, embora seja representada uma maior diversidade de atrativos turísticos em relação à campanhas anteriores promovidas pela Embratur, notamos uma visão unificada e homogeneizante sobre as identidades brasileiras, associada especialmente à alegria e à hospitalidade. Por meio da utilização de estereótipos socialmente validados acerca do país (como a capoeira e o futebol) e sua conjunção com aspectos menos difundidos a respeito da imagem turística do Brasil (a exemplo do maracatu), a Embratur apresenta um país com uma rica diversidade cultural.

PALAVRAS-CHAVE

Identidades; publicidade; turismo; imagem turística

INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que a cultura midiática e o discurso publicitário turístico possuem um relevante papel na construção da imagem sócio-cultural de destinos turísticos, este trabalho apresenta a síntese dos resultados da investigação desenvolvida na dissertação de mestrado intitulada *Olhar do Instituto Brasileiro de Turismo sobre os traços identitários brasileiros: estudo da publicidade turística institucional*.

O objetivo do trabalho foi investigar como o Ministério do Turismo do Brasil, através da Embratur, realiza a incorporação de traços identitários brasileiros na construção da imagem turística do país veiculada em outros países, através de campanhas publicitárias voltadas para os públicos internacionais.

A campanha que compõe o corpus central do trabalho, cujo *slogan* é “O mundo se encontra no Brasil. Venha celebrar a vida”, foi elaborada a partir das orientações do *Plano de marketing turístico internacional – Plano Aquarela 2020*¹, instrumento norteador das ações promocionais da Embratur para a década em que o Brasil sediou os dois principais eventos esportivos mundiais: Copa do Mundo de Futebol, em 2014, e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, em 2016.

IDENTIDADES E PUBLICIDADE TURÍSTICA

Diversos teóricos (Canclini, 2008; Hall, 1997; Vieira, 2009) apontam para o enfraquecimento da ideia de identidades nacionais unificadas. Outros apontam para a concepção de que as identidades culturais foram inventadas (Silva, 2012) e construídas pelo Estado (Bauman, 2005). Em diálogo com os referidos autores, partimos do entendimento de que as identidades são variáveis, dinâmicas, relacionais, narradas e marcadas simbolicamente através de processos de representação, especialmente nos processos globalizados e de mediação que marcam a contemporaneidade.

A comunicação turística surge, dentro deste contexto de mediação globalizada, como elemento chave na diferenciação dos destinos através da utilização das expressões culturais e de características naturais como forma de distinção no mercado turístico globalizado.

Por ser uma atividade complexa, dinâmica e que promove o intercâmbio entre pessoas de diferentes culturas e origens econômicas, sociais e políticas, o turismo exerce relevante influência sobre os núcleos receptores, tanto em relação aos aspectos ambientais como em relação à sua dinâmica social e cultural. E, diante da complexidade e especificidade do produto turístico, a comunicação turística deve englobar diversos suportes e estratégias para atingir e influenciar os diferentes tipos de turistas. Para Voisin (2004, p. 7), a comunicação turística “toca as imagens identitárias de um território, a memória coletiva e social de um povo” já que as

¹ Retirado de http://www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/export/sites/lai/galerias/download/Plano_Aquarela_2020.pdf

representações difundidas através dela trazem repercussões significativas sobre o olhar que as comunidades receptoras dirigem a si mesmas diante dos visitantes.

A publicidade turística, de acordo com Conceição (1998, p. 72), promove o processo de antecipação da experiência de consumo ao turista. O discurso promocional deve, segundo a autora, retratar aquilo que o turista irá encontrar, transformando a viagem em algo que reflita “o universo, os gostos e as aspirações de quem deseja partir”

Além disso, compreendemos que além de antecipar experiências, a publicidade turística tem o papel criar uma imagem atraente, fazer conhecer, estimular e seduzir o potencial turista a conhecer um destino turístico específico. Entretanto, através da utilização de recursos visuais e simbólicos, esta forma de comunicação publicitária acaba por confirmar e reativar estereótipos e formas de representação já massificadas em relação a lugares, contribuindo, muitas vezes, para o fortalecimento de imaginários alusivos aos lugares que, não necessariamente, correspondem às práticas cotidianas de seus moradores.

Deste modo, veremos na próxima seção, como a publicidade institucional promovida pela Embratur, tem estimulado o conhecimento e a realização da visita de estrangeiros ao Brasil por meio da utilização dos traços identitários alusivos ao país.

“O MUNDO SE ENCONTRA NO BRASIL. VENHA CELEBRAR A VIDA”

A partir da elaboração do *Plano de Marketing Turístico Internacional do Brasil, o Plano Aquarela 2020*, é divulgada uma campanha publicitária direcionada especificamente para o público internacional intitulada “O mundo se encontra no Brasil. Venha celebrar a vida”, lançada na abertura das Olimpíadas de 2012, em Londres. “O mundo se encontra no Brasil”, segundo a Embratur, se refere à história de miscigenação do país e aos encontros promovidos pelos grandes eventos internacionais, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. “Venha celebrar a vida” convida pessoas de todo o mundo a experimentar experiências inesquecíveis no país (Instituto Brasileiro de Turismo, 2012b).

O objetivo desta campanha, de acordo com a Embratur, é realçar a riqueza cultural como um diferencial do Brasil. A campanha pretende ressaltar que, além da variedade de destinos, o país oferece gastronomia, manifestações artísticas e grandes festivais culturais em todas as regiões. A ideia é mostrar estes pilares que, somados à simpatia do povo brasileiro,

proporcionariam experiências aos turistas que somente são possíveis de ser vivenciadas no Brasil (Instituto Brasileiro de Turismo, 2012b).

A campanha tem como mercados prioritários alguns países da América Latina, Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemanha, França, Itália, Espanha, Portugal e Holanda. O público alvo prioritário, de acordo com a Embratur, é de pessoas com alto poder aquisitivo, com idade entre 25 e 55 anos.

O principal veículo utilizado foi a internet, por meio da qual foram lançados vídeos no YouTube, aplicativo em redes sociais, *displays* em sites, links patrocinados no Google, publicações nas redes sociais da Embratur (Twitter, Facebook e Youtube), dentre outros. Também foram veiculados anúncios em revistas e jornais impressos, comerciais em canais televisivos, mídia exterior, plotagem em táxis, ônibus e aeroportos, dentre outros.

Consideramos que uma campanha publicitária corresponde a um conjunto de peças que possuem uma identidade entre si e que foram concebidas através de objetivos estabelecidos, em geral, dentro de um plano de marketing. Garcia, Rocha Júnior e Sant'anna (2009, p. 140) fazem uma analogia da campanha como se fosse um quebra-cabeças, “em que cada peça tem seu lugar, ocupa estrategicamente um espaço, conduz uma parte essencial da mensagem total”.

Do ponto de vista mercadológico, Gastaldo (2013) considera um anúncio ou uma campanha publicitária um elemento que compõe uma estratégia de marketing – “uma peça na complexa maquinaria mercadológica – que inclui redes de distribuição de produtos, posicionamento frente à concorrência, política de preços etc.” (Gastaldo, 2013, p. 72). Entretanto, em um enquadramento que considera antropológico, o autor afirma que o anúncio publicitário deve ser visto como “uma janela que se abre sobre a lógica simbólica da sociedade na e para a qual foi concebido” (Gastaldo, 2013, p. 72). Assim, segundo esse ponto de vista, a publicidade manipula elementos da cultura e reapresenta-os sob a ótica de mercado e, por isso, apresenta-se como uma rica fonte de acesso a imaginários sociais.

Deste modo, pretendemos a partir da análise de algumas das peças publicitárias desta campanha, acessar os dois pontos de vista do discurso publicitário: o que motiva a sua criação, produção e veiculação; e, ao mesmo tempo, os conteúdos simbólicos nele presentes.

ANÚNCIOS

Partimos da compreensão que o anúncio é a materialização verbal e visual do discurso de uma campanha publicitária. Os anúncios aqui analisados, veiculados em revistas e jornais dos mercados alvo, mostram personagens estrangeiros e brasileiros interagindo em diferentes destinos turísticos do país, ressaltando, de acordo com a Embratur (2012a) diferentes aspectos da cultura brasileira.

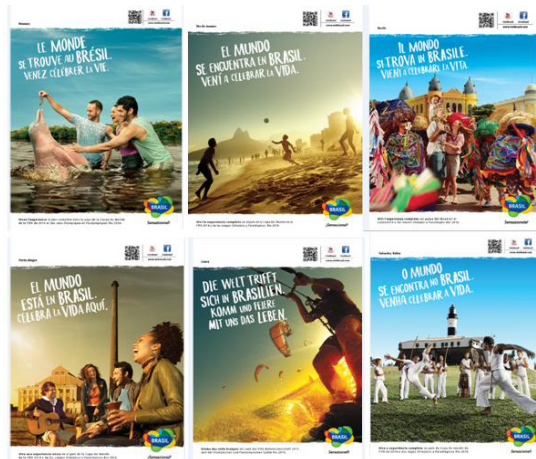


Figura 1: Anúncios da campanha “O mundo se encontra no Brasil. Venha celebrar a vida”

Fonte: Mensagem pessoal recebida no dia 28 de abril de 2014

Do total dos 15 anúncios que compõem esta campanha, optamos por apresentar uma análise, neste trabalho, de três que fazem referência, mais diretamente, a elementos da cultura e identidades brasileiras.

Para tanto, trataremos como referenciais teórico-metodológicos uma leitura interpretativa dos anúncios, utilizando as contribuições de Maingueneau (2004) no que se refere à análise do discurso para os enunciados verbais em seu contexto comunicacional. Este instrumental serve como aporte metodológico a fim de realizar uma identificação e análise mais sistemática dos elementos verbais e icônicos presentes nos anúncios sem, contudo, representar uma rigidez analítica.

Segundo Maingueneau (2004, p. 95), “toda fala procede de um enunciador encarnado; mesmo quando escrito, um texto é sustentado por uma

voz – a de um sujeito situado para além do texto”. Deste modo, o autor faz referência a um conceito primordial em uma análise de discurso, que se faz mais evidente quando se trata do gênero publicitário: a noção de *ethos*.

De acordo com o autor, o *ethos* é uma noção discursiva, fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro e, ao mesmo tempo, “uma noção fundamentalmente híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica” (Maingueneau, 2008, p. 17).

A noção de *ethos* aplicada à análise do discurso proposta por Maingueneau (2008) nos ajuda a compreender, especialmente por tratarmos neste trabalho do gênero publicitário, o que faz os sujeitos aderirem a um discurso (para além da persuasão a partir de argumentos). Segundo o teórico, o discurso publicitário contemporâneo mantém uma relação privilegiada com o *ethos*, pois “busca efetivamente persuadir ao associar os produtos que promove a um corpo em movimento, a uma maneira de habitar o mundo” (Maingueneau, 2008, p. 19). Além disso, a publicidade, segundo ele, apoia-se em estereótipos validados, para encarnar o que prescreve.

Orientando-se a partir dos pressupostos de Maingueneau a respeito dos estereótipos, Heine (2009, p. 66) explica que os estereótipos, gestados socialmente, influenciam tanto a construção do *ethos* pré-discursivo (primeira imagem que se faz do enunciador) quanto do *ethos* discursivo (circunscrito à enunciação, sendo a imagem que o enunciador cria de si discursivamente). A autora defende que “a estereotipagem leva o co-enunciador a observar a realidade, tomando como base uma dada representação social cristalizada”. Heine (2009) ressalta ainda que os estereótipos podem ser confirmados pelo o que Maingueneau (citado por Heine, 2009) chama de cena validada, ou seja, a que está instalada na memória coletiva e é aceita como padrão.

O autor entende que o *ethos* é composto por uma instância subjetiva que desempenha o papel de fiador do que é dito através do discurso. A este fiador, cuja construção é feita a partir de indícios textuais de diversas ordens, são atribuídos um caráter e uma corporalidade. O caráter corresponderia a uma gama de traços psicológicos e a corporalidade seria a compleição corporal, os dois construídos a partir de uma diversidade de representações sociais e estereótipos culturais que circulam em diversos domínios, tais como literatura, fotos, cinema, publicidade, dentre outros (Maingueneau, 2004).

Partimos agora para a descrição e análise de um anúncio da referida campanha, que retrata o cenário do carnaval na cidade de Recife, no estado de Pernambuco, conforme pode ser visto a seguir.



Figura 2: Anúncio Recife

Fonte: Mensagem pessoal recebida no dia 28 de abril de 2014

Este anúncio traz como cenário uma celebração cultural típica de Pernambuco, o Maracatu, realizada no centro histórico da capital do Estado, Recife. Essa construção discursiva remete à imagem de um local cuja cultura é dinâmica e harmoniosa, visto que uma expressão popular e festiva ocorre em meio a edificações históricas revitalizadas – uma não anula a outra, ao contrário, embora seja uma celebração popular, a história do lugar, através dos seus edifícios, se mantém valorizada.

Para o reconhecimento do Maracatu enquanto expressão cultural brasileira, tipicamente pernambucana, sem dúvida alguma há a necessidade de uma competência enciclopédica por parte do coenunciador, ou seja, um conhecimento cultural prévio. Entretanto, embora o carnaval do Recife seja uma das maiores festas populares do país, é pouco provável que a maioria dos coenunciadores, formada por pessoas que compreendem o idioma italiano, reconheça esta expressão cultural. Contudo, ainda que não reconheça o Maracatu, o universo de sentido construído é o de uma festa popular, colorida, que envolve dança e música e um tanto exótica – o exotismo fica por conta das roupas brilhantes e volumosas em meio ao calor de um dia ensolarado.

A presença central no anúncio do grupo familiar, com fenótipos e vestimentas bem diferentes das pessoas à sua volta, indica que os mesmos

são turistas. Os personagens possibilitam a identificação e a adesão do coenunciador ao anúncio – o leitor pode se identificar com esses personagens e querer, também, se envolver e viver aquela experiência cultural alegre, festiva e exótica em um país distante, na América do Sul, que se torna mais conhecido agora em virtude da realização da Copa do Mundo e das Olimpíadas.

O “mundo ético” (Maingueneau, 2008) de um jovem núcleo familiar, composto por um casal e seu filho, representa também um posicionamento do anunciante em relação a seu leitor. A cidade do Recife (aqui representando o Brasil) encarna o *ethos* do exotismo cultural, estereótipo normalmente relacionado ao país, para atrair seu público alvo. Contudo, a escolha por um núcleo familiar como fiadores deste anúncio indica que, apesar do exotismo, este destino turístico está preparado, oferece segurança e é indicado para diferentes perfis de público e faixas etárias, incluindo crianças.

É possível perceber no anúncio que, como bem aponta Conceição (1998, p. 84), a promoção turística vê-se obrigada a indicar o que denomina de ritualização das práticas turísticas, ou seja, “a materialização das suas ofertas sob a forma de um produto passível de apropriação/consumo”. Ao mesmo tempo, conforme a autora aponta, a publicidade turística propõe-se realizar uma antecipação da experiência a ser vivida pelo consumidor, peça fundamental para a sedução dos potenciais turistas. Quando os personagens, no caso deste anúncio, estão imersos na manifestação cultural, a construção discursiva pretende antecipar a experiência a ser vivida (não apenas contemplada) naquele destino turístico – Recife.

Seguimos para o próximo anúncio, cujo cenário em destaque é uma praia na cidade do Rio de Janeiro.



Figura 3: Anúncio Rio de Janeiro

Fonte: Mensagem pessoal recebida no dia 28 de abril de 2014

Este anúncio, repleto de significantes, retrata uma bela praia na cidade do Rio de Janeiro. A cena de enunciação construída demonstra que, no destino mais conhecido internacionalmente do Brasil, as pessoas aproveitam o dia, especificamente a praia, para praticar futebol, esporte mais apreciado pelos brasileiros. O significado mais aparente é a correlação da prática esportiva com a realização dos eventos esportivos internacionais realizados no país em 2014 e em 2016.

Neste anúncio, o universo de sentido a que se remete o discurso inclui valores como a celebração e a realização de práticas esportivas. Ao coenunciador é prometida a experiência de apreciar o futebol não apenas através dos confrontos nos estádios de futebol: o visitante pode “viver a experiência completa” e jogar bola em um fim de tarde de uma bela praia carioca.

Embora em outros anúncios da campanha sejam evidenciadas expressões culturais menos conhecidas internacionalmente, no anúncio do Rio de Janeiro são reforçados dois símbolos bastante massificados na mídia internacional e na própria trajetória discursiva da Embratur a respeito do Brasil: praia e futebol.

Gastaldo (2005, p. 116) considera que, embora a mítica do país do futebol seja fruto de um processo histórico e social de mais de cinquenta anos, o futebol é atualmente um dos “principais emblemas da identidade brasileira, juntamente com o samba e as chamadas religiões afrobrasileiras”. Segundo o pesquisador, o futebol é um fato social de extrema importância simbólica no Brasil e esta indissociavelmente ligado à sua midiaticização.

Deste modo, o anúncio da cidade do Rio de Janeiro dialoga com essa importância simbólica do futebol, valendo-se desse estereótipo bastante disseminado em relação à imagem do país, sobretudo porque a estratégia de veiculação desta campanha é divulgar o país no período que antecede a Copa do Mundo.

Além do futebol, a peça também remete ao turismo de sol e praia, realça as belezas naturais do Rio de Janeiro e, sobretudo, valoriza a ideia de aproveitar o dia e “celebrar a vida” em um cenário que é ocupado por cariocas, brasileiros e turistas.

O próximo anúncio a ser analisado possui como cenário a cidade de Salvador.



Figura 4: Anúncio Salvador

Fonte: Mensagem pessoal recebida no dia 28 de abril de 2014

Este anúncio destaca a presença de uma importante expressão cultural brasileira – a capoeira. Considerada em dezembro de 2014 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco como Patrimônio Imaterial da Humanidade, a Capoeira, de acordo com informações do Ministério da Cultura, foi

originada no século XVII, em pleno período escravista, a capoeira desenvolveu-se como forma de sociabilidade e solidariedade entre os africanos escravizados, estratégia para lidarem com o controle e a violência. Hoje, é um dos maiores símbolos da identidade brasileira e está presente em todo território nacional, além de ter praticantes em mais de 160 países, em todos os continentes. (Ministério da Cultura, 2016)

Há, como vimos, uma forte associação, segundo o próprio Ministério da Cultura, da capoeira com a identidade brasileira e seu reconhecimento mundial. A Embratur, portanto, apropria-se desta “cena validada” de que a capoeira é uma forte expressão da cultura brasileira para atrair a adesão de seu público alvo.

Contudo, a realização da capoeira neste anúncio é representada pela prática e não apenas vista como uma atividade a ser contemplada por turistas. O coenunciador deverá aderir ao universo de sentido construído pelo anúncio, através do *ethos* que inclui valores como hospitalidade, acolhimento e valorização do outro e da diversidade cultural assumido pela postura dos fiadores, e poderá, caso realize a viagem ao destino turístico retratado, viver essa experiência cultural.

Diferente do que costuma-se ver em rodas de capoeira no Centro Histórico de Salvador, especialmente em frente ao tradicional atrativo Mercado Modelo, no qual grupos de capoeira compostos majoritariamente por jovens negros e baianos fazem diversas acrobacias e, em sua volta, inúmeros turistas permanecem assistindo e fotografando ao “espetáculo” corporal muitas vezes encenado por eles, na construção cênica deste anúncio não há observadores externos à roda de capoeira. Aqui estão todos reunidos, fazendo parte da roda, praticando, tocando e cantando, juntos, a capoeira.

Cabe destacar a escolha da capoeira em detrimento aos atrativos que, tradicionalmente, compõem os anúncios publicitários a respeito de Salvador, como o conjunto arquitetônico do Pelourinho e as belezas naturais da cidade. A escolha da capoeira, junto a um importante símbolo da cidade de Salvador – o Farol da Barra, indicam a valorização de uma manifestação cultural dinâmica e que remete à herança dos povos africanos trazidos ao Brasil durante a colonização do país.

Ademais, o conjunto de significantes composto pela edificação histórica do Farol da Barra, o grupo heterogêneo praticando capoeira, o céu azul e o gramado bem preservado sintetizam a promessa de experiência a ser vivida no país, anunciada pelo enunciador, neste e nos outros anúncios da campanha: um país que preserva sua cultura e sua história, que possui um clima agradável e ricas expressões culturais e que, sobretudo, abriga a diversidade étnica.

Em todos os anúncios da campanha são valorizados o que chamamos aqui de consumo da experiência, ou seja, a realização da prática turística que vai além da contemplação de monumentos, manifestações culturais ou belos cenários naturais: por meio dela o turista vivencia uma experiência mais próxima da realidade local. Nesta campanha os personagens (brasileiros ou turistas – muitas vezes não é possível identificar) aparecem interagindo, celebrando entre si, em harmonia com o ambiente. Todos revelam ações humanas, ligadas ao lazer. Ou seja, a promessa no discurso é que o turista que vier ao país terá a oportunidade de, mais do que contemplar uma bela cidade ou assistir uma manifestação cultural, vivenciá-las junto com os brasileiros e com os demais turistas de outras nacionalidades.

O *ethos* discursivo presente na totalidade dos anúncios remete sempre à hospitalidade, valorização da diversidade, a interação entre as pessoas e a celebração cotidiana. O país mostrado nos anúncios é um lugar que reúne belezas naturais e diversidade cultural de modo harmonioso, sem retratar problemas sociais, pobreza, violência ou conflitos raciais. O

discurso turístico promovido pela Embratur retrata um país cujo principal diferencial é o modo de viver de seus habitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise do conjunto de anúncios, podemos concluir que, ainda que seja representada uma maior diversidade de atrativos turísticos em relação à campanhas anteriores promovidas pela Embratur, notamos uma visão unificada e homogeneizante sobre os brasileiros, como se todos compartilhassem uma identidade única, associada especialmente à alegria e à hospitalidade, como traço cultural inerente à população brasileira. Ao mesmo tempo, observamos que estratégias discursivas da referida campanha estão, majoritariamente, voltadas para a alusão e o apelo para o desfrute, à fruição, da experiência turística e também para o encontro pacífico e festivo entre diferentes culturas.

Por meio da utilização de estereótipos socialmente validados acerca do país (como a capoeira e o futebol) e sua conjunção com aspectos menos difundidos a respeito da imagem turística do Brasil (a exemplo do maracatu), a Embratur apresenta um país com uma densa diversidade cultural. Ademais, é possível perceber uma representação idealizada e estereotipada sobre a realidade brasileira, sobretudo no que tange aos aspectos sociais, raciais, econômicos e ambientais do país.

Por fim, questionamos se é possível divulgar a imagem de um país enquanto produto turístico sem reforçar estereótipos culturais homogeneizantes a respeito das identidades culturais visto que a publicidade se baseia justamente em conteúdos culturais socialmente compartilhados e, ao mesmo tempo, se é possível representar algo tão complexo e dinâmico como um lugar sem incorrer em simplificações e generalizações.

REFERÊNCIAS

- Bauman, Z. (2005). *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Canclini, N. G. (2008). *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Conceição, C. P. (1998). Promoção turística e (re)construção social da realidade. *Sociologia: Problemas e Práticas*, 28, 67-89. Retirado de <http://sociologiapp.iscte.pt/pdfs/12/125.pdf>

- Garcia, L. F. D., Rocha Júnior, I. & Sant'anna, A. (2009). *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Cengage Learning.
- Gastaldo, E. (2005). Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. *CAMPOS Revista de Antropologia Social*, 6, 113-123. DOI: 10.5380/cam.v6io.4512
- Gastaldo, E. (2013). *Publicidade e sociedade: uma perspectiva antropológica*. Porto Alegre: Sulina.
- Hall, S. (1997). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Ed.
- Heine, P. (2009) *Navegando na enunciação digital: processos de construção do ethos em blogs de pré-universitários e universitários*. Tese de doutoramento, Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil. Retirado de <http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/11008>
- Instituto Brasileiro de Turismo (2012a). *Prestação de contas ordinária anual. Relatório de gestão do exercício de 2011*. Brasília, DF: Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo. Retirado de http://www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/export/sites/lai/galerias/download/RelatorioGestaoEmbratur2011.pdf
- Instituto Brasileiro de Turismo (2012b). *Encarte da campanha publicitária “O mundo se encontra no Brasil. Venha celebrar a vida”*. Brasília: DF.
- Lima, P. de S. F. (2016). *Olhar do Instituto Brasileiro de Turismo sobre os traços identitários brasileiros: estudo da publicidade turística institucional*. Universidade Federal da Bahia.
- Maingueneau, D. (2004). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez.
- Maingueneau, D. (2008). A propósito do ethos. In A. R. Motta & L. Salgado (Eds.), *Ethos discursivo* (pp. 11-19). São Paulo: Contexto..
- Ministério do Turismo (2016). *Capoeira*. Brasília, DF. Retirado de http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/id/1230742
- Silva, T. T. da. (2012). A produção social da identidade e da diferença. In T. T. Silva (Ed.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais* (pp. 73-133). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Vieira, L. (2009). Morrer pela pátria? Notas sobre identidade nacional e globalização. In L. Vieira (Ed.), *Identidade e globalização: impasses e perspectivas da identidade e a diversidade cultural* (pp. 61-86). Rio de Janeiro: Record.

Voisin, J. (2004). Comunicação turística, memória, identidade: uma proposta de abordagem e dois casos (Ilhéus-Bahia e La Rochelle-França). *Revista Espaço Acadêmico*, 37, 1-22. Retirado de <http://www.espacoacademico.com.br/o37/37evoisin.htm>

Citação:

Palácios, A. & Lima, P. (2019). A construção e a apropriação de traços identitários brasileiros em anúncios publicitários do Instituto Brasileiro de Turismo. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 492-505). Braga: CECS.

MARIO JÚNIOR & CRISTIANE FINGER

marioabelbj@gmail.com; cristiane.finger@pucrs.br

**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA – UNISUL | PONTIFÍCIA
UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – PUCRS, BRASIL**

A TELEVISÃO E A FORMAÇÃO DE UMA MEMÓRIA TELEAFETIVA

RESUMO

Este estudo objetiva discutir a função da televisão como dispositivo para a formação de uma memória teleafetiva do telespectador. Analisa o Canal Viva no Brasil, do Grupo GloboSat, que consiste numa programação que, na sua maioria, pertence ao arquivo da Rede Globo de Televisão e possui uma grade formada por telenovelas, programas de humor, musicais, seriados, filmes antigos e algumas produções do próprio canal. Como metodologia aplicada, utilizamos a análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011), a qual estabelece a investigação sobre os sentidos semânticos dos comentários dos telespectadores publicados no site de rede social Twitter, observando os verbos, os adjetivos e expressões que proporcionam um sentido. Os resultados mostraram que, além de afetiva, há uma memória teleafetiva, resultante dos efeitos emocionais advindos com a televisão, da socialização e dos afetos construídos com os grupos de referência. Os grupos de referência interferem para a aquisição dos sentimentos e a TV consiste num destes conjuntos, que além de auxiliar na formação dos afetos, tem a possibilidade de atuar como objeto de evocação da memória.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; televisão; memória teleafetiva; redes sociais; Canal Viva

INTRODUÇÃO

Para Wolton (1996), a televisão cria um laço social justamente nesta função de religamento, que nos insere em uma unidade. Serve como instrumento de comunicação entre indivíduos pelo fato de pautar suas conversas sobre o que se vê na TV e não ao que se assiste. Por isso ela é um objeto que possibilita a conversação, dentro e fora de casa, sobre o conteúdo

exibido: “nisso é que ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários” (Wolton, 1996, p. 16).

O objetivo desta pesquisa é discutir a função da televisão como elemento socializador capaz de formar uma memória teleafetiva no telespectador. Estudar esta relação afetiva e emocional da audiência nos interessa para compreendermos como isso pode alterar um comportamento e provocar reações a partir de uma programação reexibida tempos depois.

Como objeto de estudo analisamos o Canal Viva, do Grupo GloboSat, que em maio de 2017 completou sete anos no ar. Estreou no dia 18 de maio de 2010. A programação, na sua maioria, consiste de produtos que pertencem ao arquivo da Rede Globo de Televisão. Essa grade é formada por telenovelas, programas de humor e musicais, seriados, filmes antigos e algumas produções do próprio canal.

Como procedimentos metodológicos, utilizamos a análise de conteúdo, de Laurence Bardin (2011). Com ela é possível classificar e categorizar as mensagens. Definimos estudar os sentidos semânticos descritos, avaliando verbos, adjetivos e expressões, que direcionam a um entendimento sobre o que pensam, fazem e recordam o público que assistiu no Canal Viva, em 2016, a telenovela *Laços de família*.

Os resultados expõem que a memória teleafetiva evidencia a reformulação de um laço social, fortalecida pelos grupos de referência, auxiliando na constituição de memórias e afetos.

TELEVISÃO: FUNÇÃO E RELAÇÃO SOCIAL

Estamos sempre diante de algo que é contado. Orozco (2014, p. 97) observa que na TV há uma série de narrativas inesgotáveis de histórias, “algumas com pretensão de serem reais, outras apenas ficção”, que transformam a TV em uma “tecnologia em ebulição”. Considerada um objeto desejado e mobilizador de boa parte de um país, é nesta ebulição que se situam as expectativas da sociedade em relação ao que é exibido.

Para Orozco, a TV foi e continuará sendo uma instituição educadora, mesmo que, às vezes, atue de forma involuntária. “A TV nos ensinou, nada menos, do que sermos espectadores!”, diz ele (Orozco, 2014, p. 98). Espectadores bons ou ruins para o desgosto dos críticos da mídia e alegria dos anunciantes. Somos, neste sentido, espectadores conformados com a audiência e aprendemos a gostar do tipo de espetáculo que nos faz chorar e rir e acreditar no que é dito (Orozco, 2014). No entanto, por todas as

discussões que possam surgir sobre a televisão, positivas ou negativas, ela constitui uma ligação com o grande público ao oferecer, não mais somente em sua casa, mas também em aparelhos móveis, uma variedade contínua de imagens.

Não é um objeto nobre, segundo Wolton (1996), pois possui discursos convencionados e clichês. Todavia é aceite. Não é unívoca, ou seja, não se tem uma única interpretação quando analisada por intelectuais, pesquisadores e público em geral. Conforme as etapas de sua existência, a televisão pôde ser avaliada de forma diferente e, de acordo com o autor Wolton (1996, p. 46), apresentar-se como “testemunha, companhia ou lembrança”.

Acreditamos que isso ocorreu nas fases da televisão, tendo em vista a oferta e o efeito provocado na audiência. “A TV é um dispositivo audiovisual poderoso pelo seu alto grau de fidelidade e verossimilhança na re-produção de realidades”, diz Orozco (2014, p. 99). Porém configura um objeto representado e não uma realidade. É sempre uma produção, explica o autor, próxima da imagem original.

Este enquadramento acontece em função da continuidade de imagens, que, em alguns momentos, segundo Martin-Barbero e Rey (2001), se dá pela tela acesa. De certa forma, o dispositivo luminoso que projeta imagens em movimento constitui “molduras” de realidades, que podem ser reais ou não. Projeção essa que ocorre por estarmos diante de uma “abertura” sobre a qual vimos o mundo representado. Cádima (2006, p. 34) explica que a TV, desde a sua existência, mesmo exibindo de modo transparente o cotidiano, expondo de forma contínua sessões ambíguas e perigosas, é considerada “uma janela aberta sobre o mundo”. Uma janela que, para o autor, faz crer uma ilusão das aparências, um mundo construído pela própria televisão: “não há dúvida, pois, que o Mundo está perigoso. Não há dúvida, pois, que a televisão está perigosa. Resta saber, talvez pensar, quem é que abre a janela a quem” (Cádima, 2006, p. 34).

Ao refletir sobre quem traz estas “aberturas”, Cádima (2006) explica que a essência da televisão é a reprodução de uma realidade. Tanto nos telejornais, quanto na ficção, o que vimos são acontecimentos e situações que ela, a TV, determina e “escolhe”.

Dentro de uma visão sociológica, para Wolton (1996), o problema essencial da televisão é manter a relação entre o consumo individual de uma ação que é coletiva. São as duas dimensões contraditórias que fazem o seu sucesso. Consiste em oferecer algo particular em uma atividade que é coletiva: “é a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade que

faz dessa técnica uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea” (Wolton, 1996, p. 15). Sozinhos e em casa, acompanhamos uma programação para nos satisfazer, mas que é produzida para um grande grupo. Isso pode ser um desafio, visto que possuímos preferências distintas em relação ao formato e gênero televisivo.

Compreender o que se quer e quem é este público se faz necessário para o futuro do meio. Há, como dito por Wolton (1996), os que buscaram entender o caminho da fragmentação do público e os que, assim como ele, pensaram que a grande força da televisão está na incerteza do encontro entre oferta e procura.

MEMÓRIA E MEMÓRIA TELEAFETIVA

A memória é considerada um espaço onde guardamos as informações que adquirimos ao longo da vida, um lugar de armazenamento. As lembranças surgem porque estão inseridas neste ambiente. São emitidas cada vez que a memória é chamada, ou seja, só é possível “chamar” as recordações porque estão dentro de uma memória (Izquierdo, 2016).

Além de ser evocada, a memória exerce um papel sociocultural relevante, na medida em que traz contextos significativos para a compreensão de como vivem e atuam as sociedades.

Izquierdo (2011, p. 11) destaca que a memória consiste na “aquisição, formação, conservação e evocação de informações”. O sujeito adquire porque aprende e, por isso, só registra o que foi aprendido. É a partir deste registro que as evocações aparecem. Para o autor, a “evocação é também chamada de recordação, lembrança, recuperação. Só lembramos aquilo que gravamos”.

No entanto, este arquivo também acontece em função do contato social e coletivo que possuímos. Aprendemos e guardamos reminiscências pelo contato com outras pessoas e com os grupos de referências.

É importante pensar neste aspecto, visto que a memória vem trazer esta reconstrução sobre uma lembrança, seja através de amigos, familiares ou até mesmo revisitando uma cidade, um conhecido ou antigo local de trabalho. Todos trarão recordações que serão otimizadas diante da interferência do hoje, mas que tem por base uma interação social.

A visita aos lugares faz lembrar fatos que podem ser pessoais, únicos. Todavia, estão ligados também a outros sujeitos, pelo mesmo ambiente e espaço provocador da lembrança. A coletividade se dá por este mesmo ponto.

Como diz Halbwachs, as nossas memórias continuam coletivas e são acionadas por outros, mesmo em situações e eventos (como ele gosta de referir), em que estivemos sós. Para ele, o sujeito nunca está sozinho: “não é preciso que outros estejam presentes, materialmente distintos de nós, porque sempre levamos conosco e em nós certa quantidade de pessoas que não se confundem” (Halbwachs, 2003, p. 30).

A presença do indivíduo em um grupo não necessariamente deve ser física, mas na forma adotada para retomar às formas de pensamentos e vivências proporcionadas pelo grupo: “para confirmar ou recordar uma lembrança, não são necessários testemunhos no sentido literal da palavra, ou seja, indivíduos presentes sob uma forma material e sensível” (Halbwachs, 2003, p. 31). Esta participação coletiva vai além da presença física, pois está ligada a outras formas de “estar junto”.

Da mesma forma em que ao viajar sem a presença de uma companhia a um país desconhecido, mesmo só, sem ninguém próximo para conversar, outros indivíduos estão ali, constroem juntos os pensamentos e as lembranças sobre aquele lugar.

O mesmo podemos relacionar com o hábito de assistir TV. A programação apresentada por ela faz com que as pessoas tenham contato com um outro grupo de referência, neste caso as pessoas, as histórias e todos os conteúdos inseridos nela.

A televisão consiste em um dispositivo que produz imagens e lembranças constantes aos telespectadores. Ao reprisar um programa, esta expõe elementos que serão percebidos e, com isso, uma recordação será impulsionada. O arquivo televisivo carrega consigo esta qualidade de rememorar um tempo passado.

Acreditamos que, quando essas reminiscências são compostas por sentimentos, temos uma memória que, além de afetiva, passa a ser teleafetiva, faz vibrar ainda mais o pensamento, visto que a TV envolve os indivíduos em experiências individuais e coletivas, de forma igualitária, como definido por Wolton (1996).

O *déjà-vu* na televisão possibilita laços constantes. Quem assistiu a uma programação há tempos está inserido num laço social. Assim, quando revê a cena, além do laço formado naquela época, outros são constituídos, a partir de uma memória resgatada.

Chamamos de memória teleafetiva essa que é reconquistada, reformulando novamente uma experiência, que é reconstruída por um tipo de emoção e de afeto. Como explicado por Halbwachs (2003), em alguns momentos, é preciso fazer dos depoimentos exteriores uma espécie de

mente de rememoração para que possa fazer surgir as lembranças. A TV executa este papel. Consiste em um dos elementos externos que auxiliam na volta ao passado.

Esta memória teleafetiva é a responsável por recuperar e reformular reminiscências reconstituídas a partir das imagens exibidas na televisão e pelos afetos em torno das vibrações provocadas por ela. Além de socializadora (Ferrés, 1998), de laço social (Wolton, 1996), a TV pode ser um desses “lugares” (Halbwachs, 2003) que revisitamos e que são percebidos pelas nossas memórias.

Na análise a seguir aplicaremos este conceito nos comentários dos telespectadores do Canal Viva ao estar diante de imagens que são revisitadas.

TRAÇOS E APLICAÇÕES DA MEMÓRIA TELEAFETIVA

Para compreendermos a formação de uma memória teleafetiva para esta investigação, analisaremos as postagens realizadas no Twitter pelos telespectadores sobre a telenovela *Laços de família*, exibida pela primeira vez na Rede Globo no ano 2000 e reapresentada em 2016 no Canal Viva.

Para este artigo selecionamos 29 mensagens com a expressão “laços de família”, que evidenciassem algum tipo de recordação, aplicando como procedimento metodológico a análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011), observando os sentidos semânticos das publicações.

Diante disso, nos comentários abaixo, percebemos as expressões “gostava”, “era chique” e “tornei fã” como conteúdos que direcionam alguma satisfação, mas que consistem em verbos conjugados no tempo passado, o que entendemos como referências de memórias advindas da telenovela *Laços de família*.

Lembro q gostava muito dessa personagem de Debora Secco nessa novela. #LaçosDeFamilia

Na época de #LacosDeFamilia era chique dirigir falando ao celular. #LacosDeFamiliaNoVIVA

@nononono @gio_antonelli foi em #LaçosDeFamilia que me tornei fã da Gio. Eu tinha 11 anos e tb fã da @cadiackmann MUSAS

Vimos um sujeito manifestar a lembrança pela sua preferência, ao dizer seu gosto pela atriz Deborah Secco; outro fez menção a um período em que se podia dirigir e falar ao celular ao mesmo tempo; e uma terceira pessoa estabeleceu um diálogo com um amigo ao marcar com “@” o perfil de outro usuário. Nesse, o sujeito lembrou que tinha 11 anos quando conheceu melhor as atrizes Giovana Antonelli e Carolina Dieckmann através da telenovela.

Os comentários acima expõem algumas das lembranças que o Canal Viva proporcionou. Novamente percebemos que, mesmo constituindo uma atividade individual, há uma relação coletiva na memória. O fato de lembrar como era fã da atriz e que gostava de uma personagem confirma que há outras pessoas e grupos na constituição de memórias. Neste caso, o Canal Viva apresenta a função de socializar (Ferrés, 1998; Wolton, 1996) e impulsiona, com as reprises, recordações que são coletivas. Um dos sujeitos lembrou a idade, 11 anos, ao rever as personagens. Halbwachs (2003) diz que a memória é adquirida pela participação do indivíduo em grupos de referência. No ano 2000, quando a telenovela foi exibida pela primeira vez, esse telespectador pertencia a grupos de referência e a narrativa das 21 horas, transmitida pela Rede Globo, provavelmente, era um deles. Em 2016, quando ele assiste novamente “aquele grupo”, as memórias aprendidas (Izquierdo, 2011) são recuperadas. Consiste numa relação teleafetiva da memória, visto ser a TV este lugar de pulsões, que recria um laço social com a interferência do passado.

O mesmo acontece com as lembranças de uma trilha sonora.

#LaçosDeFamília ótima trilha sonora, ótima nostalgia??

Sou muito apaixonado por essa música desde pequeno e não me aguento de emoção por voltar a novela. #LaçosDeFamília <https://t.co/8OylxoG3U1>

Nestes comentários percebemos duas pessoas escrevendo sobre a emoção que sentem ao escutar as músicas de *Laços de família*. O primeiro considera ótimas as canções e vem o sentimento nostálgico. O segundo se refere à paixão que sente pela música e que desperta emoção ao rever a telenovela.

Importante refletirmos sobre isso. São duas “falas” significativas, pois trazem questões emocionais fortes. Este “voltar à novela” confirma a programação do Viva como um lugar de visitação (Halbwachs, 2003). O telespectador volta no tempo ao estar diante do programa assistido. As

trilhas sonoras das telenovelas podem ser estes “lugares”, assim como as personagens da história e outros elementos que fazem o enredo. Nos comentários abaixo, percebemos as saudades de atores e atrizes e como as reminiscências podem levar a outros objetos, não só aos que estamos assistindo no momento.

Que saudade que eu tava da Marly Bueno <3
#LaçosDeFamília

Ihhh...Antony e Dona Nenê!!!! Me deu uma saudade de verdades secretas!!!! #Laçosdefamilia

NÃO consigo lembrar a música de abertura de #Laçosde-Familia. Só me vem o “quando a luz dos olhos meus..” de Mulheres Apaixonada kkkk

Relacionamos que a televisão pode trazer desdobramentos quando aciona recordações. As memórias evocadas, quando diante da reexibição do Canal Viva, impulsionam para outras memórias. Isso consiste na força da TV como mecanismo de recuperação de reminiscências.

No que se refere à memória, *Mulheres apaixonadas* e *Verdades secretas* podem ser referências de boas histórias e emoções sentidas, visto a lembrança delas. Ferrés (1998) explica que, num processo de transferência afetiva, há elementos positivos e negativos, tanto para coisas ou pessoas, e que isso ocorre em função dos sentimentos transportados.

#lacosdefamilia bate uma nostalgia louca

Nossa, tá passando #LaçosDeFamília, e que saudade ? Primo da Talitinha nesse tempo era só o filé ??

Eu estou só querendo a novela que marcou minha vida #LacosDeFamilia e é no @canalviva as 23h45 <https://t.co/RpbvotbznV>

Consideramos as saudades comentadas acima como positivas. Trouxe novamente a nostalgia, a lembrança de um tempo e de um período importante na vida de um dos telespectadores.

Há uma memória afetiva nesses *tweets*. A telenovela proporciona ao sujeito recordações que manifestam emoções. Como visto, Le Breton (2009) destaca que estamos emocionalmente ligados ao mundo de forma

afetiva. Um dos comentários descreve uma “nostalgia louca”. Ao analisarmos o sentido da expressão, percebemos algo que é bom de sentir. O ser nostálgico, por ser um elemento afetivo, faz bem. Consideramos uma emoção positiva, de acordo com as considerações de Le Breton (2009), pois as emoções carregam traços da memória de um indivíduo que pensa e agrupa as lógicas pessoais e sociais, com base no que vê sobre os outros e sobre o mundo. Consideramos a nostalgia um sentimento que surge desta relação das pessoas e com o que está ao seu redor. A televisão auxilia nessa construção.

No entanto, as lembranças evocadas por *Laços de família* possuem alguns aspectos negativos. Assim como vimos comentários bons sobre personagens e atores, ao classificarmos, seguindo as concepções metodológicas, percebemos algumas recordações não positivas. As expressões “insuportável”, “fugiu de uma festa a fantasia”, “não suportava”, “compartimento do inferno” demonstram isso.

Lembrando o qt a Clara é insuportável #laçosdefamilia

Essa Ciça era uma personagem insuportável. Acabei de lembrar que não gostava dela. #LaçosDeFamília

Ciça parece que fugiu de uma festa a fantasia dos anos 80. #LaçosDeFamília

@canal.....nessa novela #LaçosDeFamília não suportava o personagem de Débora secco. ...chata e nojenta!!!

Muito quente no Rio de Janeiro...Lembrei da Branca: Que calor é esse?

Isso aqui tá parecendo o compartimento do inferno... #LaçosDeFamília

Em todos esses *tweets*, os telespectadores descreveram lembranças ao assistir *Laços de família*. Mesmo nas lembranças negativas percebemos um sentimento descrito. Le Breton (2009) explica que o amor e a raiva estão mais propícios a enraizarem e a estar mais nas práticas vividas no dia a dia. São reflexos de emoções vivenciadas. A memória afetiva, nesse caso, é retomada por essas irritações e aversões, advindas da experiência televisiva, mesmo 16 anos depois. Ao reconstruir esses laços sociais,

carregados de vibrações pelas emoções evocadas pela TV, constrói-se a memória teleafetiva.

Afirmamos que a memória afetiva do telespectador pode ser composta por coisas que o agrada ou não, dependendo do conteúdo que a televisão mostra, e, com isso auxiliam nas evocações. Se a memória é aquisição, formação e evocação de informações (Izquierdo, 2011), a programação do Canal Viva rememora algo que foi adquirido tempos atrás.

A telenovela *Laços de família* também trouxe recordações sobre momentos tristes na vida de alguns espectadores.

2000 foi um ano muito bom eu estava crescendo feliz numa escola que eu gostava e era bem aceita depois tudo virou merda! #Lacosdefamilia

#Lacosdefamilia me deixou deprimida kkkkkkkk poxa eu era feliz, saudável e nem era gorda.

#laçosdefamilia eu que era triste descrente desse mundo... Amo

Gente chorei tanto com essa novela #laçosdefamilia

Novamente percebemos memórias de afetos mais dolorosos e difíceis. Nas postagens, um telespectador descreve que, no ano 2000, era feliz, mas que agora, tempos depois, “tudo virou uma merda”. Na “fala”, presenciamos uma volta ao passado através da telenovela. Lembrou momentos naquele ano e que, para ele, eram felizes. O excerto remete para um sentimento de perda, de insatisfação com o tempo presente. O Canal Viva o fez retornar para aqueles momentos alegres.

O terceiro comentário acima demonstrou que, mesmo amando a história, lembrou que “era triste e descrente desse mundo”. Novamente outro sentimento negativo, mas mostra que, talvez, no presente, não sinta mais isso. Vimos a narrativa evidenciar uma descrença que ocorria durante a primeira exibição, mas que, ainda assim, existe um amor manifestado por ela.

Percebemos que a telenovela cria circunstâncias, conforme explicado por Halbwachs (2003), para que as lembranças possam ser despertadas. Assim, ao rever o artista em cena, mesmo anos atrás, o público lembra-se dele e lembranças afetuosas podem surgir.

Talvez naquele momento em que estavam vivendo as situações descritas, os telespectadores não demonstravam grande importância. Tornou-se grande na rememoração pela teleafetividade da memória.

Tempos depois, o mesmo laço, como já comentado, volta num sentido dúbio. Não esquecemos o tempo em que o primeiro foi “atado”. No presente, o reconstruímos com a interferência do passado e com as experiências.

Entretanto, após a análise desses dados, reafirmamos que há uma memória teleafetiva nos telespectadores de *Laços de família*, sendo ela aquela que é reformulada e recuperada por uma nova experiência ao rever na televisão, revisitando cenas de um tempo que trouxe pulsões com as recordações. O laço social foi reconstruído com as emoções e os afetos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com tamanha representatividade, a participação em rede do brasileiro permite olharmos desdobramentos sobre o consumo de televisão no país, os hábitos e expressões da audiência, frente a uma programação horizontal disponível em ambientes off e online.

Se na televisão aberta o impacto deste envolvimento do telespectador já desperta curiosidade, nos canais fechados, onde temos uma audiência mais restrita, peculiar e heterogênea, o interesse por investigações referentes a eles torna-se singular.

Com o término desta investigação, confirmamos que, além das afetividades que cada telespectador manifesta, há uma teleafetividade que predomina e justifica a audiência do canal.

Este fenômeno pode ser explicado, porque há um prazer em voltar ao passado com as imagens da televisão. Ela agrada, porque traz novamente um laço social, reconstruído com as reminiscências e com as experiências coletivas e individuais atuais do sujeito. Possuímos memória afetiva desde pequenos. Somos formados por sentimentos e as pessoas que estão ao nosso lado auxiliam nisso. Os grupos de referência interferem na aquisição dos sentimentos.

A TV consiste em um destes grupos, que, além de auxiliar na formação dos afetos, tem a possibilidade de atuar como objeto de evocação da memória. Por isso, a memória do telespectador não é somente afetiva e sim teleafetiva por conta da relação de uma experiência televisiva, que só ela é capaz de fazer.

Trata-se de um laço social que traz de volta o “estar com”. As sensações nostálgicas descritas pelos internautas foram decisivas para concluir que o sujeito sempre recorda por intermédio de outras pessoas. A coletividade e a socialização são fatores que determinam a memória e os afetos.

REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Cádima, F. R. (2006). *A televisão 'light' rumo ao digital*. Lisboa: Rés XXI / Formalpress.
- Ferrés, J. (1998). *Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas*. Porto Alegre: Artmed.
- Halbwachs, M. (2003). *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro.
- Izquierdo, I. (2011). *Memória*. Porto Alegre: Artmed.
- Izquierdo, I. (2016). *Memória e recordação: esclarecimento*. Entrevistador: M. A. Bressan Junior. Porto Alegre: Inscer – Instituto do Cérebro.
- Le Breton, D. (2009). *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Martín-Barbero, J. & Rey, G. (2001). *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: SENAC.
- Orozco, G. (2014). Televisão: causa e efeito de si mesma. In M. Carlón & Y. Fachine (Eds.), *O fim da televisão*. Rio de Janeiro: Confraria do Vento.
- Wolton, D. (1996). *Elogio do grande público: uma crítica da televisão*. São Paulo: Ática.

Citação:

Júnior, M. & Finger, C. (2019). A televisão e a formação de uma memória teleafetiva. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 506-517). Braga: CECS.

LAURA GOMES DA SILVA

laurags.jornalismo@gmail.com

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR, PORTUGAL

A INFLUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO NA INFORMAÇÃO ESPECIALIZADA: UM ESTUDO SOBRE O JORNALISMO DE TURISMO

RESUMO

Esta pesquisa aborda a relação entre a globalização e o turismo, com enfoque na informação produzida a partir do jornalismo especializado em turismo. A globalização está presente na rotina das pessoas sem que elas percebam, com artigos e informações oriundos de diversos lugares. A mobilidade passa a ser desejada, a refletir na vontade de viajar e conhecer outras culturas. O anseio por estar em movimento é almejado pela civilização globalizada. Com esta demanda, o segmento turístico precisa de informações especializadas, as quais são supridas através do jornalismo de turismo, sendo a globalização fator primordial para esta área do jornalismo. O jornalismo que aborda a especialização em turismo é uma maneira que as pessoas têm para descobrir informações confiáveis sobre o local que desejam conhecer, tendo como base um profissional que trabalha com apuração e checagem de dados. Sem a influência da globalização, o jornalismo de turismo não existiria da mesma forma.

PALAVRAS-CHAVE

Globalização; jornalismo especializado; jornalismo de turismo; mobilidade

INTRODUÇÃO

A globalização despertou a curiosidade das pessoas, ao facilitar a disseminação do conhecimento e de experiências da vivência em diferentes culturas. Se anos atrás era difícil encontrar notícias sobre localidades remotas, atualmente jornalistas especializados em turismo disponibilizam conteúdo sobre locais de difícil acesso e belezas naturais que ainda não foram visitadas por ondas de turistas.

Com o crescimento da quantidade de informações sobre turismo, viajar tornou-se desejo de boa parte da população. A mobilidade passou

a ser mais almejada e de fácil acesso. Com essa disseminação de conhecimentos, surge o questionamento: de que forma a globalização contribui para a especialização jornalística, e, no caso, para o jornalismo de turismo? Para responder a esta questão serão analisados os conceitos de globalização, mobilidade e a informação globalizada dentro do jornalismo especializado, a ter como objeto de estudo o jornalismo turístico.

A globalização transmite a sensação de que tudo acontece ao mesmo tempo, em um intenso movimento desenfreado e sem fim. Ela torna as coisas desejáveis, com artigos produzidos do outro lado do mundo disponíveis, seja para compra pela internet ou na própria cidade. O desejo de ser conhecido como um cidadão global passou a ser explorado pela economia e também pelo turismo, a vender a ideia de que destinos perfeitos são acessíveis a todas as pessoas.

Com o pensamento de que a globalização é acessível a todos, surge a mobilidade como consequência deste desejo contínuo por mudança. O desenvolvimento dos transportes e a forma de viver globalizada possibilitaram este desejo para a sociedade, que acabou por desenvolver interesse em conhecer a cultura do outro.

Ao planejar uma viagem, as pessoas procuram informações para escolher o destino que mais se enquadra no estilo de viagem desejado, assim como temperatura e dicas para aproveitar a estadia em cada local. São muitas as dúvidas quando se planeja uma viagem e, para isso, o turista recorre a informações de credibilidade produzidas pelo jornalismo especializado em turismo para diminuir as chances de ter imprevistos quando estiver longe de casa.

A GLOBALIZAÇÃO REFLETIDA NO JORNALISMO DE TURISMO

A globalização exige seu espaço e, dentro dele, uma comunicação com o mundo. Hoje é possível trabalhar para uma empresa sem estar no mesmo continente. A vida global pede passagem, construindo a imagem de que pode ser vivida através de características de todos os lugares ao mesmo tempo, de acordo com a preferência de cada pessoa. Assim, cresceu o interesse por outros lugares e a busca por mais informações, abrindo espaço para a especialização do jornalismo que fornece informações para o setor turístico. Através deste viés, o jornalismo de turismo é uma consequência da globalização.

GLOBALIZAÇÃO E MOBILIDADE

Estar em um local com opções de lazer, gastronomia, tecnologia e informação originários de outro país não é novidade para a maioria das pessoas. Essa troca material e, por assim dizer, cultural, é vista e tida como normal e componente da realidade da sociedade. A globalização está presente na rotina das pessoas, sendo “o destino irremediável do mundo, um processo irreversível” (Bauman, 1999, p. 7). Não se pensa mais apenas no que o local tem a oferecer, mas nas possibilidades que o mundo proporciona em conjunto.

Esta é uma realidade presente na vida de grande parte das pessoas, que passaram a trazer aspectos culturais de outros para a própria rotina. Desta forma, a globalização “refere-se a uma mudança ou transformação na escala da organização social que liga comunidades distantes e amplia o alcance das relações de poder nas grandes regiões e continentes do mundo” (Held & McGrew, 2001, p. 13). O interesse por outras culturas passou a ser suprido devido à facilidade de encontrar as mais diversas informações nos media.

As noções de distância também passaram a se modificar. Se antigamente era difícil viajar por causa das condições de transporte, o avanço deste setor permitiu uma vida ainda mais globalizada, a tornar a distância “um produto social” (Bauman, 1999, p. 19). Da mesma forma, “o aparecimento da rede mundial de computadores pôs fim – no que diz respeito à informação – à própria noção de ‘viagem’ (e de ‘distância’ a ser percorrida), tornando a informação instantaneamente disponível em todo o planeta” (Bauman, 1999, p. 21), promovendo ainda mais uma vida globalizada a partir de trocas entre culturas.

Este modo de viver globalizado, que já é normal na rotina de grande parte das pessoas, trouxe consequências, de forma que “ocorrências e fenômenos distantes podem passar a ter sérios impactos internos, enquanto os acontecimentos locais podem gerar repercussões globais de peso” (Held & McGrew, 2001, p. 12). Por exemplo, não é possível analisar a economia de um país sem levar em consideração a influência da globalização, da mesma maneira que o turismo não consegue mais ser pensado de forma isolada. É preciso levar em consideração o que acontece no resto do mundo para poder analisar o cenário local.

A partir desta troca de conhecimento e de produtos entre os mais diversos países ao redor do globo a imobilidade não é mais “uma opção realista num mundo em permanente mudança” (Bauman, 1999, p. 8). Viajar, comunicar-se com pessoas localizadas em diferentes fusos horários e

adquirir produtos de qualquer lugar, sem se restringir ao que está fisicamente próximo, virou rotina. Não se vive e se produz mais para o local, e sim para o global. Da mesma forma que aumenta o nível de competitividade e exigência, também se eleva o leque de possibilidades, já que se pode escolher entre mais opções.

A evolução e o barateamento da rede de telecomunicações e dos meios de transporte fazem com que as informações circulem em proporções mais rápidas e implicam no aumento das possibilidades de acessibilidade a diferentes lugares, tornando viagens e migrações cada vez mais comuns. (Oliveira, 2012, p. 9)

A mobilidade passou a ser um conceito desejado como estilo de vida, resultando no interesse pela cultura do outro. Com o ritmo acelerado de mudanças e novidades que as pessoas vivem, a imobilidade “só faz sentido num mundo que fica parado ou que assim fosse percebido: num lugar com paredes sólidas, estradas fixas e placas de sinalização bastante firmes para enferrujar com o tempo” (Bauman, 1999, p. 86). Com essa perspectiva, quem tenta não fazer parte da globalização fica estagnado no tempo, sem progresso e recursos oriundos da troca de conhecimento e cultura.

INFORMAÇÃO GLOBALIZADA

Apesar de questões relacionadas a fuso horário e idiomas, é possível distribuir uma informação para diversos países do mundo em um curto espaço de tempo. “A sociedade global da informação se desenvolve em uníssono com a expansão tecnológica e a liberdade de expressão comercial” (Pousa, 2004, p. 74). O conhecimento tornou-se mais acessível. As áreas tecnológicas e da saúde passaram a utilizar pesquisas divulgadas ao longo do globo para se embasarem e progredirem.

A informação se tornou globalizada e disponível. O mesmo acontece no caso do turismo: “de facto, as informações sobre turismo difundidas pelas redes globalizadas (meios de comunicação electrónicos) criam uma representação global de locais e de culturas e incentivam o desejo de visitá-los” (Marujo, 2008, p. 17). A experiência global, ou seja, a vivência em diversas culturas, é desejada e incentivada. A cultura oriunda de outros povos passou a ter mais espaço, no sentido que é possível escolher aprender sobre qualquer tipo de cultura e o conhecimento estar disseminado.

Aprender idiomas, gastronomia, credos e filosofias de vida não é mais um desafio, mas uma possibilidade para a sociedade: “diante do

impacto da globalização, o foco dos estudos sobre comunicação passa a se centrar numa estreita relação com os estudos das culturas, com os novos formatos dos movimentos sociais e com as reconfigurações das identidades nacionais e regionais” (Trigueiro, 2008, p. 30). Se a sociedade avançou neste quesito, os meios de comunicação devem acompanhar este progresso. A troca cultural é desejada e deve ser retratada pela imprensa.

Essa quantidade de informações disponíveis deve ser analisada de forma crítica. Por ter muitos dados sobre os mais diversos assuntos, é preciso questionar a qualidade do conteúdo. Da mesma forma, por existirem diversos campos de pesquisa e de interesse dos receptores, o profissional da informação também tem a oportunidade de se especializar em algum segmento. Por ser

um universo de conhecimento que precisa ser expandido e, portanto, deve ser especializado em algum aspecto. No entanto, é necessário levar em conta, sobretudo, que o jornalista escolhe sua profissão por sua curiosidade universal e pela sua capacidade crítica, motivo pelo qual deve manter viva a aptidão dialética, não polarizando exclusivamente em sua especialidade. Por outro lado, o jornalista atual está ciente de que ele atua em uma massa, previamente informada por rádio e televisão, e isso basicamente condiciona o conteúdo de seus relatórios. (Candelas, 2003, p. 41)

Apesar de a informação poder ser considerada globalizada, deve-se lembrar de que é possível especializar a produção de conteúdo por se ter mais público para os segmentos. Desta forma, ao invés de o jornalista estar atento apenas ao local onde reside e restringir as pautas para o regional, ele passa a se organizar para explorar além de sua especialidade, outras formas de abordar a área de atuação, também o ambientando do global para o local.

JORNALISMO ESPECIALIZADO

O jornalista é o responsável por apurar e verificar dados para informar a sociedade. Por ter contacto com tantas informações, “o jornalista ocupa uma posição singular. Sozinho, ele tem o privilégio de moldar a opinião, tocar os corações e apelar à razão de centenas de milhares de pessoas todos os dias” (Pulitzer, 2009, p. 20). Ao se tratar do segmento do turismo, a descrição do destino feita pelo jornalista e as informações transmitidas para o receptor na mensagem pode constituir a base do desejo que o indivíduo tem de viajar.

Também na especialização em turismo existe a responsabilidade perante o conteúdo veiculado. Assim, o profissional do jornalismo tem como tarefa abrir “siglas, traduzir palavras de outros idiomas e oferecer exemplos que ilustrem melhor os fatos. Deve também contextualizar os acontecimentos, mostrar as conexões entre causas e consequências econômicas e sempre trazer a notícia para o universo do público” (Christofoletti, 2008, p. 50). No caso do jornalismo especializado, mesmo que boa parte do público possa estar acostumado com os termos da área, ainda é preciso transmitir a informação de modo que as pessoas em geral compreendam o assunto.

O repórter especializado está em contato diário com as novidades da área, por isso consegue contextualizar o desenvolvimento de novos assuntos. O jornalismo especializado é uma forma para suprir os segmentos de interesse da sociedade: “se os públicos consumidores em geral se fragmentam, a mesma coisa acontecerá com os consumidores de comunicação e informação” (Pousa, 2004, p. 72). O grupo composto por parcelas da sociedade passa a ser um público importante na decisão das pautas dos meios de comunicação.

Atuar em uma área específica do jornalismo permite que o repórter se aprofunde em questões que a abrangem, de modo que o profissional produzirá conteúdo mais aprofundado: “a especialização, portanto, aumenta a sensibilidade do jornalista para os eventos em sua área, mas, de outro ponto de vista, também lhe permite refinar e inovar substancialmente certas técnicas tradicionalmente usadas” (Candelas, 2003, p. 100). Por acompanhar as novidades da área e possuir contatos das fontes especializadas o repórter tem mais facilidade em traduzir o cenário. Ao se restringir a uma única temática, se expande, pois assim o jornalista pode usar a criatividade para explorar novos ângulos e abordar os assuntos que o público deseja.

Utiliza-se o global para encontrar pessoas com o mesmo interesse: “nesta vida acelerada e superlotada, o indivíduo luta contra a tendência de ser assimilado pelas massas, procurando identificar-se com grupos menores e mais homogêneos que compartilham certas circunstâncias ou passatempos” (Candelas, 2003, p. 50), o que faz com que o indivíduo compartilhe o interesse pelo assunto. O público que tem interesse em acompanhar as novidades relacionadas ao turismo, sejam profissionais ou turistas, podem buscar conteúdo nas publicações especializadas em jornalismo de turismo.

JORNALISMO DE TURISMO

O turismo é uma atividade que vai para além do lazer. Através dele, é fomentada a economia, o desenvolvimento e também a troca cultural. Enquanto a globalização fomenta o desejo pelo que é de outros lugares e a mobilidade prega a facilidade em se locomover, o turismo é uma forma de tornar esse desejo real.

O turismo, ao mesmo tempo que sofre influência da globalização, contribui para a sua expansão e qualificação, facilitando a comunicação e aumentando o intercâmbio de ideias por todo o mundo. Assim sendo, o turismo contribui para o desenvolvimento de uma consciência global e, assim, pode-se afirmar que o turismo é um fenómeno universal que liga todas as partes do sistema global, que aumenta a compreensão dos indivíduos de pertencerem a um todo, e que incrementa a consciência destes de pertencerem a um determinado local, faz com que haja um fortalecimento da identidade cultural. (Marujo, 2008, p. 18)

O turismo é uma maneira de viver de forma globalizada. Vive-se na própria cultura antropológica, ao mesmo tempo em que almeja-se saber mais e vivenciar, mesmo que temporariamente, outras culturas. É uma forma de pertencimento, mesmo que por tempo curto e limitado. Da mesma maneira, ele é entendido como um setor que engloba o crescimento económico, de preservação patrimonial e a parte social (Ribeiro, 2011). Por refletir em diversas áreas, ele fomenta o desenvolvimento da sociedade.

O jornalismo especializado em turismo acaba por ser um guia para a pessoa que está a buscar informações para conhecer um destino. Para compor o cenário para o receptor, o jornalista deve se colocar no lugar do turista, de modo a compreender os seus anseios e curiosidades. “Na maioria dos casos, as notícias enquadradas neste género, o do jornalismo turístico, tentam contemplar as respostas às seis perguntas do jornalismo: Quem? Quando? Onde? Como? Porque? Quê? Com efeito, muitas das vezes, dada a sua abrangência” (Ribeiro, 2011, p. 46). Isto é feito para sanar a curiosidade do futuro turista sobre sua possibilidade de destino. Após responder as dúvidas básicas, é possível aprofundar o conteúdo e mostrar o diferencial do assunto.

Embora exista a possibilidade de explorar o “turismo nos suplementos, cujo discurso é repleto de mensagens publicitárias, o turismo também tem o seu espaço nos jornais de forma espontânea, através de notícias e reportagens que dão conta de factos que ocorrem no dia-a-dia” (Ribeiro,

2011, p. 42). Apesar de ser constantemente vinculado ao propósito publicitário, com a combinação de venda casada com agências de viagem e publicidades em geral, o turismo ainda tem vez no jornalismo por si só, devido à relevância do setor e o interesse do público que acompanha o segmento.

A GLOBALIZAÇÃO APLICADA NO JORNALISMO DE TURISMO

Viajar se tornou sinônimo de realização pessoal para uma parcela da população. Como cruzar fronteiras é uma forma de libertação para muitos, “ser local num mundo globalizado é sinal de provação e degradação social” (Bauman, 1999, p. 8). Tanto o turista quanto o profissional que atua nesta área, como agentes de turismo, produtores de eventos e hoteleiros, buscam se manter informados sobre este setor para poder tomar decisões, sejam elas de lazer ou de negócios.

Para suprir a demanda deste segmento, Portugal conta com publicação especializada em turismo, o *Publituris*¹, Jornal da Indústria do Turismo. O periódico foi fundado em um de março de 1968 e tem uma tiragem de 4.500 exemplares. A publicação, que é quinzenal, é dividida nas editoriais “Destinos”, “Transportes”, “TO’S & Agentes” (notícias voltadas para agentes de viagem), “Hotelaria & Restauração”, “Meeting Industry – MI” (notícias sobre congressos), “Premium” (para assinantes) e “Opinião”.

Ao viajar pela primeira vez para um destino, entra-se em um espaço desconhecido, com um cenário novo: “encontrar-se num espaço ‘longínquo’ é uma experiência enervante; aventurar-se para ‘longe’ significa estar além do próprio alcance, deslocado, fora do próprio elemento, atraindo problemas e temendo o perigo” (Bauman, 1999, p. 20). O trabalho desenvolvido pelo jornalista especializado em turismo também tem como missão diminuir estas preocupações do turista, informar o que o turista vai encontrar no destino, de modo que ele se prepare para a viagem.

Esta preocupação é demonstrada na escolha das pautas da *Publituris*, que são pensadas tanto para o turista convencional, que procura informações sobre os destinos e meios de transporte, quanto para o profissional da área, com informações sobre empresas do ramo e congressos de turismo. Como exemplo, na editoria de “Transporte” se encontra a notícia “Ibéria é a companhia área mais pontual do mundo”, na de “Destino”, “50 ideias para o turismo: soluções naturais”, na “TO’S & Agentes” tem-se “Agência especializada no mercado chinês abre terceira loja” e, na “MI”, aparece a notícia “Viseu recebe VI Congresso da Apecate”.

¹ Disponível em www.publituris.pt

Apesar de a publicação ser portuguesa, o público interessado em turismo também é composto por pessoas que não falam português. Para suprir esta necessidade da sociedade globalizada e disseminar a informação do turismo português e internacional, existe outra publicação, denominada *Portugal Travel News*. A edição é veiculada bimestralmente e a promoção turística é feita em língua inglesa.

Pela facilidade que a internet proporciona na disseminação de informações, alguns jornalistas da área decidiram trocar os meios de comunicação tradicionais para migrar para blogs próprios. Este é o caso dos três responsáveis pelo blogue *360Meridianos*². Já que “o espaço deixou de ser um obstáculo” (Bauman, 1999, p. 85), por um período de tempo, os jornalistas moraram em países diferentes, Brasil, Portugal e Espanha. O trio, formado por Luíza Antunes, Natália Becattini e Rafael Sette Câmara, é um exemplo de profissional globalizado, que trabalha à distância, e para um público também globalizado.

O *360Meridianos* é referência na área de jornalismo de turismo e de viagens. O blogue foi criado em 2011 e, após anos de experiência e uma profissionalização do conteúdo, em 2014 passou a ser a única fonte de renda dos jornalistas. Os três blogueiros responsáveis pelo espaço visitaram mais de 30 países e produzem conteúdo para auxiliar os viajantes. Entre os conteúdos veiculados estão assuntos com dicas para quem vai viajar e também para os próprios blogueiros da área do turismo, que também acabam por compor o público do segmento.

Os conteúdos do blogue já foram divididos de diversas formas. Atualmente, a página inicial está categorizada em “Últimos Posts”, “Especiais”, “Colunas” e “Atlas”. Entre os conteúdos estão títulos como “5 parques de Curitiba: passeios de graça na capital do Paraná”, “Viajar é viver com nostalgia” e “Seria a gastronomia a grande experiência do século 21?”. Os jornalistas também produzem guias de viagem em forma de ebook.

Ambos os exemplos apresentados incentivam que o público do segmento escolha o destino dos sonhos e decida explorar o mundo. Este sentimento é explorado pela vivência da globalização na rotina das pessoas, já que “onde quer que estejamos em determinado momento, não podemos evitar de saber que poderíamos estar em outra parte, de modo que há cada vez menos razão para ficar em algum lugar específico” (Bauman, 1999, p. 85). O número de lugares apresentados sempre vai crescer, de modo a despertar cada vez mais o desejo de viajar, o qual é explorado pelos jornalistas de turismo, que buscam auxiliar na escolha pelo destino dos sonhos.

² Disponível em www.360meridianos.com

A vontade de viajar é incentivada pelas notícias. A vida globalizada, em conjunto com a mobilidade, faz a pessoa sentir que “as limitações do tempo social e do espaço geográfico, que são coordenadas vitais da vida social moderna, já não parecem impor barreiras fixas a muitas formas de interação ou organização social” (Held & McGrew, 2001, p. 13). As barreiras físicas foram diminuídas pela influência da globalização, enquanto o anseio por conhecer outros lugares é disseminado pela especialização do jornalismo em turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A globalização influencia os mais diversos fatores da vida cotidiana. De produtos utilizados até informações recebidas, ela se insere sem pedir licença. O cenário mundial reflete no local. No entanto, devido à quantidade de dados veiculados, é preciso filtrar o que é verídico. A globalização traz o efeito dominó ao jornalismo de turismo. Por disponibilizar o conteúdo para pessoas em qualquer lugar do mundo através dos avanços tecnológicos, existe um aumento de público, pois os interessados na área passam a ter acesso ao conteúdo, sejam eles turistas ou profissionais do turismo.

O avanço da qualidade e disponibilidade dos meios de transporte facilitou a locomoção, criando o conceito de que a mobilidade está disponível a todos e que deve ser utilizada com frequência. A partir disso, é possível afirmar que a globalização contribui para a especialização em jornalismo de turismo no sentido de possibilitar a realização do trabalho em si, de forma a proporcionar mais conteúdo para quem acompanha as novidades do segmento.

A globalização facilita a comunicação. É possível realizar entrevistas com pessoas de qualquer lugar, desde que tenham acesso à internet, o que facilita a troca de informações e descoberta de novos tópicos de interesse. Como consequência de mais fontes de pesquisa, tem-se maior possibilidade de encontrar mais pessoas que tenham vivenciado e que queiram vivenciar a experiência de ser turista. Sendo o jornalismo de turismo consequência da globalização, acaba por se atrair mais interessados no segmento, o que retorna para o aumento de público.

Imaginar o turismo e a comunicação sem a interferência da globalização é praticamente impossível. Sem ela, a prática do jornalismo de turismo seria mais difícil e também mais restrita. As informações não seriam tão acessíveis aos jornalistas e ao público, o que acarretaria em mais tempo para produzir conteúdo. Além disso, o exterior não estaria tão presente na

vida das pessoas, de forma que a vontade de conhecer outros lugares seria reduzida, o que também diminuiria o número de profissionais atuantes na área. Sem a influência da globalização, um cenário possível para o jornalismo de turismo seria aprofundar os aspectos regionais, a ter a possibilidade de não ser considerado como uma especialização do jornalismo.

REFERÊNCIAS

- Bauman, Z. (1999). *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Candelas, L. S. (2003). *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*. Madrid: Editorial Universitas.
- Christofoletti, R. (2008). *Ética no jornalismo*. São Paulo: Contexto.
- Held, D. & McGrew, A. (2001). *Prós e contras da globalização*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Marujo, M. N. (2008). *Turismo e comunicação*. Castelo Branco: RVJ-Editores.
- Oliveira, M. T. E. (2012). *Estudos sobre mobilidade contemporânea: a relação entre turismo e migração*. Monografia de bacharelado, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Pousa, L. A. (2004). La especialización en el tiempo de la globalización. In J. F. Moral (Ed.), *Periodismo especializado* (pp. 63-83). Barcelona: Ariel.
- Pulitzer, J. (2009). *A escola de jornalismo na universidade de Columbia: o poder da opinião pública*. Florianópolis: Insular.
- Ribeiro, S. C. (2011). *Jornalismo turístico: os eventos no centro da notícia*. Dissertação de mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, Portugal.
- Trigueiro, O. M. (2008). *Folkcomunicação & ativismo midiático*. João Pessoa: editora universitária da UFPB.

Citação:

Silva, L. G. (2019). A influência da globalização na informação especializada: um estudo sobre o jornalismo de turismo. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 518-528). Braga: CECS.

PAULO FRAGA & TÂMARA UMBELINO

paulo.fraga@ufjf.br; tamaralis02@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA, BRASIL

RIMANDO POR RECONHECIMENTO A TRAJETÓRIA DO MOVIMENTO HIP HOP NA CONSTRUÇÃO DE SUA IDENTIDADE

RESUMO

O presente estudo aborda a cultura hip hop em uma cidade de médio porte do interior do Brasil buscando reconhecer como se dá a formação da identidade *rapper* na periferia tomando como referência a forma como um grupo de universitários, moradores das regiões mais ricas da cidade reinterpreta os princípios fundantes do hip hop e como são vistos pelos *rappers* da periferia que, durante muito tempo, tiveram sua identidade definida pelos pilares deste movimento. Trabalhando com os conceitos de identidade e reconhecimento, buscamos compreender como se dá a formação da identidade moderna em um cenário de crescente valorização da individualidade e negligenciamento dos “valores-fortes”, ocasionando enfraquecimento dos valores morais. Levando em conta a importância do reconhecimento de que o contexto social no qual nos encontramos é resultado do curso da história que nos trouxe até aqui. Buscamos compreender de que maneira ações em busca de reconhecimento e valorização de identidades são modificadas por uma ressignificação do que simboliza ser um *rapper*.

PALAVRAS-CHAVE

Reconhecimento; identidade; hip hop; juventude

Nossa pesquisa se fundamenta no reconhecimento da importância da formação de identidades e no trajeto que percorrem em busca de reconhecimento. A constatação de que este vem sendo um caminho cada vez mais solitário e solidificado por escolhas individuais nos faz recorrer a Charles Taylor (1997) para compreender a formação da identidade moderna. Taylor (1997) destaca que o principal problema pode estar no negligenciamento para a formação desta identidade dos chamados “fortes valores” (aqueles ligados diretamente ao valor dado à vida), o que ocasiona um

enfraquecimento e confusão no tocante aos valores morais. O autor salienta que o não reconhecimento das diferenças acaba por garantir a perda de autenticidade, pois é justamente a inferência do sujeito sobre os valores que fazem parte das práticas sociais, que os torna peculiares, proporcionando a formação de identidades.

O negligenciamento das diferenças seria, portanto, um risco de desvalorização de identidade, além de esta nova concepção conferir um caráter utilitário às associações feitas pelos indivíduos de forma a não reconhecer aquelas que não sejam de seu interesse pessoal. Atitude característica de um antropocentrismo radical, perigosamente empobrecedor para as relações sociais (Oliveira, 2006). Taylor sustenta, ainda, que este narcisismo, presente nas sociedades dominadas pelas leis do mercado e pela crescente burocracia, termina por proporcionar o enfraquecimento da iniciativa democrática (Taylor, 2000, p. 112). Esta nova configuração do indivíduo propicia a existência de sujeitos “desconectados” e/ou descompromissados de suas relações sociais. E, por conseguinte, esta nova forma de experimentação do *self* se torna um dificultador para a mobilização social e engajamento em causas coletivas. Cada indivíduo está ocupado em demasia com suas questões pessoais para se interessar por atuações políticas em prol da coletividade.

Taylor (2006) destaca que, como as referências que formam nossas identidades vão se alterando ao longo de nossas vidas, é necessário que a narrativa sobre ela também seja atualizada. Papel assumido, nos nossos grupos estudados, pelos MC's, Mestres de Cerimônia, cronistas da periferia, cuja função é registrar o cotidiano e a percepção desta realidade pelo grupo que a vivência.

Com base nessa reflexão buscamos compreender um fenômeno observado entre os integrantes do movimento hip hop, moradores das periferias de Juiz de Fora, situada na Zona da Mata de Minas Gerais (Brasil), negros e pobres e sua relação com as redes sociais como alternativa de combate à forma desvantajosa de inserção na sociedade capitalista entre universos social e geograficamente tão distantes, como centro e periferia. Interessa-nos conhecer de que forma a identidade dos rappers da periferia é afetada pelo surgimento de um grupo de jovens universitários, moradores das regiões mais ricas da cidade que reinterpretam os princípios fundantes do hip hop. Como são vistos pelos moradores da periferia que, durante muito tempo, tiveram sua identidade definida pelos pilares deste movimento e de que maneira as ações em busca de reconhecimento e valorização de identidades é afetada por uma ressignificação do que simboliza ser um *rapper*.

Para a realização deste trabalho foi feita uma pesquisa etnográfica que teve como referência a posse de hip hop (grupo organizado, formados por grafiteiros, dançarinos, DJ's e MC's), "Café com hip hop" composto por jovens, negros, moradores das periferias da cidade e sua relação com o "Encontro de MC's" formado por jovens moradores da zona central da cidade, universitários, de classe média-alta promovem as "Batalhas de MC's" nas quais dois *rappers* se enfrentam em um desafio de rimas e o vencedor é escolhido pela plateia presente. Entre 2012 a 2015 frequentamos dezenas de eventos promovidos por estes grupos na tentativa de melhor compreender a dinâmica existente entre eles.

Na configuração das posses (a origem do nome faz referência ao fato de tomarem posse de determinada região no bairro ou espaço público), jovens se reúnem com interesses comuns a fim de desenvolverem ações para além de trabalhos artísticos como dança e mostras de grafite. Há um incentivo também para iniciativas que valorizem a comunidade garantindo comunicação efetiva entre os membros que fazem parte dela e também entre os setores formadores de opinião, a quem interessa informar sobre sua visão de mundo.

Com este objetivo os MC's se apresentam como os *griots* modernos, responsáveis por documentar a realidade dos jovens negros e pobres das periferias das grandes e médias cidades mundo afora, em clara referência à casta de músicos africanos contadores de histórias responsáveis por manter viva, através do canto, a trajetória de suas tribos. Com a manutenção da presença e atualização da figura do *griot*, agora como os *rappers*, porta-vozes do movimento hip hop que dominam o cenário periférico nas regiões historicamente ocupadas por negros pobres em diversos países, percebe-se um desdobramento da resistência cultural proporcionado pela escravidão negra: a africanização da cultura metropolitana mundial (Martins, Lima & Barros, 2015).

O MC fala para seus ouvintes em estilo similar àqueles da tradição ancestral da África embora contem (cantem) a história dos tempos atuais numa linguagem próxima do cotidiano. Assim, *signifying* e *toasting* são os nomes dados para a mais moderna forma de *storytelling* que inclui ritmo, o relato de uma história, assim como o de inventar insultos satíricos. As influências da África são atualmente encontradas em muitos tipos de música, por exemplo, dois tipos de sons africanos: o *holler* e o *call-and-response* que representam um papel muito importante no desenvolvimento de muitos tipos de música afro-americana,

incluindo o hip-hop. Frequentemente o som holler (caracterizado pelo chamar, lamentar, resmungar, hesitar) é cantado por pessoas que trabalham além das fronteiras do seu território com a finalidade de comunicar-se com alguém. Os call-and-response (chamar e responder) é outro som africano que se assemelha ao ritmo da conversação. Uma pessoa fala e a outra responde. Isso pode ocorrer entre cantores, entre instrumentos ou entre um cantor e um instrumento. (Santos, 2006, p. 25)

Para compreender como se organizam os grupos formados pelos jovens rappers de classe média e também da periferia, recorreremos a Muniz Sodré (2005) e nos vemos obrigados a reavaliar a noção contemporânea de minoria – assim compreendida como aqueles que pouco têm voz ativa ou capacidade de intervir nas ações tomadas pelas instâncias de poder, sendo menos representados, por exemplo, pelos veículos de comunicação de massa, questão abordada neste estudo.

Mas, ao contrário de ser ponto pacífico, este lugar ocupado pelas minorias pode ser visto como “topos polarizador de turbulências, conflitos, fermentação social” (Sodré, 2005, p. 1). Embora haja o reconhecimento por parte do grupo da sua posição menos favorecida representativamente em diretos na organização social da qual faz parte, este não é um lugar onde se pretende ficar. E deixar de ocupá-lo passa, necessariamente, por uma reconfiguração das relações de poder. Empoderar-se exige transformação de identidades pelo conflito constante causado pela negociação entre as partes. O que se pretende cada vez mais é a garantia de redistribuição de oportunidades e direito a fala (Fraser, 2001), a representação social, e com esta garantia de espaço e visibilidade ao alcance de reconhecimento.

Mais que uma fusão musical com origens na *soul music*, a história do *hip hop* está intimamente ligada à trajetória de resistência e contestação da juventude negra e pobre das periferias das médias e grandes cidades. Por isto mesmo é considerado um movimento “político de contestação e reivindicação exercido por marginalizados sociais dos centros urbanos” (Ribeiro, 2006, p. 15), capaz de mobilizar um grande número de jovens como destaca Santos (2006, p. 19), ao afirmar que “em diversos países, o hip-hop tem servido de hino de libertação para as vítimas do racismo e da pobreza” desde a década de 1960, quando as brigas de gangues eram frequentes nas periferias de grandes cidades norte-americanas, em especial no bairro nova-iorquino do Bronx, habitado, em sua quase totalidade, pela comunidade afro-americana, afro-caribenha e latina. Uma destas gangues era a *Black spades* [espadas negras], conhecida por cometer atos

de vandalismo para demarcar seu território e garantir espaço no bairro. A *Black spades* era comandada por Kevin Donavan, nascido em 1957, negro e muçulmano (Tomassi & Ferreira, 2011) produtor de festas e colecionador de discos. Após assistir ao filme *Zulu* que tem como temática a guerra entre ingleses e negros por posses de terras, Kevin decide se tornar também um “guerreiro zulu” e mudar a realidade da comunidade na qual vivia.

Esta origem pluriétnica do movimento hip hop, surgida da necessidade de autoafirmação de diferentes etnias, é destacada pela pesquisadora norte-americana Tricia Rose (1997). Leitura semelhante a feita pelo próprio Kevin Donavan: “a primeira coisa que o mundo tem que entender é que foi o mundo que deu o rap aos Estados Unidos, porque os Estados Unidos são um caldeirão de misturas raciais” (citado em Rocha, Domenich & Cassiano, 2001, p. 129).

Pouco tempo depois passa a ser conhecido como Afrika Bambaataa (nome inspirado em um guerreiro zulu que enfrenta os ingleses para recuperar seu próprio território) e, em 1979, ao lado do também *rapper* Grandmaster Flash torna o hip hop uma expressão legítima da cultura de rua. Em substituição às brigas de gangues, começava a era da disputa através da música e da dança e a propagação do lema criado por Afrika Bambaataa após sua viagem à África: “peace, unity, love and having fun” (paz, união, amor e diversão). O movimento ganha força e, em 12 de novembro de 1973, é inaugurada a Zulu Nation, primeira e mais famosa “posse” já conhecida (Balbino & Motta, 2006).

O HIP HOP GANHA AS REDES

Nos últimos anos, assistimos à ascensão do Facebook como o principal software social utilizado por cerca de 102 milhões de brasileiros¹ que têm um perfil nesta rede de relacionamentos cuja lógica de funcionamento consiste na criação e manutenção de laços sociais entre seus usuários. Por isso, exige atenção, atualização, acompanhamento, disposição e habilidade, para que o feedback sempre seja dado aos “amigos” desta esfera do ciberespaço. É um investimento na ligação e um comprometimento com a amizade, deste modo, a rede é alimentada constantemente, mantendo os seus membros vinculados, preferencialmente quase que em tempo integral.

¹ Dados fornecidos pela própria rede social em sua página oficial em 19 de abril de 2016. Disponível em <https://www.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>

É um novo espaço para as “posses” antes conhecidas e reconhecidas não só no bairro onde estão situadas, mas também no “circuito *hip-hop*”. As páginas dos grupos no Facebook podem ser compreendidas como uma versão virtual destas posses. Percebe-se neste caso a força do conceito de “comunidade de sentidos” apresentado por Janotti Jr. (2003) para quem a definição de comunidade já não está necessariamente relacionada a questões geográficas, mas sim tendo como referência o “compartilhamento de valores, gostos e afetos que ressaltam o ideal comunitário” (Janotti Jr., 2003, p. 3). Esses grupos se relacionam com base em critérios que lhes são comuns embora com referências globais, capazes de permitir que os pares se reconheçam.

Os universos online e offline se fundem e se confundem. Durante a pesquisa de campo realizada para este trabalho foi possível ver claramente a relação entre as posses e as páginas de perfil nas redes sociais, em especial no Facebook. Tanto em uma como na outra, o jovem se sente mais à vontade para expressar suas opiniões, tratar de temas de seu interesse imediato e, principalmente, propor soluções para problemas que aflijam sua vida. A posse pode ser compreendida como o local onde as insatisfações pessoais se materializam, e, se materializando, se tornam de todos, ganham força e extrapolam os limites geográficos, ganhando, por exemplo, espaço e adeptos nas redes sociais virtuais.

Para a produção desta pesquisa foi realizado um trabalho de campo com visitas periódicas, presenciais e online, aos dois maiores representantes dos movimentos hip hop em Juiz de Fora. O “Café com *hip hop*”, que reúne os jovens da periferia da cidade e municípios vizinhos e o “Encontro de MC’s”, formado, prioritariamente por moradores das regiões mais ricas da cidade.

Trazemos neste momento os apontamentos feitos por Kehl (2004) ao lembrar Jean-Jacques Rassial para quem a transição para a fase da adolescência/juventude vem acompanhada da necessidade de “objetos transicionais”, responsáveis por tornar mais fácil a adaptação deste novo corpo ao lugar que passa a habitar. Desta forma, os ritos de passagem, cada vez mais escassos nas sociedades laicas, podem agora se apresentar como a frequência ao baile *funk*, ou às “Rodas de MC’s”, por exemplo. Isto sem falar no fato de que cada vez mais estes jovens criam seus próprios ritos. A sedução exercida pelo hip hop é um exemplo disto.

Cada vez mais há um trânsito entre os dois lados e, assim como os jovens da favela querem conhecer a realidade além dos morros, também

os jovens da zona sul, adotam com frequência o “dialeto”, roupas e estilo musical da periferia.

Uma das razões apontadas por Kehl (2004, p. 50) para que isto aconteça pode estar em uma estratégia de proteção, pois em muitas situações pode ser “mais seguro ser confundido com um ‘mano’ do que com um ‘playboy’”. Sem esquecer, no entanto, que neste caso ainda é necessário se preparar para ser “enquadrado” pela polícia.

Mas, muito mais do que se proteger, os jovens da classe média estão se identificando com os marginalizados e assumindo assim uma postura política de inclusão e redistribuição de direitos, “como se só fosse possível encontrar alternativas para a falta de sentido da vida pautada pelo consumo identificando-se com aqueles que não têm recursos para consumir” (Kehl, 2004 p. 51). Ao abrirem mão da segurança oferecida pelo círculo de proteção criado pelas famílias de classe média para proteger seus filhos (condomínios fechados, escolas particulares) estes jovens se permitem conhecer outra realidade.

Muitas vezes, facilitado por um primeiro contato online, os encontros presenciais foram marcados para entrevista em profundidade, nas quais buscamos conhecer como a vivência no movimento hip hop influencia a vida destes jovens.

Procurando compreender como as redes sociais, em especial o Facebook, se transformam em importantes ferramentas para os jovens integrantes do movimento hip hop em Juiz de Fora foram aplicados 102 questionários, dos quais 37,2% mostram que eles se sentem mais à vontade para se expressar nas redes sociais quando comparadas aos meios de comunicação de massa – como rádio, TV, revistas e jornais. O fato de as redes sociais se apresentarem, ainda, como um espaço com maior independência econômica e política, quando comparadas ao rádio, jornais e tv’s, por exemplo, contribui para o fascínio que elas exercem entre os consumidores de notícias mais jovens.

A liberdade proporcionada pelos meios virtuais também foi levada em conta, revelando que 18,6% se sentem com mais espaço para dar suas opiniões e que 3,5% dizem ter maior espaço para fazer suas reivindicações nas redes sociais. Alguns entrevistados (4,7%) citaram os recursos de informação fornecidos pelas redes sociais, o fato de não se sentirem manipulados e também o policiamento tido por eles ao emitir opiniões sobre determinados assuntos. A comunicação nesta rede social online está alicerçada na partilha de contatos, informações, ideias e conhecimentos originados pelos comentários das postagens, pela participação em grupos

de discussão ou pelo uso de aplicações e jogos. O papel de cada um e seu nível de engajamento será fundamental para o sucesso da empreitada.

Durante a pesquisa nas redes sociais dos dois grupos pudemos perceber que por contar com integrantes que cursam as faculdades de jornalismo, publicidade e propaganda e design gráfico entre seus membros, a divulgação dos eventos promovidos pelo “Encontro de MC’s” é muito mais eficiente e profissional do que a feita pelos organizadores do “Café com *hip hop*”. Além de contarem com atualização mais frequente e mais registros fotográficos, em vídeo e áudio de todas as suas ações, com qualidade profissional, eles conseguem reunir maior número de parceiros dispostos a apoiar a realização dos eventos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao trabalharmos a forma como as novas tecnologias, em especial as que se utilizam das redes sociais online, como o site de relacionamentos Facebook, por exemplo, são utilizadas para fortalecer os elementos constituintes da cultura hip hop e alargar os horizontes, aproximando periferias antes distantes, promovendo um novo traçado que liga realidades semelhantes embora geograficamente afastadas e, por isto mesmo, mais enfraquecidas em relação à representatividade social; fomos apresentados a um novo grupo de “rappers”.

Jovens, brancos, ricos, universitários, sem experiências pessoais relacionadas ao cotidiano violento, pobre ou de segregação racial, também reconheceram no modo de vida *rapper* uma experiência que os retrata. Com uma estética que lembra a representação caricatural com a qual historicamente os integrantes do movimento hip hop são reproduzidos em jornais e revistas, eles se tornaram, não raras vezes, porta-vozes do movimento em Juiz de Fora. Compartilhando ídolos, referências musicais e indumentárias, os dois grupos com realidades tão distintas, acabam por se aproximar.

Através da troca de experiências, opiniões e gostos pessoais, os jovens alteram saberes e colaboram para a produção de mais conhecimento. Em relação a tudo o que é postado no grupo de discussão, estes momentos de construção coletiva do saber são pontuais, uma vez que muito material é publicado e nem tudo é debatido. Mas quando o diálogo ocorre é importante para o fortalecimento da identidade do movimento hip hop e para o reforço do laço social entre os membros do grupo que vão suturando suas marcas identitárias.

Esta relação entre os grupos, claramente influenciada pelos veículos de comunicação de massa é afetada de forma inquestionável por mudanças nos padrões de consumo tanto da periferia, que passa a ter acesso a bens e serviços pela primeira vez, como também das elites que, ao transformarem “periferia” em grife, atribuem a ela novo significado e a seus consumidores outro *status*.

Ao passo que, para os jovens da periferia a participação no movimento hip hop é um traço que marca a inclusão e as semelhanças que unem os negros, pobres, vítimas de violência policial de processos excludentes no mercado de trabalho e nas relações sociais; para os jovens de classe média, a participação neste mesmo movimento marca a diferença. Ao assumirem a postura *rapper*, e formatarem suas identidades de maneira bastante diferente da que usualmente se esperava de jovens brancos, universitários, filhos de família de classe média, eles afirmam suas identidades pelas diferenças. E esta escolha afeta, de forma inquestionável, a identidade dos jovens de periferia que são “tentados” a pensar sobre si mesmos. Ao não se reconhecerem no rosto branco de classe média estampado nas capas de jornais como a nova face do hip hop, precisam definir quem são e o que os representa. Mas, é preciso cuidado com o excesso de otimismo causado por esta aproximação para que não se obscureçam os problemas advindos desta nova organização no campo da comunicação. Pois a forte relação entre poder, grupos de pressão e meios de comunicação de massa não pode ser desconsiderada ou reduzida.

Agora o espaço da não-autenticidade, da imitação, do arremedo de realidade é ocupado por quem costuma ditar moda e comportamento. Neste espaço são os jovens periféricos o modelo de comportamento, estética e musicalidade. Há uma inversão significativa de valores, que reorganiza a polaridade e atribuições de sentidos a posturas antes desvalorizadas. No entanto é preciso haver negociações. Os negros e pobres ainda carecem de espaço para tratar de seus dramas cotidianos, mas o movimento hip hop, ao conquistar a classe média se reinventou e se tornou porta-voz de novas reivindicações.

Um dos poucos espaços garantidos para projeção e visibilidade dos jovens negros da periferia passa a ter outros protagonistas. *Griots* responsáveis por denunciar uma realidade de abusos que não viveram e o preconceito racial do qual não são vítimas. De propor a valorização da estética e cultura negra da qual não são oriundos. Um caminho mais tortuoso se apresenta e obriga os integrantes do movimento hip hop a enfrentar barreiras: abrir mão da visibilidade alcançada pelo movimento por não se

considerarem representados pelos novos porta-vozes ou aceitar que se trata de uma identidade em formação e capaz de abarcar uma gama de identidades e referências maior do que as anteriormente consideradas?

REFERÊNCIAS

- Balbino, J. & Motta, A. (2006). *Hip-hop: a cultura marginal*. Rio de Janeiro: s.e..
- Fraser, N. (2001). Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça na era pós-socialista. In J. de Souza (Ed.), *Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea* (pp. 245-282). Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Janotti Jr., J. (2003). *Aumenta que isso aí é rock and roll: mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: Editora E-papers.
- Kehl, M. R. A. (2004). Juventude como sintoma da cultura. In R. Novaes & P. Vannuchi (Eds.), *Juventude e sociedade* (pp. 89-114). São Paulo: Editora Perseu Abramo.
- Martins, R., Lima, R. W. & Barros, M. (2015). Cultura de rua e políticas juvenis periféricas: aspectos históricos e um olhar ao hip-hop em África e no Brasil. *Revista FAMECOS*, 22(1), 59-80. DOI: 10.15448/1980-3729.2015.1.20134
- Oliveira, I. de A. R. de. (2006). The contemporary malaise in the perspective of Charles Taylor. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 21(60), 135-145. DOI: 10.1590/S0102-69092006000100008
- Ribeiro, C. C. R. (2006). *O Movimento hip-hop como gerador de urbanidade: um estudo de caso sobre gestão urbana em Campinas*. Campinas: PUC–Pontífice Universidade Católica.
- Rocha, J., Domenich, M. & Casseano, P. (2001). *Hip hop: a periferia grita*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Rose, T. (1997). Um estilo que ninguém segura: política, estilo e a cidade pós-industrial no hip hop. In M. Herschman (Ed.), *Abalando os anos 90. Funk e hip hop. Globalização, violência e estilo cultural*(pp. 192-212). Rio de Janeiro: Rocco.
- Santos, R. A. M. (2006). *Escola de Comunicações e Artes/ECA. O estilo que ninguém segura-Mano é mano! Boy é boy! Boy é mano? Mano é mano?* Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Sodré, M. (2005). Por um conceito de minoria. In R. Paiva & A. Barbalho (Eds.), *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus.

- Taylor, C. (1994). *Multiculturalism*. Princeton: University Press.
- Taylor, C. (1997). *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. São Paulo: Edições Loyola.
- Taylor, C. (1998). A política de reconhecimento. In C. Taylor (Ed.), *Multiculturalismo: examinando a política de reconhecimento* (pp. 45-94). Lisboa: Instituto Piaget.
- Taylor, C. (2006). *Imagínarios sociales modernos*. Barcelona: Paidós.
- Taylor, C. (2000). *A política do reconhecimento. Argumentos filosóficos*. São Paulo: Edições Loyola.
- Tomassi, B. C. T. & Ferreira, F. y C. B. (2011). Dos primeiros aos últimos poetas: a intersecção hip hop-Islã. *Revista de Antropologia Social dos Alunos do PPGAS-UFSCar*, 3(2), 30-50. Retirado de http://www.rau.ufscar.br/wp-content/uploads/2015/05/Vol3no2_02.BIAFRANCIROSY.pdf

Citação:

Fraga, P. & Umbelino, T. (2019). Rimando por reconhecimento a trajetória do movimento *hip-hop* na construção de sua identidade. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 529-539). Braga: CECS.

GIOVANNI RAMOS

contato@gioramos.net

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR, PORTUGAL

A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NA CONSTRUÇÃO DA PAUTA DOS PODCASTS

RESUMO

Este artigo analisa a participação dos leitores na construção da pauta e da linha editorial no jornalismo alternativo. Para isto, são analisados programas jornalísticos brasileiros em formato de podcasts (programas de áudio para internet) que utilizam o financiamento coletivo recorrente como fonte de financiamento, oferecendo como uma das recompensas, a participação dos apoiadores em grupos fechados em redes sociais para discussão dos assuntos abordados pelos programas. Os programas analisados são *Braincast* e *Mamilos*, podcasts semanais de repercussão no Brasil, não pertencentes aos grandes conglomerados de comunicação, que utilizam ferramentas de financiamento coletivo recorrente. Nos grupos do Facebook destinados aos apoiadores, são analisados o número de inscritos, a participação destes, a intervenção dos administradores da página. Depois, é feita uma comparação com o conteúdo dos podcasts para saber quais as influências do público na construção da pauta e linha editorial. O objetivo é aprofundar o debate sobre a relação do jornalismo com a comunidade, especificamente do jornalismo alternativo e a eficiência das técnicas de financiamento de projetos digitais através da participação do público.

PALAVRAS-CHAVE

Podcasts; jornalismo participativo; webjornalismo; jornalismo alternativo

PODCASTS

Os podcasts são programas de áudio distribuídos pela internet sob demanda, disponibilizado através de downloads ou de streaming online. O termo tem origem na junção das palavras *pod*, em referência ao iPod, tocador de áudio produzido pela Apple e *cast*, uma abreviação de *broadcast*, termo comum utilizado no idioma inglês para transmissões de comunicação

como rádio e televisão (Fernandes, 2017). Os downloads para tocadores de áudio como o iPod ocorrem por assinaturas através da tecnologia de RSS, que permite ao usuário receber notificações a cada novo programa disponibilizado.

A primeira vez que a palavra podcast foi utilizada ocorreu em 2004 com o ex-apresentador do canal MTV dos Estados Unidos Adam Curry. Segundo Junior (2017), Curry queria produzir programas de rádio diferentes e personalizados e apostou na internet e nos Ipods como plataforma de distribuição, dando origem aos podcasts.

Silva (2009) citado por Junior (2017) afirma que o primeiro podcast brasileiro foi desenvolvido por Daniel Martins em 2004. O podcast pertencia ao blogue *Digital Minds* e foi o primeiro a disponibilizar conteúdo em áudio através da ferramenta de RSS. Em Portugal, a rádio TSF foi a primeira a disponibilizar seu conteúdo neste tipo de plataforma em janeiro de 2006, seguido da SIC Online em fevereiro e do *Expresso* em março (Bastos, 2010).

O mercado de podcasts está em ascensão no mundo. Uma pesquisa da PwC (Pricewaterhouse Coopers) em 2015 com os 20 grandes geradores de receita com podcasts nos Estados Unidos apontou que o faturamento saiu de US\$ 69 milhões em 2015 para US\$ 119 milhões em 2016¹.

A atemporalidade é uma característica dos podcasts. Junior (2017) cita Meditsch (1999) para afirmar que nem todos os podcasts são radiofônicos, pois este teria como característica a emissão em tempo real. Alguns programas de podcast são gravados ao vivo, porém a caracterização ocorre pela disponibilidade de ser ouvido em qualquer momento.

A subscrição ou assinatura é outra característica. O ouvinte pode acompanhar o programa que deseja assinando em seu Ipod ou programa para execução dos áudios e a cada nova publicação, ele é informado da disponibilidade. Junior (2017) explica que a possibilidade de assinar ou cancelar um podcast altera a relação do produtor do programa com o público, com maior fidelização e participação dos assinantes.

O uso do *podcast* permitiu aos usuários deixarem de receber os conteúdos de forma passiva para interagirem com os autores, baixarem os dados para serem consumidos quando e onde preferissem e também permitiu o cancelamento das assinaturas quando o material veiculado não era mais do seu interesse. Isso casou um grande problema para a indústria do entretenimento, pois o conceito de broadcasting está baseado em transmitir o mesmo

¹ Informação retirada de <https://www.pwc.com/>

conteúdo a partir de uma central irradiadora para toda a audiência, enquanto que na rede o internauta deve ir buscar as informações que deseja. (...) Este processo abriu as portas para novas formas de interação dos usuários com os meios de comunicação de massa que resultou em grandes transformações na produção e consumo de conteúdos digitais sejam informações, dados e entretenimento. (Junior, 2017, pp. 4-5)

Assis, citado por Barbosa (2015) destaca o protagonismo do ouvinte nos podcasts devido ao formato de distribuição do programa. Como não há grade de programação, a audiência parte unicamente da iniciativa do ouvinte: “ouvir um podcast não é como ouvir uma rádio: ‘o que será que está passando?’”, mas é uma ferramenta criativa: ‘vou ouvir o que eu quero’ e quando quero” (Assis, citado em Barbosa, 2015, p. 14).

JORNALISMO ALTERNATIVO E PARTICIPATIVO

Para Carvalho (2014), os podcasts se consolidam no mercado como um formato alternativo aos grandes veículos de comunicação. Os podcasters, como são chamados os produtores desses programas, desenvolvem seus produtos com baixo custo, em alguns casos produzindo individualmente os episódios. São duas características do jornalismo alternativo presente nos podcasts: a redução nos custos e a segmentação.

Um exemplo da segmentação do jornalismo alternativo é o brasileiro Portal Cronópolis, especializado em literatura. Spinelli (2009) explica que além da segmentação por um tema com pouco espaço na imprensa, o Cronópolis possui um conteúdo colaborativo, com os leitores enviando o material. O autor destaca a televisão do portal que “é o espaço criativo que aposta na execução de propostas alternativas que vão além das que normalmente vemos nas TVs... não segue o padrão das faixas de programação horizontal institucionalizadas” (Spinelli, 2009, p. 75).

Mazetti (2009), citado por Bona e Carvalho (2015) conclui que a web se tornou o melhor espaço para os veículos alternativos, por reunir características que facilitam tanto a disseminação do conteúdo como a aproximação com o público.

A aproximação com o público no jornalismo alternativo ocorre não apenas na produção dos produtos, mas também no seu financiamento. Ferramentas como os financiamentos coletivos ou *crowdfoundings* são recorrentes por mídias alternativas, com o público sendo o agente direto da

receita do meio. Donini (2013), citada por Xavier (2014) distingue os dois termos: *crowdfunding* está ligado diretamente ao sistema de recompensas, enquanto o financiamento coletivo é um conceito mais amplo, sem a necessidade de recompensas.

JORNALISMO PARTICIPATIVO

Bowman e Willis (2003) citado por Rodrigues (2013) define o jornalismo participativo como:

o acto de um cidadão ou grupo de cidadãos que têm um papel activo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de notícias e informações. O objetivo desta participação é oferecer a informação independente, fidedigna, variada, precisa e relevante que uma democracia requer. (Bowman & Willis, 2003, citado em Rodrigues, 2013, p. 191)

Outro termo para designar o jornalismo participativo é o “open source”. Savi (2007) explica que a expressão foi usada para o jornalismo pela primeira vez em 1999 quando o editor do *Jane’s Intelligence Review*, um jornal sobre segurança, decidiu colocar um artigo sobre ciberterrorismo para análise de uma comunidade online sobre o tema antes de publicar o texto. O Slashdot, uma comunidade online que possui um fórum sobre assuntos ligados a tecnologia da informação, recebeu o texto antes e depois de 250 comentários, a maioria críticos do artigo, o texto não foi publicado.

Jarvis (2006) citado em Rodrigues (2013) opta por definir este tipo de jornalismo como “networked journalism”, pois teria como principal característica o trabalho em parceria feito por profissionais da comunicação e amadores com o segundo colaborando na produção do primeiro, com informações, dúvidas e sugestões antes e depois da publicação da notícia.

O jornalismo participativo não deve ser confundido com o jornalismo cidadão. Couceiro (2008) citado por Rodrigues (2013) distingue os dois conceitos a partir do público que no jornalismo participativo complementa as atividades do profissional da imprensa enquanto no cidadão, ele substitui. López García (2009), citado por Rodrigues (2013) explica um dos principais papéis do profissional no jornalismo participativo: a mediação, “a gestão de todos eles deve recair sempre na figura do jornalista, que como mediador profissional e intérprete do que acontece, tem que zelar pelo objectivo prioritário da informação: que seja verídica e esteja ao serviço da sociedade” (López García, 2009, citado em Rodrigues, 2013, p. 197).

O jornalismo participativo transformou uma das principais teorias do jornalismo: o *gatekeeping*. Bruns (2011) explica que *gatekeeping* é a forma clássica da produção de notícias nos meios de comunicação de massa. Os jornalistas atuam como “porteiros” das informações, selecionando o que julgam mais importante para ser publicado. O processo se divide internamente, com os repórteres iniciando o processo de seleção para a apuração dos fatos e termina com os editores decidindo que matérias serão públicas.

Bruns (2011) explica que o jornalismo público ou cívico, iniciado no fim dos anos 80 nos Estados Unidos, buscava uma maior relação dos jornalistas com o público, porém, mantinha a estrutura base de produção. O leitor era consultado, mas não fazia parte da produção.

A internet impulsionou o jornalismo participativo por quebrar o monopólio dos emissores de informação. O poder de selecionar o que será publicado dos editores foi diluído com a possibilidade dos usuários conversarem diretamente com empresas, ONGs, partidos políticos e de conversarem entre si através de blogs e redes sociais.

O público, agora usuário na internet e com participação ativa nos processos de informação, fez com que o jornalismo revisse seu papel. É neste ponto que Bruns (2005) cunha o termo *gatewatching*. No webjornalismo, os profissionais:

observam o material que está disponível e é interessante, e identificam as novas informações ser úteis com objetivo de canalizar este material para atualizar e estruturar notícias que possam apontar direções para conteúdos de relevância e outras partes do material selecionado. (Bruns, 2005, citado em Weber, 2010, p. 10)

Com o *gatewatching*, admite que não possui mais o monopólio da emissão da informação, mas atua como um vigia dos veículos noticiosos, sejam eles tradicionais ou blogues e redes sociais e faz um processo de curadoria das informações, oferecendo a divulgação, republicação, contextualização e aprofundamento do assunto.

BRAINCAST E MAMILOS

O *Braincast* é um programa semanal em formato podcast apresentado pelo publicitário Carlos Merigo. É um programa de debate focado nos temas da criatividade, do entretenimento e do mercado de comunicação.

É o podcast principal e mais antigo do site B9², uma página de notícias sobre comunicação criada por Carlos Merigo em 2002. Além do criador e apresentador, o programa tem a participação dos profissionais de comunicação: Luiz Yassuda, Cristiano Dias, Guga Mafra e Luiz Hygino³. O *Braincast* está no ar, de forma regular, desde 1 de fevereiro de 2012. Anteriormente, o programa era produzido em vídeo para a plataforma YouTube. Os programas são gravados e disponibilizados via RSS às quintas-feiras. Cada episódio possui em média, uma hora de duração. Em 31 de outubro de 2017, havia cerca de 24 mil assinantes no *feed*.

O podcast é publicado de forma gratuita, podendo o ouvinte assinar o *feed* ou escutar os episódios que deseja na página do programa, dentro do site B9. Apesar de o produto ser gratuito, há uma campanha de financiamento coletivo recorrente que é divulgado tanto na página, quanto nos episódios e nas redes sociais.

As campanhas de financiamento estão hospedadas nas plataformas Apoia.se⁴ e Patreon⁵ (americana). As recompensas para quem colabora são: R\$ 1 – menção esporádica nos programas na lista de apoiadores e R\$ 15 – participação no grupo fechado do Facebook para discussão de pautas e notícias.

Na plataforma Patreon, havia em 31 de outubro de 2017, 115 apoiadores (US\$ 407). O Apoia.se não informa o número de apoiadores de cada projeto. O grupo exclusivo para assinantes possuía em 31 de dezembro de 2017, 197 membros. Não há uma página no Facebook do programa e sim do B9, site sobre comunicação que engloba outros podcasts. Esta página possui 410 mil seguidores. Os nomes dos apoiadores constam no site do programa e são citados nominalmente a cada dois meses em um episódio.

O *Mamilos* é um programa de podcast semanal apresentado pelas publicitárias Juliana Wallauer e Cris Bartis. É um programa de debate e entrevistas com foco em temas considerados polêmicos na imprensa como drogas, sexualidade, doenças, preconceito. É produzido e hospedado no site B9. O *Mamilos* está no ar, de forma regular, desde 21 de novembro de 2014. Os programas são gravados e disponibilizados via RSS às sextas-feiras. Os episódios têm entre uma hora e uma hora e meia de duração. Em 31 de outubro de 2017, havia cerca de 22 mil assinantes no *feed*.

² Disponível em <http://www.b9.com.br/>

³ Informação retirada de <http://www.b9.com.br/>

⁴ Disponível em <https://apoia.se/>

⁵ Disponível em <https://www.patreon.com/>

O podcast é publicado de forma gratuita, podendo o ouvinte assinar o *feed* ou escutar os episódios que deseje na página do programa, dentro do site B9. Apesar de o produto ser gratuito, há uma campanha de financiamento coletivo recorrente que é divulgada tanto na página, quanto nos episódios e nas redes sociais.

As campanhas de financiamento estão hospedadas nas plataformas Padrim⁶ e Patreon. A assinatura é de R\$ 9,9 e como recompensa o apoiador recebe uma newsletter semanal e participa do grupo fechado do Facebook para discussão e pautas do programa.

O podcast possuía em 31 de outubro de 2017, 709 apoiadores na plataforma Padrim (R\$ 7094,53 mensais) e 303 no Patreon – (US\$1,051 mensais). O grupo exclusivo para assinantes possuía em 31 de outubro de 2017, 276 membros. A página no Facebook possuía 34 mil curtidas.

EPISÓDIOS ANALISADOS

No *Braincast*, foram analisados os episódios 250 e 251, dos dias 13 e 26 de outubro de 2017. Não houve episódio no dia 20 de outubro. O período de observação do grupo de apoiadores no Facebook e na página do B9 no Facebook ocorreu entre 7 e 12 de outubro, uma semana antes do episódio 250 e entre 20 e 25 de outubro, uma semana antes do episódio 251.

Na semana que antecedeu o programa 250 houve 22 postagens.

AUTOR	ASSUNTO
Integrante do podcast	#Cumbucagate
Integrante do podcast	Rock
Apoiador	#Cumbucagate
Apoiador	Dica de produto
Apoiador	Sugestão para ser abordado no programa: crianças
Apoiador	Link para notícia sobre videogames
Apoiador	Link para notícia
Apoiador	#Cumbucagate
Apoiador	Link para notícias sobre rock
Apoiador	Dica de workshop
Apoiador	Comentário sobre rock
Apoiador	Lista com as músicas que tocaram no programa anterior, sobre rock
Apoiador	Sugestão de programa sobre crianças

⁶ Disponível em <https://www.padrim.com.br/>

Apoiador	Piada
Apoiador	Sugestão de livro
Apoiador	Sugestão de curta-metragem
Apoiador	#Cumbucagate
Integrante do podcast	#Cumbucagate
Apoiador	#Cumbucagate
Apoiador	Sugestão de música
Apoiador	Sugestão de tema para programa: trânsito
Integrante do podcast	Link ao vivo antes da gravação do programa

Tabela 1: Postagens *Braincast* (uma semana antes do programa 250)

O episódio 250, publicado em 13 de outubro, tratou sobre privacidade digital e uma teoria que smartphones gravariam sem autorização as conversas dos usuários, repassando os dados para empresas de publicidade.

Segundo o apresentador Carlos Merigo, o tema foi levantado pela primeira vez no podcast no episódio 237, de 7 de julho de 2017, a partir do relato de um participante que uma conversa sobre cumbucas foi feita fora da internet e o produto passou a aparecer nas publicidades digitais sem que a palavra tivesse sido buscada em redes sociais ou buscadores.

Merigo explicou que participantes do grupo de apoiadores e pessoas por e-mail começaram a enviar relatos semelhantes ao do participante no episódio 237 e o assunto passou a ganhar o nome de #Cumbucagate.

O episódio 250 começou com a seção “comentando os comentários”, quando foram lidos quatro comentários do público sobre o episódio anterior, que tinha como tema a música *rock*. A origem dos comentários não foi informada. Na apresentação, Merigo leu 10 relatos do intitulado #Cumbucagate, sendo cinco enviados por e-mail e cinco publicados no grupo de apoiadores.

Das 22 postagens feitas no grupo de apoiadores uma semana antes do programa, seis foram sobre o #Cumbucagate e quatro sobre rock, tema do episódio anterior. Uma das postagens, uma lista com as músicas tocadas no episódio 249, foi comentada e disponibilizada na página do podcast no site B9.

Na semana que antecedeu o programa 251 houve 23 postagens no grupo.

AUTOR	ASSUNTO
Apoiador	Pergunta sobre evento do site B9
Apoiador	Humor
Apoiador	Humor
Integrante do podcast	Sugestão de vídeo
Apoiador	Pergunta sobre a não publicação do programa
Apoiador	Sobre evento de marketing digital
Apoiador	Lista de músicas e participação em rádio
Apoiador	Link sobre a série Black Mirror
Apoiador	Dica de lazer
Apoiador	Dica de loja de brinquedos
Integrante do podcast	Piada sobre o #Cumbucagate
Apoiador	Sugestão de pauta: sobre tecnologia e trânsito
Apoiador	Dúvida sobre próximo assunto do programa
Apoiador	Link para gravação do episódio 251
Apoiador	Link sobre assunto envolvendo o #Cumbucagate
Apoiador	Link para lista de música em referência ao programa 220
Apoiador	Dica de série
Apoiador	Sobre uma dica apresentada por um integrante
Integrante do podcast	Humor sobre o #Cumbucagate
Integrante do podcast	Humor sobre o #Cumbucagate
Apoiador	Dica de podcast
Apoiador	Sugestão de tema para programa: trânsito
Integrante do podcast	Link para o programa 251: assunto

Tabela 2: Postagens *Braincast* (uma semana antes do programa 251)

O episódio 251, publicado em 26 de outubro, tratou sobre ódio na cultura *pop*. O tema não foi comentado na semana anterior no grupo de apoiadores e não houve referência a participação dos leitores durante a apresentação do tema. Foram lidos 10 comentários do público na seção “comentando os comentários”, sendo nove por email e um do grupo do Facebook.

No *Mamilos*, foram analisados os episódios 124 e 125, dos dias 14 e 21 de outubro de 2017. O período de observação do grupo de apoiadores no Facebook e na página no Facebook ocorreu entre 7 e 13 de outubro, uma semana antes do episódio 124 e entre 14 e 20 de outubro, uma semana antes do episódio 125.

Na semana que antecedeu o programa 124, as 17 postagens no grupo foram de apoiadores, nenhum da equipe que produz o podcast:

Separatismo
O que é arte?
Conservadorismo político
Abuso nas relações
Relacionamentos
Conservadorismo no Brasil
Empatia
Meditação
Câncer
Corpo feminino
Política brasileira
Educação e gênero
Feminicídio
Relações humanas
Educação dos pais
Política
Sobre um sorteio de livros do podcast

Tabela 3: Postagens *Mamilos* (uma semana antes do programa 124)

O episódio 124 teve o tema “A importância do brincar”. Para discutir o assunto, foram entrevistados a artista e palhaça Nina Campos, o artista plástico e teólogo Gandhy Piorski, além de áudios de Renata Meirreles, diretora do documentário *Território do Brincar* e Rosa Bertholini, diretora da escola Teia de Aprendizagem. Dos temas sugeridos no grupo de apoiadores, dois se aproximaram do programa: Educação e gênero, educação dos pais. A participação do público ocorreu no início do episódio, no quadro “Fala que eu te escuto”, quando foram lidos sete comentários do twitter do podcast e dois comentários recebidos por email.

Na semana que antecedeu o programa 125, as nove postagens no grupo foram de apoiadores, nenhum da equipe que produz o podcast:

Dica de filme
Alimentação em São Paulo
Política e empatia
Dica de vídeo
Meditação
Publicidade
Dica de vídeo
Dúvida sobre o financiamento coletivo
Emponderamento feminino

Tabela 4: Postagens *Mamilos* (uma semana antes do programa 125)

O episódio 125 teve como tema principal o câncer. O grupo de apoiadores do Facebook não foi utilizado pelas apresentadoras do programa para a pauta – um apoiador comentou o tema na semana anterior ao episódio 124. No entanto, a página do podcast no Facebook foi utilizada para pedir a participação do público no programa.

Foram duas postagens, nos dias 16 e 17 de outubro, pedindo a gravação em áudio de depoimentos de pessoas que venceram o câncer. O interessado deveria enviar por e-mail o áudio falando o nome e a idade. O podcast publicou 27 depoimentos em áudio, sendo 15 homens e 12 mulheres, com relatos sobre o diagnóstico e o tratamento da doença. O episódio não teve entrevistas, apenas a publicação dos relatos. O quadro “Fala que eu te escuto” teve cinco comentários do público lidos, todos enviados por email.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *Braincast* trouxe um exemplo evidente do conceito de *gatewatching* apresentado por Bruns (2011) no programa 250, sobre o #Cumbucagate. Bruns explica que no *gatewatching*, o jornalista atua como um guia, observando as informações que são emitidas em redes sociais ou outros espaços de mídia, podendo republicá-las ou aprofundá-las. No *Braincast*, o tema foi levantado por um membro da produção do programa, mas foi o público que deu voz a ele e pautou como um assunto de relevância. O podcast organizou as informações apresentadas pelos ouvintes e discutiu posteriormente.

O episódio 251 não foi tratado anteriormente pelo público, como no episódio 250, porém, a interação do público no grupo de apoiadores mostra-se evidente tanto nos comentários antes e depois do episódio sobre o

#Cumbucagate, mas também do episódio 249, citado quatro vezes depois da sua publicação.

O *Mamilos* praticou o jornalismo participativo no episódio 125. Ao trocar entrevistas com especialistas sobre o assunto, marca principal do programa, por depoimentos do público sobre o tema, o podcast colocou o público no processo de produção da pauta. A pauta do episódio 250 se enquadra no “networked journalism”, termo utilizado por Jarvis (2006 citado em Rodrigues, 2013). Ocorreu uma parceria entre público e produção do programa, com o primeiro apresentando os dados e o segundo organizando-os e publicando-os.

No caso do *Braincast*, a participação do público se deu na escolha do tema e na produção do programa, enquanto no *Mamilos* limitou-se a produção, pois não há evidências que o assunto (câncer) tenha sido escolhido pelo público.

Os programas possuem financiamento coletivo recorrente, com a participação em grupos exclusivos sendo a recompensa. No entanto, ambos pouco diferenciam o público que apoia financeiramente e os demais ouvintes. No *Braincast*, foi registrada uma leitura dos nomes de todos os apoiadores, lista que também consta na página do podcast. Mas no tema escolhido pelo público, metade dos relatos vieram por email. Situação semelhante no quadro “comentando os comentários”, onde a participação do público não depende de ser apoiador ou não. No *Mamilos*, nenhum dos comentários lidos nos episódios veio do grupo. E a participação do público no episódio sobre o câncer foi feita através da página aberta no Facebook.

Não se encontra, portanto, uma associação direta entre os apoiadores financeiros dos dois podcasts e a participação do público na construção dos programas. Conforme Donini, citado em Xavier (2014), os programas analisados possuem financiamento coletivo e não *crowdfoundings*, pois a recompensa não é a razão do apoio.

REFERÊNCIAS

- Barbosa, I. C. (2015). *Jornalismo narrativo em podcast: uma análise da linguagem, da mídia e do cenário*. Monografia do Bacharelado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Bastos, H. (2010). Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal. BOCC – Biblioteca de Ciências da Comunicação Online. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>

- Bona, N. C. & Carvalho, G. G. (2015, outubro). *Jornalismo Alternativo: conceito atual, ambiência digital e a busca da cidadania comunicativa*. Comunicação apresentada no II Seminário de Jornalismo e Cidadania na Hipermídia, Ponta Grossa.
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatowatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(11), 119-140. DOI: 10.25200/BJR.v7n2.2011.342
- Carvalho, P. M. (2014, setembro). *Processo de criação de podcast: análise dos recursos criativos do nerdcast*. Comunicação apresentada no 37º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu.
- Fernandes, L. C. (2017, setembro). *Jornalismo de Peito aberto: o podcast Mamilos e a empatia na era da convergência*. Comunicação apresentada no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba.
- Junior, A. B. (2017, setembro). *Podcast: possibilidades de uso nas emissoras de rádio noticiosas*. Comunicação apresentada no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba. Retirado de <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2638-1.pdf>
- Rodrigues, C. (2013). *Jornalismo participativo: tecnologia, comunicação e o papel do jornalista*. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.
- Savi, R. (2007). *Utilização de ferramentas interativas em jornalismo participativo: uma análise de casos de blogs, wikis, fóruns e podcasts em meados da primeira década do século XXI*. Dissertação de Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, Brasil.
- Spinelli, E. M. (2009). TV Cronópios: uma alternativa de televisão na internet. *Revista Alterjor*, 75-76. Retirado de http://www.usp.br/alterjor/Apostila_ICursoDifusao.pdf
- Xavier, A. C. R. (2014, novembro). *Alternativas para o financiamento do jornalismo: crowdfunding e a campanha Reportagem Pública*. Comunicação apresentada no 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Santa Cruz do Sul.
- Weber, C. T. (2010, maio). *Gatekeeper e gatowatching – repensando a função de selecionador no webjornalismo*. Comunicação apresentada no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo. Retirado de <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/r20-0493-1.pdf>

Citação:

Ramos, G. (2019). A participação do público na construção da pauta dos podcasts. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 540-552). Braga: CECS.

SAÚDE, CULTURA E MÉDIA

TÂMELA GRAFOLIN & FÁBIO GIACOMELLI

tamela.grafolin@ubi.pt; fabio@ubi.pt

LABCOM.IFP, UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR, PORTUGAL

SAÚDE EM DISPOSITIVOS MÓVEIS: UMA ANÁLISE SOBRE AS NARRATIVAS DA APLICAÇÃO MySNS DO SISTEMA NACIONAL DE SAÚDE PORTUGUÊS

RESUMO

A presente pesquisa realiza um comparativo entre as notícias publicadas na aplicação para dispositivos móveis MySNS, lançada em setembro de 2016 pelo Serviço Nacional de Saúde português, e as publicadas no website da própria instituição¹ com o intuito de verificar de que forma a entidade faz uso das ferramentas disponíveis em ambas as plataformas para compor as narrativas e quais as características dos conteúdos. No desenvolvimento da pesquisa utilizamos os conceitos de Fidalgo & Canavilhas (2009), Canavilhas & Satuf (2015) para disponibilização de conteúdo em dispositivos móveis, o conceito de Saúde Móvel (*m-Health*) apresentado por Rocha et al (2016), além da definição de notícias sobre saúde defendida por Lopes, Ruão, Marinho e Araújo (2012). Como metodologia de pesquisa, utiliza-se a análise de conteúdo proposta por Bardin (1977).

PALAVRAS-CHAVE

Saúde; notícias; dispositivos móveis

INTRODUÇÃO

Em pouco mais de duas décadas, a internet reconfigurou o ambiente de produção, circulação e consumo de produções jornalísticas. Sejam elas generalistas ou especializadas, a web tornou-se um grande canal de partilha de informações. E essa metamorfose no modo de comunicar, com uma grande afluência de conteúdos alterou, de certa forma, o modo como as pessoas buscam informação. No que tange as notícias acerca da temática saúde, os motores de busca tornaram-se grandes consultórios e, em uma

¹ Disponível em www.sns.gov.pt

rápida busca, não são poucas as páginas que aparecem como opções para falar sobre prevenções, remédios, sintomas e doenças. Soma-se a isso o acelerado crescimento do mercado dos dispositivos móveis e a facilidade de encontrar aplicações que auxiliam nos cuidados com a saúde. Alguns dispositivos como o iPhone, utilizado para esta pesquisa, já vêm com uma aplicação própria para controle de peso, altura, distância percorrida, nutrição e sono.

As aplicações móveis são softwares nativos, desenvolvidos para smartphones e tablets que buscam, a partir das potencialidades oferecidas por esses dispositivos, criar uma relação de intimidade e ofertar ao utilizador um conteúdo geral ou personalizado a partir de configurações criadas para cada situação. O mercado de aplicações móveis, segundo dados do Portal Statista², apontava que em março de 2017 estavam disponíveis para download 2.8 milhões de aplicativos para o sistema Android e 2.2 milhões na plataforma iOS.

Nesse viés, intenta-se com este estudo, contextualizar como os desenvolvedores da aplicação MySNS, do Serviço Nacional de Saúde de Portugal, buscam informar os utentes, que tipo de serviços estão disponíveis de modo nativo e como desenvolvem-se as narrativas para fortalecer essa relação móvel entre o SNS e quem precisa de informações. Para chegar nesses resultados, conceituamos durante o desenvolvimento do trabalho a relação Internet x Saúde x Utente, o jornalismo em dispositivos móveis e as definições de e-Health (saúde eletrônica) e m-Health (saúde móvel), para sustentar de modo teórico essa análise. O corpus contém 37 notícias que foram selecionadas e analisadas a partir do modelo de semana construída (Riffe, Aust & Lacy, 1993). A coleta aconteceu entre os dias 1 de agosto de 2017 e 2 de outubro de 2017. A técnica resume-se em iniciar a captura de publicações num determinado dia da semana e, na semana seguinte, dar-lhe sequência utilizando o dia posterior, e assim por diante, até que todos os dias sejam analisados. Mesmo que a técnica de semana construída seja, de modo geral, feita em apenas uma semana, utilizamos duas para dar mais consistência à pesquisa, visto que tanto no portal sns.gov.pt quanto na aplicação MySNS não há publicações aos finais de semana.

INTERNET, SAÚDE E AUTONOMIA

Os cuidados com a saúde individual têm envolvido cada vez mais informação e comunicação (Espanha, 2009). Sobre esse aspecto, a

² Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/276623/number-of-apps-available-in-leading-app-stores/>

informação sobre saúde surge de diversas fontes e em diversos meios e esse fluxo de conteúdo faz com que o indivíduo torne-se progressivamente responsável pela própria saúde. O desenvolvimento da autonomia das pessoas, principalmente na área da saúde, teve grande impacto da incorporação das tecnologias de informação e comunicação (TIC). Espanha (2009) defende que a elevada difusão e circulação de informações, provocada pelo desenvolvimento das TIC, é uma das características da sociedade moderna, o que Castells (2002) descreve como Sociedade em Rede. Na proposta de Castells, as tecnologias de informação e comunicação não só aumentam o volume de conteúdos disponíveis, mas alteram a organização social e as estruturas de base de uma sociedade. Espanha complementa:

as tecnologias de informação e comunicação e as redes que elas geram expressam as tendências do processo de globalização e a reconfiguração do tempo e do espaço. Através da Internet – a tecnologia de informação e comunicação mais revolucionária das sociedades contemporâneas – vivemos a experiência de poder circular num espaço-tempo virtual, que nos permite a possibilidade de conhecer novas maneiras de fazer, de ser e viver no mundo actual, provocando alterações de fundo em todas as esferas da acção humana. (Espanha, 2009, p. 1)

Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu e Sey (2004) avançam sobre o conceito de sociedade em rede e dentro deste, desenvolvem o conceito de “sociedade da comunicação móvel” (*mobile communication society*) oriundo do surgimento e expansão dos meios de comunicação móveis, especialmente os telefones. Para os autores, a tecnologia de comunicação sem fios (*wireless communication technology*) permitiu o desenvolvimento de uma comunicação multimodal de qualquer lugar para qualquer lugar com uma infraestrutura apropriada (Castells et al, 2004, p. 1). Embora a comunicação móvel se tenha desenvolvido de maneira diferente em cada país do mundo, como observaram Castells e seus colegas no estudo de 2004, com cada sociedade levando para a comunicação móvel práticas adotadas na comunicação interpessoal presencial e física, o que é um denominador comum é a relação entre as TIC e o desenvolvimento da autonomia do indivíduo. É justamente com a ampliação da autonomia que ocorre a maior colaboração da internet na área da saúde. Espanha (2009) salienta que

o uso da Internet por um público geral no âmbito da saúde é normalmente inscrito no seio da noção de ‘paciente informado’, que se desenvolveria através da aquisição de

informação e o associado declínio da relação assimétrica entre médico e paciente. (Espanha, 2009, p. 76)

Além da relação do paciente para com a própria saúde, a internet também alterou a estrutura de trabalho da medicina, e demais áreas de cuidado com a saúde, com o surgimento das práticas de Saúde Eletrônica (*e-Health*) e nos últimos anos também as práticas de Saúde Móvel (*m-Health*).

Porém, o surgimento de novos meios de divulgação e produção de informação sobre saúde não é sinônimo de aumento da qualidade dos conteúdos produzidos. Lopes, Ruão, Marinho e Araújo (2012) apontam que o “processo de produção informativa, que envolve meios de comunicação social, organizações e indivíduos, é considerado frágil e pouco preparado para responder às necessidades da sociedade” (Lopes et al, 2012, p. 129). Essa fragilidade é consequência da sensível relação entre produtores de conteúdo, fontes de informação e consumidores. Isolados em suas áreas de atuação, o conteúdo produzido por setores que não interagem torna-se incompleto e fora de contexto. Atuando de forma conjunta, como se tem verificado ao longo dos últimos anos, com o desenvolvimento da comunicação estratégica em organizações da área e o empoderamento dos cidadãos em matéria de comunicação e saúde, esses setores contribuem para a revolução do sistema de cuidados de saúde (Lopes et al, 2012, p. 131).

SAÚDE MÓVEL (*M-HEALTH*)

O uso de dispositivos móveis é um hábito que modificou o comportamento das pessoas de um modo geral na última década, em especial o comportamento do paciente/utente em relação às fontes de informação sobre saúde. Duque, Mamede e Morgado (2017, s. p.) destacam que as iniciativas de cuidado com a saúde estão “a alinhar-se com as necessidades e hábitos do paciente moderno”, tanto que a Organização Mundial da Saúde (OMS), órgão máximo no que tange sobre saúde a nível mundial, adota desde o final dos anos 1990 e início dos anos 2000 o conceito de Saúde Eletrônica (*Electronic Health*) e mais tarde o de Saúde Móvel (*Mobile Health*). O termo Saúde Eletrônica (ou *e-Health*) surgiu ainda nos anos 1990 com influência dos conceitos e desafios lançados pela internet na área da economia (*e-commerce*, *e-business*) e do marketing (Eisenbach, 2001), mas foi somente depois do ano 2000 que passou a ser utilizado também pelos profissionais da saúde e na academia da área. Eisenbach (2001) define o

conceito de saúde eletrônica como um campo de interseção entre a informática médica, saúde pública e economia. O autor ainda complementa:

em um sentido mais amplo, o termo caracteriza não só um desenvolvimento técnico, mas também um estado de espírito, uma forma de pensar, uma atitude e um compromisso para o pensamento global em rede, para melhorar os cuidados de saúde a nível local, regional e mundial utilizando tecnologias de informação e comunicação. (Eisenbach, 2001, s.p.)

Já a OMS adota uma definição mais resumida, considerando a saúde eletrônica como a utilização de informações e de tecnologias da comunicação para oferta e melhoria nos cuidados com a saúde. Dentro do campo da saúde eletrônica há um ramo que faz uso das tecnologias de computação e comunicação móveis nos cuidados com a saúde e na prestação de serviços na saúde pública, este ramo é o da saúde móvel. Rocha et al. (2016) defendem que o conceito de *m-Health* pode ser entendido como “oferta de serviços médicos e/ou de Saúde Pública que se valem do apoio tecnológico de dispositivos móveis, como telefones celulares, sensores e outros equipamentos vestíveis” (Rocha et al, 2016, p. 160). Os serviços permitidos pela saúde móvel envolvem o suporte telefônico para o cuidado com a saúde, serviços telefônicos de emergência, acompanhamento de tratamentos, lembretes de compromissos, ações de promoção de saúde, campanhas de educação em saúde, telemedicina móvel, atendimento de emergência, vigilância e monitoramento epidemiológico, monitoramento de pacientes, disseminação de informações, sistemas de apoio à tomada de decisão e novas formas de armazenamento de dados dos pacientes (Rocha et al., 2016). Duque, Mamede e Morgado (2017) apresentam ainda uma categorização dos serviços prestados pela tecnologia *m-Health*. Para os autores a saúde móvel pode ser dividida em 13 categorias: 1) educação e promoção de comportamentos saudáveis; 2) sensores e diagnóstico *point-of-care* (PoC); 3) monitorização e vigilância da saúde; 4) registro de saúde eletrónico (RSE); 5) formação/educação de prestadores de cuidado de saúde; 6) gestão de recursos humanos; 7) gestão de stocks; 8) transações financeiras e incentivos; 9) comunicação/colaboração entre prestadores de cuidado de saúde; 10) linhas de apoio; 11) saúde pública; 12) prescrição eletrónica e 13) comunicação entre prestador/paciente.

JORNALISMO E DISPOSITIVOS MÓVEIS

Em pouco mais de duas décadas, a Internet reconfigurou o ambiente de produção, circulação e consumo de notícias. Depois dos computadores ligados à rede, foram os dispositivos móveis segundo Canavilhas (2015) os responsáveis por uma grande mudança no ecossistema midiático. E isso deve-se à popularização deste tipo de aparelho. Fidalgo e Canavilhas (2009), ressaltam que o telefone celular deixou de ser um acessório de luxo para se tornar algo indispensável para a comunicação de todas as classes sociais. Fato esse, que pode ser alicerçado, ainda, na pesquisa³ da consultoria Gartner, que revela que no primeiro trimestre de 2017 foram vendidos cerca de 380 milhões de smartphones ao redor do mundo, um número 9,1% maior que em 2016.

Antes que falemos especificamente do Jornalismo para Dispositivos Móveis, cabe pontuar que, por partilhar o mesmo meio de distribuição, que é a internet, webjornalismo e JDM se assemelham em suas características e diferenciam-se em algumas particularidades a partir da miniaturização das telas. No webjornalismo há sete características apontadas por Canavilhas (2014) e que marcam as potencialidades desse meio: hipertextualidade, multimídia, interatividade, personalização ou customização de conteúdo, memória, instantaneidade e ubiquidade. Tanto o webjornalismo quanto o JDM podem valer-se dessas características para qualificar suas produções.

No que tange a uma definição acerca do Jornalismo para Dispositivos Móveis, Satuf (2015, p. 444) diz ser uma soma de “práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos”. Tal visão é partilhada por Giacomelli (2016, p. 43), que diz que leitores do jornal em papel, ouvintes da rádio e espectadores de televisão abandonaram a ideia de um consumo estático da informação com horários limitados e pré-definidos, para ter acesso a informação na palma da mão, quando e onde quiserem.

Nesse sentido, de consumir conteúdos em mobilidade, Satuf (2015) ressalta que o JDM deve ter atenção a algumas especificidades, como o espaço reduzido da tela dos dispositivos e a maneira como os usuários consomem essas notícias, por isso quem produz conteúdo noticioso para smartphones e tablets, deve pensar em algo leve e propício para esse ambiente.

³ Disponível em <http://www.gartner.com/newsroom/id/3725117>

Dentro dessa conceituação, fases do jornalismo em dispositivos móveis são pontuadas por Canavilhas (2009). O pesquisador aponta que no princípio viveu-se um período de adaptação, onde as produções eram pensadas para acesso em velocidades reduzidas e com interfaces pouco intuitivas. Depois, passou-se por um período de autonomia, onde foram desenvolvidas as primeiras produções específicas para dispositivos móveis. Por fim, o pesquisador aponta uma terceira fase, de emancipação, onde esses softwares específicos aproveitam a qualificação das redes 3G e desenvolvem produtos com versões rápidas, com conteúdos multimídia e com possibilidade de explorar a interatividade do utilizador afim de consolidar esse jornalismo em mobilidade. Satuf (2015), reforça, depois dessa divisão, que já se debate um estágio de consolidação, vindo da solidificação das redes 4G e um começo de popularização dos *wereables* (mídias-vestíveis), como os relógios inteligentes.

ANÁLISE DO CONTEÚDO DISPONÍVEL NO PORTAL SNS.GOV.PT E DA APLICAÇÃO *MySNS*

O portal na Internet do Serviço Nacional de Saúde português – www.sns.gov.pt – foi lançado no dia 1 de fevereiro de 2016 com o objetivo de ser “uma ferramenta agregadora de toda a informação de saúde e disponibilizando um vasto conjunto de serviços”⁴. O portal do SNS em pouco mais de um ano de existência contabilizou cerca de cinco milhões de acessos. Com intuito de “acompanhar o progresso tecnológico”, em setembro de 2016 o Serviço Nacional de Saúde lançou a aplicação MySNS, que mais tarde se tornaria a primeira de uma “família” de apps do SNS com as aplicações MySNS Carteira e MySNS Tempos. A app MySNS é descrita pelo órgão como uma “aplicação móvel que permite aceder, de forma fácil e intuitiva, aos serviços digitais da saúde nos dispositivos móveis”⁵ e que dá acesso às notícias do Serviço Nacional de Saúde, assim como informações úteis para os usuários dos serviços de saúde e o recebimento de notificações de saúde pública. A aplicação que está disponível para download nas versões para iOS e Android, até o mês de setembro de 2017 havia sido adquirida por mais de 65 mil pessoas.

Para análise dos conteúdos disponíveis tanto no portal quanto na aplicação, utilizamos o método da análise de conteúdo proposto por Bardin

⁴ Apresentação e descrição da plataforma feita na página “Sobre” do website do Serviço Nacional de Saúde. <https://www.sns.gov.pt/home/sobre-o-site/>

⁵ Informação disponível em <https://www.sns.gov.pt/2016/09/15/mysns-a-app-para-o-cidadao/>

(1977), com base na frequência de aparição de certos elementos da mensagem. Conforme Bardin, “a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 1977, p. 38). O método será aplicado ao corpus da pesquisa formado por 37 notícias selecionadas a partir da técnica da semana construída (Riffe, Aust & Lacy, 1993). A coleta aconteceu entre os dias 1 de agosto de 2017 e 2 de outubro de 2017. A técnica resume-se em iniciar a captura de publicações num determinado dia da semana e, na semana seguinte, dar-lhe sequência utilizando o dia posterior, e assim por diante, até que todos os dias sejam analisados. Mesmo que a técnica de semana construída seja, de modo geral, feita em apenas uma semana, utilizamos duas para dar mais consistência à pesquisa, visto que tanto no portal sns.gov.pt quanto na aplicação MySNS não há publicações aos fins de semana.

De forma inicial, para contemplar um dos objetivos propostos com esse estudo, fez-se uma análise comparativa das publicações do portal e da aplicação tendo em consideração o conteúdo do texto, presença de imagens, presença de hiperlinks e de que forma estão expostos, ícones para compartilhamento por e-mail e/ou redes sociais digitais. Através da análise destes elementos, verificou-se que as notícias disponíveis em uma plataforma também eram igualmente disponibilizadas na outra. De modo mais específico, pode-se apontar pequenas diferenças nas publicações, entre as plataformas escolhidas, em seis das 37 notícias analisadas, como podemos exemplificar com a Figura 1:

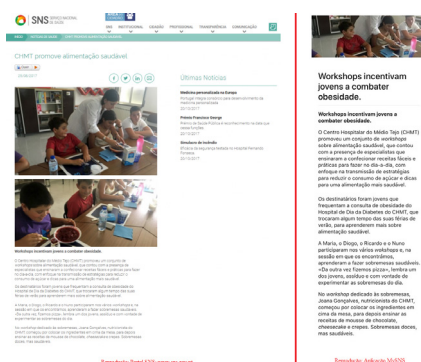


Figura 1: Exemplo de uma das notícias que apresentam pequenas diferenças entre Portal e Aplicação. Neste caso, apenas uma imagem é adicionada ao Portal

Fonte: Portal SNS e Aplicação MySNS

Dessas publicações, foi no portal que sempre encontramos algum elemento adicional em relação à aplicação. Porém, a diferença não oferecia perdas para o utilizador, visto que esse elemento adicional encontrado no portal era apenas um *hiperlink* a mais ou alguma opção extra de imagem ilustrativa do acontecimento em relação ao oferecido na narrativa do MySNS. Assim, cabe apontar que o Portal SNS não aproveita o conjunto de características disponíveis na *web* e que são marcas de diferenciação para outras produções. Isso caracteriza-se pela pouca exploração dos recursos de *hiperlinks* dentro do texto, onde o conteúdo multimídia limita-se a texto e foto, algo registrado ainda nas primeiras gerações do webjornalismo. A interatividade fica apenas na possibilidade de compartilhar as publicações em redes sociais digitais, sendo que estas não oferecem espaços para comentários e também não há possibilidade de personalizar o conteúdo.

Por outro lado, destaca-se a boa memória do portal, com fácil acesso a publicações passadas e também a ubiquidade pois as produções do SNS podem ser acessadas em qualquer lugar, visto que há chance de consumir as notícias no portal, no site móvel e também na aplicação. Já quando a análise é feita em cima dos períodos que classificam o Jornalismo em Dispositivos Móveis, podemos atestar que, dentre o conjunto de notícias escolhidas para compor esse corpus, elas classificam-se em um misto entre os períodos de autonomia e emancipação.

A aplicação MySNS também não utiliza a maior parte dos recursos que uma *app* possui. Os serviços apresentados, de uma forma geral, enquadram-se em três das 13 categorias apresentadas por Duque, Mamede e Morgado (2017). O conteúdo refere as categorias Monitorização e Vigilância, pois o utente pode acessar seus dados através de um dos ícones presentes no menu lateral e utilizando o seu número de registro no Serviço Nacional de Saúde. Também enquadra-se na categoria Linhas de Apoio, pois oferece um ícone específico para o serviço SNS24 – linha de contato telefónico do Serviço Nacional de Saúde – que realiza a chamada ao pressionar o ícone com o número. Configura também um serviço que faz parte da categoria Saúde Pública, possuindo informações sobre calendarização de vacinas, notícias importantes para o utente, campanhas realizadas pelo Governo, entre outros.

CONCLUSÃO

Através da categorização utilizada na presente pesquisa, referente aos períodos do jornalismo para dispositivos móveis e aos serviços

prestados por um dispositivo para saúde móvel (*m-Health*), verificou-se que a aplicação MySNS constitui um projeto que tem como intuito facilitar o acesso ao conteúdo do portal sns.gov.pt. No entanto, com essa proposta a aplicação torna-se limitada e com um conteúdo aquém do que uma aplicação pode oferecer. As notícias na aplicação têm menos imagens do que no portal, assim como não possuem ícones de partilha e a acessibilidade presente nas notícias do website. Recursos esses que podem ser acessados por esses dispositivos nos websites móveis, tornando as notícias presentes na aplicação um produto obsoleto em relação às outras plataformas do mesmo serviço.

Os dispositivos móveis possuem recursos próprios, alguns utilizados pela aplicação citada, porém falta que se produza com especificidade para essa plataforma, já que as publicações feitas pelos produtores de conteúdo e disponibilizadas na aplicação MySNS são as mesmas do website, com textos longos, poucos recursos multimidiáticos e uma leitura difícil em uma tela miniaturizada.

Em contrapartida, destacamos uma particularidade dos dispositivos móveis que pode ser encontrada na aplicação MySNS: a geolocalização. A partir deste recurso, o utilizador consegue verificar quais as farmácias, hospitais e centros de saúde mais próximos da sua localização atual. Dessa forma, entende-se que a aplicação está dando passos rumo à utilização das potencialidades móveis e que se continuar a atualizar e oferecer mais serviços para os utentes, certamente será um serviço de destaque a nível nacional.

BIBLIOGRAFIA

- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Edições 70. Lisboa.
- Canavilhas, J. (2015). Nuevos medios, nuevo ecosistema. *El profesional de la información*, 24(4), 357-362. DOI: 10.3145/epi.2015.jul.01
- Canavilhas, J. (2014). Webjornalismo: sete características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom. Retirado de http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf
- Canavilhas, J. (2009). Contenidos informativos para móviles: estudio de aplicaciones para iPhone. *Revista Textual & Visual Media*, 2, 61-80. Retirado de <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/684/1/canavilhas-j-contentidos-informativos-para-moviles.pdf>

- Castells, M. (2002). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura - A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L. & Sey, A. (2004). *The Mobile Communication Society*. A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology. California: USC. Retirado de <http://hack.tion.free.fr/textes/MobileCommunicationSociety.pdf>
- Duque, C., Mamede, J. & Morgado, L. (2017, junho). *Iniciativas de mHealth em Portugal*. Comunicação apresentada à CISTI'2017 - 12ª Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, Lisboa, Portugal. Retirado de <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/6621>
- Eisenbach, G. (2001), What is e-health? *Journal of Medical Internet Research*, 3(2), 1-2. DOI: 10.2196/jmir.3.2.e20
- Espanha, R. (2009), *Saúde e Comunicação numa Sociedade em Rede - o caso português*. Lisboa: Monitor.
- Fidalgo, A. & Canavilhas, J. (2009). Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In C. Rodrigues (Ed.), *Jornalismo On-Line: modos de fazer* (pp. 99-117). Rio de Janeiro: Editora Sulina.
- Lopes, F., Ruão, T., Marinho, S. & Araújo, R. (2012). A saúde em notícia entre 2008 e 2010: retratos do que a imprensa portuguesa mostrou. *Comunicação e Sociedade*, número especial, 129-170.
- Riffe, D., Aust, C. F. & Lacy, S. R. (1993). The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis. *Journalism Quarterly*, 70(1), 133-139. DOI: 10.1177/107769909307000115
- Rocha, T., Fachini, L. A., Thumé, E., Silva, N. C., Barbosa, A., Carmo, M. do & Rodrigues, J. M. (2016). Saúde Móvel: novas perspectivas para a oferta de serviços em saúde. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*, 25(1), 159-170. DOI: 10.5123/S1679-49742016000100016
- Satuf, I (2015). Jornalismo móvel: da prática à investigação académica. In J. Canavilhas & I. Satuf (Eds.), *Jornalismo para Dispositivos Móveis: produção, distribuição e consumo* (pp. 441 - 468). Covilhã: Livros LabCom. Retirado de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf
- World Health Organization (2011). *mHealth New horizons for health through mobile technologies: Based on the findings of the second global survey on eHealth*. Retirado de http://www.who.int/goe/publications/goe_mhealth_web.pdf

Citação:

Grafolin, T. & Giacomelli, F. (2019). Saúde em dispositivos móveis: uma análise sobre as narrativas da aplicação MySNS do Sistema Nacional de Saúde português. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 554-564). Braga: CECS.

**HELENADJA SANTOS MOTA, MÁRCIA LÚCIA DOS SANTOS, CLIMENE
LAURA DE CAMARGO & GEILSA COSTA SANTOS BAPTISTA**

helenrios@gmail.com; prof.marcia62@gmail.com; climenecamargo@
hotmail.com; geilsabaptista@gmail.com

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE | UNIVERSIDADE FEDERAL DA
BAHIA | UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA, BRASIL**

EDUCAÇÃO EM SAÚDE: INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CULTURA ALIMENTAR DE ADOLESCENTES ESCOLARES QUILOMBOLAS EM UMA ESCOLA DE SALVADOR, BAHIA (BRASIL)

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo verificar a influência da mídia nos hábitos alimentares de adolescentes em uma escola que atende estudantes quilombolas da Ilha de Maré, Bahia, Brasil. O trabalho teve uma abordagem quantitativa descritiva. Os dados foram coletados através de um questionário com 5 perguntas referentes aos hábitos alimentares dos adolescentes. Os sujeitos da pesquisa foram 50 estudantes do 1º ano do Ensino Médio com média de idade entre 15 e 16 anos. Os resultados demonstraram a necessidade da construção de uma visão crítica das propagandas que estimulam o consumo de alimentos pobres em nutrientes e principalmente de ações que respeitem a cultura alimentar tradicional da população quilombola.

PALAVRAS-CHAVE

Influência da mídia; cultura alimentar; adolescentes quilombolas;
obesidade

INTRODUÇÃO

Alimentar-se, mais do que uma necessidade fisiológica é também a expressão das interações de hábitos, ritos e costumes de uma determinada cultura. Os hábitos alimentares de um grupo têm um forte referencial identitário, ícone de uma identidade reivindicada para si. Maciel (2001, p. 151) apontou que a alimentação compreende emoção, memória e sentimentos, que podem interligar o alimento com lembranças pessoais. A comida pode circunscrever um território, lugares, ligando identidade a uma rede de significados.

Para Montanari (2010) comida é cultura, consequência da expressão da identidade de um determinado segmento social. Por expressar significados e ser veículo de difusão de identidades e relações culturais, a cultura alimentar de diferentes grupos sociais deve ter sua relevância antropológica reconhecida. Os costumes alimentares de um povo são marcadores identitários construídos historicamente, passados de geração em geração e são passíveis de influências externas e internas.

A população tradicional quilombola descende de africanos trazidos como escravos ao Brasil e emerge do processo de resistência dessa população. No país a Fundação Cultural Palmares (FCP) vinculada ao Ministério da Cultura (MinC) visa contribuir para a valorização das manifestações culturais e artísticas negras brasileiras como patrimônios nacionais. A FCP certifica comunidades quilombolas reconhecendo os direitos destas comunidades e promove a preservação das manifestações culturais negras, inclusive a sua cultura alimentar¹.

Estudos em comunidades quilombolas (Panigassi et al, 2008; Monego, Peixoto, Cordeiro & Costa, 2010) evidenciam a deficiência na Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) como uma das maiores dificuldades de grande destaque nestas localidades. Segundo o Art. 3º da Lei 11.346/2006, a SAN compreende a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis.

Muitos hábitos alimentares de adolescentes quilombolas têm sido modificados a partir da promoção das propagandas ostensivas da televisão e o consumo excessivo de produtos processados, em detrimento de produtos regionais com tradição cultural, onde o fast food vem ganhando espaço como alimento prazeroso, distanciando os adolescentes dos antigos hábitos alimentares herdados dos seus ancestrais.

Para Sichieri e Souza (2008) a maioria da publicidade televisiva no Brasil influencia negativamente a cultura alimentar de crianças e adolescentes. Castro (2013) ressalta que a mídia maquia os malefícios dos alimentos do tipo fast food, incentivando o seu uso descomedido e irrefletido.

Nesse contexto, a transição nutricional pela qual adolescentes quilombolas têm passado é caracterizada por uma dieta rica em açúcares e gorduras, e insatisfatória nutricionalmente. O surgimento do sobrepeso e

¹ Ver www.palmares.gov.br

obesidade, entre outras doenças, está intimamente ligado a tais mudanças na alimentação. O sobrepeso e a obesidade em adolescentes vêm ganhando destaque no cenário epidemiológico mundial, não só em função da sua prevalência crescente, mas, principalmente, por estar associada a uma série de danos à saúde.

Segundo a Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), uma em cada cinco pessoas no Brasil está acima do peso. A prevalência da doença passou de 11,8% em 2006 para 18,9% em 2016. O comportamento sedentário é um dos aspectos que tem preocupado e chamado à atenção dos profissionais da saúde, pesquisadores e cientistas (Ministério da Saúde, 2016).

A pesquisa também evidenciou uma mudança nos hábitos alimentares da população. Os brasileiros estão consumindo menos ingredientes considerados básicos e tradicionais. O consumo regular de feijão diminuiu 67,5% em 2012 para 61,3% em 2016. A pesquisa também revelou um baixo consumo de frutas e hortaliças semanalmente. Esse cenário reflete uma transição alimentar no país, que antes era a desnutrição e agora uma alta prevalência de sobrepeso e obesidade.

A obesidade na adolescência é um agente preditivo da obesidade na fase adulta. Dados do Estudo de Riscos Cardiovasculares em Adolescentes (ERICA) apontam que 24,0% dos adolescentes brasileiros que frequentam escolas em municípios com mais de 100 mil habitantes estão com pressão arterial elevada (pré-hipertensão ou hipertensão) e 25,0% estão com excesso de peso (Bloch et al, 2016).

Gigante, Moura e Sardinha (2009) salientam que o sobrepeso e a obesidade se acentuam principalmente em populações com grande vulnerabilidade econômica e social como as comunidades tradicionais: indígenas e quilombolas.

Negros, indígenas e brancos ocupam distintos espaços sociais de condições de vida e trazem consigo experiências desiguais ao nascer, viver, adoecer e morrer. As consequências da privação com alimentação, prática de atividade física, saneamento e acesso ao cuidado com a saúde dessas comunidades, são inúmeras e afetam vários aspectos como os econômicos e sociais, mas principalmente o biológico, com o comprometimento da saúde e do desenvolvimento humano (Lei nº 11.346/2006).

Sendo assim, o presente trabalho apresenta resultados preliminares de um estudo que busca verificar a influência da mídia nos hábitos alimentares de adolescentes em uma escola que atende estudantes quilombolas da Ilha de Maré, Bahia, Brasil.

METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa foi de natureza quantitativa e descritiva. Os dados foram coletados através de um questionário referente à influência da mídia nos hábitos alimentares dos adolescentes residentes em comunidades quilombolas da Ilha de Maré, Bahia, Brasil.

Os sujeitos da pesquisa foram 50 estudantes do 1º ano do Ensino Médio com a média de idade entre 15 e 16 anos. Para o desenvolvimento do trabalho com os estudantes foi solicitada autorização junto à coordenação e dos alunos através do Termo de Compromisso Livre Esclarecido – TCLE.

A coleta de dados foi realizada em um colégio localizado na região suburbana do município de Salvador, Bahia, e que integra a Rede Pública Estadual de Ensino. Essa unidade escolar está situada no subúrbio ferroviário e atende na sua maioria estudantes oriundos de comunidades remanescentes de quilombos localizadas na Ilha de Maré.

A Ilha de Maré possui uma diversidade cultural e uma exuberante e densa vegetação, com relevo acentuado, localizada na Baía de Todos os Santos. Entretanto, a infraestrutura local é deficitária, o acesso à Ilha é difícil e não há um sistema de transporte interno, o deslocamento para os povoados é sempre difícil, sendo geralmente feito a pé. As travessias Ilha de Maré, Salvador, Ilha de Maré são realizadas pelos estudantes quilombolas de forma precária, devido à inexistência de transporte público. Para as viagens diárias são utilizados pequenos barcos a motor de proprietários locais.

O instrumento de coleta de dados foi composto de 14 perguntas. Por questão de espaço foram analisadas apenas as respostas referentes a 5 questões, a saber: HA1) Você costuma comer alguma coisa enquanto vê TV ou fica navegando na internet?, HA2) Já consumiu alimentos que tenha visto em propagandas?, HA3) Caso tenha comprado algum alimento por influência de propaganda, que tipo de alimento foi?, HA4) Você pede para seus pais ou você mesmo compra alimentos / bebidas anunciados na TV? e HA5) Quais são as suas três comidas favoritas?

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A presente seção versa sobre a apresentação dos resultados e discussões do estudo realizado. Em relação à pergunta HA1) Você costuma comer alguma coisa enquanto vê TV ou fica navegando na internet? 18% de estudantes responderam nunca, 48% responderam às vezes e 34% responderam sempre (Gráfico HA1).

HA1) Você costuma comer alguma coisa enquanto vê TV ou fica navegando na internet?

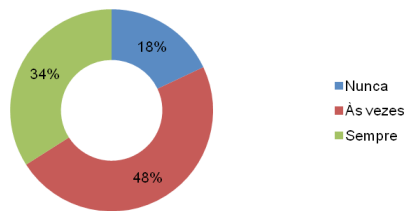


Gráfico AH1

A maioria dos estudantes afirmou realizar refeições em frente à televisão ou internet. Essa prática é ameaçadora nutricionalmente, pois além de aumentar a probabilidade de comer uma quantidade maior de alimentos, podendo desenvolver o sobrepeso e a obesidade, não se presta atenção aos sabores e texturas dos alimentos.

Segundo Marins, Jacob e Peres (2008) as empresas de fast food investem muito em ações de marketing televisivo sendo o público alvo crianças e adolescentes, devido ao tempo de exposição frente à televisão e também ao poder de persuasão que este público exerce sobre os seus pais ou responsáveis. Essa prática demonstra a necessidade de uma educação nutricional doméstica e escolar junto aos adolescentes apontando os malefícios nutricionais que estes alimentos processados acarretam.

Em relação à questão HA2 Já consumiu alimentos que tenham visto em propagandas? Dezassexes por cento dos estudantes responderam nunca, 60% responderam às vezes e 24% responderam sempre (Gráfico HA2).

HA2) Já consumiu alimentos que tenham visto em propagandas?

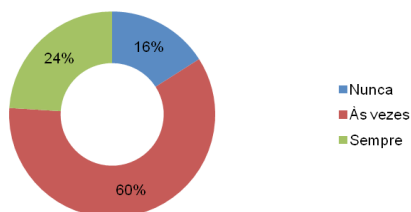


Gráfico HA2

Na questão HA3 Caso tenha comprado algum alimento por influência de propaganda, que tipo de alimento foi? a maioria dos estudantes (82%) responderam que compram fast food do tipo McDonald's e refrigerantes, 12% frutas e 6% disseram comprar massas e cereais (Gráfico HA3).

HA3) Caso tenha comprado algum alimento por influência de propaganda, que tipo de alimento foi?

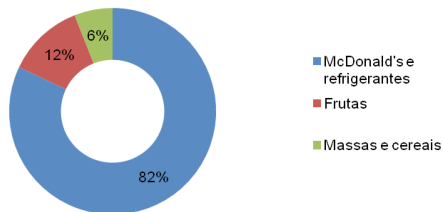


Gráfico HA3

Na questão HA4 Você pede para seus pais ou você mesmo compra alimentos / bebidas anunciados na TV? Cinco por cento dos estudantes responderam nunca, 70% responderam às vezes e 20% responderam sempre (Gráfico HA4).

HA4) Você pede para seus pais ou você mesmo compra alimentos / bebidas anunciados na TV?

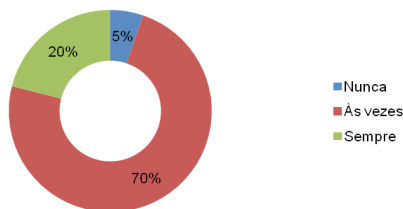


Gráfico HA4

Estes resultados apontam para a influência das propagandas nas escolhas alimentares dos estudantes quilombolas. O maior apreço pelos alimentos industrializados e não saudáveis demonstra a suscetibilidade dos adolescentes oriundos de populações tradicionais aos apelos promocionais de propaganda e publicidade que giram em torno destes alimentos.

Este tipo de alimentação ameaça a preservação da tradição da cultura alimentar das comunidades quilombolas.

Em relação à questão HA5 Quais são as suas três comidas favoritas? os estudantes elegeram em primeiro lugar as moquecas de peixe e/ou marisco (60%), em segundo lugar (25%) a lasanha seguida do feijão (15%).

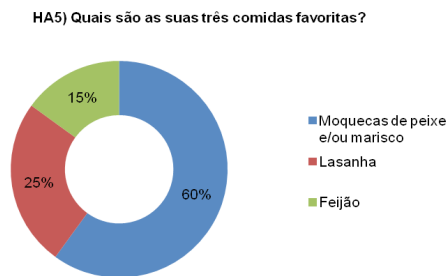


Gráfico HA5

A escolha da moqueca como alimento favorito foi um resultado bastante interessante, pois evidenciou a admiração dos adolescentes por um alimento tradicional da cultura quilombola, herança cultural alimentar dos africanos.

Um dado curioso foi a segunda preferência alimentar dos estudantes ser um prato bem distinto das suas raízes culturais, suplantando inclusive o feijão, que é um alimento básico do dia-a-dia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desvelar a influência das propagandas nos hábitos alimentares foi de grande relevância, criando subsídios para a elaboração de estratégias de educação nutricional que atendam as reais necessidades destes adolescentes no tocante a uma alimentação saudável.

Os resultados demonstram a necessidade da construção de uma visão crítica das propagandas que estimulam o consumo de alimentos pobres em nutrientes e principalmente de ações que respeitem a cultura alimentar tradicional da população quilombola.

REFERÊNCIAS

- Bloch, K. V. et al. (2016). ERICA: prevalências de hipertensão arterial e obesidade em adolescentes brasileiros. *Rev Saude Publica*, 50(supl 1), 9s. DOI:10.1590/S01518-8787.2016050006685
- Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Diário Oficial da União. Brasília. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11346.htm
- Ministério da Saúde (2016). *Vigitel Brasil 2016: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico*. Brasília. Retirado de <http://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2018/marco/02/vigitel-brasil-2016.pdf>
- Ministério da Cultura (2018). Fundação Cultural Palmares, *Comunidades Quilombolas*. Disponível em www.palmares.gov.br/?page_id=88
- Castro, J. O. (2013). *A propaganda de "alimentação saudável" do Mcdonald's*. Brasília. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Brasília, Brasil. Retirado de <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/5260/1/2013-JulianadeOliveiraCastro.pdf>
- Gigante, D. P, Moura, E. C. & Sardinha, L. M. V. (2009). Prevalence of overweight and obesity and associated factors. *Rev. Saúde Pública*, 43(2), 83-89. DOI: 10.1590/S0034-89102009000900011
- Maciel, M. E. (2001). Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Horizontes antropológicos*, 7(16), 145-156. DOI: 10.1590/S0104-71832001000200008
- Marins, B. R.; Jacob, S. C. & Peres, F.(2008). Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, 28(3), 579-585. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/cta/v28n3/a12v28n3.pdf>
- Monego, E. T., Peixoto, M. R. G., Cordeiro, M. M. & Costa, R. M. (2010). (In) segurança alimentar em comunidades quilombolas do Tocantins. *Segurança Alimentar e Nutricional*, 17(1), 37-47. DOI: <https://doi.org/10.20396/san.v17i1.8634798>
- Montanari, M. (2010). *Comida como cultura*. São Paulo: Editora Senac.
- Panigassi, G., Segall-Corrêa, A. M., Marinleón L., Pérez-Escamilla R., Sampaio M. E. A. & Maranhã L. K. (2008). Insegurança alimentar como indicador de iniquidade: análise de inquérito populacional. *Caderno de Saúde Pública*, 24(10), 2376-2384. Retirado de <https://br.123dok.com/document/wyeeoooy-inseguranca-alimentar-como-indicador-de-iniquidade-analise-de-inquerito-populacional.html>

Sichieri, R. & Souza, R. A. (2008). Estratégias para prevenção da obesidade em crianças e adolescentes. *Cad. Saúde Pública*, 24, 209-234. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/csp/v24s2/o2.pdf>

Citação:

Mota, H. S., Santos, M. L., Camargo, C. L. & Baptista, G. C. S. (2019). Educação em saúde: influência da mídia na cultura alimentar de adolescentes escolares quilombolas em uma escola de Salvador, Bahia (Brasil). In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 565-573). Braga: CECS.

ERICA COSTA ALVES, HELENADJA SANTOS MOTA
& YZILA LIZIANE FARIAS MAIA DE ARAÚJO

ericacosta2309@gmail.com; helenrios@gmail.com; yzila.ufs@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE, BRASIL

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CULTURA ALIMENTAR DE ADOLESCENTES: UMA ANÁLISE DE ESTUDOS PUBLICADOS EM PERIÓDICOS NO PERÍODO DE 2012 A 2017

RESUMO

Adolescentes em geral vêm adquirindo maus hábitos alimentares devido à excessiva ingestão de alimentação industrializada. A grande variedade e facilidade de obtenção desses produtos induzem ao consumo excessivo de açúcares e gorduras, acarretando doenças, como a obesidade, constituindo um problema de saúde pública. Estudos apontam que a mídia tem um papel relevante nesse processo de transição alimentar. Na literatura percebe-se um grande número de trabalhos que descrevem influências negativas dos meios midiáticos sobre a cultura alimentar dos adolescentes. Mas será que a mídia não tem potencial para exercer também uma influência positiva nas escolhas dos indivíduos desta faixa etária? Partindo da proposta do eixo temático do evento “III Congresso Internacional sobre Culturas Interfaces da Lusofonia”, o presente trabalho buscou fazer um levantamento dos trabalhos publicados na área de Educação em Saúde, de 2012 a 2017, evidenciando o papel da mídia na promoção de comportamentos alimentares saudáveis na adolescência. Mediante revisão de literatura nos “Periódicos Qualis”, foram obtidos sete artigos de revistas qualis A1, destes, dois artigos (28%) dos trabalhos analisados versavam sobre a intervenção assertiva da mídia na Educação Alimentar. A difusão de notícias construtivas relacionadas com a saúde alimentar dos adolescentes pode ser decisiva em escolhas para a prática de uma alimentação mais saudável.

PALAVRAS-CHAVE

Influência da mídia; alimentação; adolescentes

INTRODUÇÃO

Segundo Oliveira e Augusto (2009, p. 1), sobretudo para os organismos jovens (crianças e adolescentes), é incontestável a importância da

alimentação saudável, completa, variada e agradável ao paladar para a promoção da saúde.

O comportamento alimentar é influenciado por fatores externos como características da família, estilo de vida dos pais e amigos, valores sociais, mídia, hábitos alimentares e conhecimentos de nutrição, além de fatores internos como as características psicológicas, autoestima, desenvolvimento emocional e preferências alimentares (Santos & Garcia, 2010, p. 98).

Infelizmente, os adolescentes vêm adquirindo maus hábitos alimentares devido à excessiva ingestão de alimentação industrializada, onde frequentemente ocorrem trocas de uma alimentação saudável pelos fast foods. A grande variedade e facilidade de obtenção desses produtos induzem ao consumo excessivo de açúcares e gorduras, acarretando doenças, entre elas, a obesidade, constituindo um problema de saúde pública, pois adolescentes obesos têm propensão a serem adultos obesos.

A obesidade é definida como o acúmulo excessivo de gordura no corpo, como resultado de um desequilíbrio crônico entre a energia ingerida e a energia despendida, podendo constituir fatores determinantes para várias outras doenças como hipertensão, câncer e diabetes (Santos & Garcia, 2010, p. 94).

Araújo, Toral, Silva, Velásquez-Melendez e Dias (2009) discutem que a adolescência é um período fundamental para corrigir práticas inadequadas e estabelecer comportamentos saudáveis em relação à alimentação. Estudos apontam que a mídia tem um papel relevante nesse processo de transição alimentar. Para Fisher (2005), propagandas televisivas possuem um ostensivo marketing objetivando estabelecer crenças nutricionais, atitudes e padrão de consumo do público infanto-juvenil.

Diante da problemática do incentivo midiático à alimentação deficitária em nutrientes, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), regulamentou a Resolução nº 24, de 15 de junho de 2010, que dispõe sobre a oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas correlatas, objetivando a divulgação e a promoção comercial de alimentos considerados com quantidades elevadas de açúcar, gordura saturada, gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional. A medida visa a regulamentação dessas propagandas de forma a evitar a ingestão exagerada dos produtos exibidos nos anúncios publicitários e que representam uma alimentação desfavorável nutricionalmente.

A mídia tem interesse em direcionar o seu marketing aos adolescentes, principalmente por essa fase ter como característica uma maior

disponibilidade para a aceitação de novas ideias. Contudo, Forwood, Ahern, Hollands e Marteau (2015) concluem que os efeitos de anúncios em escolhas saudáveis dependem de traços individuais fundamentais (nível de educação) e estados (fome), não generalizam para uma população mais ampla, desacreditando na hipótese que as escolhas alimentares são feitas sempre por influência dos anúncios.

A cultura de massa ao circular informação e entretenimento transmite também valores e padrões de conduta diversificados. Os sujeitos sociais podem orientar suas práticas e ações, podendo refletir sobre a realidade, construí-la e experimentá-la a partir de outros parâmetros que não sejam mais exclusivamente locais, presentes na escola e na família (Setton, 2002, p. 113).

Na literatura percebe-se um grande número de trabalhos que descrevem influências negativas dos meios midiáticos sobre a cultura alimentar dos adolescentes. Mas será que a mídia não exerce também uma influência positiva nas escolhas dos indivíduos desta faixa etária? Será que os meios midiáticos também não instruem e favorecem a divulgação da Educação em Saúde, desenvolvendo a disseminação de propostas alimentares que possibilitam uma alimentação saudável?

Partindo da proposta do eixo temático do evento “III Congresso Internacional sobre Culturas Interfaces da Lusofonia”, o presente trabalho busca fazer um levantamento dos trabalhos publicados na área de Educação em Saúde, evidenciando o papel da mídia na promoção de comportamentos alimentares saudáveis na adolescência.

METODOLOGIA

A coleta de dados realizou-se mediante uma revisão de literatura (Cristante, 2011). Analisaram-se os trabalhos indexados na base de dados “Periódicos Qualis”, onde foram selecionadas produções científicas em revistas com conceito qualis CAPES A1, publicadas no período de 2012 a 2017. Foram utilizados os seguintes descritores: “alimentação saudável em adolescentes” (*healthy eating in teenagers*) e “influência da mídia” (*media influence*).

Os critérios adotados para inclusão dos artigos no estudo foram: a amostra deveria incluir apenas adolescentes, de 10 a 19 anos de idade, limites cronológicos definidos pela Organização Mundial da Saúde; e os estudos deveriam contemplar o papel da mídia na promoção de comportamentos alimentares saudáveis na adolescência.

Por meio da leitura sistematizada e crítica das referências adquiridas, procedeu-se à interpretação dos resultados e informações disponíveis, classificando os trabalhos científicos sob uma perspectiva negativa ou positiva de acordo com a influência midiática discutida.

RESULTADOS

Mediante revisão de literatura nos “Periódicos Qualis”, obtiveram-se revistas com conceito qualis CAPES A₁, dentre as cinco revistas selecionadas que versavam sobre Educação em Saúde (três com publicações mensais, uma com publicação bimestral, uma com publicação quadrimestral) foram obtidos sete artigos, publicados nos últimos cinco anos, que delineavam a influência da mídia na alimentação.

Retomando a indagação proposta no trabalho: Será que a mídia não exerce também uma influência positiva sobre a cultura alimentar dos adolescentes?, foi detectado apenas um artigo (14,3%) nos trabalhos analisados, que versa sobre a intervenção assertiva da mídia na Educação Alimentar nos adolescentes. A tabela abaixo apresenta os artigos analisados, seus autores e classificações quanto à influência positiva ou negativa da mídia:

REVISTA	AUTORES	ARTIGO	ANO	INTERVENÇÃO
Appetite	Forwood, S. E.; Ahern A. L.; Hollands G. J.; Marteau T. M.	“Healthy-eating adverts only affect ‘educated’ consumers, study suggests”	2015	Negativa
American Journal of Public Health	Bridget, K.	“Television food advertising to children”	2010	Negativa
American Journal of Public Health	Harrison, K.; Marske, A.L.	“Nutritional Content of Foods Advertised During the Television Programs Children Watch Most”	2005	Negativa
Appetite	Holmberg C.; Chaplin, J.E.; Hillman T.; Berg, C.	“Adolescents’ presentation of food in social media: An explorative study”	2016	Negativa

American Journal of Public Health	Freeman, B.	“Digital Junk: Food and Beverage Marketing on Facebook”	2014	Negativa
Advances in Nutrition	Wunderlich, S.; Gatto, K. A.	“Consumer Perception of Genetically Modified Organisms and Sources of Information”	2015	Negativa
American Journal of Public Health	Farley, T. A.; Halper, H. S.; Carlin, A. M.; Foster, K. N.; Fertig, A. R.	“Mass Media Campaign to Reduce Consumption of Sugar-Sweetened Beverages in a Rural Area of the United States”	2017	Positiva

Tabela 1: Artigos analisados

A maioria dos trabalhos obtidos mostra a influência negativa da mídia na alimentação dos adolescentes com altos volumes de publicidade televisiva para alimentos não saudáveis, criticando técnicas persuasivas orientadas e propondo chamadas para a regulação da publicidade alimentar.

O único artigo que discorreu sobre a assertiva da influência midiática: “Mass Media Campaign to Reduce Consumption of Sugar-Sweetened Beverages in a Rural Area of the United States” (Farley, Halper, Carlin, Foster & Fertig, 2017) apontou que campanhas publicitárias para a diminuição do uso de açúcar em bebidas influenciam na redução do consumo de bebidas açucaradas no oeste da Virgínia, Estados Unidos. Os autores fizeram uma divulgação de mensagens enfatizando os riscos para a saúde das bebidas através da televisão, canais digitais e organizações locais durante 15 semanas em 2015-2016 no nordeste do Tennessee, sudoeste da Virgínia e sudeste de Kentucky. A avaliação da campanha foi realizada através de levantamentos pré e pós-telefônicos na área de intervenção e análise de mudanças na venda de bebidas na área de intervenção e em uma área de comparação correspondente no oeste da Virgínia.

A breve campanha foi seguida por mudanças planejadas em crenças e consumo dos pesquisados em relação às bebidas açucaradas. Estas são ações que acabam por ter implicações na saúde pública. Os autores ressaltam que campanhas de mídia adicionais nestes tipos de produtos devem ser tentadas e avaliadas em todos os contextos sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolver problemáticas e discussões sobre a alimentação dos adolescentes é fundamental, pois nesta fase, como também na infância, há necessidades fisiológicas de nutrientes para a formação e desenvolvimento do corpo. As escolhas alimentares desses jovens são constituídas por diversas influências: família, amigos, escola, mídia, etc.

Compreendendo que os meios midiáticos têm um papel determinante no processo de ações voltadas para a promoção de saúde em adolescentes e com base nos resultados apresentados, infere-se que há uma necessidade de mais trabalhos científicos que abordem o papel afirmativo da mídia com relação à alimentação de adolescentes.

Os meios midiáticos têm um relevante papel no desenvolvimento de uma cultura de saúde e bem-estar dos adolescentes. Campanhas saudáveis quando divulgadas e incentivadas pela mídia ganham proporções, modificando a percepção das pessoas sobre a sua saúde. A difusão de notícias construtivas relacionadas com a saúde alimentar dos adolescentes pode ser decisiva nos critérios de escolha para a prática de uma alimentação mais saudável.

REFERÊNCIAS

- Araújo, C., Toral, N., Silva, A. C. F., Velásquez-Melendez, G. & Dias, A. J. R. (2009.) Estado nutricional dos adolescentes e sua relação com variáveis sociodemográficas: Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE). *Ciência & Saúde Coletiva*, 15 (2), 3077-3084. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/csc/v15s2/a12v15s2.pdf>
- Bridget, K. (2010). Television Food Advertising to Children: A Global Perspective. *American Journal of Public Health*, 100(5), 1730-1736. DOI: 10.2105/AJPH.2009.179267
- Cristante, A. F. (2011). *Como escrever um trabalho científico*. São Paulo: SBOT – Sociedade Brasileira de Ortopedia e Traumatologia.
- Farley, T. A., Halper, H., Carlin, A. M., Emmerson, K. M., Foster, K. N., Fertig, A. R. (2017). Mass Media Campaign to Reduce Consumption of Sugar-Sweetened Beverages in a Rural Area of the United States. *American Journal of Public Health*, 107(6), 989-995. DOI: 10.2105/AJPH.2017.303750

- Freeman, B., Kelly, B., Baur, L., Chapman, K., Chapman, S., Gill, T. & King, L. (2014). Digital Junk: Food and Beverage Marketing on Facebook. *American Journal of Public Health*, 104(12), 56-64. DOI: 10.2105/AJPH.2014.302167
- Forwood, S. E., Ahern, A. L., Hollands, G. J., Ng, Y. & Marteau, T. M. (2015). Healthy-eating adverts only affect 'educated' consumers, study suggests. *Appetite*, 89, 93-102. Retirado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2015.01.018>
- Harrison, K. & Marske, A. L. (2005). Nutritional Content of Foods Advertised During the Television Programs Children Watch Most. *American Journal of Public Health* 95(9), 1568-1574. doi: 10.2105/AJPH.2004.048058
- Oliveira, G. M. S. M. O. & Augusto, T. G. S. (2009). Análise dos artigos sobre Educação Alimentar publicados nas atas dos ENPEC. Atas do VII Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências. Florianópolis, Brasil. Retirado de <http://fep.if.usp.br/~profis/arquivos/viiienpec/vii%20ENPEC%20-%202009/www.foco.fae.ufmg.br/cd/pdfs/1404.pdf>
- OMS, Organização Mundial de Saúde. (1986). Saúde dos Jovens - um Desafio para a Sociedade. Relatório de um Grupo de Estudo da OMS sobre Jovens e Saúde para Todos. *Série de relatórios técnicos* 731. Genebra: OMS.
- Resolução RDC nº 24 de 15 de junho de 2010. *Diário Oficial da União*, Brasília.
- Santos, A. L. & Garcia, J. R. (2010). Atividade física e dieta como meios preventivos da obesidade infantil. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*, 4(20), 93-101. Retirado de <http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/266/246>
- Setton, M. G. J. (2002). Família, escola e mídia: um campo com novas configurações. *Educação e Pesquisa*, 28(1), 107-116. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/ep/v28n1/11659>
- Wunderlich, S. & Gatto, K. (2015). Consumer Perception of Genetically Modified Organisms and Sources of Information. *Adv Nutr.* 6, 842-851. DOI: 10.3945/an.115.008870

Citação:

Alves, E. C., Mota, H. S. & Araújo, Y. L. F. M. (2019). A influência da mídia na cultura alimentar de adolescentes: uma análise de estudos publicados em periódicos no período de 2012 a 2017. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 574-580). Braga: CECS.

CÁSSIO LUIZ ARAGÃO MATOS

cassioaragaofisio@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, BRASIL

CULTURA, SAÚDE E MÍDIA: UM ESTUDO SOBRE MULHERES IDOSAS EM UMA ACADEMIA NA CIDADE DE SALVADOR, BAHIA

RESUMO

O aumento do envelhecimento populacional no Brasil é um dado relevante. No artigo analisamos como a imagem corporal de sete mulheres idosas foram construídas em uma academia de ginástica. As imagens dos corpos em processo de envelhecimento das mulheres idosas entrevistadas vêm articuladas a um processo de “juvenilização”. Essas mulheres utilizam técnicas para driblar o envelhecimento dos corpos e buscam esconder e apagar os sinais de envelhecimento. As imagens que as idosas têm dos corpos estão associadas ao “corpo feio”, ao “corpo decrépito”, ao “corpo senil”. Para essas mulheres o corpo “perfeito” envolve noções de beleza, juventude, sensualidade, vitalidade, saúde e visibilidade. A metodologia utilizada para este estudo foi a etnografia. A amostra foi composta de sete idosas jovens, com idade entre 60 e 75 anos, que praticam atividade física em uma academia de ginástica, na cidade de Salvador. Destacamos neste estudo a contribuição de: Beauvoir (1990), Bourdieu (2007), Codo e Senne (2004), Courtine (1995), Couto (2012), Debert (2004), Debort (2003), Featherstone (2013), Foucault (2005), Goldenberg (2013), Le Breton (2013), Lipovetsky (2009), Matos (2015) e Motta (2002).

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; corpo; identidade; mídia

INTRODUÇÃO

Buscamos no artigo compreender como o corpo se tornou prolongamento da vida, da saúde, e forma o estilo de vida de mulheres idosas. No percurso desse artigo procuramos compreender quais usos e apropriações as idosas fazem do corpo, e como estes suscitam a constituição de um pertencimento cultural, identificando e analisando em que medida os

relatos dessas idosas estão vinculados aos processos de construção de identidades deste grupo. Para o desenvolvimento do artigo privilegiamos uma abordagem etnográfica.

O fato de utilizarmos como referência o corpo de mulher idosa jovem (idade de 60 até 75 anos) (Motta, 2002), ao invés do corpo feminino infantil, corpo feminino adolescente ou corpo feminino jovem, deve-se a uma perspectiva de que o corpo de uma mulher velha constitui um lócus privilegiado atualmente para a construção de um corpo no mercado de consumo, e sobretudo esse mercado tem dado uma atenção a este público consumidor, em particular ao de estrato mais alto e de vida urbana.

O idoso contemporâneo passa a ser uma nova categoria do consumo cultural, um novo público para o mercado de consumo e para a indústria da beleza e do culto ao corpo¹. Nessa perspectiva, o culto ao corpo é a busca de um corpo reconfigurado, transformado pelas várias técnicas de cirurgias plásticas. A medicina contemporânea ganha notoriedade, e faz com que a mulher idosa negue um corpo decrépito, senil, velho, doente, deficiente, obeso etc. O que essas mulheres desejam são corpos juvenilizados, idealizados pela mídia e não acometidos pela marca do tempo (Matos, 2015).

Os ideais de corpo perfeito, celebrados cotidianamente podem ser encontrados, sobretudo, nos seguintes aspectos: beleza, vigor e juventude. Na sociedade contemporânea percebe-se uma crescente valorização da aparência física corporal, contexto este em que o valor do indivíduo passa a ser atribuído predominantemente pelo corpo que o indivíduo tem (Couto, 2012).

O corpo *velhofobia*² é representado neste artigo pelo corpo feminino da mulher idosa, de vida urbana, com idade que se inicia entre os 60 ou 65 anos. Podendo também ser definido como um medo irracional de ter um corpo velho, uma espécie de aversão ao processo de envelhecimento de um corpo biológico e de um corpo simbólico. É também explicado como um tipo de preconceito contra os corpos velhos. Entre os atos cometidos contra o corpo *velhofobia* estão: inferiorização, repulsa, opressão, ridicularização e comparação.

Para não ter ou chegar a esse corpo cultua-se o corpo *velholatria*³ representado neste artigo como o corpo feminino da mulher idosa, de vida

¹ Castro (2007, p. 17) define Culto ao Corpo como um tipo de relação dos indivíduos com os seus corpos que tem como preocupação básica o seu modelamento, a fim de aproximá-los o máximo possível do padrão de beleza estabelecido. De modo geral o culto ao corpo envolve não só a prática da atividade física, mas também as dietas, cirurgias plásticas, o uso de produtos de cosméticos, enfim, tudo que responda à preocupação de se ter um corpo bonito e/ou saudável.

² Matos (2015) utiliza uma definição própria para o termo corpo velhofobia.

³ Matos (2015) utiliza uma definição própria para o termo corpo velholatria.

urbana, com idade que se inicia aos 60 ou 65 anos. É o corpo cultuado e levado aos limites da busca da perfeição, da beleza e da saúde, é preciso *malhar* continuamente, utilizar técnicas de rejuvenescimento (cirurgias plásticas, lipoaspiração, uso de botox, tatuagens, piercings, etc), uso de produtos e de cosméticos antienvhecimento, uso de dietas e consumo de estilos e modos de vida. É um corpo que beira o narcisismo exagerado. É a eterna busca de driblar, atenuar, parar, remar em direção contrária ao envelhecimento biológico do corpo e de modificar a ideia do corpo simbólico. O que menos se busca é ter um corpo velho biologicamente, com cabelos brancos, com manchas, varizes, ou qualquer tipo de deficiência física, motora ou psíquica. Busca-se também atingir uma idade que não se tem, a ideia é demonstrar ter uma idade menor da biológica e uma aparência física que beira a da indústria da beleza e da juventude.

Na cultura de consumo não se pode ter um corpo *velhofobia*, um corpo decrépito ou um corpo senil. O corpo da Terceira Idade corresponde ao corpo com idade entre 60 até 75 anos, idosos jovens, (Motta, 2002)⁴ que deve ser bem sucedido, vigoroso e sem sofrimento. Alcançar um corpo juvenilizado sem ser um corpo *velhofobia* passa pelo consumo de diversos produtos, pela busca de técnicas de rejuvenescimento, pelos cuidados com o corpo e com a saúde, e pelo adiamento do corpo em processo natural do envelhecimento.

Os cuidados com o corpo juvenilizado na cultura contemporânea são práticas corporais voltadas para minimizar, retardar ou adiar o processo de envelhecimento biológico do corpo. Tais práticas compreendem estilos, modos e comportamentos de vida. O idoso no cenário contemporâneo passa a ser uma categoria de consumidor, tanto do ponto de vista do culto ao corpo, como do ponto de vista do mercado, estimulando a formação de um público como novo nicho mercadológico.

Novas pesquisas levantam pistas pertinentes no que concerne a construção da *corpolatria*⁵, e do culto ao corpo, uma vez que a produção ritualizada do corpo e, conseqüentemente da aparência física corporal, é bem marcada socialmente e simbolicamente, sobretudo quando se trata de um país tropical e a extensão da sua região litorânea corroboram para uma maior exibição dos corpos. E sendo o corpo um valor distintivo é bastante valorizada a identidade cultural do grupo, e os indivíduos buscam fabricá-

⁴ Motta (2002) utiliza a categoria idosos jovens, para denominar pessoas com idade entre 60 até 75 anos.

⁵ Termo utilizado por Codo e Senne *O que é Corpo (latría)?* (1995). Para os autores, os cuidados com o corpo adquirem uma conotação que beira o religioso e articulam-se com a alienação e o narcisismo.

-los de acordo com o contexto em que estão inseridos (Goldenberg, 2013). Codo e Senne (2004) definem a *corpolatria* como:

a religião católica pelo avesso, por isso outra religião; inverteram os sinais, a busca da felicidade eterna antes carregava em si a destruição do prazer, hoje implica o seu culto. Duas faces da mesma moeda. Antes, a razão se encontrava em antagonismo tácito contra o corpo. Hoje também. A diferença é que a razão era o Céu, o corpo o Inferno, e agora a razão passou a ser o Inferno e o corpo o Céu. (Codo & Senne, 2004, p. 73)

Ao discutir sobre as identidades culturais e as imagens corporais de mulheres idosas e os diferentes usos dos corpos em uma academia de ginástica na cidade de Salvador, observamos que o corpo adquiriu para as mulheres idosas entrevistadas na cultura brasileira uma centralidade na vida cotidiana, na qual sua exposição torna-se um fator crucial no âmbito social e cultural (Matos, 2015).

Goldenberg (2013), discute como o corpo adquiriu um importante valor distintivo tal quais as roupas de marca, ambos se consagram e se tornam visíveis as diferenças entre os grupos sociais. A autora, pontua, ainda, que é a estética que dita as regras de exposição dos corpos, sendo o controle da aparência física cada vez mais estimulado. Para mostrar o corpo sem constrangimento, é preciso investir na força de vontade e na autodisciplina, uma vez que o corpo surge neste contexto contemporâneo como algo invejado, desejado e admirado não apenas pelas mulheres jovens, mas também pelas mulheres idosas.

Le Breton (2004), destaca que o corpo é um lugar de encenação, ou seja, não é mais a encarnação irredutível ou a fatalidade ontológica que sustentavam nossos processos identitários modernos, mas uma construção pessoal, disponível para múltiplas metamorfoses, um objeto transitório e manipulável.

Bourdieu (2007) entende o corpo como distintivo. Para o autor (2007) o corpo é um capital: um corpo jovem, magro, em boa forma, sexy, um corpo que se distingue como superior àquele que o possui, um corpo conquistado por meio de muito investimento financeiro, trabalho e sacrifício.

Goldenberg (2013) explica que em uma cultura como a brasileira, em que o corpo é um importante capital, o envelhecimento passa a ser vivenciado como um momento de grandes perdas, já que no Brasil, o corpo é um capital, e talvez o mais percebido por indivíduos das camadas médias

e urbanas e também das camadas baixas, que percebem o corpo como um veículo fundamental para a ascensão social, e também como uma forma importante de capital no mercado de trabalho, no mercado de casamento e no mercado erótico.

A marca mais evidente da *corpolatria* é o narcisismo (Codo e Senne, 2004, p. 15). O corpo na cultura de consumo vem tomando dimensões de interesse para além do campo biomédico, pois várias são as formas de compreensão e ressignificação o corpo por parte das mulheres idosas. Ser belo, esbelto e sempre jovem. Além dos cosméticos e dos músculos anabolizados, as estratégias do corpo performático concentra-se na busca de mecanismos que evitem doenças, retardem e adiem o envelhecimento de seus corpos e prolonguem a vida. A microbiologia, a robótica e a engenharia genética prometem um corpo fisiologicamente perfeito. Esse é o universo do corpo redesenhado pelas cirurgias plásticas, transplantes e implantes de nanomáquinas no organismo. Por toda parte, os modelos do corpo cirurgicamente perfeito se multiplicam e se disseminam (Couto, 2012).

Vítimas de um processo crescente do fenômeno intitulado de *reprivatização da velhice* às próprias pessoas idosas é atribuída a responsabilidade sobre sua condição física, mental, psíquica e emocional. Expostas a uma realidade na qual as informações sobre os cuidados com o corpo e sobre os processos preventivos que levam ao bem-estar físico circulam amplamente, as novas interpretações sobre a velhice revestem-se de caráter fortemente normativo que considera a doença como decorrente do descuido pessoal e da negligência sobre si (Debert, 2004).

A associação da velhice a um processo de perdas e de dependência física e social vem sendo substituída pela compreensão de que se trata de um estágio de vida propício para novas conquistas, guiado pela busca do prazer, da dinamicidade e da satisfação pessoal e profissional.

A nova imagem do idoso se insere na contemporaneidade e na cultura de consumo, este aparece através da abertura de novos espaços que oportunizam a participação em programas sociais, culturais e recreativos. Idosos mais bem posicionados economicamente e que acumularam distintos capitais culturais durante a vida.

A imagem positiva para o idoso é associada à atividade e ao prazer, e faz com que o mercado se volte para esse segmento populacional com uma grande variedade de bens de produtos e serviços, de produtos farmacêuticos e de cosméticos, da indústria da beleza e da moda, das diversas técnicas de rejuvenescimento e do turismo.

Pensar o corpo no processo de envelhecimento é recolocá-lo em uma visão cultural, social, econômica e biológica. O apelo à imagem da eterna juventude equivale a pensar o corpo *velhofobia* como objeto a ser modificado, como um corpo pensado apenas pelo externo, como algo de fora de si, no mesmo momento em que se inscrevem outras questões de cunho subjetivo.

A nova imagem do idoso nas representações construídas na cultura de consumo já não corresponde à do homem aposentado em casa com pijama no sofá ou jogando dama com os amigos na praça, e a mulher cuidando dos netinhos ou fazendo tricô. Abertos a novas experiências os idosos ou grupo chamado de Terceira Idade ocupam diferentes espaços na cultura de consumo, desfrutando das inúmeras possibilidades da sociabilidade. *Malham*⁶, viajam, passeiam, bebem, namoram, juvenilizam seus corpos e consomem todo tipo de produtos e serviços (Matos, 2015).

A metodologia utilizada para a construção deste artigo foi a etnografia. Privilegiamos como eixo de análise o universo sociocultural do sujeito idoso. O presente estudo privilegiou a abordagem qualitativa de cunho sócio-antropológico. Este artigo dialoga, ainda, com uma estratégia multimetodológica, que atende à perspectiva integradora e compreensiva do estudo da sociabilidade e dos processos das práticas, dos hábitos e dos comportamentos das pessoas idosas em relação ao corpo na cultura contemporânea.

Buscamos ainda mapear com uma descrição o *locus* da investigação, uma academia de musculação, na cidade de Salvador, Bahia, a partir de procedimentos metodológicos comprometidos com os postulados etnográficos. A unidade de análise é representada pela amostra de sete sujeitos: seis residentes no bairro do costa azul, e uma no bairro caminho das árvores. Os critérios de definição da amostragem foram: sexo feminino, ter idade entre 60 e 75 anos – idosos jovens (Motta, 2002), fazerem atividade física no mínimo duas vezes por semana, dentre outros critérios. Por último, elaboramos uma descrição e análise sobre os relatos das idosas contextualizando com as principais categorias deste artigo: imagem corporal e identidade cultural.

⁶ “Malhar”, no português falado no Brasil, é uma gíria correspondente ao ato de frequentar uma academia de ginástica e de musculação.

IMAGENS CORPORAIS DE MULHERES IDOSAS

A imagem corporal é própria de cada indivíduo, pode ser investida e moldada pela sociedade atual e portanto pela cultura contemporânea. Tem-se ainda, de um lado o corpo natural, biológico, que é resultado do processo evolutivo, mediante o qual nos desenvolvemos no útero de um corpo de uma mulher, nascemos, nos desenvolvemos, amadurecemos, envelhecemos e morremos. E de outro, o corpo simbólico que resulta das construções sociais e simbólicas, cuja imagem é a de saúde, beleza, vigor e juventude. A imagem corporal é o modo pelo qual o corpo apresenta-se para nós, ou seja, a representação mental que possuímos do nosso corpo. É considerada uma construção multifatorial que envolve percepção, afeto e componentes cognitivos (Matos, 2015).

Bourdieu (2007) apresenta três conceitos de corpo que têm grande importância para o entendimento da percepção social do corpo e de como a corporalidade participa das interações sociais: as noções de corpo real, corpo ideal e corpo legítimo.

O corpo legítimo é um corpo social, é arbitrário e modificado pela classe dominante. O corpo ideal é o corpo mais distante da natureza e mais próximo da civilização. Ambos são corpos que não podem ser alcançados por todos, mas só por uma parcela da sociedade que dispõe de tempo e de dinheiro (Bourdieu, 2007).

O espelho para as entrevistadas é um grande vilão. É ele que mostra que a velhice do seu corpo chegou, embora Beauvoir (1990) já discutisse que é difícil estabelecer se o centro da questão é a velhice ou o corpo. Mas a certeza está, como afirmou a autora (1990): “em que ela é vivida no corpo, e uma vez que sabemos que a velhice o habita, o corpo, esse estranho, nos inquieta” (Beauvoir, 1990, p. 56). No espelho, essas mulheres não ignoraram a condição da velhice dos seus corpos, ao contrário, aprendem a conviver com a sua imagem, buscando elementos que reforcem a sua autoestima, bastante afetada pelas mudanças na aparência, e procurando encontrar sempre o passado como uma forma de minimizar o presente.

Eu achava que não ia envelhecer, mas vejo pelo espelho que envelheci. Olho para meu corpo e vejo as rugas, triste, muito triste. (Entrevistada 3, 60)

Goldfarb (1998), na análise que fez dos aspectos subjetivos do envelhecimento na atualidade e de suas articulações com o processo de construção da identidade, compara o primeiro encontro do humano com o espelho como um momento de construção e de confirmação da sua identidade

como imagem, quando se olha é olhado, “este sou eu” – com o processo de envelhecimento em que ocorre algo diametralmente oposto.

A imagem atual revelada pelo espelho⁷ é confrontada com a imagem da juventude, modelo idealizado pela sociedade contemporânea. Entretanto, não se trata somente de uma imagem corporal, mas de todo um modo de vida. Sobre a imagem do corpo da velhice recai o peso de uma responsabilidade, de uma aparência física que não volta mais, e de uma imagem corporal que pode ser adiada, no entanto jamais esquecida.

Quando olho no espelho vejo que para minha idade meu corpo tá adequado para minha idade. A aparência é tudo! Sempre fui muito cortejada, adorava dançar e escolhia meus parceiros para dançar a dedo quando era jovem. Tinha um bumbum arrebitado, me trajava de forma elegante. Chegava no baile, no micareta, na festa e olhava para o rapaz e dizia é aquele ali. Só dançava com o que eu escolhia e queria. Só dançava com homens bonitos. Chamava muito a atenção nas festas que eu ia, pela beleza que tinha. Corpo na velhice vem com doença, dependência. Eu era muito vaidosa, quando tinha o corpo jovem era bem feita, não sou mais jovem, quem vai olhar para mim hoje, muito triste ter um corpo velho. (Entrevistada 4, 73)

No espelho, essas idosas vivem um confronto entre a realidade corporal do passado e do presente, embora entendam que o envelhecimento dos corpos é um processo natural, é também um momento de lembrar do corpo da juventude, confrontando o corpo passado com o corpo presente, que se encontra em um processo de envelhecimento. Essas idosas comparam os seus corpos atuais com os seus corpos da juventude, adiam o envelhecimento através das técnicas de rejuvenescimento e assumem o processo natural de seus corpos.

As idosas pesquisadas, frequentadoras dessa academia e praticantes de musculação aqui analisadas formam um grupo que busca um espaço de sociabilidade, trocas de experiências e autoafirmação, em um momento de vida marcado pela redefinição de identidades. A liberdade, a beleza física, a doença, a saúde, a solidão, a família, a falta de satisfação, o sair ou chegar

⁷ Em depoimento na revista *Muito* de novembro de 2014, a cantora Elza Soares revela que o espelho sempre foi seu companheiro, que “a gente sempre teve uma relação de desabafo”. A cantora afirma que quando olha para o espelho ela pensa assim “‘eu não gosto de você’, logo digo ô, ô, ô, tem algo que está errado aqui. Cadê o Pitanguy para dar um jeitinho aqui? Às vezes, olho para o espelho e me acho maravilhosa, às vezes, não. Já chorei muito com ele, passei muito as minhas dores para ele, as minhas alegrias. O espelho é o meu amuleto, eu não viajo sem ter um na bolsa”. Retirado de <http://atarde.uol.com.br/muito/noticias/1640075-elza-soares-a-musica-e-a-medicina-da-alma>

no horário que desejam são elementos presentes nas falas dessas idosas. Na hora de fazerem academia, de malhar, sentem-se motivadas e com liberdade total.

Vou para a academia e volto na hora que tiver a fim. Se tiver a fim faço comida, se não, lanche e tudo tranquilo. Filhos criados, sou solteira e independente. Pago minhas contas e não devo satisfação a ninguém. (Entrevistada 6, 64)

Às vezes faço comida, algumas outras a secretária, e quando não estou a fim despenco ela e fico na academia sem horário de voltar. (Entrevistada 2, 61)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atual valorização do corpo juvenilizado, bonito e saudável constitui uma busca intensa das mulheres idosas entrevistadas. A imagem corporal que essas sete idosas têm do corpo jovem, está associada ao corpo perfeito e ideal, e envolve as noções de saúde, beleza, sexualidade, sensualidade, vitalidade e dinamismo, ou seja, de um corpo narcisista ou de um corpo *velhoratria*, enquanto na fase do envelhecimento, a imagem do corpo velho ou do corpo *velhofobia* dessas idosas pesquisadas é de medo, preconceito, inferiorização, feiura, senilidade, decrepitude, doença, insegurança, invisibilidade e medo das limitações funcionais.

As imagens que as mulheres idosas entrevistadas em processo de envelhecimento buscam vêm articuladas a um processo de juvenilização, quando se utilizam técnicas para driblar o envelhecimento dos corpos das idosas e busca-se esconder e apagar os sinais de envelhecimento e do tempo (rugas, gorduras, estrias, celulites, cabelos brancos, etc). As imagens que as idosas entrevistadas têm dos corpos velhos e em processo de envelhecimento com idade a partir de 60 anos estão associadas ao corpo feio, ao corpo decrepito, ao corpo senil, ao *corpo velhofobia*.

REFERÊNCIAS

Beauvoir, S. (1990). *A velhice*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

Bourdieu, P. (2007). *A Distinção*. São Paulo: Edusp.

- Codo, W. & Senne, W. (2004). *O que é corpo (latría)*. São Paulo: Brasiliense.
- Castro, A. L. (2007). *Culto ao corpo e sociedade: mídia e estilos de vida e cultura de consumo*. São Paulo: Fapesb.
- Castro, A. L. (2004). *Culto ao Corpo: Identidades e Estilos de Vida. Atas do VII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais*. Coimbra: CES/Universidade de Coimbra. Retirado de <https://ces.uc.pt/lab2004/inscricao/pdfs/painel24/analuciacaastro.pdf>
- Couto, E. S. (2012). *Corpos voláteis, corpos perfeitos: estudos sobre estéticas, pedagogias e políticas do pós-humano*. Salvador: EDUFBA.
- Debert, G. G. (2004). *A Reinvenção da Velhice: Socialização e Processos de Reprivatização do Envelhecimento*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo /Fapesb.
- Goldenberg, M. (2013). Corpo, gênero e envelhecimento na cultura brasileira. *A Terceira Idade*, 20, 69-81.
- Goldfarb, D. C. (1998). *Corpo, Tempo e Envelhecimento*. São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Matos, C. L. A. (2015). *A Reinvenção do Corpo da Mulher Idosa: Imagens Corporais na Cultura Contemporânea*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, Brasil. Retirado de <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18434>
- Motta, A. B. da. (2002). Envelhecimento e Sentimento do Corpo. In M. C. de S. Minayo & C. E. A. Jr. Coimbra (Eds.), *Antropologia, Saúde e Envelhecimento* (pp. 37-50). RJ: Editora FIOCRUZ.
- Motta, A. B. da (2006). Visão Antropológica do Envelhecimento. In E. V. Freitas, L. PY, A. L. Néri, F. A. X. Cançado, M. L. Gorzoni & S. M. da Rocha (Eds.), *Tratado de Geriatria e Gerontologia* (pp. 78-82). Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

Citação:

Matos, C. L. A. (2019). Cultura, saúde e mídia: um estudo sobre mulheres idosas em uma academia na cidade de Salvador, Bahia. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 581-590). Braga: CECS.

**UNIVERSIDADE, TRANSFERÊNCIA DE
CONHECIMENTO E CULTURA DA EMPRESA**

SÓNIA SILVA, TERESA RUÃO & GISELA GONÇALVES

sonia.c.melo.silva@gmail.com; truaou@ics.uminho.pt; gisela.goncalves@labcom.ubi.pt

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE (CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO | CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE (CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO | UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR, PORTUGAL

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO DO PENSAMENTO ESTRATÉGICO NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS PORTUGUESAS

RESUMO

O presente estudo procura compreender qual o estado da Comunicação Estratégica nas universidades públicas em Portugal e qual a sua relevância para o cumprimento da missão social destas instituições. Assim, a pergunta de partida que orienta este trabalho é: é a Comunicação Estratégica relevante para o alcance da Missão das universidades públicas portuguesas, em particular da sua extensão à sociedade? Os resultados obtidos apontam para uma resposta afirmativa e para uma relação de interdependência entre Comunicação Estratégica e Responsabilidade Social.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Estratégica; universidades públicas; missão; Responsabilidade Social

INTRODUÇÃO

Comunicação Estratégica, Missão Organizacional, Responsabilidade Social e Universidades Públicas Portuguesas constituem os elementos fundamentais deste trabalho. O que se pretende é averiguar o uso institucional da Comunicação Estratégica pelas instituições de ensino superior, como modelo capaz de dar resposta à missão social das universidades públicas portuguesas.

O interesse em abordar esta questão surgiu da perceção de dois fenómenos relevantes: por um lado, nas últimas duas décadas a gestão da comunicação tem conquistado espaço e relevância nas instituições de ensino superior portuguesas; por outro, existe uma pressão, crescente, sobre estas organizações, para que se concentrem na transferência do seu

conhecimento e atuem como entidades responsáveis pelo desenvolvimento social e económico. Espera-se que o ensino, a investigação e, mais recentemente, a extensão, sejam pensados como mecanismos capazes de responder aos problemas e necessidades da sociedade, protagonizando, em último, o seu progresso. Em consequência desta pressão, estas instituições incluíram a extensão como o terceiro pilar da sua missão, resultando numa maior familiaridade com o conceito de Responsabilidade Social.

Tendo em conta esta conjuntura, procuramos responder à questão: é a Comunicação Estratégica relevante para o alcance da Missão das universidades públicas portuguesas, em particular da sua extensão à sociedade? A nossa hipótese de trabalho é que a Comunicação Estratégica, como um tipo de comunicação orientado para o cumprimento de objetivos é, de facto, um mecanismo essencial que guia as universidades rumo ao alcance da sua Missão.

Neste trabalho optamos por eleger as universidades públicas como objeto de estudo. Para analisar o fenómeno e responder ao objetivo traçado, utilizou-se uma metodologia de carácter qualitativo que integra como técnica principal de recolha de dados a entrevista semiestruturada, aplicada a especialistas na área da Comunicação Organizacional e Estratégica e da Responsabilidade Social, em Portugal, tendo-se realizado, posteriormente, uma análise de conteúdo.

Dividimos este estudo em duas partes principais. A primeira apresenta e discute os conceitos fundamentais nesta investigação e a segunda debate os resultados das entrevistas realizadas.

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

O uso intencional de ações de comunicação, por parte de uma organização, com vista ao cumprimento da sua Missão – envolvendo atividades de carácter informativo, persuasivo, discursivo e relacional – constitui o cerne da definição de Comunicação Estratégica, de acordo com a visão de Hallahan, Holtzhausen, Ruler, Verčič e Sriramesh (2007). Carrillo (2014) corrobora esta abordagem ao apresentá-la como o conjunto de ações de comunicação concebidas para alcançar as metas estratégicas da organização e que visam, fundamentalmente, criar valor através da relação com os públicos.

Assim entendida, a Comunicação Estratégica está associada às ideias de persuasão, influência e significação, já que se preocupa com o alcance de determinados objetivos. No seguimento deste pensamento Hallahan e

colegas (2007) defendem que este tipo de comunicação implica, necessariamente, influência sobre o recetor da mensagem. A Comunicação Estratégica é, então, pensada como um processo de significação, enquadrando a forma como as entidades comunicam intencionalmente e visando a criação de sentidos para com os seus públicos. E a sua orientação principal deverá ser o cumprimento da Missão e objetivos organizacionais, mediante a criação de significados. Esta torna-se, assim, uma ferramenta essencial para as empresas e instituições, pois, se a sua essência envolve ações de comunicação propositadas de forma a alcançar determinada Missão, esta é fundamental para conduzir a organização na conquista dos seus objetivos (Araújo & Ruão, 2014).

Discutido o conceito de Comunicação Estratégica, refletiremos, em seguida, sobre a noção de Missão organizacional.

MISSÃO ORGANIZACIONAL

A Missão organizacional diz respeito à razão de existir de uma qualquer organização, esclarecendo os fins para os quais toda a sua atividade se orienta. Osman (2008) define-a como uma declaração que fornece informação sobre a tipologia da empresa ou instituição e sobre a sua atividade, destacando os seus aspetos positivos. Para Morphey e Hartley (2006) é o artefacto que identifica a finalidade das organizações. Pensada desta forma, a Missão torna-se o mecanismo de entendimento para tudo o que a organização faz, comportando as suas prioridades e orientações futuras e sendo responsável por conduzir as tomadas de decisão e todas as ações dos seus membros (Bisset, 2014).

No ambiente de concorrência que caracteriza o contexto organizacional da atualidade, a Missão desempenha um importante papel. De acordo com a visão de Morphey e Hartley (2006), esta tem dois benefícios principais: (a) numa primeira instância, tem a capacidade de motivar e inspirar os públicos internos a agir em conformidade com os objetivos organizacionais, guiando-os nos seus comportamentos e nos caminhos certos para dar respostas a todos os problemas; (b) por outro lado tem a responsabilidade de comunicar as histórias, os valores e a cultura da organização, aos públicos externos.

Apresentado o significado e a relevância da Missão organizacional, debater-se-á a noção de Responsabilidade Social.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

O debate sobre a Responsabilidade Social nas organizações encontra a sua origem na segunda metade do século XX (Garriga & Melè, 2004). Na linha deste entendimento Carroll (2015) afirma que a Responsabilidade Social é um produto do Pós Segunda Guerra Mundial e foi resultado de mudanças na consciência social, que cresceu nos anos 60. Na verdade, as organizações não operam num ambiente isolado e a sua atividade afeta um conjunto de grupos internos e externos, bem como, a comunidade que com ela está envolvida (Nejati, Shafaei, Salamzadeh & Daraei, 2011), e estes exigem que as empresas e instituições atuem de forma transparente e responsável (Vasilescu, Barna, Epure & Baicu, 2010).

Apesar das inúmeras definições existentes, a Responsabilidade Social pode ser apresentada como um conjunto de ações que promovem o bem social, para além daquilo que são os interesses da organização ou as exigências da lei (McWilliams & Siegel, 2001). Dahan e Senol (2012) vão na linha destes entendimentos e definem-na como o ativo responsável pelo estabelecimento de metas organizacionais compatíveis com o desenvolvimento da sociedade e como o mecanismo que facilita uma relação ética e transparente com todos os públicos envolvidos com a organização. E Carroll (2015) vai mais longe, ao considerar que as organizações devem considerar o impacto das suas ações na sociedade, melhorando o seu bem-estar, mediante o respeito por quatro dimensões principais: (a) a ética dos negócios; (b) a cidadania organizacional; (c) a gestão dos públicos envolvidos e; (d) a sustentabilidade. A Responsabilidade Social é, então, todo o comportamento organizacional que contribua para a melhoria da qualidade de vida das sociedades, refletindo necessidades de todos os públicos envolvidos com a organização.

Terminada a apresentação dos principais conceitos que constituem o estudo passaremos, de seguida, para uma breve contextualização das atividades de Comunicação Estratégica e de Responsabilidade Social nas Instituições de Ensino Superior Portuguesas.

A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO ENSINO SUPERIOR PORTUGUÊS

Embora a incidência desta investigação seja sobre as universidades públicas, nesta secção, abordamos o ensino superior português como um todo, já que, as fases de nascimento e desenvolvimento das instituições decorreram em simultâneo e, de forma interdependente.

As décadas de 70, 80 e 90 do século XX marcaram o período de grande crescimento e desenvolvimento do ensino superior em Portugal, caracterizado por uma grande procura de formação superior e uma consequente proliferação dos estabelecimentos públicos, privados e politécnicos (Ferreira, Nunes, Oliveira, Oliveira & Ribeiro, 2014). No cerne deste favorável contexto, a Missão das universidades – até então apenas ligada à criação, difusão e aplicação de conhecimento de forma igualitária – passou a representar um eixo de comunicação espontâneo, que se aliava à crença na qualidade do ensino superior e na sua capacidade de abrir portas para um futuro melhor e até para um determinado *status* social (Ruão, 2008). Embora as atividades de comunicação sempre tivessem existido, nesta época, o seu planeamento e a consciência da sua relevância não se verificavam. Comunicar era um ato natural e necessário a toda a atividade organizacional, mas a Comunicação Estratégica, como um modelo orientado para a persecução de objetivos, não era uma realidade presente nestas instituições. O modelo de comunicação instalado era, portanto, bastante burocrático e unidirecional, onde se privilegiavam apenas questões protocolares e públicos institucionais, tais como o Estado (Ruão, 2005).

A passagem para o novo século trouxe transformações desfavoráveis, instalando-se um período de crise no ensino superior português. Para tal, contribuíram um conjunto de fatores dos quais se destacam a concorrência crescente por alunos e financiamento. Face a esta conjuntura, as instituições de ensino superior viram-se forçadas a adotar orientações de gestão mais próximas do modelo empresarial, das quais se destacou a proliferação das atividades de promoção e dos gabinetes de comunicação. Estas instituições foram induzidas a pensar e agir de forma mais mercantil, percebendo todos os seus pares como concorrentes, os alunos e as suas famílias como públicos-alvo (Boffo, 2004). A comunicação tornou-se, desta forma, uma atividade profissional e relevante na generalidade das instituições de ensino superior portuguesas, tendo-se revelado como um importante auxílio no cumprimento da Missão destas organizações, constituída, agora, pelo ensino, pela investigação e pela extensão à comunidade.

Assim, o desenvolvimento da Responsabilidade Social no ensino superior aconteceu num momento em que o seu papel enquanto motor de desenvolvimento social ganhou protagonismo. Num contexto no qual despoletam as pressões externas por comportamentos socialmente responsáveis, as instituições de ensino superior, focadas na educação e formação de seres humanos, assumem um papel de destaque, cabendo-lhes posicionar-se como vanguardistas no processo de desenvolvimento

económico, político e cultural em prol de uma sociedade melhor (Ribeiro, 2013). Para Santos (2005) só estas instituições podem garantir uma resposta empenhada e criativa aos desafios da Responsabilidade Social. E Maciel, Kowlasky, e Menezes (2009) vão mais longe, ao pensá-las como instituições de referência, que devem implementar um comportamento socialmente consciente numa perspetiva que as coloque como exemplo para as restantes organizações.

Esta consciência social foi-se desenvolvendo nas instituições de ensino e, atualmente, este é um dos seus pilares, expresso na sua Missão, ao lado do ensino e da investigação, sendo comumente designado de extensão, transferência de conhecimento ou ligação à sociedade. Mas, independentemente da denominação, o sentido é o de que o comportamento destas organizações deve refletir-se positivamente na sociedade, procurando dar respostas aos seus problemas e desafios.

Atendendo a que a Comunicação Estratégica visa, fundamentalmente, apoiar a organização no cumprimento da sua Missão e objetivos organizacionais, e que, por sua vez, a Responsabilidade Social está inserida num dos pilares dessa Missão, este estudo, visa compreender qual a relação entre estes dois conceitos. De seguida, pretendemos responder à pergunta de partida deste estudo e, para tal, apresentamos os resultados obtidos com as entrevistas aplicadas a especialistas na área da Comunicação Estratégica e da Responsabilidade Social.

METODOLOGIA

Para responder à questão que motivou este trabalho – é a Comunicação Estratégica relevante para o alcance da Missão das universidades públicas portuguesas, em particular da sua extensão à sociedade? – optou-se pelo uso de uma metodologia de carácter qualitativo, que teve como técnica de recolha de dados a entrevista semiestruturada. Esta foi aplicada a três especialistas na área da Comunicação Estratégica e a quatro peritos em Responsabilidade Social, ligados à docência e à investigação, e que, portanto, detêm conhecimento sobre o contexto do ensino superior. A opção pela entrevista semiestruturada justificou-se na medida em que não pretendíamos seguir um guião rígido, mas antes explorar o tema. Por isso, definimos um questionário constituído de um conjunto de questões-chave, mas que permitam aos participantes alguma liberdade na discussão dos tópicos. As entrevistas foram conduzidas em tempo real, privilegiando dois formatos principais: o contacto presencial e a videochamada.

As questões colocadas visaram analisar dois fenómenos particulares: a) o estado da Comunicação Estratégica nas universidades públicas portuguesas e – aspeto apenas questionado aos especialistas de Comunicação Estratégica; b) a relevância da sua comunicação para a concretização da Missão destas organizações, em particular do seu terceiro pilar, ligado à extensão.

Após a realização das entrevistas, que foram gravadas, seguiu-se a sua transcrição, categorização dos conteúdos e análise das declarações recolhidas. Para este estudo, e tendo em vista responder à pergunta de partida, criamos uma categoria principal: 1) estado da Comunicação Estratégica nas Universidades Públicas Portuguesas, a partir da qual derivamos duas outras subcategorias: 1.1.) comunicação orientada para a Missão e objetivos organizacionais; 1.2.) comunicação Estratégica na concretização da Responsabilidade Social.

Em seguida apresentamos as principais perceções dos entrevistados em relação a cada subcategoria criada. Com o objetivo de cumprir os preceitos éticos da investigação, as identidades dos entrevistados foram preservadas, optando-se pela utilização das designações: ECE1, ECE2, ECE3 para os especialistas em Comunicação Estratégica; e ERS1, ERS2, ERS3 e ERS4 para os especialistas de Responsabilidade Social.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

COMUNICAÇÃO ORIENTADA PARA A MISSÃO E OBJETIVOS ORGANIZACIONAIS

Nesta subcategoria pretendíamos perceber se as universidades públicas portuguesas fazem Comunicação Estratégica, tendo-se colocado a seguinte questão aos especialistas: as universidades públicas portuguesas estão a desenvolver comunicação com vista ao alcance da sua Missão?

A opinião foi consonante em todas as declarações: “não há Comunicação Estratégica na maior parte delas (...) o que há, ainda, é uma comunicação muito técnica, uma comunicação muito imediata, de resposta” (ECE2). ECE1 e ECE3 concordam com esta visão ao afirmar que estas instituições não fazem Comunicação Estratégica. De acordo com as perceções recolhidas a comunicação não é considerada como ação, nem está integrada nos planos estratégicos destas instituições, é antes feita à medida das necessidades, utilizada de forma desagregada e pontual.

E1 acredita que a comunicação das universidades está muito longe de expressar o que é fundamental, que são a sua Missão, os seus valores e,

principalmente, a ideia de que lhes compete formar cidadãos. Tal acontece porque “não existe um reconhecimento, ainda, do valor da comunicação (...) e há falta de financiamento para se ter boa comunicação” (ECE₂).

No entanto, apesar desta ausência, parece que as universidades públicas em Portugal têm demonstrado uma grande preocupação com as questões da comunicação. De acordo com as declarações de E₃, este aspeto é notório no empenho que estas instituições têm demonstrado no relacionamento com outros públicos e, também, na opinião de ECE₂, no grande esforço que fazem a trabalhar com poucos recursos humanos, materiais e financeiros conseguindo, muitas vezes, bons resultados. Porém, ECE₂ acrescentou ainda que a comunicação precisa de ser valorizada e pensada de forma profissional e estratégica para que concretize as suas funções de apoio na concretização da Missão e objetivos organizacionais.

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA NA CONCRETIZAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Com esta subcategoria pretendíamos compreender qual é a relação da Comunicação Estratégica – enquanto um tipo de comunicação orientado para o cumprimento da Missão e objetivos organizacionais – com a Responsabilidade Social das universidades públicas portuguesas, principalmente na sua concretização e posterior divulgação.

Destaca-se, nesta subcategoria, a percepção de ECE₁ que começa por afirmar que Comunicação Estratégica e Responsabilidade Social são elementos constitutivos das universidades, profundamente interligados e intrínsecos à atuação destas instituições e que, portanto, devem fazer parte do seu plano estratégico. ERS₃ vai de encontro a esta perspetiva ao afirmar que a Comunicação Estratégica e a Responsabilidade Social estão interligadas entre si e devem estar integradas em todas as práticas organizacionais, fazendo parte das duas dinâmicas:

uma coisa deve estar ligada com a outra, ou seja, toda a Missão da organização – ensino, investigação e extensão – deve ser pensada de uma forma estratégica, porque se eu quero transmitir a minha Missão e quero cumprir estas minhas razões de ser, tenho que planear e definir o caminho a percorrer. (ERS₃)

Compreendida a relação de interdependência entre Comunicação Estratégica e Responsabilidade Social e a relevância da sua articulação com todas as práticas organizacionais, importa perceber de que forma se

concretiza a relação entre estes dois conceitos. De acordo com as declarações dos entrevistados existem três funções da Comunicação Estratégica para com a Responsabilidade Social: informar, executar e divulgar.

ECE3 começou por referir que a comunicação é a ferramenta que permite ouvir todos os públicos das universidades, tomando conhecimento dos seus interesses, dos seus problemas e das suas necessidades. A especialista acredita que “sem este exercício e posterior cruzamento com os objetivos organizacionais, para que se tomem decisões, as universidades nunca serão socialmente responsáveis”.

ERS1, por sua vez, destaca o papel da Comunicação Estratégica na operacionalização da Responsabilidade Social.

A Comunicação Estratégica enquanto comunicação pensada para cumprir objetivos estratégicos de uma determinada organização, seja ela de que cariz for é, com certeza, a melhor aliada para que a Responsabilidade Social seja posta em prática (...). O papel da comunicação na Responsabilidade Social é de a tornar palpável, de a tornar efetiva. Sem a comunicação a Responsabilidade Social não existe, não passará de uma carta de intenções que está escrita na cabeça de alguém.

Na sequência deste pensamento, ECE3 refere que a finalidade da Comunicação Estratégica deve ser a criação de relacionamentos com os públicos e que é neste nível que se cumprem os objetivos socialmente responsáveis. Nesta fase da operacionalização temos, ainda, em conta, a declaração de ECE2 que aborda a necessidade de existência de uma política de responsabilidade social planeada e estratégica, articulada com a comunicação.

Cumpridos estes requisitos, e de acordo com as perceções de ECE2, é preciso promover a divulgação da Responsabilidade Social. Cabe à Comunicação Estratégica potenciar a visibilidade da Responsabilidade Social (ERS3). E, na verdade, tal como afirma ERS2, não existe mal nenhum em mostrar o que se faz, desde que se percebam os limites éticos de todas as ações. De acordo com ECE1, a lógica deve ser “fazer bem e dizê-lo bem”, até porque, considerando a opinião de ERS4, quando se acrescenta valor simbólico através da ativação de técnicas de comunicação pensadas, dando-se a conhecer e amplificando as ações de Responsabilidade Social, há um efeito positivo de reforço que pode incentivar mais universidades a implementar estas medidas. Desta forma, é profícuo divulgar aquilo que se faz bem.

CONCLUSÃO

De acordo com os resultados obtidos pela análise da declaração dos entrevistados a resposta à pergunta de partida deste estudo é afirmativa: a Comunicação Estratégica é relevante para o alcance da Missão das universidades públicas portuguesas, em particular da sua Responsabilidade Social. Assim, confirmamos a nossa hipótese inicial, de que, a Comunicação Estratégica, como um tipo de comunicação orientado para o cumprimento de objetivos é, um mecanismo essencial que guia as universidades rumo ao alcance da sua Missão.

A segunda conclusão principal deste estudo é que as universidades públicas portuguesas têm, ainda, um longo caminho a percorrer no que respeita ao seu pensamento estratégico. De acordo com as perceções dos entrevistados, as atividades de comunicação ainda são realizadas à medida das necessidades, verificando-se uma ausência de planeamento e de articulação com os objetivos estratégicos destas instituições. Contudo, as opiniões destacam, também, uma melhoria nas atividades comunicacionais das universidades públicas portuguesas, já que se tem percebido a existência de boas ações de comunicação, com resultados positivos. Porém, continua a faltar uma verdadeira Comunicação Estratégica, ou seja, aquela que é realizada de forma planeada e integrada com a Missão e objetivos organizacionais. É de nosso entender que, esta fraqueza poderá encontrar a sua justificação principal no carácter jovem do ensino superior português e, conseqüentemente, na recente profissionalização, quer da sua comunicação, quer da extensão/ transferência de conhecimento/ ligação à sociedade, como pilares da sua Missão.

Concluimos, por fim, que esta é uma área ainda por explorar e que, por isso, as sugestões de estudos futuros são intermináveis. Ainda assim, e na linha deste trabalho, sugerimos a sua replicação aos contextos de outro tipo de instituições, como o ensino privado ou o ensino politécnico. Embora o contexto geral do nosso estudo se foque no ensino superior português no geral, as nossas conversas com os entrevistados procuraram sempre abordar as universidades públicas embora, por vezes, a separação seja uma tarefa complexa.

REFERÊNCIAS

- Araújo, R. & Ruão, T. (2014). A Comunicação Estratégica na Saúde: a relação de poder entre a assessoria de imprensa e o jornalismo. In T. Ruão, R. d. Freitas, P. C. Ribeiro & P. Salgado (Eds.), *Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Horizontes e Perspectivas* (pp. 100-115). Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Bisset, W. (2014). *The Role of Mission in Strategic Planning Development and Execution at a Lasallian Catholic University*. Tese de Doutoramento, Seton Hall University, Nova Jersey, Estados Unidos.
- Boffo, S. (2004). Universities and Marketing Mass Communication in Italy. *Higher Education Policy* (17), 371-381.
- Carrillo, M. V. (2014). Comunicação Estratégica no ambiente comunicativo das organizações atuais. *Comunicação e Sociedade*, 26, 71-80. DOI: 10.17231/comsoc.26(2014).2025
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44, 87-96. DOI: 10.1016/j.orgdyn.2015.02.002
- Dahan, G. S. & Senol, I. (2012). Corporate Social Responsibility in Higher Education Institutions: Istanbul Bilgi University Case. *American International Journal of Contemporary Research*, 2(3), 95-103.
- Ferreira, F. M., Nunes, H. B., Oliveira, M., Oliveira, M. M. & Ribeiro, R. (2014). *História da Universidade do Minho 1973 1974 2014*. Braga: Fundação Carlos Lloyd Braga.
- Garriga, E. & Melè, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* (53), 51-71. DOI: 10.1023/B:BU SI.0000039399.90587.34
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Ruler, B. v., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 20(46), 3-35. doi: 10.1080/15531180701285244
- Maciel, A. L. S., Kowlasky, A. V. & Menezes, V. F. d. (2009). *A Responsabilidade Social das Instituições de Ensino Superior: Um Estudo a partir das práticas de desenvolvimento no Rio Grande do Sul*. Atas do IX Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul (pp.1-13). Florianópolis, Brasil: Universidade Federal de Santa Catarina. Retirado de <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/39568>
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management*, 26(1), 117-127.

- Morphew, C. C. & Hartley, M. (2006). Mission Statements: A Thematic Analysis of Rhetoric Across Institutional Type. *The Journal of Higher Education*, 77(3), 456-471. DOI: 10.1353/jhe.2006.0025
- Nejati, M., Shafaei, A., Salamzadeh, Y. & Daraei, M. (2011). Corporate social responsibility and universities: A study of top 10 world universities websites. *African Journal of Business Management*, 5(2), 40-447.
- Osman, H. (2008). Re-branding academic institutions with corporate advertising: a genre perspective. *Discourse & Communication*, 2(1), 57-77. DOI: 10.1177/1750481307085577
- Ribeiro, R. M. d. C. (2013). Responsabilidade Social Universitária: A Dimensão Humana da Qualidade da Educação Superior. *Caiu em Revista*(2), 106-121.
- Ruão, T. (2005). *O papel da identidade e da imagem na gestão das universidades*. Livro de Atas do IV Congresso da SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (pp. 1-9). Aveiro. Universidade de Aveiro. Retirado de https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5358/1/Ruaot_identidadimagemuniv_05.pdf
- Ruão, T. (2008). *A Comunicação Organizacional e os Fenómenos de Identidade: a aventura comunicativa da formação da Universidade do Minho, 1974-2006*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Santos, B. de S. (2005). *A Universidade do Século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da Universidade* (3 ed.). São Paulo: Cortez Editora.
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M. & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 4177-4182. DOI: 10.1016/j.sbspro.2010.03.660

Citação:

Silva, S., Ruão, T. & Gonçalves, G. (2019). Comunicação Estratégica e Responsabilidade Social: estudo do pensamento estratégico nas universidades públicas portuguesas. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 592-603). Braga: CECS.

VALÉRIA DOS SANTOS NASCIMENTO & VANESSA
BRASIL CAMPOS RODRÍGUEZ

valerynascimento@gmail.com; vanessabrasil.rodriguez@gmail.com

INSTITUTO FEDERAL BAIANO | UNIVERSIDADE SALVADOR, BRASIL

IMAGEM ORGANIZACIONAL: CONTRIBUIÇÕES PARA A GESTÃO DA IES NA COMUNIDADE LOCAL

RESUMO

Esta pesquisa surgiu do problema: como os atores locais percebem a imagem do Instituto Federal Baiano no contexto do desenvolvimento de Teixeira de Freitas? Seu objetivo geral é identificar as contribuições da imagem organizacional para a gestão estratégica do IF Baiano dentro do desenvolvimento de Teixeira de Freitas. Para isso, Argenti (2014) aborda imagem organizacional e Massey (2003) enfatiza a gestão dessa para atender a expectativa dos públicos. Já Meyer Jr., Pascucci e Mangonlin (2002) falam sobre uma gestão regional das instituições de ensino superior e Dowbor (2006) sobre a responsabilidade escolar de construir uma geração que busque a melhoria de vida para todos. Como alinhamento, a gestão estratégica serve de norteadora para tornar a estratégia mais eficiente e ligada ao objetivo organizacional (Kaplan & Norton, 2004). Na metodologia, utiliza-se a análise de conteúdo. Como resultados, percebe-se o IF Baiano como uma escola técnica federal de referência com ensino de qualidade nas áreas de agricultura e pecuária, que possui professores qualificados, forma e capacita jovens para o mercado de trabalho, consegue levar oportunidade, crescimento e desenvolvimento ao município, contudo é pouco divulgada e não alcançou transformação e/ou mudança na cultura local.

PALAVRAS-CHAVE

Imagem organizacional; gestão estratégica; gestão educacional;
desenvolvimento local

INTRODUÇÃO

Algumas corporações já inserem a imagem organizacional como um elemento relevante para alcançar resultados tangíveis e intangíveis. Por isso, a percepção positiva por seu entorno desenha-se como um fator

importante para mantê-las contextualizadas e com participação ativa nas realidades onde estão inseridas. No caso de Instituições de Ensino Superior (IESs), a aproximação com as comunidades é uma das *práxis* dos três pilares sustentados por algumas organizações acadêmicas – Ensino, Pesquisa e Extensão –, ou seja, não é apenas transmitir o conhecimento, é construí-lo e ajustá-lo às transformações da realidade.

No Brasil, o governo federal criou, por lei, os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Eles são instituições de educação superior, básica e profissional, com estruturas pluricurriculares e *multicampi*, e especializadas na oferta de educação profissional e tecnológica nas modalidades de ensino à distância e presenciais (ensino médio com técnico, técnico, formação inicial e continuada, bacharelado, licenciatura, graduação, pós-graduação). Os Institutos equiparam-se às Universidades Federais em termos de regulação, avaliação e supervisão de instituições de ensino que ofertam educação superior, além de exercerem o papel de instituições acreditadoras e certificadoras de competências profissionais.

Eles possuem como finalidades e características: ofertar educação profissional e tecnológica em todos os níveis e modalidades; promover a integração e a verticalização da educação básica à educação profissional; orientar oferta em benefício da consolidação e do fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais – APLs; constituir-se em centro de excelência do ensino de ciências (e, em particular, das ciências aplicadas); qualificar-se como centro de referência; desenvolver programas de extensão e divulgação científica e tecnológica; promover a produção, o desenvolvimento e a transferência de tecnologias sociais (Lei nº 11.892/2008).

No Estado da Bahia, existem dois Institutos Federais (Instituto Federal da Bahia – IFBA e Instituto Federal Baiano – IF Baiano). Para esta investigação, o foco é o Instituto Federal Baiano. Originado da união das Escolas Agrotécnicas Federais (EAFs) de Catu, Senhor do Bonfim, Santa Inês e Guanambi e das antigas Escolas Médias de Agropecuária da Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (EMARCs da CEPLAC) de Valença, Teixeira de Freitas, Itapetinga e Uruçuca, o IF Baiano, na nova estrutura, inaugurou três *campi* em Bom Jesus da Lapa, Governador Mangabeira e Serrinha e recebeu autorização para funcionamento de mais três *campi*, em 2016, nas cidades de Alagoinhas, Itaberaba e Xique-Xique.

Neste estudo, consideram-se, como público, atores locais, ou seja, lideranças e/ou representantes de sindicatos, associações, ONGs (Organizações Não-Governamentais), órgãos públicos do poder executivo municipal, partidos políticos, conselhos municipais, empresariado, instituições

religiosas, entidades sem fins lucrativos e beneficentes. O local de análise foi o município de Teixeira de Freitas em que a instituição atua há mais de 30 anos e é o *campus* mais distante geograficamente da Reitoria (Salvador).

Parte-se do seguinte objetivo geral: identificar as contribuições da imagem organizacional para a gestão estratégica do IF Baiano dentro do desenvolvimento de Teixeira de Freitas. Ao fim, espera-se alcançar os seguintes resultados: saber qual a imagem percebida do IF Baiano pelos atores locais, compreender o entendimento dos atores locais sobre o nível de envolvimento do IF Baiano no desenvolvimento local e analisar como essa imagem organizacional contribui para gestão estratégica do Instituto Federal Baiano.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

O tema imagem organizacional representa um dos principais subsídios utilizados pela gestão para criar, aperfeiçoar ou até mesmo mudar políticas, programas, planos e projetos de comunicação dentro de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. A percepção dos públicos pode vir das mensagens corporativas ou de uma interação com a organização (nesse caso, percepções baseadas em leituras prévias, informações de terceiros ou símbolos visuais reconhecíveis) (Argenti, 2014). O autor afirma que “a imagem de uma empresa perante determinado público é condicionada não somente por sua identidade corporativa singular, mas também pela imagem do setor ou do grupo ao qual pertence” (Argenti, 2014, p. 106).

Massey (2003) defende a gestão da imagem porque as organizações tentam criar, manter e, em alguns casos, recuperar a legitimidade de sua imagem aos olhos dos seus públicos. Embora cada pessoa tenha sua maneira de enxergar o mundo, a imagem compartilhada coletivamente, se administrada de forma adequada, permite a coordenação de atividades consistentes com a expectativa dos públicos. O processo supracitado funciona em três estágios. No primeiro, a organização é incipiente ou é desconhecida e deve criar uma imagem de si mesma para seus diversos públicos; no segundo, é necessária uma comunicação contínua com públicos, ou seja, buscar *feedback* (dar retorno) e ajustar sua estratégia comunicacional para influenciar percepções deles; na terceira, geralmente em caso de crises, envolve o desenvolvimento de nova identidade e, nos casos extremos, resulta em fusão, mudança de nome ou volta ao estágio um (Massey, 2003).

Na ótica de uma IES da Educação Profissional e Tecnológica (EPT), a imagem de um Instituto Federal apresenta um valor relevante para a gestão estratégica institucional nos Territórios de Identidade. A gestão auxilia nas mudanças dos ambientes interno e externo do universo organizacional escolar (políticas educacionais, demandas do setor produtivo, cobranças da sociedade, expectativas dos estudantes). Dentro dessas instituições, a estratégia passa por três dimensões: 1) Racional (ordenamento de objetivos e ações de forma lógica e linear); 2) Política (requer apoio de grupos e participação); 3) Simbólica (mais representatividade para membros do que contribuição com desempenho organizacional) (Meyer Jr., 2005, citado em Meyer Jr., Pascucci & Mangolin, 2012).

Para obter uma estratégia mais eficiente, os gestores fazem uso de ferramentas para melhor comunicá-la tanto em seus processos como nos sistemas. Uma das formas está nos mapas estratégicos que fornecem uma percepção de como as funções dos empregados estão ligadas aos objetivos gerais da organização. No *Balanced Scorecard*¹, por exemplo, o desempenho organizacional é medido sob quatro perspectivas: a) Financeira (valor maior para acionistas); b) Cliente (fornecimento de valor específico ao mercado); c) Processos internos (inovar e desenvolver capacidades estratégicas adequadas); d) Aprendizado – Crescimento (conhecimentos, habilidades e sistemas que os funcionários irão precisar) (Kaplan & Norton, 2004).

Dentro da Educação Profissional e Tecnológica, os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFs) criaram estruturas administrativas e mudaram seus processos internos estratégicos para alcançar os novos objetivos organizacionais para a educação profissional e tecnológica. Eles trazem uma educação potencializadora, ou seja, o indivíduo gera conhecimento a partir da sua realidade (extração e problematização do conhecido e investigação do desconhecido para compreender e influenciar seus destinos).

Esse raciocínio vincula-se à visão das pessoas enquanto donas da transformação econômica e social e que podem superar a atitude de espectadores críticos de um governo insuficiente ou do pessimismo passivo. Para essa atuação acontecer, é necessária a organização de parcerias com atores sociais, ou seja, escolas (ou sistema educacional local) articuladas com universidades locais/regionais para elaboração de material, ONGs para trabalharem com dados locais e organizações comunitárias, setores de atividades públicas, além de buscarem apoio de outras entidades: “o

¹ “É um sistema gerencial capaz de motivar melhorias em áreas críticas como produtos, processos, clientes e mercados” (Kaplan & Norton, 2004, p. 4).

que visamos é uma escola um pouco menos lecionadora, e um pouco mais articuladora dos diversos espaços do conhecimento que existem em cada localidade, em cada região” (Dowbor, 2006, p. 8).

Neste contexto, nasceu o IF Baiano. A unidade de Teixeira de Freitas situada no Território de Identidade Extremo Sul e dista 811 km da capital Salvador. Atualmente, tem 742 estudantes matriculados (164 em EAD, 287 em integrados e 291 em subsequentes) (IF Baiano, 2014).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste estudo, a pesquisa é explicativa: identifica os fatores determinantes ou contributivos para a existência do fenômeno (Gil, 2008). Na fase documental consideram-se dois tipos de documentos: o de primeira mão (sem tratamento analítico), o documento estratégico PDI do Instituto Federal Baiano (períodos 2009 a 2013 e 2015 a 2019); o de segunda mão (passaram por análise), os relatórios de gestão do IF Baiano (anos 2011, 2012 e 2014) apresentados aos órgãos de controle externo (Controladoria Geral da União – CGU e Tribunal de Contas da União – TCU) e interno (auditoria) (Gil, 2008).

O *locus* está em Teixeira de Freitas que foi considerado município a partir de 1985, tem 138.341 habitantes, um território de 1.165,622 km², 0,685 de Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDM), 26.705 matrículas nos ensinos fundamental e médio, R\$ 11.555,59 de Produto Interno Bruto (PIB) per capita e rendas médias mensais por domicílio de R\$ 1.039,13 (rural) e R\$ 1.949,87 (urbana) (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 2016).

Dentro da amostragem não-probabilística e por acessibilidade/conveniência, foram escolhidos os atores locais. Para chegar nesse público, realizou-se uma pesquisa livre no sítio eletrônico de busca Google e na rede social Facebook com palavras-chave referentes à entidade, ao município e ao Estado, por exemplo, sindicatos, Teixeira de Freitas, Bahia.

Durante o período de 9 a 18 de novembro de 2015, realizou-se o contato com fontes potenciais, seja por correio eletrônico, mensagem direta em *fanpage* institucional (página de fãs da marca) ou página pessoal, *sms* ou comunicador instantâneo Whats App e ligações para telefone fixo. Após agendamento, realizou-se a entrevista direta, aberta e semiestruturada de 42 perguntas sobre a imagem do IF Baiano e sua inserção no desenvolvimento local com 19 entrevistados.

Posteriormente, o conteúdo foi transcrito e as informações classificadas segundo a técnica análise de conteúdo. Para chegar a essa classificação, os dados foram mapeados em três etapas: 1) pré-análise (leitura genérica das entrevistas, alinhamento do conteúdo com os objetivos geral e específicos do trabalho científico e pontuação do número de vezes das palavras mais mencionadas pelas fontes); 2) exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação (criação das categorias iniciais por tema e finalização das categorias intermediárias com temáticas mais mencionadas pelos entrevistados).

ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Após a análise de conteúdo, as informações dos entrevistados foram categorizadas e classificadas conforme a frequência de presença e a relação de proximidade com base em critérios semânticos. Dessa etapa, surgiram quinze categorias: 1) escola técnica do governo federal com referência em educação do campo; 2) reconhecida pela qualidade do ensino em agricultura e pecuária; 3) instituição séria, com credibilidade, forte, ética, parceira, acolhedora, participativa e colaborativa; 4) professores qualificados; 5) alternativa de faculdade; 6) oferta cursos de extensão; 7) forma, capacita e qualifica o jovem; 8) amplia possibilidade de inserção no mercado de trabalho; 9) traz oportunidade, desenvolvimento e crescimento à cidade; 10) traz benefício, segurança, alegria, esperança e orgulho; 11) atende vocação regional; 12) antiga EMARC, tímida e pouco divulgada; 13) baixo conhecimento sobre projetos das áreas de Ciência e Tecnologia; 14) não trouxe transformação e/ou mudança na cultura local; 15) expectativa de ampliação de relacionamento com a cidade.

Assim, de acordo com os atores locais de Teixeira de Freitas, o Instituto Federal Baiano é a escola técnica pertencente ao governo federal que oferta cursos de agricultura e agropecuária para a população da zona rural. As afirmações denotam um total desconhecimento desse público formador de opinião e gestor de políticas públicas na localidade sobre as finalidades e os objetivos dos Institutos Federais dentro da proposta de interiorização da educação básica e superior. A palavra qualidade é um adjetivo fortemente presente na referência ao Instituto, contudo percebe-se uma exaltação ao pilar Ensino e um esquecimento do pilar Pesquisa: “curso técnico de extensão na zona rural, né? A princípio, mas eu acho que eles já ampliaram para mais” (Entrevistado 1, primeiro setor).

Quanto à impressão do que é o IF Baiano, as fontes fizeram referências positivas nas adjetivações: séria, com credibilidade, forte, ética, parceira, acolhedora, participativa e colaborativa de forma genérica e, de maneira específica, quanto à qualificação da equipe docente. Isso demonstra o quanto a instituição conseguiu construir e manter uma imagem positiva no município de Teixeira de Freitas e região, mesmo com a mudança de marca: “por ser uma instituição aqui na nossa cidade que só possui cursos técnicos, no meu ponto de vista, ela é colaborativa e contribui tecnicamente” (Entrevistado 2, segundo setor); “é um instituto que acolhe e forma as pessoas para terem um futuro melhor, para dar segurança familiar” (Entrevistado 6, segundo setor).

Quanto à formação de jovens, a instituição também passa uma imagem positiva no processo de transformar a realidade da juventude e ampliar a possibilidade de inserção no mercado de trabalho. Na verdade, os atores locais referem que o IF Baiano interfere e traz benefícios de forma individual e coletiva porque ele está vinculado à oportunidade de desenvolvimento e crescimento do município: “sentimento positivo, né! Sentimento de desenvolvimento, sentimento de coisa boa. Acho que ela é uma instituição acolhedora, que se conecta com diversos setores e atividades do município” (Entrevistado 12, segundo setor); “para Teixeira de Freitas, o IF Baiano representa uma possibilidade para inserção dos jovens no mercado de trabalho de forma muito melhor do que era feito antes dele” (Entrevistado 14, terceiro setor).

A credibilidade no ensino traz impacto direto na sensação de benefício e segurança dos entrevistados, especialmente por ser uma alternativa de faculdade, e gera sentimentos de orgulho, esperança e alegria pela existência do Instituto: “eu sei que ele colabora muito com o desenvolvimento da cidade, né, então eu acho ele muito importante” (Entrevistado 18, segundo setor); “eu sinto orgulho de ter o IF Baiano na cidade de Teixeira de Freitas porque, como eu disse, é essa a alternativa; eu tenho orgulho de ter o IF Baiano na cidade de Teixeira de Freitas” (Entrevistado 8, terceiro setor).

Em geral, os respondentes tecem características positivas em relação ao Instituto no município de Teixeira de Freitas. Um detalhe foi a referência constante à antiga marca EMARC²: “quando você fala IF Baiano e fala antiga

² As Escolas Médias de Agropecuária Regional da Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (EMARC da CEPLAC) foram criadas no início do século XX com o objetivo de serem um centro de ensino técnico agropecuário e industrial e de formação profissional com atuação na zona rural, vinculadas ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Em 2013, foram incorporadas ao IF Baiano.

EMARC, o povo lembra mais da antiga EMARC por conta da presença que era, né! Era muito comum ter mais alunos... (...) A distância física traz esse distanciamento da sociedade ao IF Baiano” (Entrevistado 8, terceiro setor). Percebeu-se bastante saudosismo em relação ao trabalho administrativo e pedagógico realizado pela EMARC. Após a transformação da marca, o Instituto Federal Baiano é visto como tímido e pouco divulgado: “precisa melhorar algumas coisas, precisa melhorar a questão de gestão, precisa melhorar a questão administrativa, precisa divulgar mais a sua marca e a sua potencialidade” (Entrevistado 8, terceiro setor); “uma grande obra que precisa ser mais divulgada perante o jovem e as pessoas que estão estudando, né? Potencial tem” (Entrevistado 9, terceiro setor).

A queixa dos participantes quanto à divulgação institucional, inclusive quanto a trabalhos científicos e extensionistas, não significa uma ausência do IF Baiano na área de comunicação. Nos documentos institucionais há registros quanto às tentativas de diálogo com seus públicos. Em 2009, o IF Baiano implantou uma Coordenação de Comunicação Social na Reitoria (IF Baiano, 2009). Porém, esses esforços ainda se mostram insuficientes porque os produtos e os serviços de comunicação institucionalizados continuam distantes da realidade e não alcançam os públicos regionais, especialmente perceptível quando esse público estratégico (ator local) utiliza a referência à marca EMARC.

Apesar da preocupação institucional de contribuição do IF Baiano com o desenvolvimento local e regional, o fortalecimento do relacionamento com a sociedade, a socialização dos conhecimentos científico, tecnológico e de responsabilidade ambiental para vincular soluções aos problemas reais e a proposta de fazer parcerias para ampliar intercâmbio educacional e integrar a instituição a empreendimentos (IF Baiano, 2009), percebe-se que a gestão estratégica ainda não alcança a realidade porque, para os atores locais, o Instituto Federal Baiano não trouxe transformação e/ou mudança na cultura local.

Para os participantes, o IF Baiano, enquanto instituição de ensino que atende a vocação regional e vai gerar resultados de médio e longo prazo, precisa ampliar o atual relacionamento com o município de Teixeira de Freitas com a promoção de mais ações voltadas à coletividade: “precisaria promover mais ações, não só centralizadas no IF Baiano, mas descentralizadas” (Entrevistado 4, terceiro setor); “deveria fazer uma campanha de incentivar mais, participar mais dessas comunidades periféricas da nossa cidade. (...) tem poder para isso, tem conhecimento, tem talento, tem

credibilidade acima disso tudo para estar ajudando nosso município” (Entrevistado 5, primeiro setor).

Deste trabalho infere-se que o Instituto Federal Baiano precisa traduzir em seu cotidiano organizacional o significado do projeto Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e socializá-lo dentro de seu Território de Identidade. Ele é uma instituição de ensino de qualidade, mas, para ser uma real referência em seu segmento educacional (visão institucional), precisa ser lembrado em suas finalidades, características e objetivos (Lei nº 11.892/2008) pelos seus públicos. Foi perceptível que as iniciativas, as ações e as atividades, ligadas aos pilares Ensino, Pesquisa e Extensão e citadas pela organização em seus Relatórios de Gestão, não chegam ao conhecimento do público. Isso não amplifica a demanda por parte dos moradores em aproveitar de forma efetiva o potencial humano, físico, logístico e financeiro do Instituto para alcançar o cotidiano regional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que as maiores contribuições da imagem para a gestão estratégica do Instituto Federal Baiano (objetivo geral) são: de forma positiva, existir uma sintonia entre a idealização e a percepção do benefício gerado pela escola nos aspectos formação de pessoas e pelos cursos ofertados. Em aspectos a serem melhorados, mais integração do Instituto com a comunidade local para construir uma identidade sólida de Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia na região.

A imagem organizacional do IF Baiano é a de uma escola técnica do governo federal com referência em educação do campo que forma, capacita e qualifica o jovem e amplia a inserção deles no mercado de trabalho, além de trazer oportunidade, desenvolvimento e crescimento para a cidade. Esse entendimento demonstra um desalinhamento entre a imagem percebida pelo público e a imagem pretendida pelo IF Baiano. Assim, exigirá da instituição mais empenho na comunicação institucional e maior envolvimento dos gestores e da comunidade interna com a agenda local.

Quanto à percepção da imagem dos atores locais sobre uma instituição federal pública no contexto do desenvolvimento local, observa-se que os respondentes têm sentimentos de orgulho, alegria e esperança pela cidade ter uma escola de qualidade e referência nas áreas de agricultura e pecuária. Porém, eles almejam uma maior divulgação: é preciso alinhar a gestão estratégica com a imagem e produzir novas mensagens

organizacionais mais próximas ao conceito de um Instituto Federal.

Quanto às contribuições da imagem organizacional para a gestão estratégica do IF Baiano, nota-se que os atores locais enxergam a instituição como uma escola de qualidade. Porém, a proximidade entre a imagem pretendida e a imagem percebida exige um esforço maior: executar sua gestão estratégica conforme seu projeto pedagógico; disseminar a identidade Instituto Federal; potencializar os papéis do estudante e do egresso na popularização da marca.

Dentro do achado de pesquisa, estão a imagem positiva do IF Baiano e a expectativa individual e coletiva que o mesmo gera na região. Esse formato de gestão gera outras possibilidades às teorias da imagem porque mostra uma instituição como um lugar que transcende sua forma de dizer quem é. Recomenda-se que o Instituto ramifique sua participação em espaços decisórios coletivos para serem percebidos como atuantes, influenciadores e transformadores da realidade. No aspecto comunicação, é recomendável buscar uma melhoria na imagem da Pesquisa e da Extensão, trabalhando na divulgação desses pilares junto aos públicos.

Para pesquisas futuras, sugere-se segmentar (governo, iniciativa privada ou terceiro setor) para trazer resultados mais específicos; escolher grupos sem vínculo com liderança para comparação do olhar sobre as localidades; ampliar a amostra em termos regionais porque os Institutos Federais trabalham com a concepção de Território de Identidade.

REFERÊNCIAS

- Argenti, P. A. (2014). *Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. *Diário Oficial da União*, Brasília.
- Dowbor, L. (2006, 3 de abril). *Educação e Desenvolvimento Local* [Post em blogue]. Retirado de <http://dowbor.org/2006/04/educacao-e-desenvolvimento-local-doc.html/>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2016). *Teixeira de Freitas* 2016. Retirado de <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=293135&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>

- Instituto Federal Baiano (2009). *Plano de Desenvolvimento Institucional*. Retirado de <http://www.ifbaiano.edu.br/unidades/guanambi/files/2012/05/PDI.pdf>
- Instituto Federal Baiano (2014b). *Regimento Interno* (Conselho Superior). Retirado de <http://www.ifbaiano.edu.br/reitoria/wp-content/uploads/2010/10/consup-regimento-interno.pdf>
- Instituto Federal Baiano (2012). *Relatório de Gestão 2011*. Retirado de <http://pro-reitorias.ifbaiano.edu.br/portal/prodin/files/2011/10/RELATRIODE-GESTOPARATCU.pdf>
- Instituto Federal Baiano (2013). *Relatório de Gestão 2012*. Retirado de <http://pro-reitorias.ifbaiano.edu.br/portal/prodin/files/2013/04/RelatoriodeGestao2012IFBaiano.pdf>
- Instituto Federal Baiano (2015). *Relatório de Gestão 2014*. Retirado de <http://pro-reitorias.ifbaiano.edu.br/portal/prodin/files/2015/05/RelatoriodeGestao2014IFBAIANO.pdf>
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (2004). *Kaplan e Norton na prática*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Massey, J. E. (2003). A theory of organizational image management: antecedents, processes & outcomes. Atas da International Academy of Business Disciplines Annual Conference. Orlando. Retirado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.2229&rep=rep1&type=pdf>
- Meyer Jr., V., Pascucci, L. & Mangolin, L. (2012). Gestão estratégica: um exame de práticas em universidades privadas. *Revista de Administração Pública*, 46(1), 49-70. Retirado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122012000100004&lng=en&nrm=iso

Citação:

Nascimento, V. S. & Rodríguez, V. B. C. (2019). Imagem organizacional: contribuições para a gestão da IES na comunidade local. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 604-614). Braga: CECS.

ZILPA HELENA LOVISI DE ABREU & ANNAELISE FRITZ MACHADO

zilpa.abreu@estacio.br; annaelise.machado@estacio.br

CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO JUIZ DE FORA, BRASIL

EDUCAÇÃO HÍBRIDA NO ENSINO SUPERIOR: POSSIBILIDADES E TENDÊNCIAS

RESUMO

Este artigo apresenta proposições sobre o conceito de ensino híbrido, suas abordagens e tendências. O ensino híbrido mescla a aprendizagem tradicional com as tecnologias digitais, personalizando o ensino para que aconteça uma aprendizagem significativa. O tema é relevante e traz embasamento para a expansão das discussões entre os conceitos do hibridismo e a sua inserção na educação superior. O ensino híbrido vem alicerçar os processos educacionais para atender os discentes e os docentes em suas necessidades específicas, implementando suas propostas no ensino superior. Como método de pesquisa, utilizou-se uma busca de referências bibliográficas que deram suporte teórico para o entendimento dos conceitos de hibridismo e sua relação com o modelo de ensino da Universidade Estácio no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE

Ensino híbrido; Modelo de Ensino Estácio; processo ensino-aprendizagem; sala de aula invertida

INTRODUÇÃO

Transformar os conteúdos em saberes significativos para os alunos é um dos caminhos perseguidos por todos aqueles que almejam uma aprendizagem significativa, que faça a diferença na vida dos educandos e que estes permaneçam com os conhecimentos adquiridos para atuarem em sua vida pessoal e profissional.

Este artigo surgiu da necessidade de discutir o ensino híbrido no contexto da educação superior, uma vez que as autoras dedicam os seus estudos e pesquisas a esta área e fazem parte de uma instituição de ensino inovadora, que pensa metodologias capazes de conjugar as necessidades

do alunado atual com toda a gama existente de recursos tecnológicos e sua ação para uma aprendizagem significativa.

Segundo autores renomados, como Horn, Staker, Bacich, entre outros, que discutem o tema do ensino híbrido, esta metodologia pode trazer condições para consolidar conceitos e experiências relativas ao processo de construção do conhecimento. O hibridismo perpassa diversas faces na construção de seu modelo e tende a promover a autonomia e a responsabilidade dos principais autores envolvidos, professores e alunos, no sentido de criar meios para obter resultados significativos no processo de ensino/aprendizagem.

Os alunos do ensino superior apresentam diversidades em várias categorias: são oriundos de classes sociais menos favorecidas; frequentam salas de aulas com alunos de faixas etárias heterogêneas; possuem interesses e objetivos diversos pela busca do ensino superior; têm acesso ao universo tecnológico em diferentes níveis de conhecimentos, que são elementos de identificação híbridos para análise de estudos e a melhor concepção de modelos de ensino, capazes de atender a essas inúmeras diversidades; há, também, aquelas provindas do mercado de trabalho, cada vez mais exigente e competitivo.

Novas metodologias de ensino chegam à linha de ponta a todo tempo, trazendo inovações para alicerçar o processo de conhecer e aprender. A figura central do professor nesse processo sempre será objeto de estudos. O docente não mais detém a fonte do saber, mas, sim, se constitui como um sujeito capaz de contribuir para as interfaces entre o aluno, o conhecimento, as metodologias de ensino, as pedagogias significativas e inovadoras, envolvendo naturezas complexas sempre no sentido de gerir novas e melhores formas para ensinar e aprender.

O professor, um indivíduo social e histórico, como ressaltam Nuñez e Ramalho (2001), será fonte de pesquisa e agente de seu processo para atender com primazia os estudantes com os quais compartilha conhecimentos. Assim, os processos formativos devem dar suporte à formação continuada do educador, vista como um elemento também híbrido e não homogêneo, com o objetivo de alcançar uma aprendizagem significativa de seus alunos.

Há um olhar específico tanto para o universo docente quanto para o discente; construir modelos de ensino que possam alicerçar essas diferentes categorias a que já nos referimos é o desafio do modelo de ensino da Universidade Estácio no Brasil. Com este artigo, pretendemos contribuir para a reflexão a respeito desse modelo.

O ensino híbrido não é uma nova ferramenta de ensino; é uma concepção de que espaços e tempos, hoje, conjugam interesses e interfaces diversas. A realidade de que aprender se associa a formas de conhecer e essas formas acontecem por diversos cenários, pessoas e contextos, é o olhar de uma educação que se diz híbrida. Híbridismo não é divisão, rupturas, mas algo que soma dentro da divergência dos autores que a compõem e as modalidades de ensino.

Híbrido significa misturado, mesclado, *blended*. A educação sempre foi misturada, híbrida, sempre combinou vários espaços, tempos, atividades, metodologias, públicos. Esse processo, agora, com a mobilidade e a conectividade, é muito mais perceptível, amplo e profundo: é um ecossistema mais aberto e criativo. Podemos ensinar e aprender de inúmeras formas, em todos os momentos, em múltiplos espaços. Híbrido é um conceito rico, apropriado e complicado. Tudo pode ser misturado, combinado, e podemos, com os mesmos ingredientes, preparar diversos “pratos”, com sabores muito diferentes. (Moran, 2015, citado em Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015, p. 26)

Assim, compreende-se que a educação híbrida é uma realidade diante do mundo atual: é uma abordagem pedagógica, um programa funcional que conjuga atividades presenciais e atividades realizadas por meio da tecnologia. Salienta Valente (2015), como citado em Bacich, Tanzi Neto e Trevisani (2015, p. 13): “a estratégia consiste em colocar o foco do processo de aprendizagem no aluno e não mais na transmissão de informação que o professor tradicionalmente realiza”. O aluno é o responsável pela sua aprendizagem e o professor, o mediador, o consultor do aprendiz para essa aprendizagem. A sala de aula torna-se o laboratório da soma destes dois autores para tornar o processo ensino-aprendizagem significativo, real e inovador, alcançando os objetivos propostos. A sala de aula transforma-se no local das interfaces citadas acima, onde concentra o aprendizado; será o palco para a realização de novas modalidades de ensino e, ao somar sistemas presenciais com o universo online, temos o que hoje se chama de sala de aula invertida.

Bergman e Sams (2017), criadores e experientes no formato da sala de aula invertida, orientam que este processo educativo consiste na utilização de ferramentas atuais como áudio, vídeo, internet e outros recursos interativos, mesclando o ensino presencial com o virtual dentro e fora da escola, favorecendo o empenho e a participação do estudante durante os ensinamentos, o que caracteriza o modelo do ensino híbrido. De acordo

com os autores, “inverter a sala de aula tem mais a ver com certa mentalidade: a de deslocar atenção do professor para o aprendiz e para a aprendizagem” (Bergman & Sams, 2017, p. 10). Continuam, ainda: “a inversão da sala de aula estabelece um referencial que oferece aos estudantes uma educação personalizada, ajustada sob medida às suas necessidades individuais” (Bergman & Sams, 2017, p. 6).

Deixam claro os estudiosos que inverter a sala de aula muda o foco do professor como detentor do conhecimento para o aluno protagonista de sua aprendizagem, convertendo estes em “aprendizes autônomos” (Bergman & Sams, 2017, p. 10). Aqui lembramos o nosso sempre atual Paulo Freire, ao nos ensinar sobre a educação não bancária mas, sim, uma educação dialética, construída no constante ato de aprender e ensinar. Daí Bergman e Sams (2017, pp. 22-23) dizerem:

não estamos defendendo a substituição das salas de aula e dos professores de salas de aula pela instrução *on-line*. Na verdade acreditamos com convicção que a inversão da sala de aula promove a fusão ideal da instrução *on-line* e da instrução presencial, que está ficando conhecida como sala de aula “híbrida”.

Somando a essas ideias, afirmam Horn e Staker (2015, pp. 34-35):

ensino híbrido é qualquer programa educacional formal no qual um estudante aprende, pelo menos em parte, por meio do ensino *on-line*, com algum elemento de controle do estudante sobre o tempo, o lugar, o caminho e/ou ritmo... o estudante aprende, pelo menos em parte, em um local físico supervisionado longe de casa... e que as modalidades, ao longo do caminho de aprendizagem de cada estudante em um curso ou uma matéria, estão conectadas para fornecer uma experiência de aprendizagem integrada.

O ensino híbrido fomenta a reflexão para novas abordagens do ensinar e aprender, de tal sorte que alunos e professores implementem propostas de melhor acesso às metodologias educacionais num contexto dinâmico, heterogêneo e alimentador para estudos diversificados do processo de aprendizagem.

HÍBRIDISMO EDUCACIONAL: AGENTE FACILITADOR

Dizer sobre o ensino híbrido é dizer de suas raízes na tecnologia. Como olhar o mundo sem ver o universo tecnológico, sem compreender

que a potência do mundo virtual está em toda parte? Não há como dissociar a aprendizagem do mundo tecnológico; porém, o ensino híbrido não é o uso da tecnologia por si só, mas algo programável nos contextos educacionais, como vimos em Horn e Staker (2017). Há um local físico a ser cuidado para que o estudante aprenda entre a sala de aula tradicional e o recurso tecnológico apresentado com a finalidade de somar à sua aprendizagem. Enfocam os autores que “ensino híbrido significa que os estudantes têm pelo menos um componente de escola física, longe de casa, incorporado ao seu curso” (Horn & Staker, 2017, p. 35); “os estudantes têm pelo menos algum controle sobre o tempo, o lugar, o caminho e/ou ritmo de sua aprendizagem” (Horn & Staker, 2017, p. 53), sob a tutela da tecnologia.

A inovação híbrida, nos dizeres dos autores, é uma “inovação sustentada” (Horn & Staker, 2017, p. 66) que oferece aprimoramento e melhorias importantes para os variados níveis de ensino e, dentro deles, o do ensino superior. Sustentável porque afeta “as implementações do ensino híbrido... estabelecendo melhorias no modelo estabelecido... impactando as inovações sustentadas que irão melhorar a sala de aula tradicional” (Horn & Staker, 2017, p. 67) e, conseqüentemente, enriquecendo a aprendizagem dos alunos e ampliando conhecimentos. Segundo Horn e Staker (2017, p. 10), “alguns modelos de ensino híbrido têm todos os sinais de uma inovação sustentada híbrida. Eles prometem melhorias para as salas de aulas tradicionais, mas não uma ruptura”. A inovação disruptiva é tema de um estudo mais apurado, e neste momento não é objeto de análise deste artigo.

No tocante ao conhecimento, no ensino híbrido, ele é construído pelo conjunto de seus atores de forma coletiva e individual, por meio de um ambiente que o alicerça que no caso é o ambiente escolar, de tal forma que as estruturas tecnológicas estejam aptas para contribuir para o desenvolvimento dos futuros profissionais. No ensino superior essa ferramenta torna-se um elemento de total importância, pois pode trazer ao educando uma gama de conhecimentos e de informações compartilhadas relacionadas com a sua formação inicial e conseqüentemente ser a fonte de pesquisa dos seus saberes como profissional de qualidade para o mercado de trabalho.

Aponta Silva (2015), como citado em Bacich, Tanzi Neto e Trevisani (2015, p. 143):

a tecnologia não é um instrumento.... Ela é uma interface, um novo termo criado pela informática e ao qual interação e multiplicidade são inerentes. É o encontro de duas ou

mais faces em atitude comunicacional e dialógica. É uma transição da simples transmissão unilateral das informações para um processo moldado pela interatividade, participação, intervenção e bidirecionalidade. (Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015, p. 143)

Assim explicam os autores que, no ensino tradicional, o professor, sendo o centro das atenções, dos conhecimentos articulados por ele e com a ideia de que todos aprendem como se tivessem as mesmas habilidades, vem a tecnologia digital personalizar o ensino por meio do uso das plataformas inteligentes, também chamadas adaptativas (Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015), pois “nessas plataformas, os estudantes aprendem fazendo e refazendo, construindo e reconstruindo conceitos” (Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015, p. 143). Não há aqui o descarte do professor, muito menos da sala de aula tradicional. O professor é a base para a evolução e elaboração de novas buscas ao conhecimento, uma figura unitiva entre alunos, tecnologia, ideias, saberes, trocas e experiências, assim pode garantir uma integração dos aprendizados presencial e online (Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015). No ensino híbrido, a tecnologia vem para ajudar na personalização da aprendizagem e transformar a educação massificada em uma que permita ao aluno aprender no seu ritmo e de acordo com os conhecimentos previamente adquiridos, o que também possibilita que os estudantes avancem mais rapidamente. Há momentos em que os alunos têm a liberdade de traçar a rota de conhecimento de acordo com o tema ou conteúdo definido pelo professor. Com as aulas híbridas, cada aluno aprende no seu tempo, utilizando os recursos tecnológicos para pesquisar ou consultar aquilo que lhe interessa (Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015, p. 144).

Sob essas análises conceituais, verifica-se que um ambiente virtual de aprendizagem (AVA) possa ser um espaço de múltiplas faces, capaz de proporcionar aos alunos, sujeitos de seu aprendizado, interações variadas, como apontam os autores: “síncronas ou assíncronas, ou seja, de um-para-todos (um aviso enviado pelo tutor aos estudantes), de um-para-um (uma mensagem privada enviada a uma pessoa específica) ou de todos-para-todos, como as discussões via fórum” (Bacich, Tanzi Neto & Trevisani, 2015, p. 146).

Nesta caminhada, o ensino híbrido aporta no ensino superior, pois consegue proporcionar a ele meios de ampliar o universo de aprendizagem dos alunos, de forma a acolher as diferenças e conseguir obter melhores

resultados para um vasto número de estudantes, que exercerão as profissões por eles escolhidas.

O ensino superior pensado pela Estácio, no Brasil, cuida de fornecer melhores estratégias para atender a um público heterogêneo das mais diversas camadas sociais, mesclando possibilidades para desenvolver ideias capazes de atender aos seus estudantes. Estes trazem em sua bagagem escolar um ensino tradicional; a Estácio coloca à frente deles e de todo o *staff* escolar mecanismos de aprendizagens híbridos, para tecer junto, com aquilo que a tecnologia proporciona, aprendizagens significativas e saberes construídos, bem orientados, com uma programação própria, funcional e sustentada, para atender as diferenças no processo de ensino aprendizagem.

ENSINO HÍBRIDO: UMA PROPOSTA DA UNIVERSIDADE ESTÁCIO – BRASIL

A origem da Universidade Estácio de Sá remonta à criação dos cursos livres, no final dos anos 1960, voltada ao aperfeiçoamento e à atualização profissional dos interessados em concursos públicos. Em 1970, a recém-criada Sociedade de Ensino Superior Estácio de Sá – SESES –, sem fins lucrativos, estabeleceu-se como Mantenedora da Faculdade de Direito. Após a autorização dos cursos de Administração e Economia, em 1971, e Comunicação Social, em 1972, constituíram-se as Faculdades Integradas Estácio de Sá. Em 1988, a Estácio de Sá foi reconhecida como Universidade pelo Parecer CFE n. 1.205, homologado pela Portaria Ministerial n. 592, de 29/11/1988. O projeto, apresentado ao Conselho Federal de Educação, tinha como filosofia uma Universidade voltada para a qualidade do ensino, a profissionalização, a prestação de serviços à comunidade e o desenvolvimento da pesquisa.

Hoje, com 96 *campi* espalhados pelo vasto território brasileiro, sendo um deles o Centro Universitário Estácio Juiz de Fora, no estado de Minas Gerais, local de trabalho das pesquisadoras, o modelo de ensino da Estácio é aplicado e avaliado, bem como em todas as suas demais instituições superiores, voltado tanto para uma melhor aprendizagem de seus alunos como para aperfeiçoar a formação continuada dos seus docentes.

Ao longo dos últimos anos, a Estácio desenvolveu e vem aperfeiçoando um modelo de ensino que procura atender à diversidade de seus cursos e às diferentes necessidades acadêmico-pedagógicas de alunos e professores. O seu modelo de ensino favorece a aplicação de metodologias

e práticas pedagógicas que enriquecem o processo ensino-aprendizagem, bem como o uso de ferramentas de gestão da aprendizagem que contribuem para o acompanhamento do desempenho dos alunos.

A inovação tecnológica e metodológica também é fundamental em seu modelo, e está presente em recursos denominados como: SAVA (Sala Virtual de Aprendizagem), BdQ (Banco de Questões), produção e distribuição de Material Didático Digital gratuito, Conteúdo Interativo, Biblioteca de Aulas, entre outros.

Por meio do SAVA, o aluno e o professor contam com uma plataforma digital que permite acesso em tempo real, online, ao portal Estácio e a vários conteúdos acadêmicos e administrativos, produzidos pelos professores denominados conteudistas ou em parceria com conceituadas editoras brasileiras.

Mais recentemente, os currículos foram reformados, tendo em vista os desafios da inovação tecnológica e das metodologias ativas; a pertinência da intensificação da aprendizagem fora da sala de aula (*flipped classroom*); a eficácia da aprendizagem híbrida (*blended learning*) e a necessidade de otimização do custo docente.

Uma das ferramentas utilizadas para uma educação híbrida é o projeto de retenção “Avaliando o Aprendizado”; ele é um dos pilares do Modelo de Ensino, constituindo-se em programas que ajudam o aluno nos processos ensino-aprendizado e de avaliação da aprendizagem.

Este programa, que integra o Projeto Retenção, consiste na aplicação de exercícios (simulados) online nas disciplinas. O projeto está estruturado em quatro ciclos que ocorrem ao longo do semestre letivo. O acerto de questões nos ciclos permite que o aluno tenha o aproveitamento de até o máximo de 2,0 (dois) pontos extras na nota da AV3¹. O professor, o coordenador de curso, têm a oportunidade de acessar relatórios que informam o desempenho de seus alunos, turmas e cursos, além de identificar questões com maior ou menor índice de acerto e temas do conteúdo que precisam ser retomados ou trabalhados. Esses relatórios também permitem estudos comparativos de desempenho dos alunos e consistem em ferramentas de gestão da aprendizagem por parte dos professores.

A realização de exercícios na forma de simulados online é uma das alternativas de estudo e preparação para as avaliações presenciais, além de constituir um recurso de avaliação continuada.

¹ As disciplinas presenciais passam por três avaliações: AV1, AV2 e AV3, cuja média final para aprovação é seis.

É possível identificar no “Avaliando o Aprendizado” características de uma avaliação formativa, com seus diversos aspectos. Primeiramente, ressalta-se a dimensão diagnóstica, que permite obter informações sobre o conhecimento inicial dos alunos por meio dos simulados dos primeiros ciclos de cada semestre. Em segundo lugar, o “Avaliando o Aprendizado” é um processo dinâmico e contínuo, possibilitando acompanhar a aprendizagem do estudante e mensurar seu desempenho.

Dessa forma, este projeto de retenção configura-se como recurso para a solidificação de hábitos de estudo e desenvolvimento de habilidades metacognitivas que permitem ao estudante reflexões sobre o seu processo de aprendizagem.

O “Avaliando o Aprendizado” também é uma ferramenta fundamental para que a instituição avalie tanto o ensino-aprendizado de modo mais sistêmico como o próprio processo de avaliação.

O Material Didático, um recurso pedagógico relevante para complementação teórica dos conteúdos desenvolvidos em sala de aula, elaborado pelos professores conteudistas da Instituição de Ensino Superior, é disponibilizado no ambiente virtual do discente, como Livro Próprio. O Livro Próprio tem apresentações em Power Point padrão da disciplina, vídeo aulas, conteúdos online, além das contribuições de pesquisa e estudos adquiridos pelo docente.

Nesse contexto, sobressai o compromisso de entrega de Material Didático gratuito, que, no início, era impresso e, há pouco tempo, passou a ser totalmente digital.

As Atividades Estruturadas integram a carga horária de algumas disciplinas obrigatórias. São desenvolvidas e propostas pelos professores para serem executadas pelos alunos, individual ou coletivamente, em campo ou virtualmente, dependendo da atividade. São trabalhados temas com o objetivo de desenvolver a autonomia do aluno no seu processo formativo, assumindo a responsabilidade que lhe cabe em sua aprendizagem.

Com as Atividades Estruturadas pretende-se preparar o aluno como sujeito ativo, reflexivo, criativo, inovador, empreendedor, que tenha autonomia nos estudos. O fundamental é criar condições para que o aluno possa construir ativamente o seu próprio conhecimento. Dessa forma, a aprendizagem se dará como resultado do aprendizado ativo, com base na própria prática do sujeito e nas sucessivas mudanças provocadas pela informação gradativamente assimilada.

A metodologia de ação das atividades estruturadas visa trazer uma mudança no processo de aprendizagem, integrando sociedade – educação

– trabalho, com o planejamento de atividades que surgem das situações do próprio cotidiano social do aluno e do trabalho profissional, envolvendo participação individual e em grupo. Propostas de pesquisa e de trabalho são indicadas e mediadas pelos professores; o aluno potencializa o conhecimento acumulado e direciona os conteúdos específicos de diversas matérias aos seus próprios interesses e necessidades, tornando-se agente efetivo e corresponsável da construção de seu cabedal acadêmico.

Para tanto, as atividades devem ser estruturadas em projetos, bem como por resolução de problemas, além de pesquisas. Devem privilegiar análises, sínteses, inferências, generalizações, analogias, associações e transferências. As tarefas propostas devem constituir desafios que incitem os alunos a mobilizar seus conhecimentos, habilidades e valores.

Estes modelos de ensino híbridos desenvolvidos pela Universidade Estácio, o Avaliando o Aprendizado, o Material Didático e as Atividades Estruturadas, reforçam as pesquisas, no sentido de confirmar que a metodologia proposta pelos conceitos do hibridismo é possível e pode proporcionar aos seus envolvidos uma maior autonomia frente ao processo ensino/aprendizagem. Ela cria elos entre a sala de aula tradicional e o universo tecnológico, com uma programação funcional pertinente, possível de ser aplicada numa rede de conhecimentos e de pessoas de extrema diversidade cultural e de interesses.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A educação formal, palco de recorrentes debates em seus vários níveis de ensino, vive as transformações e as quebras de paradigmas sobre o processo ensino/aprendizagem. O ensino superior que abrange a formação do sujeito deve estar envolvido com as modalidades que atendam as demandas do século XXI.

A educação híbrida promove o engajamento dos estudantes com as metodologias inovadoras de aprendizagem, integrando a modalidade virtual à sala de aula tradicional. O objetivo desta pesquisa foi o de abordar a educação híbrida no ensino superior através do modelo de ensino Estácio-Brasil. Os estudos deram suporte teórico para o entendimento do conceito do ensino híbrido e sua relação ao referido modelo, observando os recursos pedagógicos implementados, que alicerçam a sala de aula invertida. Essas dimensões sustentam o processo ensino/aprendizagem, ampliando a tendência da modalidade híbrida dentro do ensino superior.

Este assunto, por trazer diversas interfaces, aponta para um cenário educacional que tende a se engajar cada vez mais com a modalidade de ensino híbrido, sendo objeto de estudos aprofundados, de forma que as bases do que for criado e implantado venham contribuir verdadeiramente para a formação consciente e significativa dos educandos.

Este assunto está, ainda, em estágio inicial de desenvolvimento; cada núcleo de ensino implantado poderá dar referências substanciais às pesquisas vindas das avaliações e observações pertinentes aos projetos desenvolvidos.

REFERÊNCIAS

- Bacich, L., Tanzi Neto, A. & Trevisani, F. de M. (Eds.) (2015). *Ensino Híbrido: personalização e Tecnologia na Educação*. Porto Alegre: Penso.
- Bergmann, J. & Sams, A. (2017). *Sala de Aula Invertida: uma metodologia ativa de aprendizagem*. Rio de Janeiro: LTC/gen.
- Castro, E. A., Coelho, V., Soares, R., Sousa, L. K. S. de; Pequeno, J. O. M. & Moreira, J. R. (2015). Ensino Híbrido: desafio da contemporaneidade? *Periódico Científico Projeção e Docência*, 6(2), 47-58. Retirado de <http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao3/article/view/563/506>
- Estácio, 45 anos educando para transformar – Projeto da Diretoria de Gente e Gestão*. (2016). Juiz de Fora: [s.n.].
- Freire, P. (2002). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra.
- Horn, M. B. & Staker, H. (2015). *Blended: usando a inovação disruptiva para aprimorar a educação*. Porto Alegre: Penso.
- Projeto Pedagógico do Curso – Pedagogia* (2016). Juiz de Fora: s.e..
- Santos Jr., H. (Ed.) (2014). *Da graduação para o mercado de trabalho: caminhos para o sucesso*. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá.

Citação:

Abreu, Z. H. L. & Machado, A. F. (2019). Educação híbrida no ensino superior: possibilidades e tendências. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 615-625). Braga: CECS.

FICHA TÉCNICA DO III CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE CULTURAS: INTERFACES DA LUSOFONIA

Universidade do Minho, Braga, Portugal | 23, 24 e 25 de novembro de 2017

COMISSÃO ORGANIZADORA

Manuel Pinto (coordenador)
Alberto Sá
Fábio Ribeiro
Isabel Macedo
Madalena Oliveira
Pedro Portela
Ricardina Magalhães
Vítor Sousa

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – Universidade do Minho

COMISSÃO CIENTÍFICA

Moisés de Lemos Martins (Presidente, Universidade do Minho, Portugal)
Adriano Sampaio (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Albertino Gonçalves (Universidade do Minho, Portugal)
Albino Rubim (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Alexandre Costa Luís (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Ana Carolina Escosteguy (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil)
Ana Cristina Santos (Universidade de Coimbra, Portugal)
Ana Gabriela Macedo (Universidade do Minho, Portugal)
Ana Paula Coutinho (Universidade do Porto, Portugal)
Anabela Carvalho (Universidade do Minho, Portugal)
Anabela Gradim (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Aníbal Alves (Universidade do Minho, Portugal)
Aníbal Bragança (Universidade Federal Fluminense do Rio de Janeiro, Brasil)
Annabela Rita (Universidade de Lisboa, Portugal)
Annamaria Palácios (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
António Fidalgo (Universidade da Beira Interior, Portugal)
António Hohlfeldt (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil)
Armando Jorge Lopes (Universidade Politécnica de Moçambique)
Armando Malheiro (Universidade do Porto, Portugal)
Carla Cerqueira (Universidade do Minho, Portugal)
Carlos Assunção (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal)
Catarina Moura (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Edilene Dias Matos (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Eduardo Costa Dias (ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal)
Emília Araújo (Universidade do Minho, Portugal)
Elisabeth Loiola (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Eliseu Mabasso (Universidade de Eduardo Mondlane, Moçambique)
Felisbela Lopes (Universidade do Minho, Portugal)
Fernanda Ribeiro (Universidade do Porto, Portugal)
Fernando Cascais (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)
Giovandro Ferreira (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Helena Pires (Universidade do Minho, Portugal)

Helena Sousa (Universidade do Minho, Portugal)
Isabel Macedo (Universidade do Minho, Portugal)
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)
João Carlos Correia (Universidade da Beira Interior, Portugal)
João Veloso (Universidade do Porto, Portugal)
José Azevedo (Universidade do Porto, Portugal)
José Bragança de Miranda (Universidade Nova de Lisboa)
José Carlos Venâncio (Universidade da Beira Interior, Portugal)
José Eduardo Franco (Universidade Aberta, Portugal)
José Roberto Severino (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
José Teixeira (Universidade do Minho, Portugal)
Juremir Machado da Silva (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil)
Karin Wall (Universidade de Lisboa, Portugal)
Laura Bezerra (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil)
Linda Rubim (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Luís Santos (Universidade do Minho, Portugal)
Lurdes Macedo (Universidade do Minho, Portugal)
Madalena Oliveira (Universidade do Minho, Portugal)
Manuel Gama (Universidade do Minho, Portugal)
Manuel Pinto (Universidade do Minho, Portugal)
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Margarita Ledo Andión (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)
Maria Aldina Marques (Universidade do Minho, Portugal)
Maria da Luz Correia (Universidade dos Açores, Portugal)
Maria Eduarda Keating (Universidade do Minho, Portugal)
Maria Immacolata Vassallo Lopes (Universidade de São Paulo, Brasil)
Maria Manuel Baptista (Universidade de Aveiro, Portugal)
Mário Matos (Universidade do Minho, Portugal)
Messias Bandeira (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Mirian Tavares (Universidade do Algarve, Portugal)
Neusa Barbosa Bastos (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil)
Nuno Moutinho (Universidade do Porto, Portugal)
Nuno Sousa (Universidade do Minho, Portugal)
Orlando Grossegeisse (Universidade do Minho, Portugal)
Paulo Bernardo Vaz (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)
Paulo Miguez (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Paulo Osório (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Paulo Serra (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Pedro Andrade (Universidade do Minho, Portugal)
Pedro Morgado (Universidade do Minho, Portugal)
Regina Pires de Brito (Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo, Brasil)
Renata Pitombo (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil)
Rita Aragão (Universidade Federal da Bahia, Brasil)
Rita Ribeiro (Universidade do Minho, Portugal)
Rogério Santos (Universidade Católica Portuguesa, Portugal)
Rosa Cabecinhas (Universidade do Minho, Portugal)
Rui Vieira de Castro (Universidade do Minho, Portugal)
Sara Pereira (Universidade do Minho, Portugal)
Silvana Mota Ribeiro (Universidade do Minho, Portugal)
Silvino Lopes Évora (Universidade de Cabo Verde)
Teresa Ruão (Universidade do Minho, Portugal)
Tomás José Jane (Escola Superior de Jornalismo de Moçambique)
Urbano Sidoncha (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Vítor Sousa (Universidade do Minho, Portugal)
Zara Pinto Coelho (Universidade do Minho, Portugal)

“Os meios de comunicação e as tecnologias da informação em muito têm contribuído para as transformações que se observam nos países lusófonos. A comunicação é hoje um fenómeno profundamente vinculado à expressão e definição das culturas contemporâneas, afetando todos os domínios da vida em sociedade nos países de língua oficial portuguesa. Tanto nas relações interpessoais como nas dinâmicas de grupo e de comunidades, a comunicação e os média tornaram-se agentes de construção e reconstrução, social, histórica, económica, política e cultural. São, no caso das comunidades lusófonas, interfaces de expressão identitária e comunicação intercultural (Cabecinhas & Cunha, 2017; Martins, 2018b). O cruzamento de olhares, o confronto de ideias, a construção de argumentos e reflexões sobre o passado e o presente das lusofonias, assim como o papel dos média neste processo, estiveram, por isso, no cerne do debate realizado na Universidade do Minho em 2017 e que dá origem ao presente Livro de Atas, reunindo os textos completos das comunicações apresentadas ao III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia”

Moisés de Lemos Martins & Isabel Macedo