MÍDIA ALTER{N}ATIVA:

estratégias e desafios para a comunicação hegemônica

Universidade Estadual de Santa Cruz

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
Jaques Wagner - Governador

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO
Adeum Hilário Sauer - Secretário

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ
Antonio Joaquim Bastos da Silva - Reitor
Adélia Maria Carvalho de Melo Pinheiro - Vice-Reitora

DIRETORA DA EDITUS
Maria Luiza Nora

Conselho Editorial:
Maria Luiza Nora – Presidente
Adélia Maria Carvalho de Melo Pinheiro
Antônio Roberto da Paixão Ribeiro
Fernando Rios do Nascimento
Jaênes Miranda Alves
Jorge Octavio Alves Moreno
Lino Arnulfo Vieira Cintra
Lourival Pereira Junior
Marcelo Schramn Mielke
Maria Laura Oliveira Gomes
Marileide Santos Oliveira
Raimunda Alves Moreira de Assis
Ricardo Matos Santana

MÍDIA ALTER{N}ATIVA:

estratégias e desafios para a comunicação hegemônica

Organização:
Ricardo O. Freitas

Apoio financeiro:

fapesb
Fundação de Amparo
à Pesquisa do Estado da Bahia

Ilhéus - Bahia
2009

Editora da UESC

©2009 by Ricardo O. Freitas

Direitos desta edição reservados à
EDITUS - EDITORA DA UESC
Universidade Estadual de Santa Cruz
Rodovia Ilhéus/Itabuna, km 16 - 45662-000 Ilhéus, Bahia, Brasil
Tel.: (73) 3680-5028 - Fax: (73) 3689-1126
http://www.uesc.br/editora e-mail: editus@uesc.br

PROJETO GRÁFICO E CAPA
Alencar Júnior

FOTO DA CAPA
Raphael Verly - educando do Centro Cultural Araçá

REVISÃO
Maria Luiza Nora
Aline Nascimento

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M629 Mídia alter{n}ativa: estratégias e desafios para a comunicação hegemônica / organizador Ricardo O. Freitas. – Ilhéus, BA: Editus, 2009.
304p.
Inclui bibliografia.

ISBN: 978-85-7455-162-3

1. Comunicação de massa – Aspectos sociais. 2. Comunicação e tecnologia. I. Freitas, Ricardo O.

CDD 302.23

PREFÁCIO

Cicília M. Krohling Peruzzo

Os meios de comunicação ganham cada vez mais importância na sociedade. Informam, entretêm, formam, circulam valores, publicizam mercadorias, persuadem e assim por diante. São bens públicos e pertencentes à humanidade porque são frutos do conhecimento humano que se constitui e avança historicamente. Configuração essa não impeditiva de sua apropriação e uso por grupos detentores dos poderes econômico, ideológico e político, segundo sua visão de mundo e interesses, nem sempre coincidentes com o interesse público. Num primeiro momento, esse tipo de manuseio da mídia aparece quase como natural para a sociedade como um todo, seja porque o valor da circulação de mensagens é inquestionável, ou porque não se compreendem muito bem os mecanismos de manipulação intrínsecos ao sistema midiático. As pessoas parecem sentir-se agraciadas pela oportunidade de se informar sobre os acontecimentos e adquirir conhecimentos e, dessa forma, poderem sentir-se partícipes do mundo. Mas, aos poucos, pessoas e grupos sociais vão percebendo presenças e ausências nos conteúdos e no domínio dos canais que garantem a viabilização do poder de comunicar. Aprendem a compreender a mídia, dominam suas linguagens, põem em suspensão alguns dos seus conteúdos, percebem que

abordagens diferentes seriam possíveis e desejáveis e, em última instância, acabam se propondo a tecê-las. Trata-se de um processo que varia temporalmente, de lugar para lugar, segundo as circunstâncias históricas propiciadoras de condições objetivas e subjetivas (educação, desenvolvimento intelectual, acesso a equipamentos e materiais, articulação social etc.) que favoreçam a consciência e o empoderamento de técnicas e tecnologias capazes de codificar mensagens e difundi-las.

Os textos reunidos na coletânea "**Mídia alter(n) ativa: estratégia e desafios para a comunicação hegemônica**", organizada por Ricardo O. Freitas, evidenciam diversas dimensões dessa dinâmica social – da tese à antítese e a "nova" tese em construção – que questiona a estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação no Brasil e ao mesmo tempo constrói mídias e formas alternativas de comunicar, desta vez, falando a partir daqueles segmentos sociais empobrecidos que não se enxergam muito bem na mídia tradicional. São análises de fenômenos comunicacionais no nível da grande mídia, bem como de experiências populares e alternativas que evidenciam as intersecções entre Comunicação e Cultura. São reelaborações culturais de segmentos das classes subalternas potencializadas por posturas críticas frente a mídia. São reelaborações culturais advindas da percepção da existência de capacidade de produzir novos olhares sobre a realidade de segmentos sociais discriminados, a partir das linguagens audiovisuais e que, simultaneamente,

contribuem para libertar a expressão oprimida e construída com base na visão de outros. São reelaborações culturais propiciadas pela inserção ativa em processos de idealização, produção e difusão de conteúdos alternativos. As relações entre alienação e desalienação são construídas cotidianamente, o que "empurra" a sociedade em direção a algo novo, embora ainda não seja predominante.

Tais dimensões revelam que o conhecimento também é forjado a partir de práticas sociais participativas. Práticas essas que se movem a partir do local (território) ou do lugar virtual em que nos encontramos presencial ou virtualmente, por afinidade de interesses ou condições de existência.

A comunicação popular e alternativa é a expressão de nova visão de mundo em relação às pessoas e à vida cotidiana, e de uma outra visibilidade que se quer transparecer, uma vez que, mesmo existindo de fato, se torna imperceptível à maioria porque a grande mídia insiste em ideologizar a realidade.

APRESENTAÇÃO

Mídia alter[n]ativa: estratégias e desafios para a comunicação hegemônica reúne artigos de professores e pesquisadores que têm trabalhado, nos últimos anos, com questões relativas à comunicação popular e comunitária e à utilização dos recursos de comunicação para a cidadania e para a concretização de ações inclusivas nas quais os meios e recursos de comunicação são eficazes instrumentos. Resultado de pesquisas dos mais variados níveis, desde Iniciação Científica a investigações de Pós-Doutorado, este livro contempla artigos de pesquisadores de três regiões brasileiras, com ênfase em pesquisas que têm como corpus análises desenvolvidas no estado da Bahia, a partir da vinculação ao Grupo de Pesquisa em Mídias Alternativas e Midiativismo – GUPEMA ou algum tipo de parceria firmada com o grupo ou seus pesquisadores.

Além disso, pelo fato de os autores refletirem a utilização de recursos de comunicação por comunidades que têm com objetivo obter inserção junto à esfera pública política e à esfera pública de visibilidade midiática, a esfera de visibilidade pública, todos os textos contemplam, sem exceção, realidades de grupos ideologicamente minoritários e juridicamente vulneráveis.

O tema da comunicação para a cidadania tem tomado fôlego a partir da emergência dos movimentos sociais organizados, concomitante à popularização das tecnologias de comunicação e, nesse sentido, ao

ingresso do Brasil no rol das nações tecnologizadas. Esse é também o momento da emergência das produções culturais globais, que, se num primeiro momento pareciam provocar a unificação ímpar das culturas nacionais, paradoxalmente impulsionaram o surgimento de produções culturais locais e toda sorte de novas produções alternativas trazidas no bojo de um movimento apropriadamente definido como *glocalização*. Ou seja, em tempo muito recente, sob a égide da fluxização de panoramas globais, as dinâmicas culturais locais produziam efeitos constituídos de traços locais completamente integrados à lógica da universalização. Entretanto, agora, como sugere Nestor Garcia Canclini (2005), a mesma globalização desglobaliza, deixando claro que se parecia unificar e, nesse sentido, homogeneizar as diferenças, não somente expôs as mesmas diferenças que parecia querer extinguir, como também criou novas diferenças, transformando maiorias demográficas em minorias culturais. Atrelada a essas transformações, deparamo-nos com o enfraquecimento dos Estados nacionais, sob a égide da globalização, e com o fortalecimento e 'empoderamento' de movimentos e organizações da sociedade civil que tentam preencher as brechas deixadas pelos Estados enfraquecidos, com a ausência de representações governamentais. A utilização de recursos de mídia aparece, nesse sentido, como importante aliada na constituição de esfera pública política, no que proporciona a inserção de pautas, temas e debates através de uma dita esfera de visibilidade pública.

Para o caso da cultura da mídia a lógica é muito parecida. Ao passo que torna modos de vida e visões de mundo homogêneos, através de incisivas representações ideológicas aliadas aos interesses das classes dominantes, a mesma cultura da mídia oferece recursos para que grupos invisibilizados e populações minoritárias reelaborem seus textos a partir de leituras reconstituídas com base em experiências próprias (cf. Kellner, 2001). É o que Jesus Martin-Barbero (1997) anunciava como a presença dos conflitos, contradições e lutas que descaracterizam a clássica lógica atribuída ao processo comunicacional "como estruturado entre "emissores-dominantes e receptores-dominados sem o menor indício de sedução nem resistência" (op. cit., p. 15).

Detentores da tecnologia, vários grupos e comunidades encontrarão na arte e cultura e nas suas manifestações o instrumento ideal para conscientizar não somente seus pares, os Mesmos, como também o mundo exterior, onde vivem os Outros de si. Alteridade passa a reger um novo modo de vida sob a lógica de reconhecimento da diversidade. O movimento *hip hop* surgido, a princípio, nos Estados Unidos, é bom exemplo. Ganha o mundo a partir da lógica do multiculturalismo vigente em tempos de globalização, mas, depois de apropriado, negociado e articulado pelas culturas locais Outras, ganha traços interculturais, no momento em que se apropriam de sua estrutura universal e descartam seus elementos regionais em prol de novos elementos locais. Se as características, no

plano das produções culturais, não são universais, para o caso das questões sociais acontece o mesmo. Baseadas em prioridades estritamente locais, as "causas" determinarão o ponto de distinção entre um modelo universal e uma tônica local de reivindicações e prioridades. Voltando ao *hip hop* brasileiro, este nada tem mais a ver com o seu aparente inspirador estadunidense. Se lá privilegia-se o poder de consumo, aqui são privilegiadas causas as sociais, entre estas, toda sorte de desigualdades e de ações discriminatórias, assim como a necessidade de inserção destes, tidos como Outros, no âmbito da hegemonia. O fato é que aquilo a princípio caracterizava-se como contra-hegemônica, acaba constituindo uma nova hegemonia, não outra e não menos hegemônica, formando uma espécie de *mainstream* do periférico e do minoritário. Tal façanha, não por acaso, pode ser creditada à utilização e ao manuseio das tecnologias de comunicação por grupos e comunidades antes invisibilizadas. Além disso, se num primeiro momento tais grupos e comunidades serão retratados em produções em mídia realizadas pelos Outros, logo passam a criar produtos próprios, autorais, responsabilizando-se não somente pela produção como também pela emissão e distribuição. De coadjuvantes a protagonistas, de emissores passivos a produtores ativos.

Ao enfocar a esfera pública de visibilidade midiática e sua relação com o desenvolvimento da ação política por parte de grupos minoritários, baseamo-nos na hipótese de que tal tipo de prática coletiva con-

tribui não apenas para deslocar lugares e vozes no espaço público como para surgimento de formas alternativas de visibilidade pública midiática, ao reconhecer que a construção e a consagração dessas formas de aparecimento e visibilidade (midiáticas) dependem da ação política compartilhada entre sociedade civil, movimentos sociais e setores do governo.

Com base no acima exposto, Julio Tavares elabora uma análise ensaística acerca das estratégias da mídia para reservar lugares sociais determinados e instransponíveis, a partir de uma semiologia dos sentidos e dos discursos comunicativos baseada na análise da estética midiática e da representação narrativa. Mesmo que pense a partir de questões universais, seu debate está mais objetivamente centrado no panorama midiático brasileiro e na presença-ausência afro-descendente (na significação da participação de negros e mestiços) no panorama midiático brasileiro. Texto referencial para os que têm interesse nas discussões sobre representação e modos de apagamento, o autor traça importante discussão sobre o papel das formas de dissimulação de representações deturpadas, do lugar do vazio e do esvaziamento e dos projetos que alimentam a produção de clichês e estereótipos acerca de um *Outro* indesejado, a partir da iniciativa do projeto *A Cor da Cultura*, produzido pelo Canal Futura.

O artigo de Célia Regina analisa as contribuições da esfera pública de visibilidade midiática na prática da cidadania (humanidade, visibilidade *versus* ocultamento) para grupos alijados de outros espaços

de aparecimento (mulher, negra e pobre), tendo como foco de análise a fotografia de uma mãe que chora a morte da filha de 12 anos por bala perdida no Rio de Janeiro, em reportagem veiculada nos jornais O Globo, Folha de São Paulo e São Paulo Agora. Os estudos sobre a presença da mulher negra nos meios de comunicação social revelam representações sociais estereotipadas, estigmatizadas e caricaturadas no tratamento que lhes é reservado. Entretanto, pode-se pensar num certo tipo de consenso no que se refere à dor que se revela como apaziguadora, conferindo humanidade a grupos minoritários na esfera pública de visibilidade midiática. A contribuição da autora tem como premissa a idéia de que a expressão de intimidade (a dor) no espaço privado torna-se visível, quando compartilhada, na esfera pública de visibilidade midiática, fazendo de indivíduos invisíveis, sujeitos reconhecíveis e reconhecidos. Ou seja: o mundo comum legitima e reconhece grupos minorizados quando visibilizados pela esfera pública de visibilidade midiática, o que costuma ocorrer com a midiatização da vida cotidiana, que se configura como o lugar de maior espaço de ação.

A fim de investigar a interseção entre raça e gênero, no que tange às assimetrias sociais que atingem, sobremaneira, as mulheres negras, a autora utiliza estudo de Marquerite La Caze sobre as *formas de opressão sexistas e racistas*, além da idéia de *mundo comum e de ação*, em Hannah Arendt, quando analisa as possibilidades de "ser e estar" em um mundo cada vez

mais moldado pela tecnoburocracia, onde o exercicio da cidadania, em países como o Brasil, é marcado pela desigualdade social, racial e de gênero. Para tanto, tece um teia entre semiótica e ensaio teórico.

No terceiro artigo, são analisados os modos de produção audiovisual elaborada por um grupo de cineastas autodidatas, integrantes de uma produtora de audiovisual comunitária, em Caravelas, Extremo Sul da Bahia – o Cineclube Caravelas. Parte do entendimento de que a popularização do acesso aos meios e recursos de comunicação, ao provocar expressivo descentramento nos modos de produção, com a quebra do monópolio e a aproximação cada vez mais estreita entre empresas de mídia e público, fez emergir um sem número de novos produtores de conteúdos autóctones. Tal idéia, apesar de nova, reforça a importância creditada aos produtores, ilustrando certa cristalização da imagem do receptor como sujeito passivo, nos moldes das clássicas teorias da comunicação. Analisa, pois, a importância de se considerar a forma narrativa da mensagem-produto como elaborada frente a um momento determinado, para ser lida como texto e ser decodificada ao relacionar formas de representação às questões estéticas e ideológicas.

Também com base no debate sobre o interesse pela interseção entre estética e cidadania, Priscilla Huapaya constrói o argumento de que formas e expressões de arte não são, necessariamente, 'desinteressadas', como preconizado pelas correntes mais tradicionalistas da teoria da arte. Para tanto, analisa a

obra da dupla de artistas Mau Val. Através de métodos e linguagens que percorrem desde dramatizações complexas até a documentação científica, Maurício Dias e Walter Riedweg apresentam uma estética videográfica permeada pela relação de alteridade e pela reflexão sobre as relações que medeiam o encontro do Eu com o Outro. A partir de intervenções em situações tanto individuais como coletivas é deflagrada a relação entre a ética e a estética no trabalho dos dois artistas. Na produção poética da dupla, a arte se apresenta como oportunidade para refletir sobre as dimensões estéticas e políticas da relação entre os indivíduos e o mundo.

Rodrigo Bomfim discute a inserção do termo – e do sentido imputado ao termo – *baianidade* nas apropriações discursivas existentes no âmbito midiático da Bahia como destino turístico. Retrata o processo de "fecundação" e disseminação dos índices que identificam a *baianidade* – tida aqui como cultura "reinventada" – e proposta a partir da construção de estereótipos. Para tanto, reflete sobre o caráter homogeneizante na publicidade turística produzida para e sobre a Bahia, suscitando uma reflexão teórica e crítica sobre a interface entre publicidade, cultura e turismo, pelo viés simbólico.

Heron Formiga apresenta uma análise ensaística sobre o deslocamento da produção e circulação de mídia no Brasil, pelo fato de considerar que a contemporaneidade firma-se como o momento em que evidencia-se a assunção das ditas minorias ideológicas, ao

assumirem espaços anteriormente dominados exclusivamente pelos grupos hegemônicos, em se tratando de poder e prestígio. Entre os conceitos contemplados para abordar o tema, o autor dá destaque ao de "manifestação", proposto por Gilles Deleuze.

Rita Argollo e Betânia Vilas-Boas discutem a proposta de experimentação e pluralismo ligada à construção educativa do conhecimento e cidadania, inserida numa televisão universitária. As diversas abordagens e construções de sentido dos enunciados televisivos deixam clara a necessidade de uma análise sobre o papel social do veículo televisivo para a informação e a formação social dos receptores. Nestes termos, apresentam a experiência da TV UESC, projeto de televisão universitária desenvolvido em Ilhéus, Bahia, abordando sua estruturação, linguagem e a percepção de seu público.

No Brasil, pouco se avançou em termos de democratização da comunicação. Entretanto, novas alternativas surgiram impulsionadas por formas alternativas do fazer comunicacional. Entre estas, as experiências de rádios em escolas públicas. Hélcio Pacheco analisa, pois, o lugar ocupado pela prática de alunos de escolas públicas do interior da Bahia em gestão e produção em rádio, que incorporam novos saberes no campo da educação, a partir de iniciativas elaboradas em Ilhéus, Itabuna e Canavieiras, região Sul da Bahia.

O processo de construção da identidade da prostituta militante da Associação das Prostitutas da Bahia – APROSBA é o que leva Mônica Benfica a buscar

compreender como um processo de organização, com as subjetividades e as condições objetivamente colocadas, pode concorrer para a construção da identidade coletiva. Através das práticas institucionais, principalmente as de comunicação, as militantes buscam evidenciar certa singularidade e a positividade do fenômeno da prostituição em tensão com sua significação marginal. A autora percebe a mídia como lugar de apresentação da militante, onde as ambivalências relacionadas ao assumir a identidade de prostituta são tornadas invisíveis, abordando, ainda, os usos da mídia como prática institucional, ao considerar tal prática como fundamental na construção reflexiva do Eu, ou seja, da identidade.

Luísa Aquino propõe um estudo da interface entre mídia radical alternativa e ciberativismo nos movimentos de militância virtual *Anti Drogas* e *Psicotropicus*. Analisa em que medida as novas tecnologias da comunicação têm contribuído para que tais movimentos discutam e busquem alternativas para questões referentes à política de drogas, dentre as quais se destacam: a juridicidade a ela relacionada, o mercado, o consumidor e seu ambiente social, bem como os sistemas alternativos de controle da drogadição. Considerando o acervo de ferramentas digitais promovido pela revolução eletrônica, a autora busca entender como são construídos cenários virtuais por grupos politicamente engajados, que se apoderam do conceito de "mídia alternativa" para propor o uso diferenciado dos meios de comunicação. Além de dar

alcance global a uma determinada causa – característica da militância *on-line* –, as mídias alternativas são utilizadas a fim de oferecer uma nova maneira de pensar a função transgressiva da comunicação. Por fim, questiona se a apropriação pelos ciberativistas de mecanismos oferecidos via ciberespaço contribui para a abertura da política de drogas e se tal fato contribui para a desvinculação do tema da condição de subsistema "fechado" avesso a transformações, frente ao papel da comunicação como mantenedora, ou não, de tal condição.

Por fim, Eliana Albuquerque analisa as políticas de comunicação nas Áreas de Proteção Ambiental e, para isso, toma como referência a APA da Lagoa Encantada, localizada na zona rural de Ilhéus, sul da Bahia, que tem um jornal impresso como principal instrumento de mobilização, informação e educação ambiental das populações. Através de entrevista com 410 moradores das localidades que compõem a APA, da observação assistemática e pesquisa documental, investiga de que modo este veículo chega e é compreendido pelo receptor e se é adequado para fomentar a idéia de preservação ambiental e de sustentabilidade, conforme pretendido pelos gestores da APA. Observa, ainda, como o público alvo decodifica e transforma as mensagens em ações, ao considerar o elevado índice de não alfabetizados e as inúmeras formas alternativas e populares de comunicação, sedimentadas na cultura local ao longo dos séculos.

Com essa coletânea de artigos, esperamos contribuir para o fortalecimento dos estudos que privilegiam a comunicação e seus recursos como instrumentos para obtenção de reconhecimento e cidadania entre grupos minoritários e desprivilegiados brasileiros e, sobremaneira, para a utilização dos meios e formas de comunicação a fim de promover a inserção na esfera pública política de grupos tidos como invisibilizados. O que significa dizer que esse livro pode, também, ser importante aliado de comunidades interessadas em elaborar tais ações e projetos.

Boa leitura!

SOBRE OS AUTORES

Prefácio

Cicilia Maria Krohling Peruzzo é Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Atualmente é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Coordena o Núcleo de Pesquisa de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI) e o Grupo de Trabalho Comunicación Popular, Comunitária y Ciudadanía da Associacion Latinoameriana de Investigadores de la Comunicación.

Artigos

Betânia Maria Vilas Bôas Barreto é jornalista, Doutoranda em Educação pela UFPB e Professora de Oficina de Vídeo e Oficina de Vídeo Educativo na UESC.

Célia Regina da Silva é jornalista, Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UMESP e Bolsista do International Fellowships Program - Ford Foundation.

Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque é jornalista graduada pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e professora do curso de Comunicação – RTV da UESC.

Hélcio Pacheco de Medeiros é radialista, Mestre em Ciências Sociais pela UFRN e Professor do Curso de Comunicação Social na UFRN.

Heron Formiga é graduado em Rádio e TV (quando foi bolsista PIBIC/CNPq) e Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE.

Júlio César de Souza Tavares é Pós-Doutor pela Columbia College Chicago, Doutor em Antropologia pela University of Texas at Austin, Visiting Professor no Departamento de Comunicação da Florida Atlantic University, em Miami, Professor Adjunto IV no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFF e pesquisador do CNPq.

Luísa Aquino Santos é graduada em Rádio e TV e Especialista em Comunicação Audiovisual pela PUC-PR. Foi bolsista IC/PROIIC.

Mônica Benfica Marinho é Doutora em Ciências Sociais pela UFBA e Professora Adjunta da UNEB.

Priscilla Schimitt Huapaya é graduada em Rádio e TV e produtora de eventos. Foi bolsista FAPESB e CNPq.

Ricardo Oliveira de Freitas é Doutor em Comunicação e Cultura – UFRJ, Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social e do Mestrado em Letras: Linguagens e Representações da UESC e Coordenador do GUPEMA.

Rita Virginia Argollo é jornalista, editora de telejornalismo da TV Santa Cruz, afiliada da Rede Globo no Sul da Bahia, Doutoranda em Educação na UFBA e Docente do Curso de Comunicação Social da UESC.

Rodrigo Bomfim Oliveira é jornalista, Mestre em Cultura e Turismo pela UESC e Professor Assistente do Curso de Comunicação Social da UESC.

SUMÁRIO

PAISAGEM MIDIÁTICA, ETNICIDADE E PEDAGOGIA CÍVICA
Júlio César de Souza Tavares 25

LÁGRIMAS E PUNHO: (IN)VISIBILIDADE, DOR E HUMANIDADE NA ESFERA PÚBLICA DE VISIBILIDADE MIDIÁTICA
Célia Regina da Silva 57

DA MARGEM AO CENTRO: COMUNICAÇÃO E ARTE FRENTE ÀS QUESTÕES DE PRODUÇÃO E RECEPÇÃO EM PRODUTOS AUDIOVISUAIS PERIFÉRICOS
Ricardo Oliveira de Freitas..... 83

A ALTERIDADE COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA PRODUÇÃO VIDEOGRÁFICA DE MAURÍCIO DIAS E WALTER RIEDWEG
Priscilla Schimitt Huapaya..... 111

O MITO DA "BAIANIDADE" E SUA APROPRIAÇÃO PELO TURISMO: ALGUMAS OBSERVAÇÕES
Rodrigo Bomfim Oliveira..... 131

MINORIAS, MANIFESTAÇÕES E MÍDIA: A HORA DE DIZER O DIZÍVEL
Heron Formiga..... 159

HIBRIDISMOS E EXPERIMENTAÇÃO DE LINGUAGENS NA TV UNIVERSITÁRIA: O CASO DA TV UESC
Betânia Maria Vilas Bôas Barreto
Rita Virginia Argollo..... 179

O RÁDIO NA ESCOLA: UMA EXPERIÊNCIA DE GESTÃO E PRODUÇÃO DEMOCRÁTICA
Hélcio Pacheco de Medeiros..... 203

A CONSTRUÇÃO E A COMUNICAÇÃO DE UMA IDENTIDADE COLETIVA: ANOTAÇÕES DE UMA ETNOGRAFIA DA ASSOCIAÇÃO DAS PROSTITUTAS DA BAHIA
Mônica Benfica Marinho 223

ESTUDO DA INTERFACE ENTRE CIBERATIVISMO E MÍDIA RADICAL ALTERNATIVA NOS MOVIMENTOS DE MILITÂNCIA VIRTUAL *ANTI DROGAS* E *PSICOTROPICUS*
Luísa Aquino Santos..... 249

CONTRADIÇÕES E DESAFIOS DAS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO EM ÁREAS DE PROTEÇÃO AMBIENTAL
Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque..... 277

PAISAGEM MIDIÁTICA, ETNICIDADE E PEDAGOGIA CÍVICA

Júlio César de Souza Tavares

Quanto mais moderno, mais antiquado

A vida no planeta, em sua quase totalidade, encontra-se submetida aos fluxos de informação que convertem em mercadorias tudo que representam. E esse modo torrencial e instantâneo em que circula a informação faz com que a comunicação se instale de maneira intensa e desejante de velocidade, transformando a geografia do planeta e a imagem mental do mundo. Com efeito, a indústria comunicacional, nesta fase pós-Gutemberg, movimenta-se rumo a uma nova semântica, mais perceptualmente diversificada e menos submetida à tirania do visual, para a qual a tecnologia de reconhecimento da voz e a robótica tornam-se atraentes instrumentos na captação de novos investimentos. Para a mencionada nova semântica da comunicação, a fala, a escuta e a locomoção são os seus integrantes. Mas enquanto a escuta não consegue se converter em efetiva realidade, o nosso cotidiano permanece refém dos olhares sobre o fluxo incessante de informações.

O que tem sido marcante nessa configuração é, entretanto, o fato de, nesse contexto de inflação de ima-

gens, a mídia adicionar à sua atividade de intermediação a capacidade de produzir espaços vazios de sentido. Vazios que são instalados pela obsessiva disseminação de objetos que circulam, tais como produtos e marcas publicitárias, e seu corolário, e a profunda ansiedade para consumi-los. Da presença desse vazio nasce um paradoxal efeito de realidade que se manifesta do seguinte modo: por um lado, no isolamento e na introspecção dos sujeitos capturados pela ação da máquina midiática para promover aquele sentido de vazio; por outro, ao realizarem o sentido do vazio, transformando-se em sujeitos consumidores da própria mídia ou nos produtos por ela disseminados, os sujeitos promovem exatamente o contrário da introspecção, já que, transformados pelo desejo de exposição, estimulam-se como meros dispositivos midiáticos, também mercadorias em circulação. Assim se completa um paradoxal circuito midiático que em uma ponta tem a audiência pró-ativa e dinâmica, mas quase-passiva na sua atuação pelo restrito espaço de intervenção que possui; na outra ponta, o ator do *reality-show* aparentemente capaz de manusear técnicas de comunicação e interferir na audiência, porém submisso aos mecanismos não-verbais que subjazem às interações que estabelecem e que se tornam relevantes para a audiência. Ao operar sobre os indivíduos, este efeito de realidade, ou seja, esta ilusão midiática, adquire materialidade, converte-se em manifestação física, incorpora-se e reconfigura-se em vigorosa rede de signos que caracteriza a paisagem midiática que nos envolve.

A consciência dessa rede virtual redefine áreas de saber e até mesmo a nossa conduta social e moral. Por isso, o vazio de sentido reproduzido em um determinado ambiente midiático transparece como nosso principal objeto. Compreender como esse vazio torna-se representativo de uma determinada ausência na alma nacional e como essa ausência pode ser preenchida com novos sentidos ou permanecer como tal, pode auxiliar-nos na definição do significado desse *efeito de realidade* presente na programação televisiva praticada no Brasil.

Partimos da crença de que o vazio de sentido produz noções de realidade voláteis, passageiras, sem sólidos fundamentos e sem memória recursiva, salvo quando acionada pela própria mídia. Um dos efeitos mais comuns de realidade encontra-se no silenciamento da identidade e do pertencimento a algum grupo, afirmando e/ou corrompendo uma característica presente nos indivíduos. Em geral, essa qualidade é reputada como uma explicação crucial para qualquer indivíduo e assegura a sua peculiar vinculação a um determinado grupo de filiação. Poucas vezes, todavia, a mídia consegue ressaltar a motivação de brasileiros que se enunciam como pertencentes a um determinado grupo étnico, sem estereotipá-los ou estigmatizá-los nas imagens que o preconceituoso senso comum tenha forjado. Um bom exemplo tem sido a idéia de pertencimento, tradicionalmente corrente na mídia (literatura, rádio, esporte, televisão, cinema), como uma associação de

indivíduos no contexto de uma visão uniformizada de brasileiro. Situações anteriores ao ano 2000 mostram que não foram comuns as associações de brasileiros a um determinado grupo de pertencimento mais singularizado, salvo quando os grupos são de origem européia e asiática, como os protagonizados em novelas, filmes e minisséries.

Afro-descendentes em suas aparições na mídia, por exemplo, repetitivamente, vêem-se reafirmados em narrativas que os enquadram, quase sempre, como descendentes de escravos e não de africanos; estes como representantes das mazelas do mundo social e por culpa de suas "incompetências"; organizados em "tribos" e não em grupos étnicos (como é propagado quando se refere aos conflitos na Europa, p. ex., entre os grupos sérvios e croatas) e resultantes de um estágio primitivo, e não primordial, da jornada da humanidade. Consistentemente, aparecem como atores de um período ausente de conhecimento, distorcido nas representações, distantes de famílias e "boçais" em sua configuração. Raramente afloram, nos contextos midiáticos, como agentes de uma cosmovisão própria, que, em muitos aspectos, senão inovadora, é pelo menos simétrica aos conhecimentos hegemônicos que são enunciados como científicos pelos europeus e, sobretudo, nunca apresentados como construtores de civilizações. Essas associações aparentemente automáticas e involuntárias constituem o que chamamos de estereótipos. Operam como se estivessem indexicalizadas no corpo e expressas na marca epidérmica,

fenotipicamente encarnadas para classificar os atores e conduzi-los a naturalizar aquela condição como um dado de distinção social.

Urge, por isso, o desenvolvimento de uma pedagogia que trate seriamente a mídia, os dispositivos audiovisuais e os eventos comunicativos como ferramentas de troca cultural e de um projeto de sociabilidade intercultural. Reconhecidamente, o problema encontra-se tanto na geração como na gestão de conteúdos nos veículos, de modo que se assegure uma visualização culturalmente diversificada, democrática, afirmativa e sem qualquer tipo de discriminação da programação. O campo das mídias é merecedor de um tratamento analítico mais cuidadoso, quer para a audiência, quer pela sua própria produção, pois diferentes fatias do imaginário e da consciência coletiva nacional fazem-se representar por esse campo.

Em síntese, a estética midiática e a representação narrativa que a constitui não são neutras, nem ingênuas, pois obedecem aos jogos de linguagem e às armadilhas hegemônicas. E será sobre estes aspectos que conversaremos neste texto, apontando para a fundamental urgência de uma pedagogia do audiovisual, que tem como maior objetivo demonstrar como a paisagem midiática retrata um regime de ver o mundo e, conseqüentemente, um mecanismo gerador de injustiças simbólicas. Abre-se, aqui, um destaque para o projeto *A Cor da Cultura*, produzido e exibido pelo Canal Futura, como um exemplo positivo de projeto a esse respeito.

O injusto modo midiático de olhar (regime de visualização e injustiça cognitiva)

Compreender a atuação da mídia, exclusivamente, pelo ponto de vista do entretenimento, da informação e da promoção de catarses, tanto quanto identificar o grau de inserção social de um grupo étnico ou social apenas pela presença física do mesmo na tela ou nos espaços públicos, abandonando os mecanismos e os sentidos concebidos a partir dessa presença, é, em ambas as formulações, uma atitude que pode reificar mitos coletivos e tornar-se modo de narração da história impregnado pelo olhar banalizador. Essa visão simplista do entendimento da vida pode ser responsável pelo destino de coletividades rumo ao sucesso ou ao fracasso. O êxito de um projeto de representação intercultural dependerá do modo pelo qual os materiais visuais são tratados e do treino cultural que adquirimos (vocabulário, informação e capacidade de interpretação do regime de visualização) para ler e interpretar um determinado evento.

Então, desse modo, seria possível uma transmissão de subjetividades que garanta à audiência uma visão capaz de valorizar e reforçar a auto-estima e a autoconfiança do cidadão? Como preencher o vazio de sentido?

Para responder tal questão, necessitamos complementar com os argumentos seguintes. Primeiro, a luta pelo direito à autoconfiança deve ser considerada uma luta por justiça, uma defesa da imagem do mundo

e do modo de vida das populações que se distinguem das populações de origem européia. Segundo, essa é uma luta pelo exercício da cidadania e pela defesa da condição da pessoa humana e, simultaneamente, luta pela dissolução de uma determinada forma de dominação mental. Como no Brasil, a trama que sustenta a supremacia eurocêntrica na produção da idéia de modernidade é, ao mesmo tempo, sólida e dissimulada, e qualquer ataque formulado àquela trama haverá de lidar com uma cadeia reativa de defesas, em articulação imediata com o aparato midiático. Já o oposto não ocorre do mesmo modo, pois tanto a consciência da colonialidade como a do eurocentrismo encontram-se retardadas.

Digamos, então, em resposta à questão da transmissão das subjetividades, que é possível tal transmissão desde que, como meta, aponte-se para a promoção da autoconfiança. Todavia, que se reconheça, *a priori*, a existência de um secular controle das fricções étnico-raciais, por intermédio de um jogo contratual virtualmente instalado sob a condição não-política e não-representacional do grupo de pessoas de cor, ou seja, dos não-brancos. Como, então, promover a transmissão de subjetividades que sustentem a igualdade e a autoconfiança dos indivíduos se a referência moral para tal encontra-se alocada nos direitos, nos conhecimentos e liberdades de uma sociedade civil que é arquitetada "para" e "por" "pessoas sem cor", isto é, brancas? Certamente que nesse imbróglio prevalece uma global disfunção cognitiva e moral, que resulta

em uma verdadeira alucinação erigida em bases reais, isto é, geradora de efeitos de realidade. Nela encontramos as mitologias eurocêntricas povoando nosso imaginário e originadas nas histórias dos viajantes, nos mitos populares, nos relatos coloniais, no cinema comercial hollywoodiano etc. Materiais que não foram criados pelo acaso e que se tornaram, com o passar do tempo, os requisitos exigidos para a preservação da narrativa da conquista, do colonialismo e da escravidão. Sistematicamente engatilhamos com essas simbologias herdadas da máquina cognitiva colonial, os comportamentos mentais que reproduzem a desqualificação e o des-conhecimento de um *outro não-branco.* Mas, paradoxalmente, essa mesma desqualificação que constrói uma imagem negativa daquele *outro*, *pessoa de cor,* por contraste, certifica e afirma o eurocentrismo como elemento simbólico primordial da máquina cognitiva e o *branco* como cidadão de primeira categoria.

É em meio a essa criação real e, simultaneamente, ilusória que habitamos. O que nessa meditação se encontra em pauta são os processos interativos e relacionais no interior dos equipamentos tecnológicos de comunicação e caucionados pela economia simbólica dos grupos étnico-raciais. Trata-se, principalmente, de se considerar a reprodução ampliada dos estereótipos, quando nos propomos a indagar a relação entre mídia e representação. Neste campo, há um rebatimento da ação dos mecanismos político-econômicos da exclusão, profundamente instalados em nossas almas, colo-

nizando nossos pensamentos e produzindo um estado mental de exceção que se tornou a regra. É preciso que reconheçamos que as normas morais e somáticas que definem os atos de falas estruturam os sentidos, conduzem a comunicação, gerenciam a linguagem e dissimulam a realidade produzida em imagens midiáticas, e que, como resultado, implicam tanto em mecanismos de inclusão/exclusão, quanto em estigmatização, reservada à população afro-descendente e aos demais grupos étnico-raciais sem representação apropriada nos meios de comunicação.

Nesse *"metiê"* do regime de visualização, um dos aspectos mais extraordinários é o processo de *invisibilização* um dos mais freqüentes mecanismos dos jogos de poder, em qualquer cultura. Consideramos como *invisibilização*, as tecnologias de apagamento da visualização da presença, da memória e da representação dos sujeitos. Trata-se, portanto, de um processo de re-produção da in-diferença dos socialmente *indesejáveis*, em geral, concentrados econômica e culturalmente fora do contrato racial que comentamos anteriormente. Na caracterização de Erving Goffman (2003), os socialmente *indesejáveis* corresponderiam às não-pessoas, sujeitos banidos de reconhecimento do cenário social, ainda que presentes e reais nos ambientes, que não seriam visualizados. Para que o referido processo seja revertido, necessitamos de uma pedagogia da des-construção desta engenharia de *invisibilização,* ferramenta cognitiva do contrato racial, que remonta à memória racista, patrimonialista, autoritária

e escravista, presente na mentalidade brasileira e que nos condena a ver o mundo da maneira supremacista e banalizada.

Uma reação a este comportamento banalizador e naturalizador das diferenças sociais ocorreu em Durban, em 2001, quando uma articulação global culminou com uma ação da ONU rumo à Conferência Mundial contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Religiosa, que permitiu a luta contra o racismo e a intolerância de gênero e religiosa por todo o planeta.

Com aquela conferência, programas especiais nas diferentes emissoras da televisão destacaram a vida singular de famílias e jovens afro-brasileiros nas favelas, o que fez com que proliferassem em muitos outros veículos. No cinema, multiplicam-se projetos que, embora glamorizando a miséria e espetacularizando a violência, invocam a imagem do afro-descendente (e dos *indesejáveis*) como objeto de representação em disputa, já que correspondem a um mercado de 50 milhões de consumidores. Na *Internet*, crescem *sites* e listas de discussões a respeito do racismo, cultura negra, música negra, *hip-hop*, homens negros, mulheres negras etc. Nas comunidades favelizadas, rádios alternativas brotam, ininterruptamente, das periferias das grandes cidades em todo o Brasil, em grande parte dirigida a uma audiência, senão afro-descendente, ao menos receptiva à cultura afro-brasileira. Ampliam-se as pesquisas na área literária acerca da presença de uma percepção orientada pela identidade étnica na

poesia, na literatura e na crítica literária. Os jornais e as revistas sobre a temática multiplicam-se. Nos periódicos tradicionais, cresce o número de páginas dedicadas à presença afro-descendente, e nas universidades aumenta a procura por temas étnicos e raciais nas pesquisas de pós-graduação. Experiências em vídeo e em cinema são desenvolvidas nas comunidades, além das superproduções acerca do afro-descendente, mesmo quando submerso nos estereótipos como em "*Cidade de Deus*" (Fernando Meirelles) ou, com ponto de vista absolutamente distinto, como em "*174*" (José Padilha).

Em face desses redirecionamentos, podemos atestar uma mudança no modo de representação deste *negro* que recentemente emerge na paisagem midiática? A sociedade brasileira está preparada, politicamente, para as transformações que daí advirão? Que cenários étnico-político-culturais nos esperam?

O conjunto de fatos demonstra uma ação étnico-racial na mídia e confirma uma presença afro na produção. Mesmo considerando-se que se trata de uma ação tímida, reconhecemos que esse mesmo cenário, há 20 anos, seria impensável. O espaço representacional da cultura brasileira, refém da branquitude euro-descendente na esfera pública e midiática, começa a conviver com uma crise das subjetividades predominantes. Logo após Durban, em meio à desconstrução do regime de representação racial, ergue-se, a partir de 2003, uma proposta desequilibrante de implantação de políticas compensatórias, através da aplicação de ações afirmativas. Exemplo é a Lei nº 10.639 e a

política das cotas no serviço público federal, estadual e municipal, em especial para os afro-descendentes.

Ao atacar diretamente a mídia e a universidade em sua dissimulada convivência com o contrato racial, as políticas de ação afirmativa redirecionam as discussões internas no âmbito dessas duas estruturas dos equipamentos simbólicos da sociedade brasileira. Se pensarmos a sociedade a partir dos efeitos da mídia – aqui entendida como veículos responsáveis pelos modos possíveis de narração da nação para instaurar e projetar sentidos –, não poderemos nos ausentar desta reflexão nem de nutrir interpelações mais fecundas a esse respeito.

A cultura das mídias desempenha um papel poderoso nesse processo e, em especial, no segmento televisivo ao veicular um projeto que semeia pequena parte dessa intervenção, direcionado ao ataque: (1) à mentalidade do colonialismo interno, quebrando com as injustiças no reconhecimento da cultura do *Outro.* Tal injustiça inicia-se na escolha da linguagem do profissional de comunicação, para quem é necessária uma educação para a diversidade; (2) à construção de um novo ambiente comunicativo e um regime de realidade para promover autoconfiança e auto-respeito de modo a neutralizar a segregação permanente no campo visual e a disseminação de estereótipos. Este, quando ocorre, expressa a consciência da subalternidade nas populações que assumiram a luta contra o desrespeito e que se tornaram sujeitos ativos no interior de nações que as mantinham invisibilizadas.

Rompem com o binômio supremacia-racialização que, usualmente, aparece na linguagem cotidiana que proferimos, como naquelas três noções que operam como fatos lingüísticos do perfil racializado e desqualificado imputado ao homem negro: inferioridade, vagabundagem, incompetência, conforme aponta Hélio Santos (2002). Noções como essas acionam uma atividade cognitiva que engatilha a operação ideológica de supremacia branca. São noções injustas, porque correspondem às imagens da subestimação do sujeito às classificações estereotipadas, generalizações com finalidades desqualificantes que posicionam as "*não-pessoas*" fora do contrato racial.

O efeito de realidade é, portanto, uma ação cognitiva que conduz quem acusa e quem é acusado a perpetuar os mitos que sustentam acusações evocadas. Assim, pressupõe-se que o índio acredite na sua ingenuidade, a mulher na sua inferioridade, o negro no seu primitivismo. Todavia, essa cadeia produtiva de mitos e estereótipos acorrenta fisicamente os sujeitos e, injustamente, os imobiliza nas ilusões e nas mitologias sobre eles elaboradas. Injustiça que anuncia o recalcamento dos mecanismos de identidade, centrado no desrespeito às singularidades culturais e religiosas, no desrespeito às experiências civilizatórias e no desrespeito às auto-definições que afro-descendentes elaboraram para se auto-classificar. Com a noção de injustiça cognitiva, assinala-se o vazio de sentido quanto ao respeito e à qualificação moral, emocional e cultural do universo afro-brasileiro.

Por tudo o que dissemos, consideramos o racismo um sistema social, um modo de organização da vida, da política, do espaço territorial e da cultura. Uma forma de vida. Estriba-se nas práticas exclusivistas, geradoras de chances e oportunidades para os que delas se beneficiam. Dirigido, em especial, à parcela majoritária da população de negros e pardos, o racismo encontra-se diretamente vinculado aos efeitos da escravidão. Conseqüentemente, a formação de uma crítica social sólida, hoje, no Brasil, deve possuir ação anti-racista que reconheça a manifestação do racismo em todas as suas variáveis e versões, pois este se encontra intensamente enraizado e banalizado em sua prática no transcorrer dos séculos que trans-substancializou a fala exclusionária em puro gesto natural, prescrevendo a comunicação cotidiana. Consolida-se como forma de vida.

Os meios de comunicação, sobretudo audiovisuais, não escaparam a este processo. Por isso mesmo podem se converter no seu oposto, ao apresentarem-se como ferramentas para a construção de uma mentalidade cívica sob a ótica da justiça social, do humanismo anti-racista e da inclusão. Por seu papel relevante, a mídia eletrônica, usada como arma anti-racista, rompe com a reprodução da estrutura sutil da injustiça social presente nos modos de ver, classificar, hierarquizar e conceituar a realidade, e que não promove a crítica afirmativa. A atuação do educador neste cenário não poderá estar restrita à tradicional sala de aula, pois, se por um lado, os meios eletrônicos inva-

dem a consciência coletiva com os seus produtos, por outro, geram um trabalho de alianças extremamente significativas junto com os agentes produtores dessa nova linguagem e representação.

A apresentação da mídia na vida cotidiana (Estética e Representação)

A representação como fenômeno visual é portadora de uma modelagem corporal e estética. O que denominamos de representação não emerge de maneira autônoma, independente da roupagem que a reveste e que a auxilia na construção do produto midiático. Tampouco como reflexo imediato da experiência que se atualiza no objeto, no evento e na mensagem. A sociedade faz-se representar na mídia, e toda representação reduz-se ao plano visual, mas não de forma mecânica. Uma demonstração clara desse fenômeno ocorre com os setores subalternos, que, por deterem pouco controle das expressões e oportunidades que lhes são próprias, por não dirigirem nem gerenciarem o processo de produção e, tampouco, por não interferir no regime de visualização, sobre eles recai o peso dos estereótipos, da visão inadequada e equivocada sobre *habitus*, costumes, crenças, apresentadas como verdades absolutas. O reconhecimento desse fato admite a força da hegemonia e dos impedimentos para se agir sobre o processo de representação.

Conforme aqui se apresenta, a idéia de repre-

sentação é alvo privilegiado da análise cultural e parte dos estudos a respeito da ideologia. Essa análise é aplicada sobre os processos de comunicação, quer sejam os eletrônicos – televisão, publicidade, cinema, fotografia –, quer produzidos e exercidos em cooperação natural com as interações no mundo da vida cotidiana, como os encontros, as conversas, os gestos, os congraçamentos, as cerimônias, os rituais e o corpo, o principal suporte de todo este processo. Além desses, a arte, a música, a literatura etc. podem ou não funcionar como mídia, reproduzindo a dominação social, as injustiças, os bloqueios e as arquiteturas cognitivas do des-reconhecimento e do desrespeito. As redes de representações podem ser negativas ou positivas, o que depende do modo como a audiência irá ler as narrativas elaboradas e discernidas por intermédio de ideologias e imagens; e não como verdades instantâneas. Logo, como gramática das discriminações, dos estereótipos e dos estigmas, as representações, por assim dizer, seriam os veículos tanto dos desejos e das afirmações como dos estereótipos e dos preconceitos que desqualificam o outro.

Assuma-se que representação é uma complexa construção da qual fazem parte determinadas ideologias que sustentam os processos de codificação e decodificação de estereótipos, preconceitos e estigmas presentes em filmes, programas de televisão, músicas e todas as formas culturais que se apresentam desrespeitosamente em relação àqueles que não detêm as chances e os privilégios políticos, como as mulheres, os ne-

gros, os índios, os portadores de deficiência, os *gays* etc. Portanto, representação possui corporeidade, espacialidade, temporalidade e materialidade comunicativa.

De certo modo, esses eventos alteram o sistema nervoso das pessoas de alguma maneira e conduzem os sujeitos sociais a agir de modo a reiterar os padrões culturais e cognitivos da supremacia étnica instalada no Brasil. Há, portanto, uma dimensão neurológica da reprodução da dominação. No cotidiano do Brasil, encontramos estas formas culturais que são formas de representação naturalmente concebidas como eventos de comunicação.

Todas as faces da representação (ou Desconstruindo a Representação)

A representação é um conceito originado na Filosofia cuja função é definir algo *mais profundo,* que se dirija para além do retratar, conforme já assinalamos. Segundo Stuart Hall (1997), podemos apontar para, pelo menos, três idéias básicas que nucleiam o que estamos aqui a designar como representação. A primeira idéia é a de reflexo imediato da realidade – "o mundo é representação". A representação aparece como reflexo ou imitação simulada da realidade (visão especular ou mimética). Corresponde à idéia mais tradicional ou primitiva de representação.

A segunda é a de representação como intencionalidade (subjetividade). Não é a realidade que defi-

ne a representação, mas as idéias, a subjetividade. É a intencionalidade que define o sujeito, as forças subjetivas é que são responsáveis por definir o que é representação, ou seja, o que vemos é inteiramente falso, o que vale é a intenção do sujeito.

A terceira idéia é construtivista (concepção construtiva). Corresponde a uma visão dialógica, a um trabalho que articula imagens, sons, traços, materiais e outros elementos. A representação é uma percepção. Para Hall (1997), a representação corresponde a esta terceira idéia. É preciso trabalhar para construir o processo audiovisual como instrumento da representação nesta etapa pós-Gutemberg. Nesse sentido, a representação pode ser manipulada de acordo com os interesses do narrador.

Tomemos como exemplo o negro que aparece na telenovela como motorista, empregado etc. O diretor, para justificar o papel do personagem, pode recorrer à idéia de que aquela é a realidade, ou seja, ele está recorrendo à noção primitiva de representação, embora sua produção seja de caráter ficcional! Mas se o contexto é o da ficção, por que se justificaria a presença de protagonista que, supostamente, represente a realidade? E até que ponto pode-se dizer que seja aquela realidade retratada um reflexo especular da que foi ou é vivida? Esse discurso remete à segunda idéia, da representação como intencionalidade. Isso acaba gerando um "bloqueio cognitivo" que está desqualificando a sociedade.

Assim, retornando ao ponto de partida, que é a questão da forma, em um filme, os estereótipos não

aparecem em si e por si mesmos; eles precisam de roupagem e suporte para a condução. Esses estereótipos são as ideologias, os estigmas, os pensamentos e os caminhos pelos quais uma dada forma de identidade e/ou diferenciação se materializa. É com esse modo de apresentação que se modela e define a mensagem e/ou o objeto em veiculação pelos equipamentos de mídia.

Com a fusão, portanto, das práticas de apresentar, dos modos de falar, das formas de vida, dos pensamentos e de formulação das figuras da comunidade, as mensagens re-apresentam-se, denotando o fato de a estética (revestimento dos produtos midiáticos) ser, na verdade, um regime, uma norma pela qual todos os produtos circulam. O produto midiático, assim, adquire materialidade e sensibilidade através do corpo manifesto desse produto, sendo ele próprio a estética da qual falamos. A estética estaria, dessa maneira, sempre remetida à experiência corporal, pois, conforme a formulação ocidental, desde o início, a estética só fez falar do corpo, conforme indica Terry Engleaton (1993). Com a visibilidade crescente do corpo negro no campo midiático, uma linguagem sobre esse corpo e a partir desse corpo passa a emanar de seus próprios atores. Conseqüentemente, uma estética, isto é, um regime de linguagem, de expressão, de fala para os sentidos e mensagens produzidos por esses corpos se constitui em protocolo no campo das mídias.

Uma nova política exigida por corpos então invisíveis, certamente, implicará uma reconstrução do regime de visual existente, paralelamente ao processo

de reordenamento social. Ao mesmo tempo em que a estética passa a embalar os produtos midiáticos, ela imprime materialidade na subjetividade humana no seio do sistema capitalista, rejuvenescendo-o, equipando-o com um novo vocabulário expressivo e resguardando-o de um processo de esclerose. Ao nascerem novas imagens no campo das mídias e, com elas, novos significantes estéticos, tem-se, aí, a possibilidade de energias humanas em confronto com pensamentos impostos e dominantes, consonantes com o contrato racial, que reifica a imagem eurocêntrica, em corpos fenotipicamente brancos, responsáveis pela fundação da estética da modernidade.

Por isso, quando produtos midiáticos fazem parte da luta pelo respeito e reconhecimento, da formatação daquelas subjetividades e das energias humanas nelas engendradas emanam percepções estéticas de ordem e grandeza distantes das dominantes, não percebidas pelos que se encontram reféns das formulações do regime de desejo e poder estabelecidas pelas regras do biopoder fenotipicamente vigentes. Um novo regime de visualização implica na existência de novos atores em cena na paisagem midiática, a veiculação de novas subjetividades, novos regimes estéticos, novos jogos de linguagens, novos corpos que se diferenciem e, acima de tudo, uma inovação nas tecnologias sociais para se pensar a emoção, o sentimento e as formas de vida em luta pela condição cidadã que transcenda a fenotipia.

Dessa forma, objetiva-se a construção de uma pedagogia da diversidade audiovisual com a finalida-

de de preencher os vazios de sentido e desconstruir a estratégia de aplicação que o contrato racial tem estabelecido como objetivo. Esta pedagogia nasce de uma concepção mais apropriada do processo de alfabetização, como se comprometido estivesse com as múltiplas possibilidades que derivam do relacionamento com as novas tecnologias de comunicação em conjugação com as formas culturais existentes e que têm sido recriadas contemporaneamente. Essa pedagogia deve também permanecer aberta à incorporação de temas que relacionem a cultura ao poder e à dominação, além das já reconhecidas articulações com o simbólico, imaginário e prática cidadã. Nesse ambiente, reconhece-se o entrelaçamento da mídia com a cultura, embora poucas vezes seja admitida a interpenetração de contextos em que raça, classe e gênero estabelecem redes de representações de papéis, regras, sentido e emoção.

A Televisão e o Programa *A Cor da Cultura*

É corriqueira a associação da Televisão tanto a um desserviço à educação como à submissão indiscriminada ao fluxo torrencial de informação. A bem da verdade, é que na TV aberta normalmente encontramos uma escassa programação para educar e informar de maneira consistente os telespectadores.

Diante das reduzidas opções, com que modelos poderemos pautar e pensar projetos que alavanquem

a escolarização, a melhor informação e capacidade investigativa do jovem brasileiro? Como poderemos utilizar a televisão como fator decisivo na democracia? Como os jovens e idosos podem beneficiar-se da televisão como instrumento de cidadania e ferramenta cognitiva? Há, hoje, uma programação que poderá servir de exemplo para um trabalho mais sólido e fecundo neste horripilante mundo novo pós-humano e tecnológico que emerge, mesmo em países onde pouca tradição democrática coexiste com o baixo poder aquisitivo?

Na TV por assinatura, encontramos uma boa iniciativa e de incontestável sucesso. Trata-se do trabalho realizado dentro da percepção da visão representacional construtivista, defendida por Hall (1997), desenvolvido pelo Canal Futura com o projeto *A Cor da Cultura*.

Até a veiculação no Canal Futura do programa *A Cor da Cultura*, o reconhecimento, a linguagem, a auto-referencialização e as vozes deste modo de comunicação poucas vezes foram enfatizadas. A Cor da Cultura é um projeto educativo de valorização da cultura afro-brasileira, fruto de uma parceria entre o Canal Futura, a Petrobrás, o Cidan – Centro de Informação e Documentação do Artista Negro, a TV Globo e a SEPPIR – Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial. O projeto teve início em 2004 e, desde então, tem realizado produtos audiovisuais, ações culturais e coletivas que visam práticas positivas, valorizando a história do segmento afro-brasileiro sob

um ponto de vista afirmativo, conforme revela o site <www.acordacultura.org.br>. Constituído por cinco programas: Heróis de Todo o Mundo, Livros Animados, Ação, Nota 10 e Mojubá; o projeto teve como finalidade produzir um conjunto de programas que tecesse uma narrativa valorizadora do conhecimento, tradição e do protagonismo histórico dos afro-descendentes na sociedade brasileira. Estimulado pelo espírito da Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece a obrigatoriedade do ensino sobre a Cultura e a História da África e do Afro-Brasileiro. Como um todo, o projeto propõe reconhecer uma parte da história do Brasil ainda não incluída de maneira efetiva na narrativa oficial da nação. Conseqüentemente, admite que parte significativa do imaginário nacional existe, mas não é reconhecido ou encontra-se recalcado pela cegueira acionada por um bloqueio cognitivo. Concluído em 2005, o Projeto permanece veiculado na grade do Canal Futura, pois é considerado um sucesso do gênero na TV brasileira. *A Cor da Cultura* foi exibido em Moçambique (Livros, Nota 10 e Mojubá) e, no Brasil, em outras emissoras, como a TV Salvador, TV Brasil, TV Cultura e TV Escola, para onde foram enviados cerca de 75 mil DVDs. Com uma linguagem clara, portadora de um apelo visual de alta criatividade e simplicidade, consegue capturar a atenção de uma audiência diversa – adultos, adolescentes, crianças – e, principalmente, enraizada em várias camadas étnicas e sociais. Esses aspectos se tornam fatores decisivos de seu conteúdo.

O programa, todavia, possui uma qualidade como artefato: a inovação. Qual o caráter desta inovação no plano da produção e representação midiática? Que noção encontra-se embutida nesta modalidade de inovação? No que esta inovação pode ser apreendida como um modelo para outros artefatos midiáticos?

Para além da noção de representação e sua operacionalização operatividade no plano da argumentação midiática, a operação subjetiva presente na narrativa deste programa é a emergência de um tipo de discurso que raramente na TV brasileira pode ser expresso, a partir dele mesmo, isto é, a partir de seus falantes. Entenda-se: embora se apregoe a diversidade de linguagem e pensamento na TV brasileira, de um modo geral, poucas foram as vezes em que tivemos um programa em que falantes de diferentes grupos étnico-raciais pudessem falar, decididamente, fora da modalidade ficcional ou documental. Pode ter ocorrido, de maneira fragmentária, em alguns momentos das novelas ou dos telejornais ou mesmo dos documentários. Mas não em uma série televisiva que, do início ao fim, focasse, afirmativamente, o grupo étnico-racial negro enfatizando os aspectos culturais a partir da fala do próprio grupo, produzida e veiculada em seus próprios atores, de seus lugares dentro da comunidade (líder político, religioso, comunitário, pesquisador, intelectual) e partir de seus próprios pontos de vista. Talvez pudéssemos comparar a eficiência e a eficácia do projeto à da novela O Clone (Glória Peres), que, de maneira magistral, absorveu a gramática da cultura

árabe, a ponto de receber elogios da própria comunidade árabe do Rio de Janeiro e por todo o Brasil, e de ser traduzida em mais de dez idiomas. Para este empreendimento, também a prática do compartilhamento foi adotado, para a qual representantes da comunidade participaram como consultores da novela.

Ainda caberia destacar no *case A Cor da Cultura*, que o diferencial maior pode ser localizado, sobretudo, no fato de a fala ter sido construída e supervisionada na sua qualidade e veracidade a partir da linguagem ordinária e coloquial da própria comunidade. É aqui que encontramos a referida dimensão inovadora que assinalamos. Esta inovação consistiu no desenvolvimento de uma tecnologia de gestão que conduziu a participação da comunidade de religiosos, de ativistas, de intelectuais negros, e tantos outros representantes das comunidades para participarem da elaboração do projeto.

Foi esta conexão de saberes que propiciou a formação de um projeto cuja aceitação do público permanece elevadíssima, além de oferecer novos protagonismos e inserir a televisão em um campo de ação pouco explorado, promovendo novos modos de comunicação e experimentando algo muito pioneiro, principalmente no se refere às séries televisivas. Assim, *A Cor da Cultura* apresenta-se como um trabalho elaborado a partir de uma atuação compartilhada da produção com os atores, os roteiristas e, em especial, os representantes da comunidade afro-brasileira. Deve ser considerada, portanto, uma atividade midiática

de co-responsabilidade marcada pelo conteúdo e pelo estabelecimento de fronteiras, que articula o produto com o imaginário nacional, onde o ponto alto está na promoção de um diálogo intercultural.

O modo pelo qual a noção de cultura negra se constitui para os produtores e responsáveis pelo programa e a forma como esta noção foi construída na condição de produto midiático deve-se, portanto, a um conjunto de fatores. Primeiro, à ativa participação das lideranças da comunidade, movidas pela vontade de influenciar na revisão do regime de representação, a partir de uma ação direta. Segundo, à presença de um plano de negócio projetado para a captação de recursos, para as estratégias de divulgação, promoção e desenvolvimento do produto. Terceiro, como se trata de um tema novo e ignorado em suas nuanças, à discussão sobre relações étnico-raciais, identidade, colonialidade e cultura, que exigiu um plano de formação e desenvolvimento permanente de um capital simbólico para a emissora, por intermédio de consultores para assegurarem um suporte intelectual a todos os quadros da equipe, dos gerentes aos coordenadores de núcleos. A partir desse suporte direto na formação de um idioma institucional, mudanças significativas puderam ser promovidas e, obviamente, sem se abdicar das fricções geradas pela instalação de um ambiente intercultural, matéria-prima para um produto midiático com a grandeza do *A Cor da Cultura*. No resultado final, todos ganharam: a audiência, a comunidade negra e o Canal Futura.

Por uma Pedagogia Cívica

Esse exercício de promoção coletiva da transmissão da sabedoria de uma cultura é o que entendemos por pedagogia cívica. Assenta-se na transmissão articulada de conhecimentos oriundos de várias áreas do conhecimento com a finalidade de promover os direitos e a consciência dos cidadãos, no exercício da crítica e da atitude, com o propósito de revelar e superar estigmas, estereótipos e discriminações de toda ordem. Esta atitude configura-se no ataque à desconstrução da supremacia dos valores da cultura ocidental em todo contexto educacional e à inclusão dos valores e história de outras culturas. Até então, a preservação narcisista de um tipo único de conhecimento, de beleza, de comportamento, de atitude, de pensamento e, principalmente, de uma forma de saber considerado "culto", que exclui a linguagem e o sentimento sobreviventes das tradições, aparecia como a única forma possível de civilização e civilidade, o que reproduzia linguagens e sentimentos consolidados na visão das elites conservadoras e dominantes.

Com a globalização, a despeito do fato de criar extensas riquezas para poucos e ampliar a miséria de muitos, cresce o acesso a dados que nos possibilitam comparar e identificar quão comprometidos estão os governos com relação à Educação. Nesse aspecto, a globalização teve seu lado positivo ao evidenciar a riqueza cultural das populações e o quanto sofrem aqueles que vivem com o apagamento de suas memó-

rias pela supremacia ocidental. Todavia, apesar dos conteúdos desses investimentos, poucos conseguem reforçar os projetos de auto-estima das minorias e de grupos sociais econômica e historicamente desvalorizados, que, em grande parte, conquistaram de modo autônomo e através de ações civis a movimentação que se vê nessa direção.

Revela-nos a Conferência de Durban que, por intermédio de um processo de domesticação das mentes, de adestramento lingüístico e de desvalorização e exclusão das culturas que constituem os diversos espaços nacionais, instala-se a hegemonia da cultura ocidental. Com a imposição de um saber totalmente distanciado da realidade de seu público, ou, quando muito, totalmente submetido ao ritmo do mercado, a escola enquadra-se na condição de instrumento capaz de transmitir e reproduzir uma determinada visão de mundo.

O atual momento é oportuno para repensarmos a escola e as propostas de Educação em vigor. Esta deve emergir como uma ação mental distinta no que se refere ao respeito à cultura do outro e ao que deve ser reconhecimento dos subalternos como pessoas e cidadãos. Tal mentalidade exige que se trabalhe na desconstrução dos estereótipos, dos recalcamentos e dos estigmas, enfim, na desconstrução da retórica de que somos excepcionalmente diferentes, há séculos em nós alojada. Por essa retórica da excepcionalidade, constrói-se a celebração do brasileiro e a dissimulação da diversidade, o que redunda na injustiça cognitiva,

no epistemicído (desrespeito às diversas formas de conhecimento), no virtual contrato racial. A ruptura com essa retórica significaria desconstruir a própria identidade do brasileiro cordial e seu corolário, a imperante prática de dissimulação nas interações sociais. Uma pedagogia plural e intercultural deveria assumir, como tarefa, alcançar a meta da libertação cívica de todos os indivíduos. Nesse sentido, a dissolução dos efeitos de realidade que promovem e credenciam estereotipias baseadas na aparência e que comprometem os processos sociais com relação aos afro-descendentes e ao continente negro deverão, mediante esse processo, desaparecer.

A finalidade de um projeto pedagógico cívico é resgatar o acervo cultural e histórico da parcela da população brasileira invisibilizada e ausente da narrativa de nação existente. Acima de tudo, construir as bases, os valores e os princípios que nos tornem convictos de que esta nação deve pertencer a todos os brasileiros e deve ser reconstruída com base em um projeto de educação centrado no compartilhamento e na troca entre todas as culturas e visões de mundo. Este deve ser o caminho para um projeto de pedagogia das mídias, de modo que se amplie o panorama visual da nação. E só assim se contribui de forma radical com o fortalecimento da cidadania, com o respeito aos direitos básicos dos indivíduos humanos e com o conhecimento de mundo gestado por aqueles ignorados como pessoa. Reinstala-se, nessa perspectiva, a multiplicidade dos sentidos, recupera-se a fala do outro e a escuta do

mesmo e, possivelmente, quebram-se com os efeitos de realidade que o virtual contrato racial impinge. O que se espera com esta reflexão é a motivação de uma prática humanista e intercultural de reconstrução democrática da comunicação humana.

Referências

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia cultural global. In*:* FEATHERSTONE, Mike (org.). **Cultura global**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994. p. 311-28.

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CANCLINI, Nestor G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

ENGLEATON, Tony. **A ideologia da estética**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1993.

FANON, Franz. **Pele negra, máscara branca**. Rio de Janeiro: Fator, 1983.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

HALL, Stuart. The work of representation. The spectacle of the Other. In: **Representations**: cultural representations and signifying practices. London: SAGE Publications, 1997. p. 15-64; p. 225-277.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1993.

MIGNOLO, Walter. **Histórias locais, projetos globais**: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

MILLS, Charles. **The Racial Contract**. New York: Cornell Univesity Press, 1997.

MIR, Luis. **Guerra civil**: estado e trauma. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

SANTOS, Gislene Aparecida dos. **A invenção do ser negro**. São Paulo: FAPESP/PALLAS, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

TAYLOR, Paul C. **RACE**: a philosophical introduction. UK: Polity Press, 2004.

TAVARES, Julio; FREITAS, Ricardo. Mídia e etnicidade: a importância da ação afirmativa na [e para a] mídia brasileira. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Belo Horizonte, 2003. In: **Revista Espaço Acadêmico**. Disponível em: <www.espacoacademico.com.br> Acesso em: 01 maio 2008.

WINANT, Howard. **Racial conditions**: theories, politics and comparisons. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.

LÁGRIMAS E PUNHO: (IN)VISIBILIDADE, DOR E HUMANIDADE NA ESFERA PÚBLICA DE VISIBILIDADE MIDIÁTICA[1]

Célia Regina da Silva

Sou vista, logo existo?

"Ser é ser percebido."
Berkeley

A frase do filósofo irlandês me veio à mente depois de passado o impacto inicial, após ter me deparado com a foto de uma mãe estampada na primeira página do jornal a Folha de São Paulo, do dia 5 de março de 2007, que chora a morte da filha de 12 anos por bala perdida, no Rio de Janeiro, durante uma operação militar. Em uma estrutura social corroída, que mata diariamente, mais do que qualquer outro grupo, homens e mulheres negras – seja pela violência policial, seja pelo descaso de instituições estatais no trato de direitos sociais básicos, que impedem o exercício de sua cidadania. A dor e o sofrimento revelados na esfera pública de visibilidade midiática seriam capazes de conferir humanidade àquela mulher? O que a foto teria de especial para ilustrar a primeira página de dois grandes jornais do país? (A

foto também foi veiculada pelo jornal *O Globo*). Essa notícia poderia ser apenas mais um relato de tantos casos de violência ocorridos nas periferias das grandes cidades. Em se tratando de um país em que diariamente são noticiadas mortes violentas, e onde a violência tomou tamanha proporção que tende a ser banalizada, poderia ser apenas mais um número estatístico. Entretanto, estávamos a menos de um mês da morte do menino João Hélio, arrastado por vários bairros do Rio de Janeiro, após o roubo do carro de sua mãe por três rapazes; um deles, menor de idade. O trágico evento causou enorme comoção nacional, tendo sido amplamente divulgado e explorado pela imprensa.

Deve-se ressaltar, no entanto, que, apesar de as realidades sociais das duas crianças mortas serem bastante diferentes, são exemplos da mesma violência social e urbana. Assim, a morte da menina Alana, moradora de uma comunidade popular, fugindo à regra no tratamento dado pela esfera pública de visibilidade midiática quando se trata da divulgação da violência em lugares empobrecidos, recebeu maior atenção, sendo, inclusive, chamada para a primeira página dos jornais. A foto da mãe chorando a morte da menina Alana, para além do propósito informativo, parece ter concedido à mãe, momentaneamente, a humanidade, tantas vezes negada às populações negras empobrecidas.

A situação vivida por Edna Ezequiel, personagem da vida real e cotidiana, é ilustrativa das tragé-

dias sociais das grandes metrópoles brasileiras. As expressões subjetivas transpõem a foto e ajudam a compor a densa carga dramática. A dor exprimida por suas lágrimas pode ir ao encontro de dores e lágrimas de outras mulheres que vêem e têm suas vidas marcadas pela violência social direta e indireta, com a perda de companheiros e membros de suas famílias. Dores ora reveladas pela visibilidade ensejada na esfera pública de visibilidade midiática. Estudos na área de representação midiática têm demonstrado o uso de imagens estereotipadas, negativadas, estigmatizadas e preconceituosas para retratar a população negra nos meios de comunicação. A imagem construída sobre a mulher negra costuma seguir esta mesma lógica, isto é, a face tristonha, violenta e lúgubre (cf. QUINTÃO, 2004, p. 57).

O objetivo deste ensaio é o de apresentar reflexão sobre o papel da esfera pública de visibilidade midiática no cotidiano de grupos minorizados, no mais das vezes alijados da esfera pública burguesa, além de observar os sentidos sociais do uso de um elemento subjetivo, como a dor, normalmente restrito à esfera privada, ao ser utilizado como referência de humanização. Ou seja, pensar se a visibilidade ocasionada, quando do aparecimento na esfera pública de visibilidade midiática, pode contribuir para a entrada e inserção destes grupos na esfera pública burguesa de forma mais igualitária e equânime.

Diante da dor de Edna

Do latim *Imago,* imagem designa a máscara mortuária usada nos funerais da Antiguidade romana (JOLY, 1994, p. 18). Esta acepção carrega em si vários sentidos e pode tanto estar vinculada à proximidade como pode ser algo totalmente externo àquilo que representa. Isto é, pode se assemelhar ou se confundir com o que representa (idem). Isto posto, vamos fazer uma pequena análise do discurso textual com base em conceitos da análise de discurso. Contudo, a exemplo da necessidade de interpretação de elementos da composição discursiva, a análise de detalhes técnicos pode oferecer pistas sobre a produção de sentidos.

A primeira página do jornal *A Folha de São Paulo*, do dia 6 de março de 2007, apresenta manchete com o título *Bush lança pacote de ajuda anti-Chaves.* A foto de Edna está na parte de baixo dessa manchete. Apenas com a leitura da legenda-texto sabemos o significado de a foto estar ali, pois, nada tem a ver com outra legenda, do lado direito da fotografia, dentro da mancha, mas que se refere à manchete inicial. Para a interpretação da fotografia de Edna, faz-se necessária a leitura do pequeno texto abaixo da foto, sem destaque, como o outro sobre Bush e Chaves.

A produção de sentidos (textual e visual) é trabalhada com intuito de possibilitar a homogeneidade de leitura, não de interpretações. Deve-se ressaltar que, independentemente da foto de Edna, a leitura do título da manchete com o nome de dois chefes de Esta-

do, inimigos declarados, é onde o olho se fixa primeiro. A análise do discurso requer a leitura de pistas e marcas que revelem aspectos dos processos sociais da produção de sentidos (PINTO, 2002, p. 26), o que nos suscita pensar sobre os sujeitos e atores dessa narrativa trágica, representante das classes excluídas, mulher, negra e empregada doméstica e chefe de casa. As causas deste fenômeno se devem, entre outros fatores, à violência, como a morte de companheiros e maridos, à pobreza e ao fato de muitos homens estarem submetidos ao sistema prisional. Por sua vez, na vida moderna, as famílias podem ter composições bem distintas das antigas famílias patriarcais. Isto é, podem ser compostas por outras configurações, como tios e sobrinhos, avós, filhos e netos, homens e mulheres do mesmo sexo e filhos.

Outro ponto a destacar é que era véspera da visita do presidente americano à capital paulistana. Por isso, a mistura Chaves, Bush e violência no Rio de Janeiro tinha tudo para render boas matérias, já que se trata de três assuntos "quentes" – isto é, capazes de movimentar a venda de jornais e a circulação de dinheiro. Essa lógica mercadológica modela as empresas na esfera pública de visibilidade midiática.

É neste contexto que ocorre a produção da imagem de Edna. Pelo grande número de linhas do texto, pode-se perceber a importância concedida à elaboração desta legenda (a que se refere aos presidentes). Ao refletirmos sobre o impacto desta leitura nas camadas médias leitoras do jornal a notícia sobre os dois pre-

sidentes deve interessar muito mais do que a dor da violência entre grupos minoritários que ilustra a outra matéria.

Por outro lado, o enquadramento fechado no rosto em lágrimas de Edna proporciona uma densidade icônica à fotografia, enfatizada também pela pouca profundidade. Mais outro elemento corrobora para a composição estética e sua interpretação: as pulseiras em verde e amarelo no punho esquerdo, uma delas com a bandeira do Brasil. Este detalhe foi o mote da interpretação sobre a relação cidadania e violência. Dessa forma, a bandeira brasileira no pulso de Edna funcionou como um elemento significativo para a elaboração de textos que acompanharam a divulgação da fotografia em revistas especializadas sobre a imprensa. Assim, a bandeira (um símbolo nacional) é lida à luz da teoria semiótica como uma representação, "um pano de fundo desta tragédia menos silenciosa."

Entrementes, para uma compreensão sobre a pólis como espaço de cidadania e na idéia de esfera pública, como espaço comum, abordado por Arendt, o primeiro enfoque é do espaço público como testemunha, como o lugar onde as ações conquistam legitimidade por serem vistas e amplamente divulgadas. O segundo, de mundo comum, está relacionado à idéia de mundanidade, de habitação do espaço mundano, independente do papel que se ocupa dentro dele. Assim, a experiência traumatizante vivida por Edna é testemunhada por milhões de leitores.

As notícias sobre a violência ocasionada em es-

paços populares quando da realização de operações policiais e/ou guerra de traficantes são normalmente recheadas de estereótipos e estigmas. Contudo, a situação de violência social nas grandes capitais brasileiras atinge tanto os moradores das áreas abastadas como os das áreas empobrecidas. Portanto, o que os diferencia é a forma de tratamento reservado a um e outro grupo social, como vimos insistindo neste trabalho. Essas diferenças desaparecem quando da produção de determinados temas, pois, segundo Arendt, a sociedade de massas "trabalha com a uniformidade" (ibidem, p. 50). Ou seja, nas sociedades modernas, o alcance da igualdade uniformizou sujeitos pelo aporte político e jurídico com a penetração na esfera pública, não priorizando o reconhecimento das diferenças circunscritas ao espaço privado individual.

Por fim, há a foto divulgada na Revista Imprensa, em que estão o sujeito-produtor da imagem e o repórter-fotográfico Marcos Tristão, que trabalha no jornal *O Globo* há quatro anos e durante 14 anos trabalhou no jornal O Dia. Em uma rápida comparação, pode-se salientar que Marcos e Edna pertencem a mundos totalmente diferentes. O que os faz iguais é o mundo comum que dividem independentemente dos papéis desenvolvidos. Pode-se deduzir que, por sua formação, Marcos seja um representante das classes mais favorecidas. No Brasil, o simples fato de se cursar uma universidade já traz uma distinção social, que resulta em mais espaço no mercado de produção, opostos na vida real que se inter-relacionam através

de uma ação, o que, na lógica *arendtina*, pode ajudar a transformar o mundo. O que se deve destacar são as possibilidades tornadas reais com a chegada de Edna à esfera pública de visibilidade midiática, pois, aqui, estamos privilegiando a sua dor visibilizada, o que lhe traz humanidade momentânea.

Richard Sennett (1988) observa que o problema público da sociedade contemporânea se concentra em dois aspectos: o comportamento e as soluções passam pela pessoalidade para suscitar paixões. Do contrário, não suscita emoções. As expressões da personalidade, mesmo que falseadas, são sempre bem-vindas para o público (1988, p. 19). Exemplo deste tipo de interesse que tem sido extremamente explorado pelas emissoras de tevês brasileiras, americanas e européias são os *realities shows*, prova explícita da publicização da intimidade como agente de mobilização de platéias de receptores.

Muitas vozes no mundo

A representatividade de mulheres como Edna é muito grande nas estatísticas sobre a desigualdade social[2] no Brasil. A mulher negra, desde o "término oficial da escravidão", tem sido o pilar que sustenta as famílias. É ela quem, inicialmente, vai para as ruas comercializar produtos, como tecidos e alimentos. Pode-se mesmo dizer que ela inaugura o comércio informal. Neste período, as mulheres negras tinham

mais facilidade que os homens negros de transitar pelas ruas. Já a mulher branca desempenha as funções ligadas à vida doméstica, ao lar, à vida privada. Apesar das mudanças alcançadas pelas mulheres de modo geral, a situação das mulheres negras ainda é de muitas desvantagens sociais e econômicas em relação às mulheres brancas e aos homens negros.

Muniz Sodré (2004) ressalta que a idéia de minoria está intrinsecamente ligada à questão da representatividade democrática, que, muito embora seja reconhecida como o governo eleito pela maioria, pelo povo, qualitativamente concede voz aos grupos minoritários – pois são esses que, através do dissenso de suas vozes, colaboram para o respeito às diferenças.

> O conceito de minoria e o de um lugar onde se animam os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder. Implica uma tomada de posição grupal no interior de uma dinâmica conflitual. Por isso, pode-se afirmar que o negro no Brasil e mais um lugar do que o individuo definido simplesmente pela cor da pele (SODRÉ, 2004, p. 12).

Com base no processo democrático brasileiro, iniciado no ano de 1985 com a abertura política para o retorno de lideranças políticas e intelectuais cassados pelo Regime Militar, deu-se o surgimento de várias organizações sociais: igrejas, sindicatos, associações

de moradores, imprensa comunitária e, principalmente, de organizações governamentais, com o apoio de agências internacionais, que tiveram papel especial na construção de novos modelos de participação social e de voz das parcelas oprimidas da população. Como se pode caracterizar este conceito? Com o aparecimento dos movimentos sociais, grupos subalternizados passam a ter outro tipo de participação social, diferenciado da baseada na perspectiva assistencialista, que, durante anos, moveu o trabalho de instituições eclesiais e movimentos de base.

Assim, faz-se necessário lembrar o papel desempenhado pela esfera pública de visibilidade midiática no que tange às mediações sociais, radicalmente definidas por ela. Isso pode ser constatado nas periferias das grandes cidades em que a descrença nos organismos estatais é substituída pela esperança que a esfera pública de visibilidade midiática proporciona em vários níveis do imaginário social. Não bastasse reproduzir um tipo de vida almejado (a lógica consumista em ação), mas, sobretudo, o papel de interlocutora das vozes oprimidas, de maneira geral, o que é divulgado na imprensa não costuma suscitar dúvidas. Dessa forma, "a esfera pública de visibilidade midiática exerce o papel de reguladora entre a relação dos indivíduos com o mundo e com seus pares" (PAIVA, 2005, p. 16). Ou ainda, agem em conformidade com a lógica de aparecimento na esfera pública de visibilidade midiática (idem).

Por outro lado, a vida cotidiana desses grupos

passa a ser motivo de um tipo de espetacularização regida pela lógica do mercado e do consumo. Este processo propicia um distanciamento cada vez maior entre grupos consumidores de produtos, a esfera pública de visibilidade midiática e aqueles grupos cujo processo de exclusão social os coloca em patamares longínquos na aquisição de bens de consumo. A abertura para o aparecimento e o ocultamento passa a ser revelada tendo por base os processos de cidadania, mas crucialmente ligados a violência (ibidem, p. 17).

A emergência de novos modelos de participação social propiciada pelo advento das inovações tecnológicas pode revelar novas formas de atuação comunitária, como o surgimento de rádios comunitárias analógicas e digitais, *blogs* e *sites* elaborados por grupos minoritários. Surgem novos modelos de produção de sentidos, mais condizentes com as realidades retratadas. Esse movimento, denominado "comunidade gerativa" (ibidem, p. 22), produz a busca por alternativas, dessa vez ensejadas dentro dos próprios movimentos e grupos minoritários e comunitários. Estas alternativas têm se configurado como espaço que alimenta a produção de discursos na esfera pública de visibilidade midiática tradicional. Ou seja, entre os grupos minorizados e a esfera pública de visibilidade midiática tradicional constata-se hoje a presença destes novos interlocutores, cuja proposta é fazer ressoar outras vozes, habitualmente esquecidas pela esfera pública burguesa.

A interseção racismo e sexismo

"O pensamento pobre e o irracionalismo transmitido no racismo e no sexismo envolvem esse particular exercício de poder" (CAZE, 2004, p. 300). A população negra feminina gira em torno de 25% da população brasileira, um total de 78 milhões de mulheres, segundo o Censo Demográfico de 1991 (QUINTÃO, 2004, p. 55). São elas também que compõem a base da pirâmide econômica da sociedade, ou seja, estão inseridas nos piores patamares econômicos e sociais. Em uma sociedade como a brasileira, nascer mulher, negra e pobre significa fazer parte de um quadro de tríplice discriminação (idem, 2004, p. 47), já que o sexismo, o racismo e hierarquização de classes são fatores são preponderantes na manutenção de assimetrias raciais e de gênero. Ou seja, são elementos responsáveis pela continuidade deste grupo social na base da pirâmide econômica brasileira, pois impedem o acesso das mulheres às condições elementares para o exercício da cidadania e do usufruto de seus direitos sociais. Para Caze, "A ideologia e as estruturas institucionais refletem as visões sobre se a 'particularidade' de uma pessoa deve ser colocada em primeiro plano. Essas estruturas criam ações e atitudes racistas, assim como as refletem" (CAZE, 2004, p. 302).

Deve-se ressaltar que, entre as décadas de 1960 e 1980, as mulheres negras no Brasil tiveram papel fundamental na elaboração da última Constituição de 1988, com propostas e intervenções incisivas para

o combate da discriminação no mercado de trabalho, na saúde e na educação. O número de mulheres em situação de desvantagem social, como Edna, é muito grande no Brasil, e elas estão inseridas no fenômeno conhecido como "feminização da pobreza" e reconhecido pela Organização das Nações Unidas (ONU), que recomenda a integração da mulher nos planos de desenvolvimento econômico como forma de combater a situação. Assim, ao considerarmos a questão quantitativa, veremos que a acepção de minoria é, pois, ao contrário, uma acepção cuja base supõe dados qualitativos. Para Sodré, a palavra tem sentido de inferioridade quantitativa, sendo o oposto de maioria (SODRÉ, 2005, p. 1).

Mulher, negra e pobre. A situação social de Edna Ezequiel é de tripla discriminação, pois a lógica do machismo, do racismo e da hierarquização social permeia as relações sociais, excluindo e desqualificando social, intelectual e moralmente as mulheres negras (QUINTÃO, 2004, p. 51). A foto da mulher negra de traços fortes preenche parte da primeira página do jornal. Seu olhar desolado, suas lágrimas e a bandeira do Brasil no punho são elementos que ressaltam a dramaticidade do momento e da situação. É impactante. Com a banalização da violência real nas grandes cidades e com a sua espetacularização na esfera pública de visibilidade midiática, este poderia ser apenas mais um caso de morte por bala perdida. Como ela, outras mães têm chorado a morte de crianças e jovens de ambos os sexos que são mortos pela polícia ou em

confrontos entre policiais e traficantes. Choram em vão e, na maior parte das vezes, no ocultamento. Vez por outra, aparecem casos de mulheres que lutam por justiça, expondo com coragem suas dores. Geralmente, são filhos e filhas, companheiros ou familiares que são tragados pela violência, em decorrência, no mais das vezes, do descaso das instituições estatais com a população negra e empobrecida, sendo as mulheres diametralmente atingidas pelo racismo e sexismo.

Para exemplificar, conforme Caze (2004), "embora as duas formas de opressão sejam distintas, partilham de uma estrutura geral que emerge em experiências pessoais de opressão, no racismo e no sexismo institucionalizados e nas abordagens de superação da opressão" (idem, p. 292).

O que diferenciava este caso era a publicização desta imagem: detalhes e marcas que transmitem mensagens para além do conteúdo semiótico e semântico. Surge a indagação sobre o uso da imagem como testemunha, da experiência da intimidade testemunhada por milhares de leitores. Muito embora estivesse em uma praça pública quando foi fotografada, estava junto a familiares. Ou seria a sua dor o fator que propiciaria o seu reconhecimento e a sua humanidade? Ou ainda, seria o espaço midiático uma das possibilidades de acesso à voz pelos grupos minorizados, ainda que, para isso, tenha que ter a sua intimidade (dor) revelada?

A fotografia apresenta e torna público um acontecimento, mas não é condizente com um registro

completamente fidedigno. Isto porque um conjunto de decisões formais está embutido no registro de um acontecimento: o uso de determinado tipo de lente, a abertura do diafragma da câmera, *o zoom* determinam o efeito final da foto, envolvendo tanto elementos materiais como subjetivos. O mundo que vai ser registrado frente às lentes é selecionado, enquadrado e transformado num só plano pelo olho de quem faz o registro. Portanto, o/a profissional do fotojornalismo não é espectador/a passivo/a, pois só pode "se apropriar" do objeto fotografado se estiver totalmente envolvida/o com aquele momento, com aquele acontecimento. O processo de expressão de seu trabalho se dá por intermédio de uma gama de construções técnicas, ideológicas, estéticas e culturais que carrega consigo. É um/a caçador/a de imagens e o espaço de manipulação na mídia é infinito. Haja visto, o seu poder de penetração. Como afirma Medina, "a produção de sentidos na imprensa e nos meios eletrônicos reflete uma complexidade sócio-cultural que se expressa ética, técnica e esteticamente" (MEDINA, 2004, p. 29).

Na perspectiva da "violência enformada", ressaltada por Raquel Paiva (2005) como produto da exclusão social, o que culminaria com a divisão de dois grupos limítrofes na sociedade de consumo e onde a produção de novas formas sociais é regulada pela violência e crueldade, poder-se-ia afirmar que a produção da imagem de Edna seguiu esta lógica. Senão vejamos: o repórter fotográfico Marcos Tristão, deslocado pelo jornal *O Globo* para o hospital onde esta-

va a menina baleada, diz ter se deparado com Edna desolada em uma praça, cercada por familiares[3]. Fez uma seqüência de 20 fotos de Edna, que não parava de se mexer. Percebeu, contudo, que tinha feito uma boa imagem. Poderia se tratar de um *insigt* de produção criativa e de testemunho. A capacidade de captar "a alma desolada e tristonha" de Edna, diante de sua impotência social permeada pela violência indireta (latente)? Ou apenas preocupação em "produzir" uma boa foto? Ou seja, está implícita a relação de vida privada no espaço público, o que dá margem a questionarmos até que ponto Edna não teve um pouco de sua "alma roubada"[4] ou se foi exatamente este roubo que propiciou a sua entrada na esfera pública midiática.

Ser vista e ser ouvida. Na atualidade, as inovações tecnológicas dos meios de comunicação e de informação, somadas ao poder do impacto relativo à simultaneidade em relatar fatos e acontecimentos, aceleraram as transformações sociais nas sociedades contemporâneas, moldando atitudes e comportamentos. "Tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós, a aparência – aquilo que é ouvido pelos outros e por nós mesmos - constitui a realidade" (ARENDT, 2003, p. 59). Ou seja, a visibilidade ensejada na mídia possibilita ser visto e ser ouvido, ainda que momentaneamente, e com espetacularização do sofrimento e da dor, como no caso de Edna. Diz a autora: "uma vez que a nossa percepção da realidade depende to-

talmente da aparência, e, portanto, da existência na esfera pública na qual as coisas possam emergir das trevas da existência resguardada, até mesmo a meia luz que ilumina a nossa vida privada e íntima, deriva, em última análise, da luz muito mais intensa da esfera pública" (idem, p. 61).

A idéia de visibilidade, de ver e de ser vista/o está intrinsecamente ligada ao aparecimento na esfera pública de visibilidade midiática. Pode-se constatar a ocorrência deste fenômeno sobretudo em países em que a esfera pública de visibilidade midiática televisiva tem um alto poder de penetração coletiva, como é o caso brasileiro.

O descrédito da população parece ter como causa os seguidos casos de corrupção envolvendo políticos das mais variadas esferas de poder, assim como a falta de compromisso das autoridades com as demandas das camadas empobrecidas.

Por sua vez, quando se fala em responsabilidade e compromisso social das empresas e dos profissionais da esfera pública de visibilidade midiática, não há concordância da parte coletiva, muito embora alguns profissionais se reconheçam comprometidos com as causas sociais. A existência de um espaço público universal não se coaduna com a perspectiva de fragmentação das relações sociais e dos espaços sociais contemporâneos. Para Arendt, o espaço público é o lugar de ser visto, onde todos se vêem e querem ser vistos. Para serem vistos, os indivíduos devem partilhar e interagir nos espaços e entre si:

> Uma vez que a nossa percepção da realidade depende totalmente da aparência e, portanto, da existência de uma esfera pública na qual as coisas possam emergir da treva da existência resguardada, até mesmo a meia-luz que ilumina a nossa vida privada e íntima deriva, em última análise, da luz muito mais intensa na esfera pública (ARENDT, 2007, p. 61).

Edna Ezequiel mora em uma comunidade popular da cidade do Rio de Janeiro (morro dos Macacos, no bairro de Vila Isabel, Zona Norte). Durante a operação militar em que Alana foi atingida, ocorreu a morte de outros dois adolescentes, que, segundo a polícia, seriam traficantes de drogas. São mortes que muitas vezes não fazem parte das estatísticas e nem mesmo são investigadas, pois sempre são justificadas como ocorridas em situação de confronto com traficantes. Os moradores do "morro" vivem entrincheirados entre a polícia e os traficantes e, na maioria das vezes, quando fazem manifestações pela morte de alguma vítima inocente, são apresentados na mídia como vândalos ou coniventes com os bandidos. Os seus protestos, tal como todo o discurso deste setor da sociedade, dificilmente aparecem pela lente dos jornalistas, não são reconhecidos, longe estão de ter legitimidade. A imagem dos setores populares aparece, na maior parte das vezes, associada ao mundo do crime, da violência e da pobreza. O não-lugar ou a sub-inclusão da corroída estrutura societal são transplantados para a mídia, configurando-se como espaço do "outro", da-

queles que "ameaçam" as pessoas ditas de "bem" da sociedade, as classes médias urbanas, reprodutoras das idéias e dos valores das classes dominantes.

Além disto, na esfera pública de visibilidade midiática, a relação com grupos minorizados se caracteriza pelo conflito, tanto na forma de produção como na forma de recepção de discursos, tendo em vista uma imprensa que tenta impor um discurso homogêneo, dissuadindo, deste modo, o discurso da diferença, da pluralidade.

O mundo comum e a humanidade

> Pensar funciona como um tipo esclarecido de magia que pode substituir, evocar e predizer a experiência, o mundo, as pessoas e a sociedade. A necessidade da razão confere às possibilidades pressupostas uma coloração de realidade, insufla um tipo de vida ilusória nos desejos racionais, afasta atualidade inalcançável e recusa-se a reconhecê-la (ARENDT, 1994, p. 21).

Em contraposição à formulação de Habermas para a esfera pública, cuja exigência para configuração é o uso da razão comunicativa com vistas ao direcionamento de objetivos comuns, Arendt defende-a como "lugar de aparecimento", de visibilidade, de ver e ser visto. Para a autora, a argumentação não é condição primeira para a configuração da esfera pú-

blica, e sim, a publicização da questão, da ação, do acontecimento, independentemente da realização de um debate (BRETON; PROULX, 2002, p. 196). Embora contrapostas, estas duas acepções se complementam, pois são elas que vão construir a realidade; ou seja, tanto o "discurso" como a "ação" são elementos essenciais para a constituição da esfera pública, tendo em vista que um discurso para ter visibilidade carece de um testemunho, que se efetiva na esfera pública (CORTES, 2002, p. 17).

O conceito de mundo-comum elaborado por Arendt refere-se a um elemento primordial para se pensar o papel da mídia nas sociedades contemporâneas por sua conexão com a esfera pública (ARENDT, 2007). E mais, relaciona o movimento de ação com o novo, por ser o lugar da política e o que nos permite recomeçar. E, ainda, correlaciona-o com a pluralidade dos seres que habitam o mundo. E esta perspectiva é fundamental, essencial para o fazer político. Na vida contemporânea, a intersecção entre a vida privada e a pública tem sido algo corriqueiro.

A existência de uma esfera pública universal não se coaduna com a perspectiva de fragmentação das relações sociais e dos espaços sociais contemporâneos. Para Arendt, o espaço público é o lugar de ser visto, onde todos se vêem e querem ser vistos. Para serem vistos, os indivíduos devem partilham e interagir nos espaços e entre si:

A experiência da vida privada é iluminada pelos lampejos da esfera pública. Por sua vez, observa-se o

investimento na exploração midiática da pobreza, pois a abertura de espaços para estes grupos segue a lógica do consenso de opiniões uniformizadas em um determinado grupo. As lutas sociais dos grupos minoritários, quando surgem na esfera pública de visibilidade midiática, costumam aparecer esvaziadas do sentido transformador que impulsiona o fazer coletivo.

Umas e (não) outras

Hannah Arendt relaciona o movimento de ação com o novo por ser o lugar da política e o que nos permite recomeçar. E, ainda, correlaciona a ação com a pluralidade dos seres que habitam o mundo, delineando perspectiva fundamental, essencial para o fazer político. Na vida contemporânea, percebe-se a confluência entre a vida privada e pública, diferente de outrora, quando os papéis desempenhados aqui e acolá eram bem configurados.

Isto posto, pode-se dizer que a publicização da dor de Edna na esfera pública de visibilidade midiática possibilita tanto a sua entrada na esfera pública de visibilidade midiática como a sua condição de humanidade. Certamente, se não tivesse tido exposta na mídia nacional, seria mais uma das tantas mulheres negras[5] que são atingidas pela violência no trágico cotidiano das periferias brasileiras.

Por sua vez, Marcos, o fotógrafo, teve a sua foto premiada por uma associação profissional. Na intrin-

cada rede de assimetrias sociais, raciais e de gênero, o homem, branco, profissional da mídia, isto é, possuidor de atributos de quem está inserido numa situação de vantagem social na desigual sociedade de classes brasileira, ainda que numa situação de tragédia, leva vantagem. Sim, pois foi premiado por mostrar parte de uma mazela social que atinge sobremaneira a população negra. Foi premiado retratando, na esfera pública de visibilidade midiática, uma das faces mais comuns, que trata da representação da população negra e empobrecida: a face tristonha, violenta e lúgubre.

Edna procurou um local afastado para dividir sua dor com familiares. Contudo, foi a partir da revelação de um momento de intimidade que sua dor se tornou pública.

Por fim, a questão básica que suscitou este trabalho está relacionada a um fenômeno antigo: o poder apelativo da violência na mídia. Neste sentido, como aponta Arendt, a violência por si só não seria motivo de investigação, pois não revela grandeza. Os seres humanos, sim, por sua incomensurável capacidade de recomeçar. Edna foi vista, pode ser ouvida e percebida, por tempo determinado (o tempo de circulação dos jornais). Teve a sua dor revelada, mas a vida segue. Pouco tempo depois da perda da filha, teve o irmão morto em iguais circunstâncias, pelas mesmas "balas perdidas", em novo confronto entre bandidos e policiais. Nas periferias, são muitas as mulheres que vivem esta situação. Na maior parte das vezes, sem serem ouvidas, tampouco vistas. Como na música de

Chico Buarque, "Umas e Outras", elas se cruzam "pela mesma rua olhando-se com a mesma dor". A dor da invisibilidade, do preconceito e da discriminação.

Referências

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. São Paulo: Forense Universitária, 2001.

BENHABIB, S.; CORNELL, D. **Feminismo como critica da modernidade**. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos Ltda., 1987.

BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação humanística**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

GOMES. Nilma Lino. **Mulheres negras e educação**: trajetórias de vida, histórias de luta. Disponível em: <http://www.lpp-uerj.net>. Acesso em: 10 abr. 2008.

JOLY, Martine. **Introdução a análise da imagem**. Campinas: Papirus, 1996.

LA CAZE, M. Se você está dizendo: filosofia feminista e anti-racismo. In: LEVINE, Michael. P.; PATAKI, T (orgs). **Racismo em mente**. Madras Editora. s/d.

PAIVA, Raquel. Mídia e política de mionorias. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 15-26.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discurso. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

QUINTÃO, Antônia Aparecida. A imagem das mulheres negras na televisão brasileira. In: CARRANCA, Flávio; BORGES, Rosane da Silva (orgs.). **Espelho infiel**: o negro no jornalismo brasileiro. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo, 2004.

ROLAND, Edna. **O movimento das mulheres negras brasileiras**. In*:* HUNTLEY, Lynn; GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. (orgs.). **Tirando a máscara**: ensaios sobre o racismo no Brasil. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SODRÉ, Muniz. **O social irradiado**: violência urbana, neo-grotesco e mídia. São Paulo: Cortez, 1992.

SEMINÁRIO **A intersecção das desigualdades de raça e gênero**: implicações para as políticas públicas e os direitos humanos. Consulado Geral dos EUA. Rio de janeiro. 2006.

[1] Texto apresentado no VI Encontro da Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas Feministas - REDEFEM, II Seminário Internacional: Enfoques Feministas e o Século XXI: Feminismo e Universidade na América Latina e II Encontro Internacional Encontro Política e Feminismo. UFMG, 2008.

[2] Cabe observar que essa realidade não é a realidade de uma minoria, mas de cerca de 32,5 milhões de mulheres (segundo os índices do IBGE), que atribui à raça negra uma porcentagem de 44% do povo brasileiro. Esses milhões de mulheres negras

representam cerca da metade da população feminina, que, no Censo de 1991, foi calculada em torno de 75 milhões de mulheres (QUINTÃO, 2004, p. 55).

[3] Revista Imprensa, Ponto de Vista. n. 222, abr., 2007.

[4] Como relato na antropologia visual, o que seria a fala de um grupo de indígenas diante de uma imagem captada pela maquina fotográfica: "o roubo" da alma.

[5] A situação de violência social tem perpetrado um cotidiano em que diariamente são mortos jovens negros do sexo masculino. São mães, companheiras, tias, avós convivendo com a realidade violenta, que, inclusive, tem suscitado ações de organismos internacionais de direitos humanos, com a tentativa de impulsionar o exercício dos direitos constantemente violados.

Marcos Tristão/ Agência O Globo

Edna Ezequiel, 29, chora ao saber da morte da filha, no hospital do Andaraí, para onde Alana foi levada após ser baleada no Rio.

DA MARGEM AO CENTRO: COMUNICAÇÃO E ARTE FRENTE ÀS QUESTÕES DE PRODUÇÃO E RECEPÇÃO EM PRODUTOS AUDIOVISUAIS PERIFÉRICOS

Ricardo Oliveira de Freitas

Sobre a crise da representação

Tanto a ação de conceber (produção) como a de receber (recepção) mensagens provindas de produtos comunicacionais (e, aqui, não falo apenas da comunicação tecnicista) inculca a presença de formas de representação entre seus agentes, seja nos modos de produção, seja nos modos de recepção, decodificação e tradução da mensagem. Venício Artur de Lima (2004) situa a questão da representação dentro de um conceito de cenários, que, segundo ele, dentre as muitas tradições de estudos nas Ciências Humanas e nos contextos teóricos, contempla o conceito *gramsciano* de hegemonia, como concebido tanto pelo próprio Gramsci como pela releitura elaborada por Raymond Williams, a partir de uma visão crítica da cultura como proposta pela nova esquerda, que, em detrimento da economia, privilegiaria análises da cultura ocidental imbricada por recortes identitários (de raça, gênero,

sexualidade, classe etc.).

> O conceito de hegemonia, como explicitado por Williams, constitui, portanto, um conjunto de práticas e expectativas, um sistema vivido de significados e valores, um complexo realizado de experiências, relações e atividades, com pressões e limites específicos e mutáveis (LIMA, 2004, p. 13).

Lima elabora o conceito de cenários de representação (CR) baseado na idéia de que tais cenários são representações de um sistema de significados e valores que, experimentados como prática e constituintes da realidade absoluta, constituem uma cultura (LIMA, ibidem). Tal cultura, experimentada e compartilhada pela totalidade da sociedade, traduz-se, em Gramsci, (2004) por hegemonia. A hegemonia, negociada entre classes dominantes e dirigidas, ao constituir-se como realidade e prática absoluta, experimentada por todos, requer espaços apropriados para a sua realização. Assim, cenários de representação seriam o lócus do exercício da hegemonia e de toda a sorte de elementos de práticas alternativas, persistentes e de resistência, traduzidas, aqui, pela contra-hegemonia.

Por outro lado, a tradução de representação a partir de uma lógica mimética da representação como reflexo da realidade não contempla as negociações entre realidade constituída e realidade constituinte; isto é, a representação como espelho de uma realidade fora de si e a representação como construtora dessa mesma

realidade ou, ainda, a representação como realidade. Tal visão permite-nos mesmo inaugurar um conceito de representação como lugar e contexto, já que no seu âmbito são elaboradas as iniciativas para a construção de cenários. Nesse sentido, existiriam cenários como lugares para elaboração de representações – sejam estas produtoras de uma nova realidade ou reflexivas de uma realidade constituída – assim como representações como construtoras de cenários – aqui traduzidos como realidade em devir, processo erigido pelo dinamismo da cultura, pela presteza do mutável (cf. LIMA, op. cit.), o que nos leva a conceituar as representações de cenários (RC), como propostas por Lima (idem), como uma meta-representação de cenários (MRC) ou, mesmo, uma meta-representação de cenários de representação.

A questão que aqui se coloca diz respeito às negociações entre *status quo ante* e *a posteriori* como condições eminentes do debate sobre representação e sobre construção de realidades, com a criação e expressão de produtos resultantes da utilização de recursos de mídia. Tal fato abre espaço para o debate sobre a interrelação entre texto e contexto, entre autoria como esfera criativa e representação como verossimilhança, o que nos leva a crer que se a representação não reside no texto, no produto comunicacional, propriamente, reside, pois, no contexto, no cenário como tradução da realidade. Por sua vez, se a realidade pode traduzir-se por cenário, percebemos que a obra extrapola os limites do texto, adentrando o contexto, o que faz da reali-

dade uma representação, ela própria. Boas argumentações podem ser encontradas na idéia de ritualização e teatralização como representação da vida social (ver: TURNER, 2005); ou, ainda, no entendimento de que a crise da representação acontece no momento em que, na pós-modernidade, a obra de arte extrapola os limites do quadro, da moldura e até mesmo das paredes do museu ou da galeria, antes meros compartimentos da e para a obra, para instalar-se na realidade absoluta, na vida cotidiana (ver O'DOHERTY, 2002). Impõe, ainda, o debate sobre a denotação como tradução literal da realidade (*a priori*) e a conotação como resultante de associações que residem na cultura (*a posteriori*).

Nesse sentido, as produções em mídia sobre o minoritário, integrantes de um dito mercado alternativo de cultura, constituem uma realidade da realidade e, por extensão, uma [contra] hegemonia intrínseca à hegemonia, que contribui, sobremaneira, para a formação da hegemonia [mais ampla].

O que há de positivo na idéia de se conceber a lógica do processo comunicacional a partir de cenários é o fato de que estes últimos traduzem, mais objetivamente, a idéia de representação como proposta por uma sociologia do conhecimento apoiada nas formulações de Erving Goffman (2003). Por isso, ao reconhecer a criação de uma dita "estética da periferia", trago à tona o debate sobre a construção de cenários para representação a partir de um movimento ideológico (de mercado) que determina o que, quando e como deve ser representado, apresentado e, por extensão,

consumido. Ou seja, tento entender o modo como essa nova corrente de produção audiovisual (cinema, TV e vídeo), reconhecida por seu posicionamento contrário às pressões de mercado e sustentando-se em nichos alternativos de arte e comunicação, conserva valores e traços (tanto em termos estéticos como ideológicos) massificados por produções hegemônicas, como vistas na grande mídia. Entendo que, se a hegemonia, como proposta por Gramsci, reside na ordem da negociação e do desejo, há, pois, um lugar resguardado na lógica da representação que dá ao público e às audiências parte do papel de formuladores da representação, antes somente creditado aos produtores e emissores.

As produções que ora deslumbram aspectos de realidades antes invisibilizadas fazem parte de um processo de produção em mídia que apresenta a mídia, não como mero instrumento ou meio para tornar visível o antes invisível, mas como ambiente de ações sociais, como subsistema, "composto por um conjunto de instituições típicas e um grupo de especialistas" com relativa autonomia frente a outros subsistemas. (cf. MAIA; CASTRO, 2006, p. 21). Dessa forma, é legítimo pensar que o que move o desejo de ocupar a esfera pública de visibilidade, por grupos eternamente participantes de subsistemas dependentes e controlados por outros grupos e instituições, é o fato de integrarem um subsistema quase autônomo (mesmo que não menos hegemônico) no "*mainstream* social", o que pode mesmo suscitar a idéia de que há um desejo de "especializar-se", de tornar-se "especialista", imanen-

te à condição de produtor e produto periférico e "marginal" (no sentido de estar à margem, fora do centro, fora do *mainstream*). Quando falo em especialização, não falo apenas a partir da lógica do produtor especializado, mas também dos produtos e dos meios de comunicação, considerando os atributos da tecnicidade e do aprimoramento da mídia e, por que não dizer, a partir da especialização do público, da audiência, do receptor, do consumidor.

No que se refere à idéia de especialização, recorro à Stuart Hall, ao lembrar que todo evento comunicativo deve antes tornar-se uma "narrativa" para ter êxito na sua passagem entre a fonte e o receptor, entre a conotação e a denotação, entre a codificação e a decodificação. Nesse sentido, a produção e a recepção de mensagens estão, sobremaneira, relacionadas. Ou seja, antes que a mensagem distribuída pelo evento comunicativo possa ser concretizada e apreendida, "deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada" (HALL, 2003, p. 390), o que nos leva a crer que a assimetria entre produção e recepção tem a ver tanto com as distinções estruturais de relações e posições ocupadas por produtores/transmissores e receptores/audiências como com a discrepância entre códigos da fonte e do receptor, no momento da transformação de um mero evento em evento comunicativo e produto, no momento da transformação do produto bruto em forma discursiva. Se isso define a relatividade da autonomia dos sistemas comunicacionais e, por extensão, sociais,

também demonstra a carga de "determinação" aplicada à mensagem em seus momentos discursivos (cf. HALL, op. cit.).

Para Jesus Martin-Barbero, é nos interstícios dessa assimetria que residem as "articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais", que permitem compreender a "natureza comunicativa" do sujeito, esfera em que as noções de cultura e política são redefinidas, saindo da centralidade da esfera que avalia apenas a "mera circulação de informações" dos meios comunicacionais, na qual o receptor é apenas "decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem" e partindo para o ponto em que ele converte-se de mero decodificador a "produtor" da mensagem (MARTIN-BARBERO, 1997). Desse modo, a comunicação passa a integrar lugar central na dinâmica dos movimentos sociais, transformando "associações espontâneas entre indivíduos mobilizados diante de uma causa" (HENRIQUES, 2004, p. 29) em projetos eficazmente elaborados e, por extensão, "especializados".

A idéia de contra-hegemonia, no que se refere à esfera da produção, incide no erro de que há uma fórmula determinante no fazer, que, ao reconhecer o lugar da habilidade na manipulação de artifícios que promovem a incorporação de mapas ideológicos, reduz a noção de recepção à atividade passiva, mera e simples acolhedora de mensagens complexas. Hall destitui tal idéia ao afirmar que, se a produção da mensagem não é uma tarefa tão simples, a recepção,

do mesmo modo, mostra-se como tarefa tão pouco simples; o que significa dizer que "a cadeia comunicativa não opera de forma unilinear" (HALL, op. cit., p. 354). Afinal, o significado não é fixo nem rígido o suficiente para não ser traduzido como resultado de uma formulação ideológica que nos permita decifrar o sentido ideológico da mensagem. O sentido é sempre multirreferencial, [multi] referencial de conhecimentos (HALL, idem).

Ao reconhecer as distinções entre produção e recepção e o abismo entre tais esferas comunicativas, Hall (idem) nos permite encontrar o lugar em que reside a autonomia na produção e o desinteresse pela construção de uma ideologia destinada ao receptor durante processo de produção, abismo que pode ser traduzido pelo momento de expressão. Lugar em que a comunicação não necessariamente comunica, mas apenas expressa. Lugar em que a comunicação é arte.

A ideologia na estética

A noção de arte e de cultura como manifestações engajadas ganha força a partir da segunda metade do século XX. Época de relativa hegemonia política e cultural, orquestrada pelos governos ditatoriais militares, o engajamento da arte e cultura proporcionaria um novo modo de relação entre formas e modos de expressão artística, público e crítica. A arte é, nesse momento, dividida em duas esferas antagônicas, que,

não por coincidência, reproduzem o discurso que se construiu sobre a arte desde o século XVIII – com o firmamento da estética como campo reflexivo sobre o fenômeno artístico e com a recorrente divisão da arte entre arte interessada e arte desinteressada. Se nos séculos antecedentes ao século XX o "desinteresse" determinaria uma dita "pureza" da arte, no século passado é o compromisso com as questões do âmbito social e político que designará a separação entre "boa" e "má", velha e nova arte.

A crise da representação creditada à perda de referenciais históricos e à evolução das técnicas de representação, com o fim do figurativismo, traz à tona a necessidade de reformulação da noção de estética, tanto em termos de produção quanto de recepção e interpretação, da codificação e decodificação, da obra de arte, ou da experiência estética, propriamente.

Os manifestos, tão característicos da noção vanguardista da arte, traduzem-se, desse modo, em discursos comunicativos, que se apresentam como textos abertos às mais diversas interpretações baseadas na experiência do espectador e crítico e, nesse sentido, numa certa autonomia da análise da obra, do juízo de gosto e da estética. Retomando a idéia traçada por Hall (op.cit.), os manifestos apresentam-se, pois, como discursos significativos e significados (decodificados) pelo público e crítica, deixando-nos antever a discrepância entre obra e público, entre artista e crítico, revelando o momento em que a obra de arte transforma-se em discurso comunicativo.

Apoiado em Wellmer, Ricardo Barbosa reflete sobre a perda da evidência da arte e da vigência da estética, mostrando que somente uma faculdade de juízo, como elaborada por Kant, mas, agora, devidamente treinada, "pode nos orientar nessa 'selva selvagem' na qual se tornou a cultura artística mundial" (BARBOSA, 2006, p. 28). Para nós, a autonomia do juízo de gosto afina-se com a lógica anteriormente tratada ao concebermos a existência de subsistemas "autônomos", motivadores do desejo de integrar o *mainstream* midiático e social, traduzido pela esfera de visibilidade pública.

Contra o juízo "formado" e a manutenção da autonomia do juízo na contemporaneidade cercada por "inovações", Barbosa sugere que se considere a possibilidade de aplicarmos uma teoria comunicativa sobre a experiência estética, já que esta última se estrutura apoiada em certa racionalidade comunicativa. Barbosa nos faz perceber que o que determina a elevação de um objeto qualquer ao estatuto de arte é o aspecto normativo valorado pelos humanos acerca das ditas obras de arte. Nesse sentido, tanto a produção quanto a recepção da arte são mediadas por um pano de fundo normativo, que nada mais é que a instância comunicativa da arte (BARBOSA, idem).

Tal análise em quase nada se distancia da idéia de se pensar a cultura como texto, sugerida por Clifford Geertz (1989), ou, ainda, da arte como reflexo de valores e anseios de um determinado tempo histórico, isto é, da arte como manifestação da cultura, tão apre-

goada pelas correntes historicistas da crítica da arte.

Para Barbosa, a normatização funciona como mediadora entre produção e recepção.

> Ele [o pano de fundo] é composto por experiências sedimentadas em valores, técnicas, formas de percepção e de orientação no mundo da arte, condicionando e mesmo regulando os comportamentos produtivos e receptivos considerados adequados, ou seja, conformes a representações mais ou menos consensuais sobre o que deve ou pode ser uma obra de arte aceitável (BARBOSA, op. cit., p. 29, grifo meu).

Considerando o fato de que as representações devem ser aceitáveis, já que são negociáveis, podemos perceber que a autonomia do juízo do gosto (ou mesmo da mídia) é relativa, no sentido de que são as negociações, articulações, ajustes e pactos que comporão esse subsistema apresentado como autônomo, mas que acoberta entendimentos afins entre "iniciados" e competentes. De onde se conclui que é a validade, e não a facticidade, propriamente, que permitirá determinar e ajuizar determinados objetos como obra de arte, a partir das transformações resultantes dos processos de produção e recepção do objeto-obra (cf. BARBOSA, idem), ou melhor, da comunicabilidade da obra.

Se o ajuizamento demanda aprovação e a aprovação demanda reconhecimento, isso nos leva a crer que a obra de arte também demanda uma análise

crítica e avaliativa do espectador e público, que, ao definir em termos críticos a sua experiência estética frente a uma produção em arte, isto é, ao definir sua experiência em fruição da arte, passa a interagir com um grupo afim de críticos e "especialistas" de arte, o que lhe permite mover-se com desenvoltura tanto no terreno do discurso estético como da narrativa comunicativa – quer suas considerações sejam coincidentes ou distintas, aprovativas ou censoras.

Nesse sentido, Barbosa entende que todas as dimensões da validade estética (e podemos pensar da experiência estética) são midiatizadas. Afinal, são discursos. Onde se conclui que se a arte é expressão, a experiência estética é comunicação, como pensava Kant. Se pensarmos em termos de elaboração da vida como espetáculo nos termos *guydebordianos,* chegamos ao modo como a arte, enquanto parte integrante da vida, torna-se espetáculo – e não o contrário, como se imaginava. Arte-espetáculo, já que mediada pelo uso regulador da racionalidade comunicativa, como sugere Barbosa (BARBOSA, idem).

Quando a arte é comunicação e a comunicação é arte

> Baseado em novos conceitos midiáticos como Comunidade Virtual (H. Rheingold), Mídia Radical (J. D. H. Downing), Mídia Tática (D. Garcia/G. Lovink), entre outros, o Canal Contemporâneo desenvolve uma comunidade digital focada na Arte Contempo-

> rânea Brasileira para promover sociabilidade, informação, participação política e senso de pertencimento, com o objetivo de provocar transformações no seu contexto. [...] Comunicação e transformação sintetizam as prioridades do Canal Contemporâneo no desenvolvimento de sua comunidade digital. Um coletivo humano sem comunicação não passa de uma massa de corpos. [...] Ao distribuir informação sobre os circuitos e sistemas de arte - estabelecidos ou alternativos, periféricos ou adjacentes, tornando este conjunto visível (é importante lembrar, principalmente para os estrangeiros, que a arte brasileira não dispõe de publicações comerciais com circulação nacional), estamos desenhando os diversos contextos que compõem a nossa comunidade. Profissionais (artistas, críticos, curadores, pesquisadores, professores, jornalistas, museólogos, diretores de instituição, galeristas, colecionadores, etc.), organismos (instituições de arte, galerias, publicações, coletivos, escolas, universidades, assessorias de imprensa, patrocinadores, etc.), estudantes e apreciadores de diversas regiões do Brasil (capitais, subúrbios e cidades interioranas) e de diversos países (atualmente, quase 100) formam a rede que alimenta e compõe a comunidade do Canal.

O texto acima apresentado integra a página de abertura de um dos sítios de hospedagem de conteúdos sobre arte na Internet mais acessados no Brasil. A proposta do sítio, segundo o próprio canal, é não so-

mente servir como agenda para "as pessoas do meio das artes", mas, sobretudo, desestabilizar estruturas de poder tradicionais, nesse caso, "a mídia convencional", através de mobilizações mais midiáticas que artísticas[1]. O texto a seguir é esclarecedor das articulações entre arte e mobilização social, entre arte e mídia, configurando um dito midiativismo através de uma midiarte, debruçados sobre a formulação e o desenvolvimento de políticas culturais para a arte brasileira.

> O ceticismo e a paralisia política ainda impedem a maioria de perceber os efeitos que podemos conseguir com o simples "tornar visível certas questões", que podem resultar em pequenas e grandes conquistas para a nossa coletividade[2].

Por conta do nosso interesse sobre questões que envolvem comunicação e expressões em arte como alicerces para a elaboração de políticas culturais e públicas, há cerca de um ano e meio temos acompanhado as atividades do "movimento artístico e social" (essa é a auto-classificação) do Movimento ArteManha, em Caravelas, cidade situada no Extremo Sul da Bahia[3].

O Movimento ArteManha é um exemplo típico das articulações entre arte e mobilização social. Congrega a lógica de que expressões e manifestações em arte permitem trazer à tona problemas e prioridades que afligem, de modo específico, grupos ideologicamente minoritários e, por extensão, juridicamente

vulneráveis, tornando-os visíveis para o mundo. O Movimento é referência em Caravelas, cidade com menos de 22.000 habitantes, dos quais apenas 6.000 vivem na área urbana.

Se num primeiro momento o grupo priorizava apenas a arte e suas expressões como elemento central em suas atividades, após bom tempo utilizando recursos de mídia como ferramentas para registro, divulgação e documentação (fotografia e vídeo, mais especificamente), seus componentes perceberam que produtos audiovisuais poderiam transformar-se em fortes aliados para o fortalecimento das propostas do grupo: formulação de políticas inclusivas e democratização da arte como favorecimento de ações cidadãs, de atitudes auto-estimadas e reconhecimento. A expressiva produção de audiovisuais e a importância creditada a esse tipo de produção resultou na criação de um pólo de produção de vídeos, cineclube de rua e comunitário, o Cineclube Caravelas.

A lógica do reconhecimento deu às formas de representação lugar de destaque nas produções realizadas pelo Cineclube e seu grupo de autores. Na articulação entre arte como forma de expressão e mídia como instrumento de informação, o Cineclube produziu, nos últimos dois anos, mais de uma dezena de filmes, com toda a sorte de recursos para produção audiovisual – de equipamentos profissionais a celulares, passando por uma ilha de edição provida de excelentes recursos – mesmo sem o apoio de uma secretaria de cultura, inexistente no município.

Jaco Galdino, um dos diretores do grupo, lembra que começou fotografando os espetáculos e eventos do grupo, já que não participava da "parte mais artística do grupo" (*sic*); não dançava, por exemplo. Logo depois, por conta de participação em oficina para capacitação em vídeo promovida por ONG do Rio de Janeiro, passou a utilizar o vídeo, ainda assim, como recurso documental. Com o passar do tempo, pelo fato de registrar arte, seus vídeos foram, gradativamente, transformando-se em arte, videoarte, mas sem nunca abandonar os aspectos sociais motivadores para a criação do grupo. Ao ser questionado sobre o lugar em que poderia encaixar seus vídeos, se produtos de comunicação ou produto de arte, Jaco responde que produz filme de arte – e não vídeo panfletário.

> Você teve cuidado de dar um acabamento, um filme bem cuidadinho, bem amarradinho... É ficção... E, claro, por causa da trajetória, as questões sociais estão ali... O que tem *Lia* em termos de proposta de roteiro é diferente do *Sobreviver*... As pessoas que estavam no *Lia* [na produção] são pessoas que têm essa caminhada dentro do ArteManha, essa preocupação social. Então *Lia* tem um pouco de discutir... Até mesmo pela escolha do poema, das músicas... Mas, por causa disso aí, por causa de uma experiência de luta que você tem. Você vai produzir e ele termina também lá. Mas não foi uma coisa assim com a idéia de panfletar. Era uma produção mais artística. É um filme mais artís-

> tico. Mas, o *Outros Carnavais* já tinha mais essa preocupação com a questão social. Essa idéia *de dar voz*, mostrar as pessoas que tão na produção cultural de Caravelas (*sic*, grifo meu)[4].

Jaco lembra que já havia produção de arte em Caravelas. Mas, fora as manifestações folclóricas e de arte popular, as experiências em arte eram reservadas à classe média caravelense. Nesse sentido, o Movimento ArteManha e o Cineclube Caravelas deram novas oportunidades aos artistas, da cidade, provenientes de classes menos privilegiadas. A produção dos vídeos mobiliza um sem número de moradores, desde poetas a músicos. As exibições dos vídeos e as sessões da TV de rua, realizadas sempre em praças e paredes externas de igrejas em distritos (povoados) circunvizinhos, abrigam a venda de artesanato local por artesãos.

Lia, um curta de ficção com 9 minutos, dirigido por Jaco Galdino, foi selecionado para o Festival Visões Periféricas, no ano de 2007, no Rio de Janeiro. Era o único filme baiano no Festival, que reuniu produções de inúmeros grupos populares do país, de aldeias a quilombos e favelas, tendo sido exibido no Cine Odeon, um dos mais tradicionais da cidade e, hoje, referência na exibição de filmes de arte no Rio. Dois moradores de Caravelas foram ao Rio participar do lançamento do filme no Festival: Jaco Galdino, seu diretor, e Franklin Costa, ator no filme. Lá, receberam

o prêmio de melhor filme pelo júri paralelo.

Trechos da entrevista que realizei com Jaco Galdino são exemplificadores do modo como se pode perceber a intencionalidade na criação e no processo de produção dos vídeos, fazendo de Jaco, até então visto como um *videomaker* autodidata, certo especialista iniciado nas "artes" do fazer "movimento social em arte".

> Eu: Mas quando *Lia* é selecionado para um festival de cinema como o Visões Periféricas, ele se apresenta como cinema de arte ou cinema-movimento? Jaco: Movimento.
> Eu: Então, como não vê-lo como cinema político, engajado, panfletário?
> Jaco: Ele tem essa linguagem, mas na concepção não foi pensado como filme denúncia, social. Ele funcionou assim, por conta da nossa experiência, que quando vamos fazer as coisas, ela entra (*sic*).

Ou seja, Jaco esclarece que *Lia,* por ser uma obra de ficção, produto de uma inspiração artística, foi idealizado, desde o roteiro até as filmagens, como uma manifestação artística. Mas, no instante em que se encontra com os modos de vida e visões de mundo de seus idealizadores, adquire o poder de denúncia e de mobilização social, caracterizando-se como produto político. Tal fato pode mesmo atribuir ao vídeo a classificação de docudrama, docudrama autóctone, já que contempla tradicionais territórios da cidade como cenário, além de reunir moradores-atores autodidatas

e debruçar-se sobre narrativas locais, numa lógica de que o documentário é apresentado como produto político, reapresentação do real; e o drama como arte, ficção.

Outra produção do Cineclube também contempla aspectos dos problemas e prioridades locais centrados em questões do meio-ambiente e da religiosidade de matriz africana – o candomblé. *Não Mangue de Mim*, com duração de 14 minutos, tem início no mito do orixá relacionado às águas lodosas, às lagoas e manguezais: Nanã Buruku. A partir disso, adentra pelos mitos de Oxum e Iemanjá, outras duas divindades das águas, doce e salgada, para construir em docudrama sobre a importância da preservação da água e de seus mananciais para a população de Caravelas, na sua maioria afro-descendente. Por conta do lirismo e da liberdade em termos de expressividade estética, o vídeo pode mesmo ser classificado como experimentalista, junto com o documentário *É Tudo Mentira,* exibido no Festival *Autres Brésils* (Outros Brasis), em Paris; no Festival de Cinema e Vídeo de Taguatinga, em Brasília; além de estar inscrito em outros festivais a serem realizados. *Não Mangue de Mim* comporá a Mochila do Educador Ambiental Popular, projeto do Ministério do Meio-Ambiente em parceria com a Secretaria Estadual do Meio-Ambiente e Recursos Hídricos do Estado da Bahia, prova da articulação entre terceiro setor, movimento social e Estado, mesmo quando o discurso das produções mostra-se como minoritário e contra-hegemônico.

Jaco, em entrevista para o jornal O Timoneiro, conclui:

> Mostramos que existem formas de *confrontarmos* os grupos que estão no poder em Caravelas! São forças políticas que buscam nos esvaziar como pessoas com o abandono da cidade, do nosso patrimônio... *neutralizar nossa riqueza cultural*. Mostramos que é possível nos organizarmos, que a partir da própria população podemos criar, construir outras possibilidades para a cidade. Quando um filme de Caravelas ganha um prêmio na capital cultural do país chegamos para essas pessoas e perguntamos: E aí? (O Timoneiro, edição n. 4, jun./jul. 2007, grifo meu).

A massmidiatização da periferia

Reconhecemos, na fala de Jaco, e os grifos nas entrevistas são exemplares, traços de uma lógica de documentário que "dá voz" ao Outro, como produzido por alguém de fora, estranho à realidade documentada. Por outro lado, pode-se também reconhecer, nas mesmas entrevistas, traços de um desejo de se "auto-representar" nos moldes de uma justaposição ou contraposição ao proposto pelo clássico paradigma de documentário como produto de representação de Si pelo Outro – e não como produto de auto-representação. Além disso, se considerarmos a importância das leituras na recepção, na expressividade da decodifica-

ção, logo se entende o quanto da preocupação de Jaco em dominar certa "especialidade" com intencionalidade assume materialidade no processo de produção do filme, determinando o tom dito social e político, no sentido do fazer político partidário, a uma produção que se diz "arte", pura e simplesmente.

Instâncias de intencionalidade na produção audiovisual caravelense e, por extensão, articulações e negociações entre processos de produção e recepção, representação e reconhecimento, fazem do Cineclube Caravelas uma espécie de base para um Estado ampliado, como proposto por Gramsci (op. cit.), que elabora consensos e mediações entre a cidade, seu Governo, seus moradores, além de toda a sorte de recortes identitários e de pertencimento que atuam nas produções audiovisuais do Cineclube, ao falar para o mundo a partir das questões de gênero, sexualidade, raça e etnia, geração, classe e regionalismos. Ou seja, a partir de suas especificidades.

> [...] a comunicação da cultura depende menos da quantidade de informação circulante do que da capacidade de apropriação que ela mobiliza, isto é, da ativação da competência cultural das comunidades. [...] O comunicador deixa, portanto, de figurar como intermediário – aquele que se instala na divisão social e, em vez de trabalhar para abolir as barreiras que reforçam a exclusão, defende o seu ofício: uma comunicação na qual os emissores-criadores continuem sendo uma pequena elite e as minorias continuem sen-

> do meros receptores e espectadores resignados – para assumir o papel de mediador: aquele que torna explícita a relação entre diferença cultural e desigualdade social, entre diferença e ocasião de domínio e a partir daí trabalha para fazer possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores (MARTIN-BARBERO, 2003).

Ao reconhecer a necessidade de se produzir vídeos que sejam representacionais e que contemplem traços de reconhecimento pelo público, Jaco e tantos outros produtores das periferias brasileiras fazem saltar aos olhos a importância da intencionalidade e especialização tanto da produção como da recepção, revelando, assim, o importante papel creditado ao público e às audiências como codificadoras e decodificadoras daquilo que o produtor inseriu na mensagem. Afinal, a própria idéia de cinema comunitário indica o importante papel do público e da audiência naquilo que, afinal, reconhecemos como recepção ativa. Nesse sentido, o cinema que se faz sobre Si, autóctone, quer seja exibido para o Outro ou para o Mesmo, terá o importante papel de suscitar a afirmativa, elaborada por Hall, de que a distinção entre denotação e conotação é apenas analítica – indicativa dos diferentes níveis em que as ideologias e os discursos se cruzam, e não da presença ou ausência da ideologia na mensagem (HALL, op. cit.).

Domínios discursivos, hierarquicamente organizados, dão sentido à vida social. A isso, Hall intitula "sentidos dominantes ou preferenciais" instalados dentro de "mapas de sentido" – lugar em que uma cultura é classificada através de uma série de significados (HALL, idem, p. 397). Entretanto, tal crença dá margem a considerar o resultante da produção um fato, e a interpretação uma instância particular e individual aos moldes de uma "percepção seletiva".

Mas, "a 'percepção seletiva' quase nunca é tão seletiva, aleatória ou privatizada quanto o conceito sugere. Os padrões exibem agrupamentos significativos ao lado das variantes individuais" (HALL, idem). Entretanto, mesmo que consideremos o lugar de destaque dado às teorias que creditam valor supremo ao sentido conotativo do signo, pelo fato de aí instalar-se mais eficazmente as ideologias que transformam e alteram a significação, "isto não quer dizer que a denotação esteja fora da ideologia" (HALL, idem, p. 398). O que significa que a codificação não pode determinar ou garantir os códigos de decodificação que serão utilizados. Portanto, Hall sugere três posições hipotéticas para entendimento do modo como a denotação de um discurso pode ser construída[5]. Centro-me na hipótese que reconhece que o espectador pode perceber e diferenciar o sentido conotativo e denotativo embutido na mensagem-discurso. Mas pode, também, decodificá-la de modo contrário, afinado com definições de situações e eventos que estão em dominância global, realocando-lhe dentro de algum referencial alterna-

tivo, operando, portanto, um "código de oposição", numa leitura contestatória da posição hegemônica-dominante – momento em que se trava "a 'política da significação', a luta no discurso" (HALL, idem), ou, como prefiro, a aparição do lugar do produtor na figura do receptor.

Se a produção de vídeo sobre a periferia quebra a universalidade de códigos, que no caso brasileiro parecem estar erigidos sobre uma produção que representa a periferia a partir de um modelo de caos metropolitano como tido e visto no eixo centro-sul do país[6], os vídeos autóctones, produzidos pela própria periferia, parecem significar uma "nova estética de periferia", que, se não fogem tão radicalmente dos moldes pré-definidos pela produção hegemônica, contribuem para a destituição da carga de dominação presente na produção hegemônica, reelaborando novas esferas de dominância e preferência. Afinal, seus produtores, até então tidos como receptores passivos, elaboram a codificação a partir de uma longa experiência com a decodificação da mensagem. Ao conotar e denotar tais mensagens, seja no processo de produção seja no processo de recepção, transformam-nas em práticas sociais, permitindo que o circuito comunicacional se complete e produza efeitos. Do contrário, como sugere Hall, "não poderíamos falar de uma efetiva troca comunicativa" (HALL, idem).

Concluo que, mesmo quando classificadas como produções artísticas, o teor discursivo das produções sobre minoritário e periférico, no que contempla certa

lógica de visibilidade e consideração dos cenários de representação, configura-se, pois, como um circuito comunicacional.

Referências

BARBOSA, Ricardo. Experiência estética e racionalidade comunicativa. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos C. **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 27-49.

FREITAS, Ricardo Oliveira de. A periferia da periferia: mídias alternativas e cultura de minorias em ambientes não-metropolitanos. **Revista Especiaria – Cadernos de Ciências Humanas**, Ilhéus: Editus. v. 10, n. 17, jan./jun., 2007, p. 191-214.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação da cultura**. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1989.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 13. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HENRIQUES, Márcio. **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2007.

LIMA, Venício Artur de. Cenários de representação da política. In: RUBIM, Antonio Albino C (org). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: EDUFBA, 2004. p. 9-40.

MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres P. S. **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Por uma outra globalização. In: MORAES, Dênis de (org). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **O ofício do cartógrafo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco**. São Paulo: Martins Fontes Editora, 2002.

TURNER, Victor. **Floresta de símbolos**: aspectos do ritual Ndembu. Niterói: EDUFF, 2005.

[1] Entre aspas, encontram-se trechos de texto extraídos do sítio 'www.canalcontemporaneo.art.br'. Acesso em 09 de junho de 2008.

[2] Extraído do mesmo sítio 'www.canalcontemporaneo.art.br'. Acesso em 09 de junho de 2008.

[3] Caravelas está distanciada 900 quilômetros de Salvador, algo em torno de 14 horas de ônibus. O distanciamento da capital

Salvador, centro político e financeiro do Estado, é mais um dos fatores determinantes para a invisibilidade da região e de sua população. Boa parte dos problemas da região diz respeito às questões ambientais. Ao mesmo tempo em que presencia o desmatamento da Mata Atlântica por conta da expansão de áreas para celulose, Caravelas tem recebido financiamentos estrangeiros para elaboração de projetos sócio-ambientais e concretizado parceiras com diversas empresas e organizações não-governamentais, por conta da sua proximidade com o Parque Nacional de Abrolhos. Em contraposição, nenhum dos projetos em atividade na cidade conta com apoio dos órgãos públicos locais e há fortes indícios de que a área será transformada no maior centro de carcinicultura do país em oposição ao expressivo movimento para a criação de uma reserva extrativista – RESEX – na região. Caravelas concentra, ainda, expressivo número de organizações de movimento popular, entre estas: o Grupo Afro-Feminino Dandara e o Grupo Afro-Cultural Umbandaum. As organizações contam, ainda, com parceria direta do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos/IBAMA; da ONG ECOMAR, responsável pelo Projeto Meros do Brasil; do Instituto Baleia Jubarte e da Fundação Overbrook (impressão gráfica). As parcerias envolvem tanto oferta de recursos como concessão de espaço físico, doação de equipamentos (câmeras, computadores etc.) e *softwares* (*Movie Maker, Avid Express e Adobe Premiere*). A sede do parque é o local utilizado para edição dos filmes e manipulação das fotografias, transformando-se em ilha de edição, laboratório de fotografia e computação gráfica. Uma das últimas produções do Cineclube, *É Tudo Mentira*¸ documentário com 11 minutos, que retrata os impactos da produção de camarão em viveiro, desde o litoral do Ceará, no Cumbe, até a Bahia, em Caravelas, resultou na doação de um computador de última geração (Mac Pro da Apple) e câmera de última geração, como parte do contrato com ONG inglesa. O Cineclube, além dos vídeos (ficção, documentário, docudrama e reportagem para TV de rua), lançou, no ano passado, quatro edições do jornal comunitário *O Timoneiro*. Fora da sede do município, há, ainda, expressivo número de projetos que têm

por finalidade contribuir para o desenvolvimento sustentável da população de pescadores e marisqueiras (maioria negra e mestiça), indígenas, artesãos e assentados estabelecidos em áreas de proteção ambiental ou em vias de desmatamento. Vale, ainda, ressalvar o expressivo declínio da economia do cacau e o fraco investimento na indústria turística, que alimenta um turismo de baixa qualidade, mesmo concentrando os maiores fragmentos de Mata Atlântica na região nordeste (por conta da agricultura de cacau, que demanda sombra) e os mais importantes bancos de corais de recifes do Atlântico Sul. Por isso, todas as organizações contempladas, além de se preocuparem, de modo geral, com as questões de cidadania, desenvolvimento humano e participação comunitária, debruçam-se, sem exceção, sobre questões relativas ao meio-ambiente e às relações étnico-raciais, mais propriamente.

4 Entrevista realizada em agosto de 2007.

5 Hall pensa especificamente o caso do discurso televisivo. Tal análise é muito bem aplicável às questões da produção do audiovisual e da imagem em movimento.

6 Sobre a universalidade de códigos na recente produção de audiovisual brasileira que contempla questões do minoritário, inaugurando uma dita nova "estética da periferia", ver Freitas, 2007.

A ALTERIDADE COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA PRODUÇÃO VIDEOGRÁFICA DE MAURÍCIO DIAS E WALTER RIEDWEG

Priscilla Schimitt Huapaya

Os artistas Maurício Dias e Walter Riedweg realizam, em dupla, desde 1993, práticas poéticas de arte pública[1], dedicando-se a trabalhos interativos, intertextuais e interdisciplinares nos campos do audiovisual, das artes plásticas e da *performance* através de videoinstalações. A partir de métodos e linguagens que percorrem desde dramatizações complexas até a documentação científica, os projetos da dupla sempre são permeados pela relação de alteridade e pela reflexão sobre as relações que medeiam o encontro do Eu com o Outro.

A relação entre a ética e a estética é deflagrada no trabalho dos artistas a partir de intervenções em situações tanto individuais como coletivas. O trabalho de Dias e Riedweg remete a ações poéticas que produzem e abrem, temporariamente, ou mesmo permanentemente, uma falha, uma interrupção, um distanciamento na ordem dos sentidos e no curso das coisas. Os dois pensam a arte como uma forma de interação com o mundo. Na produção poética da dupla, a arte se apresenta como oportunidade para refletir sobre as

dimensões estéticas e políticas da relação entre os indivíduos e o mundo.

Maurício Dias e Walter Riedweg trabalham no sentido de aguçar, de explorar, os instrumentos de percepção do público. Para isso, os mesmos utilizam a videoinstalação, que surge, desde o início, compartilhada, co-produzida, seja com pessoas escolhidas ao acaso ou grupos sociais mais definidos. Os dois têm apresentado em suas obras uma antropologia estética que privilegia o processo laboratorial dos sujeitos envolvidos, através de experiências sensoriais e sinestésicas, oferecendo sua alteridade como meio de interpelar o espectador.

A cada trabalho realizado uma história é construída; não somente a partir do testemunho e dos acontecimentos por onde passam, mas a partir do relato das vivências geradas em encontros com o Outro.

> A dignidade de cada pessoa baseia-se, entre outras coisas, no fato de que só ela vê o mundo como ela o vê. Por isso é interessante ouvir o outro. Embora trabalhemos com o outro e sobre o outro e, em grande parte, em processos interativos e intervencionais, nosso trabalho não consiste em julgar, classificar, ensinar, curar, melhorar nem mesmo mudar nada na vida do outro. Entendemos nossos trabalhos como encontros com o outro (DIAS, 2002, p. 19).

Ademais, Maurício Dias e Walter Riedweg (2002) elaboram um processo de produção com práticas po-

éticas que reúnem ética e estética através de processos e mecanismos que podem ser entendidos como performances, que provocam reações individuais psicológicas ou coletivo-sociais, que são documentadas poeticamente na forma de videoinstalação.

Maurício e Walter consubstanciam que o ato de nomear é apenas um pressuposto poético. Entendem que os nomes precisam constantemente ser redefinidos para existirem. Deixando claro que o ato de nomear é, em si, uma ressonância e só existe enquanto uma ação cuja temporalidade é evidente.

Desse modo, estas ressonâncias, que se modificam dia após dia, têm influência direta sobre os contextos associativos de cada mensagem. Segundo os artistas, para se dizer alguma coisa, para obter uma presença erótico-poética na existência, o indivíduo precisa se encontrar numa posição tal, que o fluxo de mensagens interior-exterior e exterior-interior seja garantido. Sem esta prática, estaciona-se a existência. "Poesia e erotismo se encontram em todos os contextos de vida, independentes das condições econômicas" (DIAS, 2002).

Levando em consideração as afirmações de Merleau Ponty (1971), que toda percepção corporal é erótica, pode-se pensar que a percepção do espectador e dos atores sociais coletivos que trabalham no processo de produção de Maurício e Walter se faz no corpo sobre outro corpo. Assim como o desejo, a percepção estética possui o mesmo dispositivo da percepção erótica. A visão é definida como o contexto em que o

olhar se desenvolve. Ela se move do eu para o objeto, enquanto o olhar é um ato provocado por uma imagem de algo que vem até o sujeito.

O olhar é despertado fora do eu, surge quando se perde a visão devido a alguma energia, que pode vir de outra pessoa ou de um quadro. Essa energia põe em andamento algo no inconsciente, que permanece confuso e ofuscado. Segundo Miriam Chnaiderman[2] (2005), na arte e no processo psicanalítico, trabalha-se todo o tempo com esse olhar. Para ela, toda arte é erótica, pois, se não for violação, não é arte. "O erótico é aquilo que sempre traz possibilidades múltiplas, desordenando lugares de ser. Freud traz essa possibilidade de leitura do erótico quando reverte a noção de corpo biológico para corpo-prazer" (CHNAIDERMAN, 2005).

O homem percebe o mundo pelo seu corpo. Esse corpo é sentido por quem toca e por quem é tocado. Nesse sentido, o toque e a interação têm seu fator terapêutico nos territórios de onde os indivíduos conseguem tirar proveito. O ato de tocar o outro e entendê-lo é uma revolução plena, que faz o sistema nervoso trabalhar ativamente todos os órgãos: bombeando sangue e emoções. Através do dispositivo libidinal, capturamos a energética do mundo. A percepção não se faz na consciência, como o entendimento. Quando o espectador ouve uma música, ele não procura a compreensão lógica da mensagem, primeiro busca sentir e depois compreender. Existe muita coisa que não é da ordem da compreensão e sim das percepções sinesté-

sicas do homem. Aliás, todas as sensações das artes e do homem em ação, são sensações sinestésicas, que se modificam de acordo com a ação e a posição corporal (HUAPAYA, 2007). O espectador normalmente se coloca no lugar do maestro regendo a orquestra, do músico tocando o seu instrumento, do cineasta fazendo seu filme e do ator vivendo fortes emoções no cinema.

Dias e Riedweg fazem uso da alteridade como elemento principal no dispositivo de suas encenações e performances. A alteridade acontece quando é utilizado tanto o ponto de vista do outro como participante, quanto o ponto de vista do outro como personagem.

Na verdade, o que os artistas realizam é uma espécie de confrontação entre as percepções e expressões de sujeitos singulares, solicitados para uma experiência em torno de variados sentidos e de uma linguagem específica, num processo interativo de enunciação e troca, mas só que, agora, em situações onde a experiência normalmente se esgotaria, caso fosse um processo de julgamento ou alguma das diversas formas de controle social.

Trata-se, então, de inventar uma situação na qual as informações e os estados afetivos circulam e são trocados entre os sujeitos participantes, tocando, mais tarde, também, um público maior. Os artistas criam dispositivos em que pode se perceber a criação de encontros, onde todos os envolvidos têm consciência de estar vivendo um encontro provocado, a partir do ponto de vista de um indivíduo.

Dessa forma, podemos enxergar o trabalho da dupla como uma poética sem fronteiras, onde dispositivos são acionados a todo o momento, a cada trabalho realizado. Esses dispositivos são renovados a fim de encontrar uma nova percepção da realidade, buscando uma história subjetiva dos grupos sociais representados, evidenciando a subjetividade desses grupos, em contextos que, muitas vezes, lhes atribuem o lugar de subjetividade-lixo[3].

Os mapas geopolíticos são configurados por desigualdades e intolerâncias marcados por cartografias de cor de pele, estilo de vida, código de comportamento, classe de consumo, língua, sotaque, gênero e crença. Desse modo são construídas fronteiras que, conseqüentemente, interferem no desejo e nos processos de subjetivação da sociedade. Essa mesma sociedade passa a estigmatizar e ignorar as subjetividades dos que estão à margem do sistema.

Nesse cenário globalizado de desigualdades, as consideradas subjetividades-lixo crescem substancialmente e vão tomando espaço, promovendo uma existência que expõe a alteridade a céu aberto (ROLNIK, 2003). A matéria prima da dupla de artistas é precisamente esta alteridade radical. Segundo ela, em entrevista concedida a Consuelo Lins para a revista eletrônica Videobrasil,[4] "a última coisa que uma pessoa de classe média pensa, ao se falar de policial, menino de rua, porteiro ou prostituto, é que essas pessoas tenham uma subjetividade" (DIAS, 2003).

Pode-se configurar o trabalho da dupla como

uma arte que vem a ser uma forma específica de ativismo social, pois insere subjetividades em contextos em que a miséria material é confundida com miséria subjetiva e existencial. Para isso, eles utilizam a *performance* e o trabalho documental como instrumentos de diálogos e negociações com o outro, que, muitas vezes, é desprezado nos campos político e social – sendo sempre representado de maneira distorcida e estereotipada.

Alteridade e Identidade

Nas produções artísticas de Maurício Dias e Walter Riedweg, o que de fato intriga, é o mecanismo sobre as relações de alteridade que a dupla constitui ou deixa muitas vezes de constituir. Os artistas tentam, a todo o momento, transformar e dissolver um outro que está configurado num mero estigma social em um outro como indivíduo subjetivo.

> Há o outro - indivíduo e há o outro – sociopolítico, aquele que existe quando a sociedade suprime sua subjetividade e passa a tratá-lo como um sujeito sem cara. Nosso trabalho investiga as relações entre esses dois tipos de outro (RIEDWEG, 2007, p. 3).

Para compreensão dos mecanismos de alteridade trabalhados por Mau Wal,[5] são necessárias algumas reflexões sobre as questões que envolvem a relação alteridade e identidade.

Para Kathryn Woodward (2004) a indentidade é fabricada na marcação da diferença. Essa marcação ocorre através dos meios simbólicos de representação e também por formas de exclusão social. A identidade não é o oposto da diferença. Ela necessariamente depende da diferença para existir.

Woodwaard (2004) lembra que, nas relações sociais, essas formas de diferença, a simbólica e a social, são estabelecidas por meio de sistemas classificatórios. Esses sistemas irão aplicar princípios de diferença, de uma forma que seja possível dividir a sociedade em dois grupos oposto: o "Nós/Eles" e o "Eu/Outro".

Com freqüência, a identidade envolve reivindicações que podem ser essencialistas ou não. A identidade pode se apresentar para alguns numa forma imutável e para outros numa forma flutuante. Na verdade, a identidade é relacional e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativa a outras identidades. Por fim, vale ressalvar que a identidade ainda está vinculada a condições sociais e materiais. Ou seja, se determinado grupo é simbolicamente marcado como inimigo, conseqüentemente este grupo será socialmente excluído e terá desvantagens materiais.

> O social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades.A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais,definindo,por exemplo, quem é excluído e quem é incluído. É por

> meio da diferenciação social que essas classificações da diferença são vividas nas relações sociais (WOODWARD, 2004, p. 14).

Desse modo, algumas diferenças podem permenecer obscuras. A afirmação de uma identidade de gênero pode omitir diferenças de identidade nacional ou de classe. Assim as identidades não são unificadas e tampouco essencialistas. Muitas vezes existem contradições no seu interior e, por isso, devem ser negociadas.

Ademais a representação compreendida como um processo cultural vai estabelecer identidades coletivas e individuais. Todas as práticas de significação vão envolver relações de poder, que irão se configurar e definir quais identidades individuais e coletivas serão incluídas e excluídas.

Outro fator importante apontado por Woodward (2004) é a "crise de identidade", que, segundo a autora, apresenta-se como elemento central nas discussões acerca da pós-modernidade. Afinal, com a globalização, a identidade é reconfigurada de diferentes formas, podendo ocorrer fortalecimento e resistência de algumas identidades nacionais, como também, a demanda por novas posições de identidade.

A globalização provoca uma aceleração dos movimentos migratórios. A migração terá impacto tanto sobre o país de origem quanto sobre o país de destino. A dispersão dos diversos povos e indivíduos pelo mundo irá produzir identidades que serão moldadas

e configuradas em diferentes lugares e territórios, criando a diáspora. Essa diáspora irá, de certa forma, subverter a identidade (SILVA, 2004).

Desse modo, pode-se atestar que o hibridismo está ligado aos movimentos de diásporas, viagens e deslocamentos nômades. Esses movimentos colocam em contato diferentes culturas e favorecem processos de miscigenação, hibridização e sincretismo, deslocando, dessa forma, as identidades originais dos diferentes grupos que travam conhecimento (HALL, 2003).

As teorias pós-coloniais irão propor uma reflexão sobre os movimentos migratórios das populações das antigas colônias para as antigas metrópoles. A teoria pós-colonial alega que esses movimentos migratórios irão afetar todas as identidades envolvidas, tanto as hegemônicas como as subordinadas.

Segundo o crítico pós-colonial Homi K. Bhabha (2002), colonizado e colonizador fazem uso de uma prática mímica, a partir da qual se constrói uma imagem persuasiva de sujeito com o objetivo de "apropriar-se e apoderar-se do Outro". Assim, a identidade, a partir do hibridismo, sempre remete a uma imagem, a uma espécie de máscara, um mito fundacional. Bhabha (2002) pensa tal questão baseado no conceito de fetiche, uma espécie de fantasia que afirma uma idéia de totalidade (em relação à identidade) e tenta camuflar a percepção da diferença, da ausência, criando o estereótipo no intuito de negar a multiplicidade e assegurar a pureza cultural.

Alteridade como experiência estética

Levando em consideração o caráter flutuante das identidades intercambiáveis, e analisando, sobretudo, os movimentos migratórios e a forma como se desenrolam esses movimentos, pode-se analisar o trabalho de Mauricio Dias e Walter Riedweg como o trabalho de dois viajantes. Aliás, a questão da imigração e do ser estrangeiro é presença marcante na obra dos artistas.

Os trabalhos de Mal Wal abrangem uma diversificada gama geográfica e social, que transita desde o trabalho com meninos de "rua", no Rio de Janeiro (Devotionalia), até prisioneiros e menores infratores nos Estados Unidos (Questions Marks); imigrantes e refugiados na Suíça (Dentro e Fora do Tubo); camelôs nas ruas de São Paulo (Mera Vista Point), policiais e seus cães farejadores na divisa entre o México e Estados Unidos (Mama e Ritos Viciosos), garotos de programa em Barcelona (Voracidade Máxima), cegos no Rio de Janeiro (Belo é tudo aquilo que não foi visto) e porteiros na cidade de São Paulo (Os Raimundos, Os Severinos e Os Franciscos).

A condição de imigrante permeia não apenas as escolhas de vida de Maurício Dias e Walter Riedweg, mas principalmente suas posições artísticas e políticas. É interessante pensar a configuração das próprias identidades dos artistas, um brasileiro e o outro suíço. Ambos subverteram configurações e identidades pré-estabelecidas, assumiram o papel de viajantes olhando e descobrindo o mundo e suas múltiplas subjeti-

vidades, fugindo do exotismo e da estereotipação da diferença.

Segundo Maurício Dias, "o imigrante é aquele que se desloca não só no espaço geográfico, mas no espaço de tempo. Isso dá a ele um status único de percepção do mundo" (DIAS, 2002).

Igualmente, os artistas instauram, através do olhar do viajante, a complexidade da vida, elevando o grau de percepção das pessoas em relação a suas próprias identidades. A viagem não está apenas nos conteúdos das conversas que se estabelecem com o Outro. A viagem está na própria dinâmica de trabalho dos artistas, já que a maioria de seus projetos é feita longe da realidade e dos territórios aos quais pertencem.

O trabalho de Dias e Riedweg irá desenvolver dinâmicas específicas para mobilizar questões locais. Para isso, os artistas irão buscar, em diferentes países, regiões e configurações, realidades locais que traduzam questões universais, em um contexto geopolítico em que prevalecem questões e negociações identitárias, de etnia, estilos de vida, códigos comportamentais, recortes de classe, línguas, sotaques, regionalismos e gênero. Será nesse contexto abstrato que o trabalho de Dias e Riedweg irá se defrontar com uma alteridade radical. Nessas configurações é que os artistas irão construir seus dispositivos, e assim se aproximar de um Outro supostamente tão diferente e distante, eliminando, desse Outro, certos fetiches identitários que o encobrem e, muitas vezes, neutralizam a sua existência. Os artistas acabam rompendo a

barreira que os separa do Outro, de modo a fazer soar a voz da densa complexidade desse encontro quando ele acontece efetivamente.

É importante salientar que, além de analisar a complexa forma de trabalho de Maurício Dias e Walter Riedweg, existe uma necessidade de compreender o caráter intertextual da dupla, pensar o que de fato levou os dois a se unirem e tentarem, de certa forma, produzir um tipo de arte que redimensiona a ordem tradicional da arte que ambos estavam acostumados a produzir.

Segundo os artistas, a necessidade de experimentar outras formas de vida e de criação, além de um absoluto não-saber como e nem o quê criar, foi o que, de fato, motivou o encontro dos dois. Assim, os dois hibridizaram seus universos e seus talentos, arriscando uma experimentação nova, que os levaria à descoberta de Mau Wal[6]. Assim, descobrem que estavam contidos em si e, de certa forma, nos outros. Desse modo, a política de relação com o Outro começa no próprio envolvimento da dupla, expandindo e extrapolando o processo de produção.

Refletindo o conceito de comunicar como estabelecer encontros e diálogos com outro, reconhecendo e respeitando a subjetividade desse outro, sobrepondo assim à idéia de que comunicar é simplesmente informar, Maurício e Walter, quando colocam as experiências artísticas em favor do reconhecimento das diferenças e da alteridade, assumem o papel de mediadores, tornando explícitas as relações entre di-

ferenças culturais, subjetivas e desigualdades sociais. Assim, a produção videográfica de Mauricio Dias e Walter Riedweg parece estabelecer uma comunicação que, de certa forma, diminui a grande lacuna entre os espaços que definem a identidade de quem é ou não excluído.

Passando bem longe da estética fetichista e estetizadora da miséria através de uma pseudo-assistência social, o que permanece no corpo da obra de Dias e Riedweg é o desajuste a modelos, categorias e relações pré-estabelecidas.

Sabendo que a identidade não é fixa, mas flutuante e híbrida, pode-se afirmar que ela se constrói e se estrutura a partir de relações sociais de um Outro. Maurício Dias e Walter Riedweg habitam a identidade incógnita da vida, através do olhar constante de um viajante, quando a dupla expõe as relações de estética e alteridade em suas extremidades.

Conclusão

Sabendo que a comunicação estabelece uma relação constitutiva com a cultura, é necessário perceber que as culturas vivem enquanto estabelecem comunicação umas com as outras, fortalecendo os tecidos coletivos. Essas comunicações entre culturas não podem ser entendidas de forma inocente ou inconsciente, entendidas como construção ideológica. Na verdade, as reflexões que surgem de tal fluxo de comunicação

provocam impactos na cognição social de todos os envolvidos nessas relações constitutivas.

Jesús Martín Barbero (1997), ao chamar atenção para o desconhecimento antropológico sobre a relação da cultura com a comunicação, concebe que a comunicação é aquela que executa uma colocação em comum da experiência criativa, através do reconhecimento das diferenças e abertura para o Outro. Partindo desse raciocínio, Barbero (1997) entende que o comunicador, nesse amplo contexto, deixa de ser um mero intermediador de informações e passa a assumir importante papel de mediador – aquele que torna explicita a relação entre diferença cultural e desigualdade social.

Assim, partindo do conceito de mediação proposto por Barbero (1997), deve-se enxergar o papel dos videoartistas Dias e Riedweg como mediadores das relações políticas, sociais e culturais nos campos da comunicação e da arte.

Quando os artistas apresentam, em suas obras, os atores sociais coletivos que geralmente se encontram à margem do processo de negociação midiática, a narração e as identidades desses grupos são constantemente negociadas.

Pode-se perceber que a política comunicacional adotada por Maurício e Walter tem como pano de fundo as transformações políticas, organizacionais e tecnológicas. Os videoartistas acabam desenvolvendo, em seus trabalhos, um olhar analítico, que atua criticamente em relação aos conflitos desenvolvidos por essas transformações.

A abordagem artemidiática elaborada por Dias e Riedweg propõe a inclusão das minorias em regimes normalmente hegemônicos, como o das artes e do audiovisual. Os artistas, através de artefatos estéticos e políticos, acabam atribuindo a seus trabalhos um caráter midiativista que reivindica o poder político de seus trabalhos através do ato de comunicar e mediar as diversas formas de relações culturais e sociais presentes em suas videoinstalações.

É necessário, ainda, pensar que o trabalho de mediação feito por Maurício Dias e Walter Riedweg funciona como algo que rompe com os parâmetros clássicos, indo além das percepções e inovações estéticas, da manipulação de técnicas, da contemplação e da leitura formal dos trabalhos audiovisuais. No cenário confuso das relações sociais e estéticas da contemporaneidade, o processo de trabalho e mediação que os artistas executam envolve discussões e questionamentos mais amplos e complexos.

Através de uma competente mediação cultural, Dias e Riedweg fazem com que o público e os atores sociais coletivos envolvidos em seus trabalhos subvertam a ordem e as relações concebidas pelos planos hegemônicos, chamando atenção para uma nova perspectiva das relações entre ética e estética, arte e política. Os artistas acabam fazendo com que tanto as audiências quanto os grupos sociais envolvidos em sua produção passem a ter uma compreensão crítica da sociedade, da arte e das diversas culturas que os constituem.

No trabalho de mediação de Dias e Riedweg, o vídeo passa a fazer parte do processo como meio de ação política e social. Partindo do ponto de vista micropolítico, o vídeo faz aparecer uma alteridade radical que, muitas vezes, causa estranhamento. O Outro com o qual os artistas interagem, é potencializado e expandido. Nesse sentido, a subjetividade social desse Outro acaba sendo resgatada ou até mesmo extraída.

Diferentemente das práticas comunicacionais presentificada nos controles hegemônicos das mídias, nas videoinstalações inventadas por Dias & Riedweg, a comunicação é parte do tecido coletivo e da produção de consistência subjetiva. Desse modo, as relações sociais e políticas são redefinidas pelos artistas – o que, de fato, desloca os questionamentos dos atores sociais coletivos, desloca a posição dos públicos e desloca também a própria posição hierárquica ocupada pelos artistas.

Para construir uma nova política e uma forma de produção de discurso e verdade, é preciso compreender a arte e a comunicação como partes integrantes na constituição das práticas sociais e políticas. Através de instrumentos midiáticos como o vídeo, Maurício Dias e Walter Riedweg conseguem atribuir um caráter social cognitivo a sua linguagem.

Referências

BABHA, Homi K. A questão do "outro": diferença, discriminação e o discurso do colonialismo. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque (org.). **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro. Ed.Rocco, 1992.

BABHA, Homi K. Abrindo uma porta para o mundo: Os Raimundos, Severinos e Franciscos. Arte contemporânea Brasileira: um/entre outros. **Catálogo da XXIV Bienal de São Paulo**. São Paulo: Fundação Bienal, 1998.

BABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações – Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

BELLOUR, Raymond. A dupla hélice. In: PARENTE, André (org). **Imagem-máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2000.

CHAIDERMANN, Mirian. Erotismo na era virtual. **Revista Trópicos**, Disponível em: < http.uol.com. br/tropico/html/textos/2655,1.shl>. Acesso: em 10 maio 2008.

DAVID, Catherine. O outro começa onde nossos sentidos se encontram com o mundo. **Catálogo da exposição monográfica**. Centro Cultural Banco do Brasil. Rio de Janeiro, 2002.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. Ed. Rio de Janeiro: DP & A, 1997.

HUAPAYA, Cesar. **Os dispositivos das artes e das práticas performativas**. No prelo.

MACHADO, Arlindo. **Made in Brasil**: três décadas do vídeo brasileiro. São Paulo: Ed. Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Ed. Martins Fontes. 1994.

ROLNIK, Suely. Alteridade a céu aberto. In: **Possiblemente hablemos de lo mismo**. Barcelona: MacBa, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, 2003.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 7-72.12

[1] Arte Pública são todas as intervenções artísticas realizadas num espaço público de livre acesso (rua, praça, jardins, parques, metrô, fachadas arquitetônicas etc). A Arte Pública engloba uma diversidade de gêneros artísticos que estejam relacionados, direta ou indiretamente, com o espaço público e sua vivência social.

[2] Miriam Chnaiderman é psicanalista, ensaísta e diretora de documentários.

[3] Termo cunhado por Suely Rolnik para classificar a forma como

são tratadas as subjetividades dos indivíduos que se opõem às forças hegemônicas.

[4] Entrevista concedida para o dossiê Dias e Riedweg da Associação Videobrasil Online.

[5] Abreviatura de Maurício Dias e Walter Riedweg. Optarei em não grafar em itálico no decorrer do texto.

[6] Vale ressalvar que, a dupla no filme *Mau Wal: encontros traduzidos* irá afirmar que se transformaram em apenas um individuo – de onde provém o nome Mau Wal.

O MITO DA "BAIANIDADE" E SUA APROPRIAÇÃO PELO TURISMO: ALGUMAS OBSERVAÇÕES

Rodrigo Bomfim Oliveira

Introdução

A atividade turística no Brasil tem crescido a cada ano. Segundo Montoro (2003), estimativas indicam que esta é a maior atividade do mundo contemporâneo, acumulando *superávit* especialmente em países em desenvolvimento.

Observando a pauta de exportações brasileira, nota-se que o crescimento gerado através do turismo nos primeiros cinco anos deste século foi marcante, situando-se acima das receitas obtidas com exportações de minério de ferro ou da carteira agrícola tradicional (açúcar, café, cacau, entre outros produtos de exportação). Alcançou 4% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional em 2000 e respondeu "por 6,5 milhões de empregos nos últimos cinco anos" (MONTORO, 2003, p. 17).

Este desenvolvimento – e a necessidade de acentuá-lo através da oferta de novos destinos e da construção de novos atrativos para destinos potenciais, como a Bahia – fez com que, em 2004, o Ministério do Turis-

mo, através do Programa de Regionalização e Roteirização do Turismo, denominado "Roteiros do Brasil"[1], promovesse um mapeamento do setor e elaborasse roteiros que, dotados de melhor estruturação, viessem a render benefícios a curto, médio e longo prazos.

Através do Programa, foram identificadas, entre 2004 e 2005, 219 regiões de turismo situadas em um conjunto de 3.203 municípios de todo o país. No ano seguinte, este número foi alterado para 200 regiões prioritárias, atingindo 3.819 municípios.

O esforço oficial para incrementar o setor foi mais acentuado ainda entre 2003 e 2005, quando foram aplicados R$ 321,9 milhões em estratégias de promoção dos produtos turísticos do país, segundo dados do Ministério do Turismo (2006).

No bojo desse desenvolvimento e ações, outros programas foram criados nos estados. Na Bahia, utilizando-se dessa premissa legal, o Governo do Estado, apoiado em recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), através do Programa de Desenvolvimento Turístico Integrado do Nordeste (PRODETUR/NE), deu início à criação de Complexos Turísticos Integrados que tinham por base o patrimônio natural, paisagístico, histórico e cultural do Estado da Bahia.

Assim, para estabelecer as condições infra-estruturais adequadas ao desenvolvimento das atividades turísticas, o Governo do Estado, sob responsabilidade da Secretaria da Cultura e Turismo e chancelado pelo PRODETUR, criou quatro pólos distintos de turismo: Salvador e entorno, com 20 municípios; Chapada Dia-

mantina, com 28 municípios e três diferentes circuitos; Litoral Sul, incluindo Costa do Cacau e do Dendê, com 14 municípios, e finalmente o Pólo do Descobrimento, com a Costa do Descobrimento e das Baleias, num total de 08 municípios.

Antes, porém, para dar conta desta demanda interna, criou, em 1968, um Órgão Estadual de Turismo – a BAHIATURSA – encarregada de desenvolver inúmeros projetos direcionados ao fortalecimento do turismo estadual. Incluiu-se aí a confecção dos materiais promocionais, de campanhas publicitárias, promoções de eventos e ações que viabilizassem a aparição da marca "Bahia", do termo "baianidade"[2] - e do sentido imputado a ele – nas apropriações discursivas de âmbito midiático da Bahia como destino turístico.

Considerando que o mercado de turismo e do lazer no Estado tem contribuído expressivamente para a economia e que, para a manutenção deste quadro, fez-se necessária a criação de um plano identitário que destacasse o Estado frente ao restante do país e do mundo, trabalhou-se com a hipótese de que a *baianidade* nada mais é do que uma representação do povo baiano; a representatividade ou ilustração de seu modo de vida, com características definidas e estruturadas, que agregam valores díspares de quaisquer outras localidades, capazes de oferecer traços da cultura local, ainda que esses sejam selecionados a partir de um leque maior de possibilidades, já que uma gama enorme de referências culturais, do próprio Estado, não é contemplada no conceito.

Assim, a idéia[3] que se tem de *baianidade* é relativa, em grande parte, à significativa persistência de atores sociais (artistas, escritores e grupos isolados) em criar, manter e gerenciar um *status* de originalidade e diferença baseado em rústicas manifestações africanas que se misturam às tecnologias e discursos pós-modernos sobre cultura. Percebe-se, pois, a busca por uma identidade que destaque a Bahia e, em conseqüência, crie no 'outro' a idéia de fantasia, de lúdico e de possibilidades de liberdade, elementos que, isolados ou articulados, contribuem para fomentar o turismo.

Segundo Canclini (1999), os movimentos de "reterritorialização" ou reinvenção cultural, em parte representados por processos de comunicação de massa, surgem de estratégias mercadológicas, isto é, o empresariado entende que, aliada às necessidades homogeneizadoras para maximizar o lucro, encontra-se a demanda de se desenvolver produtos que atendam às particularidades local-regionais com o intuito de ofertar produtos turísticos.

Diante dessas considerações, o objetivo central deste trabalho é analisar como se constrói e vende a imagem de um destino turístico – neste caso, a Bahia –, tornando imprescindível averiguar se o conceito de *baianidade* está presente na divulgação dos atrativos turístico-culturais do Estado com características reducionistas.

Para isso, analisa os conceitos de imaginário, formação identitária e sua relação com o turismo – iniciando com a discussão sobre a construção imagi-

nária da "baianidade", seus elementos fundadores, deslocamentos identitários e hibridismo, tomando como referência os trabalhos de Durand (1997), Chauí (2000), Orlandi (2003), Anderson (1989), Ortiz (1996, 2003), Bhabha (1998), Mota (1985), entre outros. Abarca questões teóricas ligados à formação do Brasil, através de aspectos ideológicos e discursivos no âmbito cultural, o papel da mídia, afunilando para alguns alicerces ligados à idéia de Bahia. Discute-se, ainda, a relação da comunicação com o turismo, por entender o turismo como fenômeno de comunicação. Com base em Wainberg (2003), vê-se como a imagem, através da exacerbação da estética e da plasticidade dos destinos turísticos, contribui para o reforço e mesmo para a construção de imaginários. "A imagem talvez seja um dos temas de maior relevância quando se trata do turismo", diz Barbosa (2001, p. 31). Essa assertiva destaca a participação do turismo numa sociedade simbólica e, mais, numa sociedade de consumo de bens simbólicos. Já Gastal (2003, p. 57) assegura que "trabalhar no turismo significa alimentar, reforçar ou renovar imaginários", o que reforça os objetivos deste trabalho.

Pretende-se, através de pesquisa bibliográfica do quadro teórico em questão, que este trabalho venha a se constituir em subsídio para a discussão acerca da identidade cultural[4] e do uso desta identidade como atrativo turístico; possa identificar a construção dos aspectos da cultura baiana e onde se insere a "baianidade", além de discutir a construção da interface entre

a cultura e o turismo, à luz das representações culturais, na medida em que o simbólico acaba agregando valores aos serviços oferecidos pelo turismo.

A construção imaginária e a disseminação de representações

Do latim *imago-ginis*, vêm os vocábulos imagem, imaginação e imaginário. Etimologicamente, a palavra tem significado relativo a representação. Em sentido mais estrito, diz respeito às representações de algo concreto, táctil ou abstrato, a partir de experiências ou percepções. Nessa direção, o imaginário, então, seria a produção da imaginação a partir de uma imagem.

Para Durand (1997, p. 14), imaginário é o "conjunto das imagens e das relações de imagens que constitui o capital pensado do *homo sapiens*", a ampla e essencial finalidade na qual se acomodam todas as expressões do pensamento humano. Propondo uma compreensão simbólica da imaginação, que impetra o caráter semântico das imagens, Durand contesta Lacan no momento em que o mesmo percebe o imaginário como um aspecto essencial da construção da subjetividade. Para Lacan, entretanto, o simbólico seria coletivo e cultural, enquanto o imaginário, pessoal e aparente.

Uma das formas de entendermos a realidade brasileira e a constituição do imaginário sobre o país é a partir dos mitos fundadores da nação. Chauí

(2000) atribui à "nação como semióforo" a narrativa simbólica de fatos, com a eleição de objetos relevantes, comprometida com o imaginário nacional de uma determinada localidade. São elementos providos de significação ou de valor simbólico, tão essenciais e significativos que acabam por transferir parte do seu padrão de significado para tudo o que venha a acontecer, em seguida, a esta sociedade.

Não obstante, ocorre, na atualidade, uma ressignificação do semióforo tradicional. Antes, ele estava ligado à simbolização do invisível espacial ou temporal – intimamente relacionado ao sagrado e às instâncias de poder. Hoje, entretanto, sua aquisição gira em torno da riqueza e do prestígio. O semióforo ganha uma característica de mercado e vai delinear o patrimônio artístico e histórico-geográfico da nação.

No caso do Brasil, por exemplo, a sua descoberta ou *achamento* constitui uma invenção histórica e construída culturalmente. Os primeiros elementos para a construção de um mito fundador se deram no período da conquista e da colonização das Américas e do Brasil, ainda no século XVI. É essa construção que se designa como mito fundador (CHAUÍ, 2000, p. 27-28).

Para Orlandi (2003), o discurso de fundação ou fundador é responsável pela formação do país e pela construção da identidade nacional. Ele é capaz de se estabilizar como referência na construção da memória nacional. Trata-se de um discurso de muitos sentidos que, muitas vezes, está atrelado à história oficial do país.

Os Estados-nação europeus firmaram-se em torno dos ideais burgueses contrários ao poder absolutista estatal. Anderson (1989) chama de *Comunidades Imaginadas* o processo discursivo arbitrário de construção desses estados nacionais, comprometidos com línguas nacionais e limites territoriais.

Chauí (2000) afirma que a noção de nação forma-se por volta de 1830, "[...] entendida como Estado-nação, definida pela independência ou soberania política e pela unidade territorial e legal" (idem, 2000, p. 14). E, no caso do Brasil, ocorre com a independência política em relação a Portugal, em 1822.

Desde o século XIX, quando foi estabelecido um novo tipo de organização social, com o advento da Revolução Industrial, fez-se necessário distinguir os conceitos de Nação e Estado para compreender o papel dessas duas instâncias no desenvolvimento da sociedade.

Tendo em vista que o conceito de Estado, enquanto máquina político-administrativa, tinha sua origem remota, o conceito de Nação, segundo Ortiz (1996), passava a ser considerado um espaço central, já que articulava uma "unidade mental e cultural". Neste sentido, para o autor, "o que vai importar é a existência de ideal comum e não a repressão administrativa do poder" (idem, p. 43). Com isso, o princípio da cidadania que surgiu nas revoluções políticas, trouxe consigo a possibilidade de desenvolvimento bem como a criação de uma identidade nacional estimulada pelo Estado.

Anderson (1989) comenta o surgimento do nacionalismo após o enfraquecimento de dois sistemas culturais relevantes – a comunidade religiosa e o reino dinástico, isso muito antes da Revolução Industrial, ainda no século XVI. Esses são considerados e definidos pelo autor como um nacionalismo atrelado a sistemas culturais que precederam a idéia de nacionalismo do Estado liberal burguês.

Para este autor, não foram somente estes dois sistemas culturais fortes os responsáveis pelo surgimento de uma consciência nacional. Mais tarde, ele revela que: "por trás da decadência das comunidades, línguas e linhagens sagradas, tinha lugar uma mudança fundamental nos modos de apreender o mundo, que, mais do que qualquer outra coisa, tornou possível 'pensar' a nação" (ANDERSON, 1989, p. 31).

A imposição da consciência nacional deu-se a partir da utilização das línguas vulgares, que substituíram o latim, até então a língua mais utilizada nas publicações da época. Três fatores externos acabaram contribuindo para o surgimento dessa consciência e, dentre eles, destaca-se o impacto da Reforma, que impulsionou o capitalismo editorial e a Contra-Reforma, quando as teses publicadas por Martinho Lutero foram amplamente divulgadas e disseminadas em diversos idiomas. Para reiterar sobre o poder da imprensa, Anderson vai afirmar que:

> Antes da era da imprensa, Roma ganhava facilmente todas as guerras contra a heresia

> na Europa ocidental, porque sempre teve linhas internas de comunicação melhores que seus desafiantes. Quando, porém, em 1517, Martinho Lutero afixou suas teses na porta da capela em Wittenberg, elas foram impressas em tradução para o alemão e, "no espaço de quinze dias [haviam sido] conhecidas em todos os cantos do país" (ANDERSON, 1989, p. 48).

Ainda falando sobre nacionalismo, Moura (2005, p. 82), ao analisar este mesmo texto de Anderson, define, sob sua ótica, o que seria de fato a nação, considerando-a como um sistema coerente e articulado de relatos cuidadosamente guardados, sem que estes sejam estorvados por lembranças, inconvenientes embaraçosos, o que comprometeria a eficácia do texto. Assim, os elementos presentes dentro da nação necessitam manter-se em harmonia, trabalhando sempre para reforçar seus valores, não permitindo que nenhum elemento externo possa ir de encontro aos seus objetivos.

Entende-se, nesse processo, que a identidade nacional é formada por trocas sociais, construídas e reconstruídas nesse dinâmico complexo de inter-relações, partindo de novas leituras das tradições que permeiam a manutenção de membros dentro de um grupo ou uma ruptura com a estrutura vigente. É no seio dos limites territoriais do Estado que essas trocas e interações acontecem, tendo em vista os interesses dos grupos majoritários. Conforme explica Bhabha (1998),

> Estamos diante da nação dividida no interior dela própria, articulando a heterogeneidade de sua população. A nação barrada, alienada de sua eterna autogeração, torna-se um espaço liminar de significação, que é marcado *internamente* pelos discursos de minorias, pelas histórias heterogêneas de povos em disputa, por autoridades antagônicas e por locais tensos de diferença cultural (BHABHA, op. cit., p. 209).

Tais mecanismos foram capazes de mobilizar a população, via nacionalismo, em esforço grandioso de elaboração ideológica do "caráter nacional" ou da "identidade nacional", cujas características, por vezes, são antagônicas.

O caráter limitado da nação se constitui pelo fato de ela possuir fronteiras finitas e compatriotas que nunca se conhecerão, habitam a "comunidade imaginária" que encerra o ideal de comunhão e de pertencimento. Já a soberania, conceito nascido à luz do Iluminismo e dos ideais da Revolução Francesa – *liberte, igualitè e fraternitè* – encarna um Estado laico, regido por leis e pela razão do Homem. A nação imaginada como comunidade se dá pelo fato de haver uma desconsideração simbólica em relação às desigualdades sociais e diferenças culturais que compõem as nações de uma maneira geral em detrimento de um "companheirismo profundo e horizontal" (ANDERSON, 1989, p. 16).

A idéia de nação, por outro lado, emerge, segundo Bhabha, através de narrativas e de discursos,

como uma entidade ambígua. O nacionalismo é, por natureza, ambivalente. Trata-se de um domínio no qual interesses privados assumem sentidos públicos. O discurso da identidade nacional é, forçosamente, constituído tanto por essa ambigüidade entre interesses privados e cenas públicas, quanto pela produção de outro significativo, condição essencial para a produção de sentido dos discursos.

Bhabha (1998) diferencia o *discurso performático*, o qual teria como característica mais marcante o desenvolvimento de um esquema de oposição ao Estado-nação, do *discurso pedagógico*, que, a princípio, regula a incorporação de um discurso instrucional – discurso da moral e da transmissão de valores. A ambivalência da mímica permite uma forma de subversão, nas palavras de Bhabha (2001, p. 163): "se os efeitos discriminatórios permitem às autoridades vigiá-los, sua diferença que prolifera escapa àquele olho, escapa àquela vigilância" (1998, p. 163).

Então, as relações existentes entre imaginário e percepção do real estão intimamente ligadas aos processos cognitivos humanos onde os meios de comunicação desempenham um papel importante na disseminação de imaginários, antes apenas presentes em textos escritos.

É sabido que os meios de comunicação, independentemente da apresentação estética dos mesmos, interferem, de forma significativa, na construção do imaginário. O rádio, sem imagens, é capaz de abrir caminhos para uma 'percepção' realística e

induzir ao sonho; o cinema, por sua vez, abraça o espectador absorvendo-o em sua ansiedade; enquanto a televisão reforça expectativas, faz parte do cotidiano das famílias e interfere em todo o contexto sócio-político nacional.

Em linhas gerais, esses são exemplos de como os meios de comunicação utilizam-se das imagens para apregoar idéias, fazer emanar sentidos, sugerir lugares, oferecer e vender sonhos. Dessa forma, o turismo se insere como atividade fundamental da dinâmica sócio-econômica e cultural no mundo contemporâneo, onde as tomadas de decisão dos roteiros e serviços perpassam por um eficiente sistema de comunicação.

Esses meios – os *mass media* – têm uma relação íntima com o sujeito, intervindo em escolhas, decisões, reestruturando as relações sociais, os gostos e desejos. Dialogam estrategicamente com cada um, como se esse fosse único, embora seja só parte do todo.

As transformações dos processos comunicativos, ao longo da história, demonstram uma grande modificação no modo como os indivíduos e grupos entendem a realidade que os cerca e como, ao mesmo tempo, são modificados por ela. Hoje, na chamada "Idade Mídia" (RUBIM, 2004), a vida encontra-se repleta de textos ancorados em imagens. Trata-se de uma sociedade estruturada e ambientada pela mídia.

A mídia hoje desempenha um papel importante na veiculação de discursos sobre uma determinada localidade e, ao mesmo tempo, tem sido utilizada como promotora de destinos turísticos. A conferir com Nilsen

(2002, p. 101), as pessoas dependem, em maior ou menor grau, de comunicação de massa, no que diz respeito à grande parte das informações e entretenimento.

O Estado e a mídia como interpretadores do Brasil

Ao longo da história do Brasil, foram várias as interpretações que nortearam idéias sobre a formação da identidade nacional. Reis (2000) faz um levantamento de importantes interpretações sobre o Brasil. Passa por autores que elogiam a colonização portuguesa, como Vernhagen e Freyre, até chegar àqueles que propõem um movimento de emancipação através da superação das raízes ibéricas, como Capistrano de Abreu, Sérgio Buarque de Holanda, Werneck Sodré, Caio Prado Júnior, Florestan Fernandes e outros.

Vale salientar que Gilberto Freyre trabalhou com os benefícios da mestiçagem e da cultura popular como conteúdos particulares da nacionalidade. Pinho (1998) credita à obra de Freyre a chave explicativa que marcou, persistentemente, a auto-imagem dos brasileiros e foi abraçada como ideologia pelo regime autoritário da época. Signo maior da nacionalidade, a mestiçagem alterou a orientação geral da representação simbólica da nacionalidade.

Nesse contexto, durante o Estado Novo (1937-1945), consolida-se nos aparelhos ideológicos do Estado – e fora deles – uma concepção nacionalista de cultura brasileira: no ensino, na rede de bibliotecas,

nas interpretações de ideólogos. Havia um empenho em "fabricar" uma Nação, um povo, um "caráter nacional brasileiro", como dizia Dante Moreira Leite. Para Mota (1985), a noção de cultura brasileira surgiu, assim, historicamente, no discurso ideológico de segmentos altamente elitizados da população, para dissolver as contradições reais da sociedade.

Os Estudos Culturais, na figura de Hall (2004), dissecam a importância das narrativas nacionais na constituição das identidades coletivas, como a brasilidade. Para ele, a narrativa nacional pode ser contada de várias maneiras e em diferentes versões, como os mitos, a literatura nacional, a mídia e a cultura popular. São capazes de materializar em tropos literários as representações que permitem aos sujeitos individuais a identificação com a história nacional e enfatizam fortemente a continuidade e a atemporalidade da identidade nacional, vista como única em sua trajetória desde as origens mais distantes. Essa ocorre também através da invenção de tradições, materializadas em rituais aparatosos e formalistas, como paradas e desfiles militares, que evocam uma vinculação a valores nacionais tidos como profundos e imemoriais.

Além dos fatores apontados anteriormente, a invocação de mitos fundantes constitui outra das estratégias discursivas de construção da legitimidade-verossimilhança da idéia de nação. Por fim, há a montagem da nacionalidade sobre a idealização de um "povo", que se coloca pela supressão da pluralidade

realizada pela suplementaridade do nacionalismo cultural, entendido como aparato de poder.

Estariam aí nessas construções discursivas miméticas, a gênese de vários estereótipos, como mitos, piadas e afins, reforçadas, posteriormente, pelos *media*.

No Brasil, esta possibilidade de influência da mídia no fortalecimento de um ideário nacional foi amplamente explorada a partir do desenvolvimento de um moderno sistema de comunicação sob forte influência do Estado, que sempre influiu sobre o conteúdo veiculado.

Castells (1999), por exemplo, caracteriza a TV como atividade industrial e comercial e importante vendedora de bens e idéias, particularmente através de publicidade e telejornais, também usados como disseminadores estratégicos da Doutrina das três formas e origens de construção de identidades, sob o poder legitimador do Estado. Segundo o autor, a identidade legitimadora é introduzida por instituições dominantes que visam expandir seu poder junto a todos os atores sociais, racionalizando e expandindo sua dominação. Diz ainda que:

> A *identidade legitimadora dá origem a uma sociedade civil*, ou seja, um conjunto de organizações e instituições, bem como uma série de atores sociais estruturados e organizados, que, embora às vezes de modo conflitante, reproduzem a identidade que racionaliza as fontes de dominação estrutural (CASTELLS, 1999, p. 24, grifo do autor).

Além desses, outros fatores também ajudaram a solidificar a base de uma cultura, no qual a TV iria se estabelecer sob influência cultural de países como Inglaterra e Estados Unidos. Sérgio Mattos diz que "países desenvolvidos como os Estados Unidos serviam de modelo para os subdesenvolvidos" (MATTOS, 2001, p. 51).

Juntamente com a UNESCO, nos anos 1960, os Estados Unidos já se utilizavam dos veículos de comunicação para difundir seus ideais, através dos super-heróis que reforçavam o sonho de liberdade americano. Assim, esses países se tornaram primordiais para formar o pilar que sustentou a chegada e a regulamentação da TV brasileira.

Fica claro, a partir desse ponto de vista, que "a diferença entre as identidades nacionais residem, portanto, nas diferentes formas pelas quais elas são imaginadas" (SILVA, 2000, p. 24).

A reafirmação da língua e de outros símbolos específicos de cada país, como a bandeira e o hino nacionais, também podem ser mencionados como elementos de uma estratégia política dentro de um plano de integração nacional (BRITTOS, 2005, p. 8).

Nesta perspectiva, ficou clara a idéia de que o Brasil passava por uma formulação de identidade, que seria, com a ajuda dos meios de comunicação, disseminada rapidamente a toda a nação. O sistema de telecomunicação possibilitou a integração do mercado e da consciência nacional (ORTIZ, *op. cit.*), despertando, através desse discurso de união nacional, para

a massificação e o consumo. No que tange ao produto turístico Bahia, não foi diferente.

O mito da *baianidade* e sua apropriação pelo turismo

A idéia que se tem da Bahia compõe-se a partir do que foi chamado de macro discurso, que vem sendo construído desde a origem do Brasil e ressemantizado à luz dos interesses situados, tanto ideológicos quanto econômicos. Há uma produção discursiva oriunda de um discurso anterior mais abrangente e integrador que, nos últimos anos, alguns autores, como Risério (1993), Moura (2001) e Pinto (1998), entre outros, têm chamado de "baianidade".

Nesse sentido, o mito "baianidade" tem sido discutido, no âmbito acadêmico e fora dele, através de produções simbólicas ligadas à música, à literatura, ao cinema, entre outros, sob diferentes prismas, no afã de explicar a "alma baiana" através da seleção de alguns elementos estereotípicos. O sociólogo Milton Moura (2001), por exemplo, desenvolve sua conceituação a partir de núcleos temáticos, os quais ele vai nomear de *texto identitário.*

O objetivo deste trabalho não é fazer um levantamento genealógico do termo "baianidade", mas sim discorrer sobre algumas de suas particularidades, uma vez que este se insere nas apropriações discursivas no âmbito midiático da Bahia como destino turístico.

Um dos nomes que desenvolveram reflexões so-

bre os discursos da "baianidade" foi Antônio Risério (1988, 1993), que mesmo não tendo análises balizadas pelo viés científico-acadêmico, ajudou a destacar a chamada "alma baiana". Os discursos acerca da "baianidade" estariam ligados a um entendimento sobre a "construção do *ser baiano* como um fato histórico, cultural, natural e urbano" (OLIVEIRA, 2005, p. 32).

Nesse sentido, a Bahia seria um amálgama de signos compartilhados ligados ao isolamento cultural proporcionado pela forma como o Estado, segundo Teixeira (1996), foi pensado. Esse isolamento inicia-se a partir do momento em que a produção açucareira entra em declínio, forçando com que deixasse de ser central do ponto de vista mercantil e se fechasse em si mesmo.

Trata-se de um lapso temporal de mais de 200 anos, que, para Teixeira (1996) e Pinto (1998), compreende-se num recorte entre a perda de posto administrativo do Brasil, em 1763, e os anos 50 do século XX, quando tiveram inicio importantes mudanças no conjunto de elementos que foram fundamentais para que as produções simbólicas estivessem sintonizadas com o que se entende por "baianidade". A implantação da Petrobrás no Recôncavo baiano e a implantação da Universidade Federal da Bahia estariam na gênese desse processo.

Nesse contexto, de acordo com Almeida (2000), a exibição da telenovela *Gabriela, Cravo e Canela*, em 1976, pela Rede Globo de Televisão, foi um marco da publicização da idéia de Bahia. A publicidade nacional

obtida pelo Estado contribuiu para que o governo local optasse por acentuar o turismo como estratégia deliberada de política pública, submetendo a esta prioridade quaisquer intervenções de ordem cultural.

Depois da novela *Gabriela*, sobretudo a partir de 1979, o governo empreendeu uma campanha maciça de divulgação da Bahia como destino turístico para o resto do país. Assim, o Estado interveio diretamente, principalmente utilizando a televisão para divulgar a imagem da Bahia em pólos emissores. "[...] quando um governo estadual elege o turismo como alvo estratégico a ser perseguido, ele escolhe os elementos da tradição cultural que lhe convém, de acordo com seus objetivos de diferenciar o seu produto no mercado de lazer" (idem, 2000, p. 8), ou seja, "certos significados do passado e do presente são escolhidos para ser enfatizados, enquanto outros são esquecidos de propósito" (WILLIAMS, 1980, p. 39).

Nessa perspectiva, o discurso da *baianidade* foi forjado por interesses político-econômicos ligados a uma construção identitária da modernidade (tradicional), traduzida no cotidiano cultural e negociada na exposição dos *mass media*, numa estratégia de mercantilização de certa alteridade. Para Pinto (1998), essa noção de *baianidade*, portanto, se constitui por representações caricaturais de uma suposta cultura singular, espontânea, criativa, musical e vendável como um produto turístico que atende a um segmento específico de mercado. Voltando a Milton Moura, seria "nossa máscara típica e pública" (1999, p. 102).

No rol das representações ligadas à noção de *baianidade*, existem espaços e produções culturais não contemplados, entretanto, são evidenciados na categorização imagética da Bahia, somente: a cidade de Salvador e o Recôncavo. Pode-se dizer que o *ser baiano*, personagem protagonista da *baianidade*, amplamente divulgado e comercializado pelos meios de comunicação na divulgação turística do Estado, tem sua pluralidade cultural reduzida aos estratagemas mercadológicos ligados ao planejamento turístico, principalmente aquele ligado às ações de *marketing* e publicidade.

Outros teóricos, por sua vez, acreditam que o *ser baiano*, independente de ter sido inspirado em Salvador, no Recôncavo ou em todo o Estado, assume um papel fundamental e característico na concepção da imagem baiana e do imaginário brasileiro. A *baianidade*, assim, estaria inscrita num amplo diálogo de discursos identitários. Numa "trama psicossocial de uma nova cultura, organicamente nascida, sobretudo, das experiências da gente lusa, da gente banto e da gente iorubana" (RISÉRIO, 1988, p. 157).

No plano nacional, a *baianidade* seria uma unidade simbólica eloqüente capaz de exercer um forte papel distintivo. Trata-se, portanto, de uma construção simbólica contemporânea semelhante ao que acontecera no processo de colonização do Brasil, com a legitimação do mito fundador, através do direito natural, atribuído por Deus aos colonizadores.

A idéia de Bahia se solidificou, entretanto, de forma midiatizada e com a "patente" autoral atribu-

ída ao carlismo[5], através de seu próprio poderio econômico, político e comunicacional. Vale ressaltar que, entre as empresas ligadas à família de Antônio Carlos Magalhães, há gráfica, construtora, canal e retransmissoras de TV, emissoras de rádio, portal de *Internet*, jornal impresso, entre outros.

É comum ouvir-se enunciados como "Terra da felicidade", "Aquele axé que só se vê na Bahia", "Boa terra", "Maior festa de rua do mundo", "Terra da preguiça", entre outros. Percebe-se um esforço de órgãos oficiais de turismo – neste caso, a Bahiatursa – com o uso de estratégias de *marketing* em nível mundial para vender uma idéia de Bahia a partir da uniformização das produções culturais simbólicas em detrimento da diversidade e pluralidade das mesmas. A preguiça baiana, por exemplo, é um perfil construído historicamente e reforçado pela mídia, que reproduz os interesses da elite. Desde o século XVI, a elite local depreciava os negros escravos, descritos como desorganizados e sujos, depois como analfabetos e sem conhecimento, e, finalmente, como preguiçosos. O mesmo aconteceu com negros, índios e migrantes nordestinos, nas regiões Sul e Sudeste, quando, após a década de 1950, a imigração foi intensificada. A partir daí, a imagem do preguiçoso espalhou-se.

Hoje, na chamada pós-modernidade, com a economia globalizada e todo o aparato da mídia, há uma tendência à valorização do exótico, do natural, do espontâneo, em contraposição ao mundo acelerado dos negócios. Então, discursos como o mito da preguiça,

da *baianidade*, que remetem a outro momento de sua origem são ativados e submetidos à lógica do consumo, sendo utilizados pelo *marketing* turístico em torno do "produto Bahia".

Conclusões

Diante de tudo quanto exposto, pode-se dizer que, no decorrer da história, a imagem evidenciou-se como importante elemento de difusão de representações simbólicas no âmbito cultural, onde a mídia, sobretudo a televisão, circunscreve-se como o mais importante fomentador de imaginários.

Ficou evidenciado, a partir do olhar posto nesse trabalho, que mesmo com a segmentação de mercado, a visão genérica difundida pelos meios de comunicação do país, seja em propagandas turísticas, seja no cinema, na música, telenovelas, entre outros, é de um paraíso tropical onde o povo é cordial, alegre, sensualizado e exótico.

Dentre essas características, o destino Bahia, ora analisado, se destaca no que tange à construção discursivo-imagética em torno de alguns elementos estereotípicos em consonância com a noção de "baianidade". Vale destacar que o estudo em questão não pretendeu analisar e/ou avaliar o destino do ponto de vista estatístico nem suas estratégias de *marketing* a fundo, apenas analisou a consonância desse discurso em função de um arcabouço teórico que discute essa questão.

A realidade contemporânea vem evidenciando a emergência de um debate importante em torno das questões identitárias dos povos e/ou grupos sociais minoritários, que passaram a reclamar novos direitos, sobretudo, direito à diferença étnica e cultural. Trata-se da alteridade, natureza ou condição do que é outro, do que é distinto e tão propagado nas discussões em torno da atividade turística.

No caso específico deste trabalho, a reflexão demonstra que o que se vende da Bahia simbolicamente, são características reducionistas do destino e de aspectos culturais. A Bahia é evidenciada como uma comunidade imaginada (ANDERSON, 1989), onde todos compartilham de certo entrecruzamento de narrativas e de um *modus vivendi*. Há uma invocação de mitos fundantes constituintes nas estratégias discursivas de construção da legitimidade-verossimilhança da idéia de nação.

Assim, a imagem do baiano está cada vez mais espetacularizada e se potencializa na atividade turística. Aquilo que hoje é conhecido e estudado como *baianidade*, ou seja, o sincretismo, o misticismo, a raça, a magia, a ginga e a alegria do povo baiano fazem parte do constructo ideológico de um sistema cultural amplamente difundido e assimilado. Suas imagens devem estimular o turismo, a economia e, inclusive, alguns elementos da cultura baiana. Ou seja, aquilo que é vendável e de interesse do público.

Em resumo, a imagem construída e vendida da Bahia apenas destaca aspectos que, há muito tempo, vêm sendo explorados para atender a uma expecta-

tiva dos telespectadores/consumidores de bens simbólicos da contemporaneidade, no qual o espetáculo visual se encontra em evidência.

Percebeu-se, através desta pesquisa, que o turismo se configura como um consumo de imaginários e de encontro ou não com esta realidade construída.

Referências

ANDERSON, Benedict. **Nação e consciência nacional**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

_____. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Editora Relógio D'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Trad: M. Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1999.

BHABHA, H. **O local da cultura**. Trad. de M. Ávila, E. L. de L. Reis, G. R. Gonçalvez. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Trad. de H. P. Cintrão, A.R.Lessa. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

_____. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1999.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil**: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

GASTAL, Susana. Turismo na pós-modernidade: agregando imaginários. In: GASTAL, S.; CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. (org). **Turismo na pós-modernidade (de) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

_____. **Turismo, imagem e imaginário**. São Paulo: Aleph, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

MOURA, Milton. **Carnaval e "baianidade"**: arestas e curvas na coreografia de identidades no carnaval de Salvador. Tese (Doutorado). UFBA. Salvador, 2001.

_____. Identidades: construção de identidades, identidade local, regional, nacional, baianidade, brasilidade, identidade e militância. In: RUBIM, Antônio. **Cultura e atualidade**. Salvador: EDUFBA, 2005.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional.** 3 ed. Campinas: Editora Pontes, 2003.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

_____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PINHO, Osmundo. S. de Araújo. "A Bahia no fundamental"*:* notas para uma interpretação do discurso ideológico da "baianidade". **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v. 13. n. 36. São Paulo. fev. de 1998.

PINTO, Roque. A Bahia reimaginada: como transformar um velho entreposto comercial em um novíssimo produtor de tradições. Congresso Virtual de Turismo. NAYA, 2001. Disponível em: 'http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/roque_pinto.htm'. Acesso em: 10 jul. 2008.

RISÉRIO, Antônio**. Carnaval Ijexá.** Salvador: Corrupio, 1981.

RUBIM, Antônio. A. Canela. **Cultura e atualidade**. Salvador: EDUFBA, 2005.

SILVA, Tomaz. Tadeu da. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

VESTENGAARD, Torben e SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. Trad. J. A. dos Santos. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes Editora, 2004.

---

1 BRASIL. Turismo no Brasil – 2007/2010, Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

2 Uma breve observação acerca do processo de "fecundação" e disseminação dos índices que identificam a baianidade – tida aqui como cultura 'reinventada' – constata a construção de estereótipos como o de local onde há festa todos os dias, muito sol, preguiça, beleza e sensualidade feminina, virilidade masculina, entre outros.

3 Utilizam-se, neste estudo, os vocábulos "idéia", "mito", "conceito" e "discurso" de "baianidade" como sinônimos que encerram uma produção discursiva, cuja origem se encontra comprometida com a visão européia das terras recém-

descobertas, encerrando espontaneidade, belezas naturais, etc. à qual veio se somar o negro e sua cultura.

[4] A identidade cultural abordada na presente pesquisa abrange um processo de construção fluida e continuada, o que Stuart Hall (2004) intitula como uma "uma celebração móvel", uma vez que o indivíduo acomoda, dentro de si, identidades diferentes e até mesmo contraditórias, que estão sendo continuamente deslocadas.

[5] Termo comumente utilizado pelos meios de comunicação e pela sociedade civil relacionado ao poder econômico e político, por decênios, na Bahia, do senador Antônio Carlos Magalhães.

MINORIAS, MANIFESTAÇÕES E MÍDIA: A HORA DE DIZER O DIZÍVEL

Heron Formiga

Este artigo encontrou inspiração em duas experiências particulares. Primeiro, é fruto dos esforços do Grupo de Pesquisa e Estudos em Midiativismo e Mídias Alternativas – Gupema, sob a liderança do professor Dr. Ricardo Oliveira de Freitas, onde se articulam não somente conhecimentos de ordem bibliográfica, como também encontros com a vivência e toda uma sorte de trabalhos de campo. Segundo, nos despertou interesse, ali nas discussões do Gupema, a realização de festivais de audiovisual como o "Visões Periféricas", sediado no Rio de Janeiro, cuja proposta é veicular em mostras competitivas as obras de autores e grupos desprivilegiados e habitantes de comunidades periféricas de todo o país. Tais empreitadas, ascendentes em número, parecem reais indícios de uma remodelação dos eixos de criação e distribuição audiovisual no Brasil e, principalmente, de que as minorias ideológicas[1] estão resolvendo todas as truculentas "etapas" da produção, desde a roteirização, filmagem e edição até sua exibição ao público. Como um traço próprio da contemporaneidade, o festival "Visões Periféricas" aparece como um lugar do "quem" por excelência, da periferia, sobretudo, como autora.

É do gosto dos estudos midiáticos, como vias ou extensões dos estudos da linguagem, a questão da representação. A rigor, refiro-me àqueles escritos cujo arcabouço metodológico revela um objeto que é sempre objeto de uma outra escritura, neste caso, das mídias massivas. Ou melhor, seus objetos possuem eles mesmos algum outro objeto sobre o qual dizem algo. Desta forma, a representação enquanto parâmetro de análise será um estudo daquilo que foi dito e, portanto, pertence ao domínio do "quê" e do "como" no tocante à articulação dos conteúdos. Enquanto tais estudos pensam os recortes humanos e suas representações, reflexos, retratos, encenações, imitações – enfim, uma sorte de atributos próprios dos conteúdos – a contemporaneidade cada vez mais torna evidente a necessidade de uma reflexão pertencente ao domínio do "quem". Quem representa? Quem torna visível? Quem fala? Quem é? São estas as indagações que nos permitem pensar os produtores antes dos produtos, o autor antes do texto e a reapresentação antes da representação. Com este objetivo, proponho aqui versar sobre a mídia no Brasil a partir do conceito deleuziano de "manifestação" – e outros conceitos por extensão – o qual considero ser adequado para evidenciar as questões do "quem".

Retomo o texto "Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social", de Lazarsfeld e Merton, cuja abordagem sobre a visibilidade operada com e através das mídias massivas será útil para a reflexão aqui pretendida.

Ao alcance do vértice

Embora motivada pela conjuntura social, política e cultural de seu lugar e época, a produção teórica da chamada escola funcionalista tem o seu valor para o pensamento sobre a contemporaneidade. Assim, o objeto do presente artigo, o deslocamento dos eixos de produção e circulação de mídia no Brasil, mesmo tendo ele uma marca própria do seu tempo, pode ser analisado a partir de textos que, apesar de muitos autores considerarem ultrapassados e superados, não deixam de trazer lições importantes. Antes de recorrer a obras recentes, portanto, é interessante retomar idéias anteriores já que, muitas vezes, a reflexão sobre a comunicação é a mesma, trocando somente a base fornecida pelos objetos localizados em seu tempo, e por nós mesmos ali situados.

Quando Robert Merton e Paul Lazarsfeld pesquisavam a função dos *mass media* na sociedade norte-americana na década de 1940, a publicidade de mercado e as eleições eram as principais preocupações de suas análises. Mesmo que invocassem o rádio, a televisão e os jornais, estes eram pensados desde a influência que exercem sobre o consumo e sobre a escolha de representantes políticos, como os níveis mais altos de uma relação vertical entre veículos e público. Ambos afirmam que "os *mass media* conferem prestígio e acrescem a autoridade de indivíduos e grupos, legitimando seu *status*. O reconhecimento pela imprensa [...] atesta que uma nova personalidade despontou;

um 'alguém' de opinião e comportamento bastante significativos para atrair a atenção do público" (MERTON; LAZARSFELD, 2000, p. 115). O poder, desta forma, aparece como um privilégio próprio das grandes empresas de mídia e das pessoas e produtos, cujo direito de "aparecer" é dado (ou vendido) por estas empresas, e deste círculo não poderia escapar, justamente porque, para Merton e Lazarsfeld, há uma distância vertical entre quem faz e quem consome. No vértice se exerce um controle das (de)formas assumidas pela base e, em virtude do não-movimento que os funcionalistas acreditam ser próprio dos estratos sociais, o contrário nunca é possível, sequer teorizável a partir de sua visão de mundo.

Hoje, é difícil se valer de eventos sociais específicos para traçar alegorias ligadas ao papel das mídias na sociedade, ou supor um evidente afastamento, ou talvez a própria existência de tal relação, entre dominadores e dominados. Equações de causa e efeito, como "a mídia oferece e o público consome" ou "a mídia exibe e o público elege", parecem ser, ao mesmo tempo, porcamente negligentes e hiper-realistas quando o que está em jogo é a sociedade contemporânea. Ora somos levados a crer que esta lógica das funções dos *mass media* é injusta e pouco esclarecedora, ora que a mesma nunca encontrou tamanha correspondência com o real quanto hoje. Na verdade, este é o dilema típico do pensamento sobre a pós-modernidade segundo Jameson (1997): o momento que vivemos hoje é objeto ou de uma rejeição ou de uma ratificação em relação aos

valores do momento anterior, isto é, da modernidade. Para todos os efeitos, se as coisas que acontecem são traços próprios do nosso tempo, ou o contrário, se não passam de sequências dos acontecimentos do passado, há de se considerar que as novas invenções – políticas, econômicas, domésticas, de telecomunicações etc. – possuem um tempo bem específico, justamente aquele em que se torna parte da vivência social. Mesmo que não se estabeleça aqui uma ligação direta entre um fato e outro, é sintomático que a criação de novas tecnologias da informação seja acompanhada pela emergência de novos cenários, tanto políticos quanto estéticos, onde as pessoas constroem sua cidadania. A mídia encontra-se inserida entre estes novos cenários, motivando-os e sendo motivada simultaneamente.

Por outro lado, os comentários de Merton e Lazarsfeld me parecem corretos mesmo se aplicados a esta outra conjuntura, embora seja mais apropriado falar em 'potencialidades' que em 'função' dos *mass media*: os veículos ainda são importantes promotores de jogos de visibilidade e legitimação de *status*, mas, no tocante à contemporaneidade, a teoria deixou de assimilá-los a partir de duros esquemas de altos e baixos. E se os autores possivelmente estão se referindo a candidatos eleitorais e astros da propaganda quando mencionam uma "nova personalidade que despontou" ou "um alguém de opinião e comportamento bastante significativos", os atores sociais que, atualmente, formam esse "alguém" visível são mais numerosos e diversos, embora não necessariamente tenham

o controle sobre como, porque e com que freqüência suas imagens são produzidas e divulgadas.

O interesse pelos efeitos revela a possibilidade de se observar o espaço público como um lugar de retorno, isto é, de onde as mídias retiram suas formas e ao qual devolvem alguma coisa. O conceito de "cruzada" levantado pelos autores, por exemplo, é uma máxima sobre a questão do interesse público dos *mass media*. Uma cruzada entra em vigor como um esforço de desmascaramento de práticas que ferem os valores morais da sociedade; trata-se de uma busca por sujeira e uma oferenda à forca de criminosos, políticos corruptos, sonegadores e demais tipos ofensivos. A respeito de nosso tempo, se por um lado as "cruzadas" evidenciam uma forma de violência operada pelas mídias, por outro re-introduz uma outra noção fundamental sobre a mesma, mas freqüentemente esquecida: a de trabalho. As mídias massivas, na medida em que detêm o poder discursivo e retórico aludido por Merton e Lazarsfeld, precisam ser consideradas como serviços legais em termos jurídicos e, enquanto típica profissão, será sempre uma promessa de retorno à sociedade. Vista como "ganha-pão", a mídia perde sua posição no vértice e passa a integrar a base.

No bojo destas compreensões, os recortes humanos que qualificam as minorias ideológicas aparecem (ou estiveram sempre lá?) como forças de rearranjo, cujo impulso de contra-hegemonia os aproximam cada vez mais do trabalho midiático e da possibili-

dade de assumir suas próprias "cruzadas". Assim, a pós-modernidade assinala uma oportunidade não apenas de consumir e eleger, mas sobretudo de oferecer e exibir. De certa forma, este é o tempo no qual os grupos e indivíduos não mais esperam e reivindicam representações justas de si, mas eles próprios se reapresentam em um espaço que, historicamente, não atua em favor deles ou respeita seus interesses. Se anteriormente citei a emergência de "novas invenções" é porque, a princípio, estas se configuram como elementos importantes dentro de tais movimentos contra-hegemônicos, especialmente no que diz respeito às tecnologias digitais – a Internet aí inclusa. Mas é preciso notar a conjuntura social, política e cultural destas inserções e, seguindo o exemplo de Merton e Lazarsfeld, considerar seu contexto público.

A ruína da não-força

As conquistas, emergências e reivindicações a que faço referência estão inscritas no debate sobre os desdobramentos da época pós-moderna e da globalização, momentos de intensas e numerosas renovações – inclusive das maneiras de dominar e de contestar. Desaparecem as linhas verticais, possíveis para os funcionalistas, e surgem as interconexões e interpenetrações das mais variadas naturezas, o que coloca em xeque o próprio valor dos fluxos de poder, especialmente por que:

> A vinculação das demandas multiculturais com a problemática dos direitos, através de um discurso sobre a legitimidade das diferenças e a necessidade de reparação tem aparecido, simultaneamente, como uma tentativa de "pacificar" o caráter mais "truculento" da emergência desses novos atores sociais que postulam uma identidade de base cultural, e como aprofundamento da disputa, uma vez que claramente há reivindicações de poder envolvidas (BURITY, 1999).

Burity nos indica que, se as demandas identitárias procuram consolidar, legalizar ou institucionalizar o poder que deliberadamente afirmam possuir, estas o fazem quase sempre a partir de uma "base cultural", valendo-se de sua produção e representatividade cultural para corroborar esta busca. Seja em projetos de resgate do passado ou na inserção das novidades nos mercados, há sempre um bem cultural em trânsito e esta é uma das razões pela qual a reflexão sobre as mídias revela-se interessante – não somente como entidades portadoras de uma função social, mas sobretudo porque elas próprias se transformam e renovam quando novos atores entram em jogo. Mas a questão dos meios não passa de um recorte metodológico quando se versa sobre a problemática das identidades e suas representações. Como observa Martín-Barbero, as dimensões do conflito entre os discursos hegemônicos e contra-hegemônicos, antes de estarem locali-

zadas no campo das mídias, pertencem ao nível dos modelos culturais e dos mediadores (MARTÍN-BARBERO, 2004). Desta forma, a presença e a ausência da voz dos excluídos nos meios de comunicação será sempre uma questão pública e não de públicos, como previam as linhas funcionalistas. Não significa negar o valor estético-comercial de uma produção feita pelos e sobre as minorias ideológicas, tampouco deduzir que a apropriação da linguagem será necessariamente um ato meramente político. Mas o que as minorias fazem com e através das mídias alimenta a manutenção do *status quo* em várias instâncias.

Para além da reivindicação por representações justas, a modernidade inaugura a auto-representação das minorias e sua "chegada" aos veículos. Apesar de encontrarem, em meio às tecnologias da comunicação, uma série de manuais, vícios e modelos já consagrados de produção (afinal, somente há pouco é que os grupos marginalizados começaram a assumir posições em tal campo – quanto tempo levará para influenciarem na remodelação do trabalho?), nada elimina as chances de navegarem por novos caminhos. Rádio, tv, vídeo, Internet e impressos passam por revisões de método, estética e conteúdo, não com o intuito de se tornarem meros serviços à disposição dos que desejam visibilidade, ou como espaços de exposição que as pessoas podem abandonar quando alcançarem suas metas, mas para serem assimiladas como legítimos meios de vida. Esta é uma maneira de superar a "problemática dos direitos", já que há sempre

a possibilidade da reivindicação (o direito à voz, por exemplo) transformar-se em *know-how*, em ocupação cotidiana, e então a busca pelo poder deixa de ser um "pedido" ou "exigência", feita de dentro para fora, e assume uma autonomia reluzente.

Logicamente, boa parte das indagações feitas aqui assume apenas um corpo teórico e especulativo, sempre fundamentada em poucos, mas emergentes exemplos de minorias que operam os discursos das/nas mídias massivas. O que possibilita a quase totalidade destas iniciativas são os investimentos externos, tão indispensáveis quanto escorregadios, que impulsionam os movimentos de reação, mas não garantem o futuro. A disponibilização de recursos e esforços, seja do Estado, das casas privadas ou de ONGs, representa uma atitude de urgência, cujo papel é o de burlar o atraso de um modelo social, político e econômico, enquanto as reparações deste modelo não acontecem. De todo modo, tais cenários parecem desmantelar o conceito de minorias como uma "não-força", tão afugentadas e vulneráveis que não conseguem sair do lugar sombrio onde habitam. Assim, afirma René Lenoir: "Não se trata mais de inferioridade da representação social com relação à dinâmica conflitual das forças sociais; antes é o caso de 'não-forças' sociais, categorias excluídas da ordem socioeconômica, incapazes de dotar-se de qualquer representação social" (citado por DEMO, 2002, p. 22). Mas é inegável que o retorno do *pathos* comunitário das minorias ideológicas é motivado pela reivindicação de poderes, pos-

sível através da imposição de uma cidadania tardia, mais ou menos como se o sistema fosse cobrado por algo que está devendo.

> Mesmo em termos da democracia formal, seria pouco consistente imaginar que a atenção dedicada aos excluídos adviesse apenas de conotações éticas, porque é por demais visível o temor diante de uma situação da qual se pode perder o controle. O próprio aumento crescente dos excluídos, atingindo cada vez mais indivíduos de estratos superiores, significa que não se trata de segmentos disfuncionais apenas (DEMO, 2002, p. 23).

Os comentários de Demo têm um valor de provocação que não pretendo aprofundar aqui, mas ilustram com propriedade o re-posicionamento dos dominados como um processo de ruptura e não meramente dialético. Parece evidente, baseado nestes argumentos, que os encontros entre os grupos hegemônicos e contra-hegemônicos estarão sempre atravessados por uma suspeita quanto às intenções de um e de outro – se as tentativas de inclusão são legítimas (e não ordinariamente assistencialistas), se não haverá motins, se os direitos serão de fato garantidos e igualmente aplicados à todos etc. – e esta tensão existirá enquanto uns alimentarem o medo de perder o que se tem e outros de não chegar a possuir o que nunca tiveram.

Encontros entre arte, política e vivência

Desconsiderando as populações marginalizadas como "não-forças", uma marca se sobressai da questão: se há, de fato, uma força nas ondas contra-hegemônicas, ela é fruto, principalmente, da manifestação. Aproveito, neste ponto, as idéias de Gilles Deleuze, encontradas em uma obra conceitual e de filosofia, que não versa objetivamente sobre as problemáticas das mídias. Segundo o autor, existe a proposição – a enunciação possível dos acontecimentos. Dela, deriva a manifestação: "o enunciado dos desejos e das crenças que correspondem à proposição", sendo o desejo "a causalidade interna de uma imagem no que se refere à existência do objeto ou do estado de coisas correspondente" e a crença na "espera deste objeto ou estado de coisas, enquanto sua existência deve ser produzida por uma causalidade externa" (DELEUZE, 2000, p. 14). Relevando os conceitos de Deleuze, através da manifestação (ou ela própria como uma causa), as projeções nascidas do desejo assumem o corpo de possibilidade aguardada pela crença; ela representa a visibilidade das proposições e dos recortes do real. A manifestação, mesmo que não necessariamente de alcance público, pode ser pensada como uma das bases fundadoras da busca por visibilidade, pois, como defende Deleuze, ali está o campo do dizível por excelência. De modo esquemático e simplista, as "causalidades internas", características e específicas de cada demanda identitária, encontraram na conjuntu-

ra moderna uma boa oportunidade para consolidar-se como promessa e, assim, algo passível de ser verdade. Os manifestantes, enquanto tais, ao defenderem suas experiências, trazem à "cena social algo que não estava lá. Algo que tanto designa o 'quem' como o 'quê' em disputa" (BURITY, 1999). À primeira vista, tal prática seria nada mais que um convite à visão – de onde pode surgir a confusão dos conceitos de "manifestação" e "representação" – mas arrisco afirmar que sua reluzente importância primeira é o fato de poder jogar as cartas na mesa, já não de modo sutil, mas assumindo os contornos de conflito.

A manifestação é uma tomada de consciência ao mesmo tempo em que pertence ao domínio da linguagem. Manifestar é, simultaneamente, ser e dizer o que se é. As mídias massivas são constituintes tanto do "ser" quanto do "dizer" a partir do momento em que as vozes que dali partem entram em circulação e provocam toda uma sorte de reações públicas, cujos desdobramentos podem (ou não) ser decisivos na reconstituição do estar-no-Mundo das identidades culturais. Não seria um equívoco afirmar que o "dizível", de certa forma, sempre existiu dentro dos limites da "causalidade interna", mas apenas o "dizer", fruto de uma "causalidade externa", pôde confrontar as heranças culturais do racismo, do eurocentrismo e do colonialismo.

Um outro atributo da manifestação ao qual Deleuze se refere é a presença do Eu como manifestante de base: "os manifestantes, a partir do Eu, constituem

o domínio do *pessoal*, que serve de princípio a toda designação possível" (DELEUZE, 2000, p. 14). O Eu seria aquele que começa a praticar a fala, independentemente de os desejos e crenças que o motivam serem exclusivos ou compartilhados. Ele pode até não ser o fundamento da manifestação, mas carrega consigo toda a expressão necessária para criá-la.

Assim que o Eu entra em pauta, parece ingrato versar sobre a manifestação das minorias única e exclusivamente como movimento de resistência, democratizante e reparador. A articulação de conteúdos – texto, áudio, vídeo, grafites, pinturas, *websites* etc. – promovida pelos sujeitos marginalizados nem sempre tem a mobilização como um fim. Ela antes pode ser o resultado de um desejo artístico íntimo daqueles que produzem e, neste caso, sua finalidade é a de expor a visão de mundo dos autores, ao invés de carregarem as denúncias de injustiça social feitas pelo grupo identitário do qual se sentem parte. Aqui está a razão pela qual menciono a manifestação antes da representação, pois este último implica sempre uma relação com o assunto das obras (a representação de uma dada comunidade, independente de quem são os autores dela, terá como assunto aquela comunidade), ao passo que a manifestação não chama a atenção para os conteúdos, mas para o "quem faz". As minorias tanto buscam o direito de contar sua própria história quanto o de contar suas próprias estórias – isto é, a problemática da descentralização dos meios de comunicação prevê as chances de afirmação dos atores

sociais enquanto tais e enquanto autores, livres para criar e se expressar. Alguns pensadores, inclusive, defendem o seguinte: toda obra cujo autor encontra-se às margens dos privilégios terá sempre um valor político, pois significa por si só uma nova investida contra-hegemônica. Em certa medida, trata-se de uma verdade. Afinal, se estas obras nem sempre nos levam a conhecer objetivamente os traços de certa identidade cultural, elas nos apresentam um autor cujo contexto lhe atravessa a visão, esteja ela apontada para si ou para todas as outras coisas.

Deslocando o problema para o nível cultural, o antropólogo francês Michel de Certeau demonstra a ligação entre manifestações artístico-culturais e políticas:

> O caminho tomado e seguido normalmente por um movimento que resgata sua autonomia é exumar, sob a manifestação cultural que corresponde a um primeiro momento de tomada de consciência, as implicações políticas e sociais que aí se acham envolvidas. Isso não significa, no entanto, eliminar a referência cultural, pois a capacidade de simbolizar uma autonomia no nível cultural permanece necessária para que surja uma força política própria. Porém é uma força política que vai conferir à declaração cultural o poder de realmente se afirmar (CERTEAU, 1995, p. 148).

A título de ilustração, me parecem significativas as idéias discutidas em uma entrevista realizada por

meu orientador, Ricardo Freitas, com Jamilton Galdino, membro do movimento Artemanha e um dos diretores/autores do curta-metragem *Lia*[2]. Indagado se considerava *Lia* produto de uma vontade artística ou política, Jamilton respondeu que aquele filme era resultado de um fazer e de uma consciência artísticos. E em seguida a seguinte pergunta lhe foi dirigida: "mas quando *Lia* é selecionado por um festival como o Visões Periféricas[3], você considera que seu filme participa como 'arte' ou como 'movimento'"? Na ocasião, Jamilton concluiu que *Lia* foi pensado, desde o roteiro até as filmagens, como uma manifestação artística, mas no instante em que o mesmo encontra a vivência e as experiências de vida, adquire o poder de denúncia e de mobilização social.

Retornando aos dizeres de Deleuze, a entrevista descrita parece evidenciar a carga de significações presente na proposição. Os recortes do real (e isto não depende das diferenças e semelhanças entre ficção e não-ficção, se é que elas existem), mesmo quando feitos sem esta ou aquela intenção, conferem visibilidade aos traços marcantes do lugar de onde se originaram, especialmente porque estamos falando de espaços e pessoas que estiveram invisibilizados durante muito tempo. Não é realmente necessária uma tomada de consciência social e política por parte dos manifestantes para que a conjuntura de sua realidade apareça naquilo que produzem. E ressalto novamente: pensar a partir da manifestação nos permite enxergar o "quem fala" mais que os outros atributos da fala, pois, afi-

nal, a liberdade de discursos e as sucessivas aberturas para compartilhá-los com outras pessoas dizem sempre respeito à inclusão de novos sujeitos no processo, seja o que for aquilo que irão dizer.

Referências

BURITY, Joanildo. **Globalização e Identidade**: desafios do multiculturalismo. Disponível em < www.fundaj.gov.br/docs/text/jburity02.doc>. Acesso em: 19 set 2007.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1998.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

DELEUZE, Gilles. **A lógica do sentido**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

DEMO, Pedro. **Charme da exclusão social**. 2. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2002. (Coleção Polêmicas do Nosso Tempo).

DUSCHATZKY, Silvia; SKLIAR, Carlos. **O nome dos outros**: narrando a alteridade na cultura e na educação. In: LARROSA, Jorge; SKLIAR, Carlos (org). Habitantes de Babel: políticas e poéticas da diferença. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FREITAS, Ricardo O. de. A periferia da periferia: mídias alternativas e cultura de minorias em ambientes não-metropolitanos. **Especiaria** – Cadernos de Ciências Humanas, v. 10, n. 17. Ilhéus: Editus, 2007.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. 2. ed. São Paulo: Editora Ática, 1997.

LAZARSFELD, Paul; MERTON, Robert. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

---

[1] "Tal termo abarca os recortes necessários para classificar populações ideologicamente marginalizadas, tais como: raça e etnia, gênero, sexualidade, geração, classe e, também, regionalismos. O termo "minoria" também tem sofrido distorções, já que, no mais das vezes, é relacionado à ordem quantitativa. E como as minorias são, quase sempre, numericamente maiores que as maiorias, a confusão se instaura. Por isso, o termo deve ser entendido em seu sentido sócio-antropológico, que diz ser o grupo que se encontra excluído das bases hegemônicas para limites identificatórios (FREITAS, 2007).

[2] O Artemanha é um movimento de arte e cultura cuja atuação se dá entre as classes desprivilegiadas da cidade de Caravelas, Bahia. O curta-metragem *Lia*, de Jamilton Galdino e Franklin Costa, é o resultado de um curso de linguagem audiovisual ministrado naquela cidade – uma iniciativa da ONG americana

Mangrove Action Project, preocupada com a conservação e restauração de manguezais em todo o mundo.

[3] Aconteceu no Rio de Janeiro em 2007. O objetivo deste festival era promover uma mostra competitiva de filmes produzidos por habitantes de comunidades periféricas de todo o país.

HIBRIDISMOS E EXPERIMENTAÇÃO DE LINGUAGENS NA TV UNIVERSITÁRIA: O CASO DA TV UESC

Betânia Maria Vilas Bôas Barreto
Rita Virginia Argollo

Em busca da linguagem

A televisão passou por sucessivas mudanças em sua formatação tecnológica e lingüística, ao longo de sua estruturação e sedimentação como meio comunicativo. A busca por uma linguagem audiovisual, por parte de seus realizadores, dos mais diferentes segmentos, esbarra na natureza multifacetada de concepções sobre os direcionamentos que devem ser dados aos enunciados veiculados televisualmente. Para Duarte (2004), as estratégias utilizadas para esta configuração perpassa uma série de procedimentos organizacionais e discursivos no interior do próprio meio televisivo.

> Pensa-se antes que é no decorrer de sua ainda breve história, atrelada às condições de produção e ao próprio desenvolvimento dos meios técnicos, que a televisão vem constituindo seus gêneros/subgêneros, cujas estratégias, configurações e regularidades adéquam-se aos princípios e lógicas, possibi-

> lidades e restrições que regem o próprio funcionamento do meio (DUARTE, 2004, p. 67).

Machado (2000) reitera esse posicionamento, apontando a diversidade destes eventos e a dificuldade de sistematização de uma gramática televisiva uniformizada. Para ele, este conjunto, muitas vezes, tem em comum apenas o caráter eletrônico da imagem e do som e sua transmissão de um local (emissor) a outro (receptor).

> Os enunciados televisuais são apresentados aos espectadores numa variabilidade praticamente infinita. A rigor, poder-se-ia dizer que cada enunciado concreto é uma singularidade que se apresenta de forma única, mas foi produzido dentro de uma certa esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante. Dessa maneira, malgrado único em sua ocorrência singular, ele ilustra ou espelha uma determinada possibilidade de utilização dos recursos expressivos da televisão, um certo "conceito" de televisão, e isso se expressa não apenas nos seus conteúdos verbais, figurativos, narrativos e temáticos, como também no modo de manejar os elementos dos códigos televisuais (MACHADO, 2000, p. 70).

Esse conceito, no dizer de Machado, insere-se num âmbito de discussão maior do que apenas as múl-

tiplas possibilidades da linguagem eletrônica. O autor espelha, assim, uma intencionalidade discursiva que impregna a esfera televisual dentro do contexto dos meios comunicativos atuais. Os meios como um todo, e a televisão em particular, abordam também a constituição das mensagens na perspectiva da construção de sentidos dentro da realidade social contemporânea.

Duarte complementa afirmando que as mensagens televisivas são discursos materializados textualmente. "Nessa perspectiva, aliás, nenhum texto é mais verdadeiro que o outro: muitos produzem, isso sim, efeitos de realidade e verdade, o que certamente não é a mesma coisa". Para a autora, as produções televisivas são "mestras na mistura dos níveis de realidade (discursiva) com que operam" (Duarte, 2004, p. 66).

Contribuindo com a discussão, Fisher (2002) aponta para a necessidade urgente de um debate sobre essa inserção cultural midiática. A autora considera que

> A mudança histórica que experimentamos não pode ser entendida, hoje, sem que se considere a centralidade da cultura, dos múltiplos processos de atribuição de sentido às práticas sociais, no âmbito do amplo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (FISHER, 2002, p. 2).

Assim, para ela, falar sobre processos midiáticos é falar sobre construção de sentido nas práticas sociais e sobre a penetração desses dizeres no âmbito

cultural. Desta forma, comunicação é produção social de sentido. Ponto também destacado por Baccega (2000) que, concordando com Fisher, entende que isso se constrói nas relações sócio-históricas da sociedade, tendo os meios de comunicação como fator de coesão social.

> Editando o mundo e agendando temas que a sociedade irá discutir, a comunicação entra no processo permanente de produção de significado, portanto de construção da realidade, em todas as suas manifestações, quer sejam culturais, econômicas ou políticas (BACCEGA, 2000, p. 108).

Construir realidades, através dos meios comunicativos, assim, é gerar conhecimento. E o conhecimento seria um processo que "prevê a condição de reelaborar o que vem como um 'dado', possibilitando que não sejamos meros reprodutores" (BACCEGA, 2000, p. 106).

Esse processo inclui novas elaborações sobre o que ocorre em sociedade, numa concepção de totalidade dos fatos e construção inter-relacionada de todas as esferas sociais "percebendo que o que está acontecendo em cada uma delas é resultado da dinâmica que faz com que todas interajam, de acordo com as possibilidades daquela formação social, naquele momento histórico" (Baccega, 2000, p.114). Portanto, os diversos fenômenos da vida social criam laços, sendo referenciados pela sociedade como um todo.

Para Baccega, contudo, as informações, hoje, não conseguem abranger a dimensão do processo do conhecimento. Elas não são suficientes para abarcar a dinâmica social, justamente porque são fragmentadas. A autora conclui que

> Informação, porém, não é conhecimento, podendo até ser um passo importante. O conhecimento implica crítica. Ele se baseia na inter-relação e não na fragmentação. Todos têm observado que essa troca do conhecimento pela informação tem resultado numa diminuição da criticidade (BACCEGA, 2000, p. 106).

Este ponto também é abordado por Ivana Bentes (1998) quando afirma que,

> Hoje, tão grave quanto a falta de informação, é o excesso de informações. O excesso de informações descontextualizadas, excesso de informações fragmentadas e que não se pode ou não se consegue concatenar, ou dar sentido, e que atinge de forma diferenciada desde a população mais carente até os setores mais privilegiados da sociedade (BENTES, 1998, p. 2).

Por isso, para as autoras, a questão educativa não pode passar ao largo dessa discussão. Para que o conhecimento efetivo aconteça baseado na criticidade dos meios comunicativos, Bentes aponta, ainda, que o

posicionamento crítico só acontece quando o espectro informativo é rompido, "quebrado" em seu interior, produzindo uma informação de qualidade na mídia. Mais que isso, a autora entende que o desencadear de uma mudança acontecerá na constituição de uma recepção diferenciada e seletiva, que também elabore a informação, que saiba "se posicionar diante da informação que é a mercadoria literalmente e simbolicamente mais valorizada da cultura contemporânea" (BENTES, 1998, p. 4-5).

Ela acredita que informação "não é um problema da mídia ou dos jornalistas. A informação é um problema de formadores, educadores e pensadores" (BENTES, 1998, p. 5). Com isso, também aqui, a dimensão educativa e formativa das mensagens se faz presente. Colocando a questão informativa dentro de um contexto de conhecimento mais amplo do que apenas o midiático, a autora amplia a responsabilidade pela emissão e decodificação comunicativa para outros setores significativos no contexto social.

> É essa circulação indiferenciada de informações, esse nomadismo dos saberes que proporciona hoje uma redefinição radical dos campos de conhecimento e que coloca juntos, na pesquisa e no ensino, na produção de conhecimento, filósofos, artistas e cientistas, urbanistas, educadores, comunicólogos. Resta ao ensino, à universidade, mais do que nunca, assumir sua função de formadora - não de mão-de-obra especializada para o mercado,

> isso qualquer curso técnico pode fazer em poucos meses – mas formar analistas simbólicos, pessoas, cidadãos (BENTES, 1998, p. 4).

Bentes justifica este ponto de vista explicando que, atualmente, a mídia "toma para si as funções que já foram da escola, dos educadores e da própria universidade e tem um papel, gostemos ou não, decisivo na formação dessas novas gerações". Por isso, a necessidade de se inserir no processo de construção e reconstrução da interlocução comunicativa (BENTES, 1998, p. 2).

O pluralismo na TV universitária: espaço de informação e formação social

O contexto contemporâneo, para Machado (2000), está cada vez mais pautado sob a égide do hibridismo, em termos de produtos culturais. Tentando olhar o futuro, o teórico indica não haver mais espaço para obras fechadas e sem mesclas multidimensionais.

> Para complicar, sabemos que as obras realmente fundantes produzidas em nosso século não se encaixam facilmente nas rubricas velhas e canônicas e quanto mais avançamos na direção do futuro, mais o hibridismo se mostra como a própria condição estrutural nos produtos culturais (MACHADO, 2000, p. 67-68).

Neste sentido, a televisão representa a convergência de linguagens, formatos e gêneros que impede qualquer análise unilateral e exclusiva sobre seu conteúdo. Sobre este ponto, Duarte (2004) aborda a diversidade de constituições discursivas no âmbito televisual apontando, principalmente, para a instrumentalidade e diversificação de componentes intrínsecos da televisão. A autora entende que os dispositivos institucionais e tecnológicos eminentemente televisivos "são capazes de apresentar a um número cada vez maior de telespectadores os múltiplos aspectos da vida social, sendo responsáveis pelo surgimento de novas sensibilidades, éticas e estéticas" (DUARTE, 2004, p. 68-69).

Por isso, a criação de alternativas comunicativas que respeitem a condição do receptor educando como também construtor de conhecimento exige a busca de alternativas que contemplem estas perspectivas. Em termos midiáticos, e especificamente televisivos, a mudança de enquadramento faz-se necessária como constitutiva de uma nova forma de geração de informações. Para Felipe Pena (2002), a não consideração dos produtos televisivos como manifestação cultural, mais do que um anacronismo, parece uma cegueira intelectual.

> Partindo deste princípio, o ponto em questão passa a ser o preceito epistemológico da pesquisa. Devemos investigar como a estetização se manifesta neste veículo, sob a perspectiva da dominante cultural pós-moderna,

> e, ainda mais importante, evitar que falsos moralistas e conservadores assumam o papel de árbitros sobre valores e formas a serem veiculados na TV (PENA, 2002, p. 41).

Mais do que apenas ter acesso ao meio, para o autor, é constituir um processo de produção de sentido e conhecimento que seja realmente democrático, e não de exclusão.

> No caso de uma TV Universitária o cuidado deve ser redobrado. A tendência de estabelecer uma nova divisão entre alta e baixa cultura no que é veiculado em sua programação pode ser incentivada por uma suposta sacralização do termo "universitário", vinculando-o a uma idéia anacrônica de iluminação. Para evitar este deslize, talvez seja viável propor uma vocação pluralista para o veículo, uma nova sensibilidade, que, conforme descreve Susan Sontag, seja "voltada ao mesmo tempo para uma torturante seriedade e para o divertimento, a ironia e a nostalgia." Um direcionamento para o "inclusive" e não para o "exclusive" (PENA, 2002, p. 42).

Pluralismo parece ser para o autor, a palavra de ordem para a dimensão televisiva universitária. Ele entende que o saber acadêmico pode ser mesclado ao entretenimento e ao divertimento impregnados no cerne televisual. Na discussão dos mais variados e pesados assuntos, mantendo a audiência, é preciso "tra-

balhar com a superfície no âmbito da profundidade, conduzindo o espectador à simbiose entre a seriedade e a jocosidade, o prazer e a obrigação, o apolíneo e o dionisíaco" (Pena, 2002, p.43).

É a representação da diversidade, pois, "em outras palavras, ao fazer esta digressão estética, estamos propondo uma democratização do veículo e defendendo a pluralidade" (PENA, 2002, p. 43). Para Pena, as tevês universitárias são o local adequado para a experimentação. "O lugar ideal para uma rediscussão ética e estética do veículo, que, em última análise, possibilite uma participação democrática da sociedade e promova a cidadania" (PENA, 2002, p. 43).

No aspecto apresentado pelo teórico, democracia e comunicação precisam fazer parte do mesmo campo de conhecimento, para uma efetiva pluralidade, na construção da cidadania. Entretanto, a promoção da cidadania "depende fundamentalmente da discussão estética que apresentamos, para que haja participação plural e democrática no veículo" (PENA, 2002, p. 43).

Aprofundando sua análise, o autor aponta outra vantagem, ao seu ver, na constituição de uma autonomia audiovisual. É a questão da diversidade, entendida por ele como a leitura que cada instituição universitária tem sobre os meios mais convenientes para uma televisão cidadã, com diversas visões sobre o tema (PENA, 2002, p. 44).

> A defesa da pluralidade é fundamental para a disseminação das discussões sobre a cida-

> dania na TV universitária. E uma linguagem que se aproxime das expectativas do público do canal materializa essa pluralidade. Acreditamos que essa proposta pode melhorar a eficácia da mensagem, ou seja, ajudar a incrementar as próprias discussões sobre a formação do cidadão (PENA, 2002, p. 45).

O autor afirma, ainda, que percebe a TV universitária como um "excelente ringue" para que a comunidade, tanto acadêmica quanto não-acadêmica, lute por suas posições, sejam elas da "cultura de elite" ou da "cultura de massa". E finaliza sua argumentação entendendo este contexto como um exercício de cidadania. Contudo a "exigência de que os programas de um veículo universitário tenham a 'brancura e a limpeza' do rigor acadêmico é, no mínimo, uma atitude de quem ignora o próprio público" (PENA, 2002, p. 47).

O receptor e a linguagem da TV universitária

Pensar a estética e o conteúdo de uma programação televisiva universitária requer desprendimento de padrões, muitas vezes, utilizados pelas televisões comerciais. É na busca pela experimentação para a cidadania, como assegurou Pena, que está o caminho a percorrer pelas instituições de ensino superior como um todo e, particularmente, pelos realizadores de projetos televisivos universitários. Barros (1997) aponta que o comunicador precisa incorporar a faceta

educativa de sua atividade, dentro de uma ética e estética da recepção.

Tratando da concepção formativa das mensagens, o autor coloca a comunicação no espaço da educação informal, ocorrendo nas dinâmicas sociais do dia-a-dia onde o indivíduo se vê em interação com os outros, e com informações e manifestações culturais. Para ele, o processo comunicativo é uma relação de troca, onde as partes envolvidas compartilham a mensagem e a produção de sentidos (cf. BARROS, 1997). Sob este prisma, é preciso compreender o caráter dialógico da comunicação, dando mais ênfase ao receptor como sujeito que participa do processo intercomunicativo, num partilhar e tornar comuns idéias e sentimentos (idem, ibidem).

Em sua argumentação, Barros (op. cit.) menciona que algumas correntes educacionais e comunicativas vêem o educando e o receptor como participante ativo no processo de comunicação e não como mero "receptáculo de informações" (BARROS, 1997, p. 30). E que é possível compreender a comunicação também pela análise dos processos de recepção, de fruição. A atenção volta-se para as mediações que marcam o processo de interpretação da mensagem por parte do receptor, saindo do plano do texto para o plano do contexto, das relações do cotidiano. Trata-se das referências, das motivações e expectativas que estão entre (no meio) a mensagem e o receptor, das condições em que ocorre o processo de fruição.

O receptor recria a mensagem recebida, recria o

objeto comunicado, oferecendo novas características e roupagens. Esse processo de recriação se dá adornado pelas circunstâncias do espaço e tempo em que ocorre, pelo contexto sociocultural em que se acha envolvido o receptor. "Cabe ao receptor/educando assumir atitude passiva, acrítica ou ingênua na recepção. Ou, ao contrário, assumir atitude ativa, participativa, crítica" (BARROS, 1997, p. 33). É o quadro social de referência que dá ao receptor as condições de aprofundamento para interpretação da mensagem e seu posicionamento diante da vida.

Ele projeta na mensagem suas expectativas e desejos e as imagens que tem guardadas em seu repertório simbólico. Ele se projeta. A mensagem reflete tais expectativas, tomando formas específicas do momento de contato e incrementando novos contornos, criando novos estímulos e provocações de olhar do receptor. Assim, novos sentidos vão sendo construídos, marcados pelas condições de tempo e espaço em que ocorrem (BARROS, idem).

É sob este ponto de vista ético e estético que se apresenta a análise do projeto TV UESC, como um embrião de televisão universitária, desenvolvido na Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus, Bahia, desde 2004.

O Caso TV UESC: a criação

A idéia inicial era criar um projeto de extensão que pudesse servir de apoio para o fluxo de informa-

ções dentro da Universidade, que contribuísse para o diálogo entre docentes, discentes e servidores. O processo de implantação começou em 2004, envolvendo professores e alunos do Curso de Comunicação Social (RTV) da UESC. São no total oito bolsistas, que atuam nas funções de produtor, repórter, apresentador, vídeo-repórter e editor de imagem. A supervisão é feita por cinco professores e a coordenação por dois. Recentemente, foi feita a contratação de um editor de texto e o cinegrafista que trabalhava apenas um turno foi contratado por tempo integral.

No primeiro momento, priorizou-se o treinamento da equipe, uma vez que os alunos que entram no projeto nunca têm experiência anterior em televisão. Era preciso – e esse é sempre o grande desafio – fazer com que jovens estudantes, aspirantes a uma carreira na área, compreendessem a "gramática das condições de produção televisiva" (DUARTE, 2004, p. 15). O passo seguinte foi a definição de uma grade de programação básica, que atendesse às necessidades do público-alvo. Necessitava-se, naquele momento, identificar as diretrizes do projeto e, a partir dali, o que poderia ser considerado como valor-notícia (TRAQUINA, 2005, p. 63) para aquela comunidade.

Chegou-se, então, ao consenso que seria necessário pontuar algumas notícias factuais – mas como não havia ainda uma rotina de produção e exibição, esse tipo de informação não seria priorizada, por conta da instantaneidade. Optou-se por uma agenda, em

selo[1], pontuando os eventos da semana na Instituição. Ficou definida a criação do programa *Universus*, um produto diário, com duração média de quinze minutos, composto por quadros que se alternam a cada edição. E o *Varal*, onde são exibidos os trabalhos em vídeo elaborados pelos alunos do Curso de Comunicação, é o único quadro fixo.

Para dar voz a cada um dos cursos, foi criado o *Unidiversidade*. É um espaço onde são ouvidos alunos, coordenador de Colegiado, diretor de Departamento. Mostra-se o que é o curso, como funciona, os laboratórios que tem, as atividades realizadas, os projetos. Segue um formato telejornalístico formal. O *Entre Aspas* é um povo-fala[2] com a comunidade acadêmica, fazendo críticas, dando sugestões. A idéia é proporcionar dinâmica ao programa. O *Eureka* apresenta novos conhecimentos a partir de publicações, mestrados e doutorados. É uma reportagem solta, onde o repórter é enquadrado o tempo todo conversando com o entrevistado, tipo bate-papo, e abordando a descoberta em questão.

O *Trampo* busca mostrar um pouco da realidade profissional para o aluno. O vídeo-repórter vai até o local de trabalho/estágio de um estudante da UESC e narra sua percepção sobre determinada profissão, comenta, analisa, tenta explicar como é a prática naquela área. Já o *Palavras Cruzadas* mostra uma roda de discussões sobre assuntos atuais entre diferentes alunos de diferentes cursos. Participam também professores ou especialistas do tema. É gravado com duas câme-

ras e o repórter atua como mediador do debate. E o *Porta-Retrato* é um espaço para divulgar artistas, produções culturais, talentos da comunidade acadêmica. Nesse quadro, o repórter não aparece, o entrevistado usa microfone de lapela e apresenta o que sabe fazer de forma leve – quando é possível, a edição tipo videoclipe é valorizada.

As exibições são feitas por meio de monitores de TV instalados nos pontos do *campus* onde há maior circulação de pessoas (restaurante, cantinas e biblioteca – este último ainda não está em funcionamento). Respeita-se, também, os horários de maior fluxo.
Atualmente passa-se pelo processo de cabeamento, para melhorar a exibição interna. Fechou-se, no final do ano passado, uma parceria de cooperação com a Fundação Roberto Marinho (Canal Futura). A Instituição dá o apoio de *know how* para efetivar-se o processo de implantação – a meta agora é a regulamentação para que se possa transmitir a programação também para a comunidade regional.

Esta parceria permite o treinamento de professores e a participação de alunos da UESC – e do Projeto – no "Geração Futura"[3]. Começa-se a enviar reportagens realizadas pela equipe para veiculação no *Jornal do Futura* e no programa *Sala de Notícias*, ambos do Canal Futura. Com o aumento da demanda de trabalho, pleiteia-se, junto à Universidade, a contratação de um repórter e de um editor de imagens, além da organização da equipe de acordo com a estrutura de uma televisão.

A opinião de quem assiste

No mês de julho de 2007, estará completando um ano a exibição do programa *Universus*. Por uma série de razões, ainda existem dificuldades com a logística diária, pelo próprio desenrolar das ações em uma instituição pública – como a liberação ágil de carro para as externas, por exemplo -, a dificuldade inicial de firmar uma periodicidade na exibição, o recesso acadêmico, o treinamento de mão-de-obra etc. Mas os resultados positivos começam também a surgir. Tem-se formado profissionais para o mercado de trabalho – uma vez que vários bolsistas treinados na TV UESC foram trabalhar em TVs comerciais – e começa-se a conquistar espaço no *Campus*, a chamar a atenção dos olhares que circulam pela Universidade.

A proposta, desde o início, foi romper com o formato padrão de telejornalismo, considerado excessivamente formal e rígido. Além disso, entende-se a academia como o espaço para experimentações, adequado para isso. Restava saber até que ponto a produção estaria ou não agradando ao público-alvo. Não bastavam os elogios de corredores ou as críticas isoladas.

Para isso, iniciou-se o processo, ainda de forma preliminar, mas já é possível ter um guia. Nos dias 23 e 24 de maio de 2007, foram ouvidas 48 pessoas, de 25 a 47 anos de idade, de ambos os sexos. Uma amostra aleatória formada por telespectadores que assistiam às exibições. A maioria – 40 pessoas – é de alunos da UESC, além de um professor, dois servidores e cinco visitantes.

Inicialmente, procurou-se saber se eles sabiam o nome do programa ao qual estavam assistindo. Apenas seis responderam Universus; 28 não sabiam e o restante tentou lembrar, mas não conseguiu. Isso mostra a necessidade de uma aproximação maior do público e criar rotinas de exibição – este último problema foi identificado pela equipe da TV UESC e espera-se que, com a transmissão efetivamente em circuito interno, a audiência seja ampliada, como reflexo da melhoria das transmissões.

Questionou-se também sobre a pertinência dos assuntos abordados pelo programa. A maioria dos telespectadores acredira que se está no caminho certo: 32 entrevistados disseram que os temas são bons e quatro ressaltaram que são ótimos. Apenas duas pessoas disseram que era ruim e 12 que era razoável. Com relação à forma como os assuntos são tratados, uma pessoa afirmou não gostar, 11 disseram que é razoável, sete que é ótima e 30 que é boa. Entende-se que a linguagem adotada pelo programa *Universus* rompe com o formato telejornalístico ao qual o público está acostumado, para o qual o olhar deste telespectador foi adestrado. É preciso, primeiro, criar empatia, educar o olhar para o novo.

Perguntou-se à amostra se destacaria algum quadro, e 37 disseram que não, 11 disseram se interessar pelo *Eureka*, *Varal*, *Entre Aspas*. Além desses, citaram quadros como: "Trilha Sonora" (imaginamos que seja o *Varal*), "situação econômica do aluno" (deve ser o *Trampo*) e uma entrevistada ainda escreveu "que todos os quadros têm sua importância". Entende-se que, em

tão pouco tempo de exibição e com tantas diversidades encontradas, se está conseguindo a compreensão do público – compreensão relacionada aos processos de produção dentro de uma universidade e entendimento/aceitação da linguagem, mesmo que aos poucos.

Como intrigava a questão de romper com a linguagem padrão do telejornalismo, perguntou-se aos entrevistados se eles consideravam o Universus um telejornal. 42% disseram que mais ou menos, 29% que não e os outros 29% que sim (cf. Tabela 01).

Tabela 01 – Opinião da amostra sobre a possibilidade do Programa Universus ser um Telejornal

	N	%
SIM	14	29
NÃO	14	29
MAIS OU MENOS	20	42
TOTAL DE ENTREVISTADOS	48	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Questionou-se também sobre a preferência de assistir as TV UESC ou às TVs abertas. Do total de entrevistados, 69% afirmaram preferir a TV aberta – acredita-se que, por razões óbvias, como toda a problemática já explicitada anteriormente. Mas, em compensação, 31% das pessoas ouvidas já começam a preferir a TV UESC (cf. Tabela 02). Não que a proposta seja competir – até mesmo porque os objetivos das duas vertentes são completamente díspares. Mas pretende-se, sim, educar para esse novo olhar sobre o meio, sobre a notícia.

Tabela 02 – Preferência da amostra entre a Tv UESC e as Tvs Abertas

	N	%
TV UESC	15	31
TV ABERTA	33	69
TOTAL DE ENTREVISTADOS	48	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Sobre as razões para a preferência, 69% afirmaram preferir a TV UESC em razão do conteúdo exibido e da linguagem diferenciada adotada. Os que se referiram à TV aberta (15%) dizem que a escolha está associada apenas ao conteúdo da mesma (cf. Tabela 03). As respostas sinalizam para o mesmo caminho, o da necessidade de identificação dos valores-notícia para o comunidade acadêmica e a dificuldade inicial de abordar temas factuais, como faz o telejornalismo das emissoras comerciais. Chama a atenção o fato de que mesmo os que não preferiram a TV UESC, tabela 03, destacarem o gosto pelo conteúdo e pela linguagem adotados por esta.

Tabela 03 – Razões para a preferência por Tv Aberta ou pela Tv UESC

		N	%
TV ABERTA	CONTEÚDO	15	31
TV UESC	CONTEÚDO E LINGUAGEM DIFERENCIADA	33	69
TOTAL DE ENTREVISTADOS		48	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Uma questão unânime entre todos os entrevistados, e que força a correr mais ainda para a sistematização da transmissão, são as reclamações acerca da periodicidade da exibição. É interessante salientar a resposta de uma das entrevistadas, aluna da UESC, sobre a proposta da TV universitária: "É mais um meio de ficarmos por dentro não só do que ocorre lá fora, mas também dentro da instituição".

Considerações Finais

Entende-se, como Leal Filho (2006), que a televisão mudou, que desde sua chegada ao Brasil nunca foi tão discutida pela sociedade e que, só assim, pode-se construir uma programação cidadã, sem encarar o veículo de forma catastrófica, apocalíptica, para lembrar Umberto Eco.

Reconhece-se que há uma longa trajetória pela frente, para a efetivação do Projeto TV UESC como realmente uma TV Universitária, com uma programação que atenda aos interesses da comunidade acadêmica e que contribua para o desenvolvimento regional e para a formação de cidadãos. Nesse processo, apresenta-se uma nova composição para o telejornalismo, em que os personagens têm direito a falar completando seus raciocícios, sem o limite dos segundos, onde a escolha do conteúdo não é cerceada por patrocinadores, nem a grade de programação é limitada por horários comerciais.

Acredita-se em uma televisão – e em um telejornalismo – livre de amarras, servindo como espaço para a produção de conhecimento, para a divulgação de idéias e ideais positivos. Os limites para a experimentação e para a busca de novas linguagens vão até onde os estudos da comunicação permitirem. Sempre com compromisso ético, alunos e professores seguem em busca da aproximação com os fatos – levando a notícia aos telespectadores, mas respeitando as necessidades de reflexão.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação: aproximações. In: BUCCI, Eugênio (et alli). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinqüentenário. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2000.

BARROS, Laan Mendes de. Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética. In: **Nexos - Revista de Estudos de Comunicação e Educação**, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, Ano 1. n. 1 – 2º semestre, 1997, p. 19-38.

BENTES, Ivana. A universidade concorre com a mídia. In: **Revista Lumina da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora,** (Facom/UFJF) - v. 1, n. 1, p. 77-84, jul./dez. 1998.

DUARTE, Elisabeth Bastos. **Televisão**: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A TV sob controle**: a resposta da sociedade ao poder da televisão. São Paulo: Summus, 2006.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O dispositivo pedagógico da mídia**: modos de educar na (e pela) TV. Retirado do site: 'http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100011-&lng=es&nrm=iso/&tlng=pt#back6'. Acessado em 13 de abril de 2007.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

PENA, Felipe. As salsichas da TV universitária: Uma discussão sobre estética, pluralidade e cidadania. In: **Televisão e Sociedade – do Big Brother à TV universitária**. Rio de Janeiro: 7 Letras Ed., 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

[1] Quando as informação são narradas em *off* pelo apresentador e no vídeo os dados aparecem em caracteres.

[2] Entrevistas curtas, muitas vezes com uma ou duas frases.

[3] Programa de treinamento realizado pelo Canal Futura com alunos de Comunicação Social de universidades parceiras.

O RÁDIO NA ESCOLA: UMA EXPERIÊNCIA DE GESTÃO E PRODUÇÃO DEMOCRÁTICA

Hélcio Pacheco de Medeiros

O rádio é um meio de comunicação que permanece, ainda hoje, cada vez mais atual. Ele se adapta às novas realidades, às novas transformações da sociedade. O rádio é uma mediação no contexto cultural. No campo da educação, ele é uma ferramenta que se torna indispensável no processo de formação do cidadão. Rádio, educação e cidadania se inter-relacionam, se imbricam. A utilização do rádio na escola tem sido uma experiência que os educadores têm estimulado, por contribuir com a construção do conhecimento, com o desenvolvimento de habilidades que possibilitam um crescimento do cidadão, quer seja no uso da expressão, da capacidade da oralidade, da criatividade no fazer radiofônico. Além do mais, o rádio na escola tem sido, também, um instrumento capaz de favorecer o exercício da democracia, uma vez que o processo de produção e veiculação de programas radiofônicos no espaço escolar proporciona práticas de gestão que levam em conta o envolvimento de todos num processo de construção coletiva.

O presente artigo trata de abordar a experiência

do rádio na escola, em relação com a cidadania, com a democracia e com o envolvimento de práticas que correspondem a formas de comunicação alternativas e participativas, que envolvem o cidadão no espaço público, mesmo que este seja a Escola. Para tal, apresentamos experiências de rádio em quatro escolas da rede municipal de Itabuna, em uma escola estadual no bairro de Salobrinho, em Ilhéus, e outra em Canavieiras, região sul da Bahia.

Rádio e educação: um vínculo indissociável no caminho da cidadania

Quando o rádio surgiu no Brasil, há quase noventa anos, a perspectiva educativa já estava arraigada nas idéias de Roquette Pinto ao fundar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro: possibilitar a integração nacional e promover a interiorização da educação formal através do rádio. O precursor do rádio no Brasil entendia o rádio como a escola dos que não têm escola, o jornal dos que não sabem ler. Mais do que um fazer radiofônico, trata-se de um compromisso com a cidadania da qual a educação é parte (BLÓIS, 2004, p. 147). No início, surgiram várias emissoras com uma proposta educativa. Ensinava-se através do rádio língua portuguesa, história, física e até noções de higiene. De 1929 a 1940, surgiram experiências de radioescolas e formação de redes educativas. No Rio de Janeiro, no final dos anos 20 havia uma radioescola municipal (BLÓIS, 2004, p. 150).

Depois de muita luta, Roquette Pinto não conseguiu mais manter o seu ideal, entregando ao Ministério da Educação e Saúde, em 1936, a Rádio Sociedade, que se transformou no Serviço de Radiodifusão Educativa. Várias experiências do rádio na escola foram surgindo no Rio de Janeiro e em São Paulo. De 1941 a 1947, a Rádio Nacional encampou o projeto de educação através das ondas hertzianas com o programa Universidade do Ar, formando quase trezentos alunos em São Paulo. De 1947 a 1951, o Serviço Nacional do Comércio, a Secretaria de Educação e as Emissoras Associadas de São Paulo desenvolveram aulas pelo rádio, através de uma cadeia envolvendo 11 emissoras do interior.

A Igreja Católica também desenvolveu a experiência das escolas radiofônicas na região Nordeste (década de 60) através do Movimento de Educação de Base - MEB, criado pela Arquidiocese de Natal no final dos anos 50, e que se espalhou pelos estados da região. Posteriormente, emissoras católicas do Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Bahia desenvolveram o Projeto Aler Nordeste na década de 80. O Governo Federal também estimulou o funcionamento de rádios educativas, através das universidades públicas, além de programas voltados para a formação e educação do cidadão como o Projeto Saci, Projeto Minerva, Projeto Nordeste (décadas de 60, 70 e 80). Nos anos 90, é a vez das rádios comunitárias se mostrarem como experiências novas, capazes, também, de promover o processo educativo da sociedade. Hoje as experiências

estão pulverizadas em vários espaços da sociedade.

Percebe-se que há um vínculo indissociável entre educação e comunicação e vice-versa. A educação busca socializar os conhecimentos acumulados ao longo da história para que as pessoas se apropriem e passem a incorporá-los em suas vidas, contribuindo para a sua formação cultural e exercício da cidadania. A comunicação, por sua vez, está intermediada por toda a ação social. Ela amplia a socialização do saber através de todo o aparato tecnológico e da sua linguagem para se comunicar com as pessoas. Neste sentido, a comunicação é uma ferramenta ou um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania (PERUZZO, 2002, p. 189). Trata-se de um elemento que fortalece as práticas educativas. Portanto, há uma inter-relação entre educação e comunicação. Como explica Freire (1981), a comunicação é um ato pedagógico e a educação é um ato comunicativo. Ambas contribuem para a o exercício da cidadania.

O conceito de cidadania é muito vasto. Inúmeros pesquisadores abordam o termo em diferentes etapas de sua construção ao longo da história, desde o tempo da pólis grega, cuja ágora era o espaço de participação do povo, embora nem todos pudessem participar (mulheres, escravos e estrangeiros). Pode-se afirmar que a cidadania é um processo social que se constrói a cada período do desenvolvimento da humanidade. Sinteticamente, pode-se afunilar o conceito de cidadania como sendo "um modo dos indivíduos se constituírem em sujeitos no espaço público, caracterizado

pela capacidade de constituírem-se como sujeitos de demanda e proposição nos diversos âmbitos vinculados com sua experiência [...]" (MATA, 2002, p. 2).

Essa definição se adéqua à experiência do rádio na escola através da participação e do envolvimento dos alunos e alunas como sujeitos na gestão e produção das práticas radiofônicas que são veiculadas nos intervalos das aulas e no espaço escolar. Peruzzo (1999) chama a atenção para o fato de que a cidadania também se relaciona ao direito de participar com igualdade na produção, gestão e na fruição dos bens econômicos e culturais. Esse processo educativo traz em si as duas faces da inter-relação: educação e comunicação. Tomando por base a postura que a escola deve assumir no contexto atual, em Moretti (1999) percebe-se que o seu papel é mais do que se dedicar a ensinar os saberes científicos e a habilitar as pessoas para a vida profissional. Mais do que isso, a escola tem o dever de preparar as pessoas para o exercício de seus direitos, isto é, o exercício da cidadania. Mais uma vez se confirma a relação direta entre comunicação e educação. Não se pode desvincular, mas reforçar, fortalecer e incentivar essa relação no ambiente escolar, no espaço público voltado para a formação do cidadão e da cidadã.

A escola avançou nos últimos anos e percebeu que hoje ela não é mais a única detentora do saber, como no passado. O mundo cresceu e com as novas tecnologias não existe mais um local estático para promover o conhecimento. A escola não é mais o espaço

primordialmente potencializado para educar, mas é ela que tem que se apropriar de outras ferramentas para possibilitar uma formação cada vez mais completa dos indivíduos. Para isso, incorpora em sua estrutura as novas tecnologias e os sistemas de comunicação que ampliam a aquisição do conhecimento. O rádio na escola se insere no contexto escolar como uma ferramenta, um potencial educativo enquanto processo que possibilita um maior aprendizado, através dos programas de rádio e dos conteúdos que são veiculados no ambiente escolar, sem desconhecer os outros meios como o audiovisual, o computador e a internet. A escola, assim, passa a se configurar como um espaço de integração social e de desenvolvimento das capacidades humanas (PERUZZO, 2002, p. 135).

Uma das grandes dificuldades no processo de ensino-aprendizado é fazer com que o aluno tenha facilidade para desenvolver as habilidades da escrita e da leitura, uma vez que grande parte do aprendizado que a escola oferece é estruturada no processo pedagógico a partir do livro didático. Na escola, a escrita assumiu a característica de produção do conhecimento e tornou-se hegemônica em relação às outras estratégias de aquisição do conhecimento, excluindo o audiovisual como espaço de aprendizado (LEITE e col., 2006, p. 131).

Essa realidade, no entanto, mudou no final do século passado e, hoje, as novas tecnologias são incorporadas no espaço escolar. Além disso, quando os alunos se envolvem com o rádio, que tem como característica principal o uso da oralidade, da expres-

são que envolve todo o corpo, este se transforma em estratégia de aprendizagem, fazendo da escola um lugar de educação e comunicação. Os programas de rádio que são produzidos e apresentados pelos alunos e alunas nas escolas, principalmente durante os intervalos das aulas, são, em si, um ato pedagógico de educar, ao mesmo tempo em que estão exercitando o ato comunicativo, que envolve todos os ambientes e espaços da escola.

O rádio na escola se transforma em uma ferramenta indissociável no caminho da cidadania justamente porque possibilita o envolvimento dos alunos e alunas como sujeitos no processo de conhecimento. Eles estão se apropriando do saber fazer radiofônico, ou seja, do fazer comunicacional, já que o fazer radiofônico exige um exercício de participação direta na elaboração dos conteúdos dos programas, na gravação e edição do material que vai ao ar no espaço escolar. Eles passam a ser produtores e receptores do processo de comunicação. Nesse momento ocorre a experiência da gestão participativa, que envolve a todos no processo produtivo. Apropriam-se de técnicas e instrumentos tecnológicos de comunicação. Ocorre aí o vínculo com o exercício da cidadania. Afinal, a participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania (PERUZZO, 2002, p. 189). Ao mesmo tempo, essa prática na escola resulta num processo educativo sem necessariamente estar centrada no modelo da "educação bancária", onde o aluno apenas recebe o conhecimento que o professor

transmite. Trata-se de criar as possibilidades para que o aluno seja capaz de produzir e construir o seu próprio conhecimento (FREIRE, 2006, p. 47).[1]

O rádio, na escola, além de ser um vínculo entre educação e comunicação no caminho da cidadania, torna-se, também, uma ferramenta importante no processo de democratização não apenas dos vários espaços da sociedade, mas também com relação à comunicação. O que nos leva a concluir que o rádio, no espaço escolar, gerido e produzido pelos alunos e alunas tem relação direta com o processo de democratização da informação, da cultura e do conhecimento (PERUZZO, 2002, p. 192).

Rádio e democracia: para além das rádios comunitárias

Quando se fala de rádio, hoje, deve-se pensar em três aspectos fundamentais: o rádio é um meio democrático, pois possibilita a participação e a integração de todos numa forma de comunicação dialógica, ou seja, tem dois caminhos, um de ida e outro de volta; o rádio é e sempre foi um instrumento educativo e, como tal, desencadeia um processo inseparável entre comunicação e educação (GADOTTI, 2006). É também um veículo que está presente no cotidiano das pessoas, contribuindo para o aumento do repertório do saber (PIOVESAN, 2004); e, por fim, o rádio é versátil e consegue se adequar às novas transformações tecnológicas e culturais,

mediação que possibilita a inclusão, a reprodução do saber e da vida social (LEITE e col., 2006).

Hoje, a escola precisa, mais do que nunca, saber incorporar os diversos meios para facilitar a construção do conhecimento de forma crítica e participativa. Além das novas tecnologias que chegam à escola através do computador e da internet, o rádio passa a se constituir como uma mídia alternativa no espaço escolar. Torna-se também indispensável à escola, além das mídias e das novas tecnologias, integrar em sua metodologia educacional o desenvolvimento de práticas culturais pautadas no exercício da democracia e que garantam a realização plena do processo de formação do cidadão e da cidadã.

No entanto, esse processo não tem sido fácil de ser construído. Quando o rádio se mostrou uma ferramenta importante no contexto social, o governo tratou de controlar os meios de comunicação, de dominar, de estabelecer as regras para sua inserção na sociedade. Na década de 30, o que era veiculado no rádio passava pelo crivo do Departamento de Imprensa e Propaganda (JAMBEIRO, 2003, p. 108). Na era Vargas, iniciada com o movimento revolucionário de 1930 e a instauração do Estado Novo de 1937 a 1945 e, posteriormente, de 1951 a 1954, as concessões passaram a ser determinadas pelo Estado. No período da Ditadura Militar, a partir de 1964 até final dos anos setenta, a censura prévia se instalou nos estúdios das rádios. Mesmo depois da abertura política, nos anos oitenta, o controle aos meios de comunicação não deixou de existir.

Nos anos noventa, o Brasil avançou no processo de democratização das instâncias sociais e políticas. Desencadeou um efervescente impulso no campo das comunicações, pressionado pelo Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação, com um grande número de emissoras comunitárias surgindo em todos os estados brasileiros. Milhares de processos foram parar no Ministério das Comunicações solicitando autorização para as emissoras funcionarem. As investidas da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) e da Polícia Federal contra as rádios comunitárias foram um freio para que se desencadeasse um processo de democratização da comunicação. Até hoje muitas emissoras continuam sendo fechadas e impossibilitadas de desempenhar o seu papel de agente educativo e promotor da cidadania no país.

Para contornar a situação, muitas alternativas no campo da comunicação radiofônica foram surgindo no país – sistemas de alto-falantes em bairros de periferia das grandes cidades, rádios-postes em pequenas comunidades e rádios-pátios em escolas públicas estaduais e municipais, bem como muitas experiências envolvendo rádio e educação, que foram construídas como alternativas no caminho da cidadania e da democracia. São meios alternativos de comunicação que se constroem e que vão de encontro às mídias tradicionais e massivas. Estas diversas experiências tornaram-se eficazes ferramentas de comunicação e integração entre os indivíduos (CALABRE, 2002, p. 9).

Em vários estados brasileiros, as escolas públicas passaram a incorporar o rádio como ferramenta educacional. Trata-se de um recurso privilegiado no processo educativo. Ele não está defasado diante dos avanços tecnológicos, mas, ao contrário, o rádio incorpora a internet e o computador para continuar a exercer o seu papel educativo na sociedade. Para Soares (1999), coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da USP, a escola absorveu os fluxos dessas transformações que ocorreram ao longo da história do Brasil. Considera, ainda, que hoje circulam pelo Brasil inúmeras experiências do rádio na escola como espaço de democratização da fala, articulando o pensamento e a expressão das emoções no espaço escolar, envolvendo professores e alunos, agentes no processo de formação.

Diante das pressões para que o processo de democratização das comunicações não avance e as constantes perseguições que as instâncias governamentais realizam contra as rádios comunitárias, a experiência do rádio na escola se torna um novo caminho para além das emissoras de baixa potência, que continuam a buscar espaços na comunidade com o apoio de organizações não-governamentais. O rádio na escola traz mais uma perspectiva de possibilitar a relação da educação/comunicação/democracia/cidadania. É quando é ressaltado, como lembra Peruzzo (2002), o aspecto do ensino-aprendizado como mediado pela comunicação.

Como diz Jambeiro (2007), quanto mais se proporciona a universalização da comunicação, mais os indivíduos se inserem como cidadãos. E quando as pessoas aprendem e utilizam as tecnologias de informação e comunicação não apenas para a realização pessoal, estão contribuindo para a democratização dos processos sociais (JAMBEIRO, 2007, p. 120). O rádio na escola torna-se, desse ponto de vista, uma ferramenta outra no processo de democratização das práticas escolares.

Práticas de gestão e produção do rádio na escola: as experiências na região sul da Bahia

A região sul da Bahia vem desenvolvendo experiências de rádio na escola desde o início de 2000, com a tentativa de implantar rádios de pequena potência em quatro escolas da rede municipal de Itabuna. A Secretaria Municipal de Educação adquiriu equipamentos para colocar no ar uma rádio comunitária no Grupo Escolar Maria Pinheiro. Equipou um estúdio de locução no Centro de Apoio Integral à Criança – CAIC para elaborar programas de rádio envolvendo mais duas escolas: Prof. Lourival Oliveira e Everaldo Cardoso. A experiência durou pouco tempo, já que a Polícia Federal tratou de impedir o funcionamento da rádio, lacrando os transmissores.

Em 2007, uma parceria entre a Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC e a Secretaria Munici-

pal de Educação de Itabuna recuperou a experiência do rádio na escola, mas sem o uso dos equipamentos de transmissão de baixa potência (rádio comunitária). A idéia foi desenvolver o rádio na escola durante o intervalo das aulas, com a estruturação de um sistema interno com caixas de som para a transmissão dos programas de rádio. Os programas seriam elaborados pelos alunos das quatro escolas no estúdio de rádio do CAIC e, posteriormente, veiculados nas quatro escolas durante os intervalos das aulas. Ao mesmo tempo, uma equipe de alunos das quatro escolas seria capacitada. Parte do programa deveria ser feita ao vivo, interagindo com os alunos.

Os alunos foram capacitados para os meios de comunicação social e suas funções na sociedade, a linguagem específica do rádio (fala, música e efeitos sonoros), os gêneros e formatos radiofônicos (dramático, jornalístico e musical), além de aprenderem a estruturar um programa de rádio – técnicas de locução, gravação e edição de áudio – utilizando programas de computador. A capacitação dos alunos se desenvolveu de agosto a novembro de 2007. Os alunos e alunas das quatro escolas da rede municipal de Itabuna apresentaram certa desenvoltura no uso da oralidade, na criatividade e expressividade na gravação de programas de rádio. A equipe formada por vinte alunos possibilitou uma integração entre eles, partilha nas discussões durante as oficinas e domínio da informática. No entanto, tinham dificuldades com o uso da leitura e da escrita.

No Colégio Modelo de Canavieiras (BA), uma professora está desenvolvendo um trabalho com o rádio na escola. Ela montou uma equipe de rádio com a participação de alunos do Ensino Médio. A professora orienta a equipe na produção de programas e acompanha a veiculação que ocorre ao vivo durante o intervalo das aulas. Para produzir os temas dos programas, os alunos discutem entre si, definem o assunto, dividem tarefas, gravam os programas e os veiculam no espaço escolar. Ainda falta um maior conhecimento sobre as técnicas de produção radiofônica, mas a experiência tem motivado os alunos a se empenharem na produção dos programas de rádio.

No bairro de Salobrinho, em Ilhéus, a única escola estadual, que tem o mesmo nome do bairro (Escola Estadual do Salobrinho), também está montando uma equipe para trabalhar o rádio na escola. O processo ainda está em andamento. A iniciativa é de um Projeto de Extensão da Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC intitulado Projeto Jovem Bom de Vida. O Projeto tem quatro áreas de atuação (Jovem Socorrista, Eco-Adolescer, Menina Moça e Comunicação). Além da proposta de implantar uma rádio com uma estrutura de funcionamento no pátio da Escola, o trabalho vai atender, também, à capacitação em audiovisual. A próxima etapa começa em agosto de 2008, com a capacitação dos alunos das três séries do Ensino Médio para a elaboração de programas de rádio. Todos os alunos selecionados não têm trabalho e a proposta é envolver os jovens que ficam ociosos na comunidade

e correm o risco de se envolver com drogas, violência, além dos elevados índices de gravidez na adolescência entre os jovens do bairro de Salobrinho.

São experiências alternativas do rádio na escola e que apresentam alguns aspectos relevantes no que se refere ao processo educativo, de participação democrática e de exercício da cidadania. Os alunos e alunas são estimulados a ter uma visão crítica dos meios de comunicação de massa, a conhecer o processo de produção dos programas radiofônicos de forma crítica, a linguagem característica do veículo, os diversos formatos que possibilitam a criatividade na elaboração dos conteúdos.

Percebe-se que, aos poucos, os alunos vão ganhando maturidade para pensar os temas, escolher as músicas, criar e inserir efeitos sonoros, distribuir as tarefas para composição dos programas (roteirização, elaboração de entrevistas, locução e apresentação dos programas, redação de notícias que fazem parte do contexto da escola e da vida dos jovens), o que requer: dividir tarefas, assumir responsabilidades inerentes à produção dos programas, incentivar e estimular a descoberta das habilidades que cada um apresenta para o fazer radiofônico, além de criar um espaço de autonomia entre os jovens.

Essas formas de envolvimento e participação das equipes de rádio na escola possibilitam aos alunos apropriar-se do fazer radiofônico e ganhar confiança no que constroem. É um processo participativo que favorece momentos de discussão, escolhas e decisões

coletivas, distribuição de tarefas para serem desenvolvidas por cada membro que integra a equipe, responsabilidade para cumprir com seus compromissos a tempo dos programas serem gravados e veiculados no intervalo das aulas, além de proporcionar incentivo a uma dinâmica criativa, à integração da equipe. Ninguém é melhor ou maior que o outro. Todos estão no mesmo patamar de igualdade. Todos podem falar, expressar-se, dizer o que pensam, apresentar opiniões contrárias, construir coletivamente. Eles exercitam a democracia e a cidadania.

O trabalho é gerido de forma coletiva de modo a promover a democratização da produção e do fazer comunicacional do rádio. Vão se apropriando de técnicas e de instrumentos tecnológicos da comunicação. Ampliam o uso da oralidade de tal modo que é perceptível a diferença em relação à leitura e à escrita. Eles ganham mais desenvoltura para se expressar, para falar dos assuntos que envolvem a vida dos jovens e de sua escola. Vão se constituindo sujeitos no espaço público e as relações entre eles e os professores vão mudando também. O professor não é mais o detentor do saber, do conhecimento. Os jovens saem do interesse individual para o interesse comum da escola e do que é público. É um processo pedagógico de aprender fazendo, errando e acertando. Peruzzo (2007) fala do papel que a comunicação estabelece na dinâmica do processo de ensino-aprendizagem, onde o indivíduo se vê em interação com os outros e com as manifestações culturais e informativas com que se

depara. Kaplun (1999) considera que "todo proceso de enseñanza/aprendijage debe, entonces, dar lugar a la expresión personal de los sujetos educandos" (KAPLUN, 1999, p. 7).

É na forma de gerir as experiências de rádio na escola que os alunos vão exercitando a cidadania. Trata-se de um ambiente que favorece a efetivação das relações entre comunicação e educação; possibilita a cada um ampliar a visão de mundo, ter uma dimensão mais complexa da sociedade e do contexto social que está à sua volta. É uma forma de educação que alimenta através do engajamento dos sujeitos em atividades concretas no seio de novas relações de sociabilidade (PERUZZO, 2007, p. 187 - 188). Esse exercício da cidadania passa pelo envolvimento do sujeito e pela sua participação nas instâncias de caráter coletivo. A comunicação educativa se fundamenta em estratégias, meios e métodos para promover a competência comunicativa dos sujeitos educandos (KAPLUN, 1999, p. 8).

Considerações finais

A experiência do rádio na escola é uma ferramenta pedagógica de educação para cidadania. Ela estabelece um processo democrático que torna possível uma comunicação horizontal, participativa, através da gestão do processo produtivo do fazer radiofônico. O rádio se insere na escola como uma mídia alternativa

que se coloca a serviço do processo de ensino-aprendizagem voltado para a formação do sujeito. Comunicação e educação criam vínculos fundamentais para o exercício da cidadania.

O rádio também é um meio de comunicação que permite uma ação dialógica, uma interação entre os sujeitos que se relacionam no espaço escolar. É também uma ferramenta que permite a democratização da palavra, das idéias, das decisões e a partilha no compromisso do fazer radiofônico. O aluno e a aluna se tornam sujeitos no processo do conhecimento. Tornam-se, ao mesmo tempo, produtores e receptores do processo de comunicação e educação, incorporando a idéia defendida por Paulo Freire de que a educação é um ato comunicativo e a comunicação um ato pedagógico.

A escola, ao incorporar os meios de comunicação como ferramentas pedagógicas, está contribuindo para que a comunicação, mais do que o uso dos meios em si, seja um processo que permeia toda ação educativa desenvolvida por ela. Amplia-se o processo que gera socialização do saber e do conhecimento, além da possibilidade de promover uma maior interação dos alunos dentro do espaço público que é a escola. Estimula-se, ainda, um dos aspectos da cidadania, que é o direito de expressão através da oralidade dos alunos no processo de construção da comunicação através do rádio.

Referências

BLOIS, Marlene M. Rádio educativo: uma escola de vida e de cidadania. In: FILHO, André Barbosa; PIOVESAN, Ângelo; BENETON, Rosana. **Rádio, sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Descobrindo o Brasil. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

FILHO, A. B.; PIOVESAN, A.; BENETON, R. (Orgs.). **Rádio, sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 33 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

GADOTTI, M. **Educação e comunicação**: o papel dos meios na formação do aluno e do professor em educação de jovens e adultos. Disponível em: <www. paulofreire. org/Moacir_Gadotti/Artigos/Portugueses/Currículo/Educ_e_comunic.pdf. Acesso em 16 jul. 2007.

JAMBEIRO, Othon. **Tempos de Vargas**: o rádio e o controle da informação. Salvador: Edufba, 2003.

JAMBEIRO, Othon. ***A re-configuração do ambiente regulador das comunicações na sociedade da informação.*** In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos. **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

KAPLUN, Mario. **Procesos educativos y canales de comunicación**. Disponível em: <www.bantaba,ehu.es/sociedad/files/view/procesos_educativos_y_canales_de_co-

municacion.pdf.> Acesso em 09 ago. 2008.

PERUZZO, Cecília M. Khroling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. In: BARBOSA, Marialva (Org.). **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro**: as contribuições da Intercom (1977 – 2007). São Paulo: Intercom 30, 2007. v. 1. O sonho intenso. Coleção Verde-Amarela.

MATA, Maria Cristina. **Comunicación, ciudadanía y poder:** pistas para pensar su articulación. Disponível em: <www.comminit.com/en/node/149879/348>. Acesso em 07 ago. 2008.

LEITE, Marcelo Henrique; SOUSA, Mauro Wilton de; GIOIELLI, Rafael Pompéia; MATHIAS, José Ronaldo Alonso. Mediações sociais e práticas escolares. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Recepção mediatizada e espaço público**. São Paulo: Paulinas, 2006.

SOARES, Ismar de Oliveira. **O rádio na escola**: é possível? Disponível em: <www.webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/modulo6/pdfs/naescola.pdf>. Acesso em 07 ago 2008.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Uma educação para a cidadania**. Disponível em: <www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/6.pdf>. Acesso em 07 ago. 2008.

[1] O modelo de educação bancária é criticado pelo educador e pedagogo Paulo Freire.

A CONSTRUÇÃO E A COMUNICAÇÃO DE UMA IDENTIDADE COLETIVA: ANOTAÇÕES DE UMA ETNOGRAFIA DA ASSOCIAÇÃO DAS PROSTITUTAS DA BAHIA

Mônica Benfica Marinho

O surgimento e a constituição da Associação das Prostitutas da Bahia (APROSBA)

A Associação das Prostitutas da Bahia (APROSBA) foi fundada em 1997[1]. Desenvolve suas ações em estreita colaboração com o Programa Nacional de DST/AIDS do Ministério da Saúde[2], que é o maior financiador de seus projetos. Também atua através de doações, parcerias e trabalhos voluntários.

Em 1995, teve início o desenvolvimento de um projeto de educação para prevenção da AIDS entre mulheres prostitutas de baixa renda na Cidade do Salvador. Este projeto estava vinculado ao Grupo de Apoio à Prevenção da AIDS da Bahia (GAPA/BA) e era financiado por uma fundação internacional. O projeto ficou sob minha coordenação desde o início de 1995 até o final de 1996. Neste período, foi possível estabelecer vínculos bem próximos com as mulheres que seriam as futuras dirigentes da Associação das Pros-

titutas da Bahia e encontrar Dona Raildes, "dona-de-casa"[3] na Ladeira da Montanha, um tradicional local de prática de prostituição. Este encontro foi um daqueles momentos que fazem com que "os nós se desatem". A casa de Dona Raildes foi o lugar de "acolhimento", aquele onde me sentia bem. Talvez pudesse falar aqui da força da simpatia, como belamente discorre Focault (2000) em "A prosa do mundo".[4] Ela aceitou participar do projeto e possibilitou o aceso às mulheres que trabalham na sua "casa", além de servir de influência para outras "donas-de-casas" da mesma área.

O encontro com Marilene de Jesus Silva, futura fundadora e dirigente da APROSBA, se deu durante o desenvolvimento do projeto do GAPA/BA, na Ladeira da Montanha. Foi na "casa" de Dona Raildes que vi Marilene pela primeira vez. Sentada em uma mesa, muito tranqüila, acompanhada por um possível cliente. Sentia que Dona Raíldes tinha um carinho especial por ela. Sempre fazia referência à responsabilidade dela e ao cuidado que tinha com a mãe que estava doente. Quando chegou o momento de formar as chamadas multiplicadoras de informação[5], convidamos mulheres de várias "casas" onde desenvolvíamos as atividades do projeto, mas poucas aceitaram participar. Incentivada por Dona Raíldes, Marilene decidiu aceitar o convite. No primeiro dia do curso, apenas quatro mulheres compareceram, e Marilene foi uma delas. Das quatro, duas foram até o final e duas desistiram. O projeto não tinha alcançado seu objetivo de formar, no mínimo, dez mulheres. Foi de-

cidido, então, que faríamos outra formação. Marilene, agora como multiplicadora, juntamente com Irene[6], a outra prostituta, participaram da organização do curso, principalmente fazendo contato com as áreas de prostituição de atuação do projeto e convidando as mulheres a participar. No primeiro dia desta segunda formação, compareceram mais de vinte mulheres. No final, dez foram selecionadas para atuar como agentes multiplicadoras. Ficou a cargo das mulheres selecionadas participar de reuniões em áreas de prostituição para repasse de informações sobre a prevenção das DST/AIDS, distribuição de material informativo sobre educação para prevenção da AIDS entre prostitutas e distribuição de camisinha. As mulheres eram remuneradas pelas atividades. Depois dessa formação, no final de 1996, deixei o projeto.

Logo depois, em 1997, o Centro Baiano Anti-Aids (CBAA) realizou o projeto para prevenção das DST/AIDS entre prostitutas de Salvador. Intitulado "Mulheres da Vida", foi escolhido na seleção pública do CN-DST/AIDS e passou a receber financiamento do Ministério da Saúde. Recebi, então, o convite para dar assessoria ao projeto. Neste mesmo período as atividades das multiplicadoras do projeto do GAPA/BA estavam praticamente paradas, já que a maioria das "multiplicadoras de informação" o tinha abandonado. Ao aceitar o convite, fiz contato com Marilene e convidei-a para participar do projeto do CCBAA como multiplicadora de informações. Ela aceitou. Pedi que sugerisse outras duas multiplicadoras, mulheres que realmente

assumissem o compromisso de realizar as tarefas do projeto. Ela indicou Maria de Fátima e Patrícia[7], ambas formadas como multiplicadoras no projeto do GAPA/BA. Assim, reencontramos Maria de Fátima Medeiros, conhecida como Fátima, que seria a outra futura fundadora e dirigente da APROSBA. Neste projeto, tiveram início as discussões para a formação de uma associação de profissionais do sexo. A sensibilização das três multiplicadoras para a necessidade da constituição de tal associação aconteceu a partir de discussões com as pessoas envolvidas na coordenação do projeto. Como o CBAA surgiu vinculado ao GGB (Grupo Gay da Bahia), gerenciado por Luiz Mott – e o projeto era coordenado por uma militante do GLB (Grupo Lésbico da Bahia), que também funcionava atrelada ao GGB. Havia certa "tradição" na organização política de grupos que lutavam pela afirmação de uma identidade sexual considerada marginal. Patrícia, neste percurso, abandonou o projeto e entrou para a Igreja Evangélica. Marilene fala do surgimento da associação:

> Eu, Fátima e outra menina, profissional do sexo, a gente foi convidada pra tá trabalhando esse mesmo serviço que a gente tava fazendo pra outra instituição, o GAPA. Trabalhar no CBAA, Centro Bahiano Anti- AIDS como agente multiplicador de informação. E aí a gente começou trabalhar pra eles, fazendo um trabalho mesmo de campo com as meninas e foi a partir desse momento, esse contato maior que a gente começou a

> organizar mesmo uma pesquisa, se as meninas gostariam que existisse uma associação voltada pra classe, pra categoria, pra melhorar a qualidade de vida, se elas participariam. Aí houve uma pesquisa realmente e a maioria gostaria que tivesse uma associação voltada pra melhoria da classe. E aí foi aquela luta toda, discriminação pra registrar em cartório. E aí a APROSBA nasceu junto com ajuda de alguns grupos, que foi o GLB e o CBAA, que deu a maior força pra gente e a gente ficou mais ou menos um... Não, dois anos com esses grupos e depois houve um desvinculo com esses grupos e a gente tá andando sozinha (*sic*).

A existência de várias outras associações das chamadas profissionais do sexo em outros estados foi um fator motivador para as prostitutas. Realizaram-se intercâmbios com outras associações, quando foram obtidas informações a respeito do que significa uma associação das profissionais do sexo. A partir daí, nesse mesmo ano, 1997, foi criado o estatuto, sendo eleitos os membros da diretoria, que contava também com a participação de pessoas que não exerciam a prostituição. Além disso, no estatuto, não havia restrições quanto ao sexo do participante.

Pode-se afirmar que a Associação surgiu conduzida por agentes vinculados ao movimento de afirmação de identidade sexual, os quais se mobilizaram para o questionamento da relação inequívoca entre AIDS e homossexualidade e deram início a projetos

de educação para prevenção da AIDS. A consolidação da Associação foi acontecendo no esteio das ações desses grupos que já estavam instituídos. Contato com a mídia na busca de visibilidade, elaboração de projetos que possibilitassem o financiamento das ações da Associação, participação em seminários, congressos e outras atividades necessárias para a consolidação de grupos foram atividades gerenciadas pelos coordenadores que pertenciam às entidades já citadas.

Um momento de ruptura se deu quando o Grupo Lésbico da Bahia (GLB), que se encontrava atrelado ao Grupo Gay da Bahia, resolveu buscar sua "independência". A APROSBA escolheu ficar associada ao GLB[8]. A partir daí os membros da Instituição passaram a estar submetidos ao gerenciamento do GLB, que coordenava e assessorava os projetos, cabendo às prostitutas somente o papel de educadoras e representantes "legais" e simbólicas da Associação. A falta de informação e de formação necessárias para os procedimentos que fazem estabelecer e funcionar essas organizações talvez possa ser considerada o principal fator para que coubesse às prostitutas, em relação ao "lugar" destinado a cada membro da Instituição, cumprir as determinações dos melhores posicionados, que barganham a partir de uma competência adquirida nos anos de "militância". Naquele momento, participavam do funcionamento da APROSBA duas representantes do Grupo Lésbico da Bahia – Fátima e Marilene –, Celina – que também foi multiplicadora do GAPA/BA e foi convidada por Fátima e Marilene

para fazer parte da instituição depois que a APROSBA foi fundada[9] – e uma outra prostituta que permaneceu na instituição durante mais ou menos um ano.

O contínuo contato com organizações, a participação em encontros e outros eventos, o contato com representantes de instituições que são bastante favoráveis aos objetivos da associação foram fazendo com que as prostitutas adquirissem uma certa "segurança". Elas começaram a questionar os lugares que lhes eram destinados. Assim, a APROSBA decidiu tornar-se independente do Grupo Lésbico da Bahia, dando o primeiro passo com a elaboração de projetos para concorrer em editais do Ministério da Saúde. Tendo um dos projetos sido aprovado, iniciou-se, em 2001, uma nova fase na constituição da Associação. Aqui, foi de fundamental importância a parceria com a Pathfinder, uma organização internacional com uma filial no Brasil. Esta Instituição possibilitou a organização estrutural da APROSBA que, desde 2001, funciona de forma não atrelada a nenhum outro grupo e em parceria com várias outras instituições.

A APROSBA possui nove membros[10]. Quatro fazem parte da diretoria executiva e do conselho fiscal; três formam o grupo das educadoras de pares; e dois são do grupo dos prestadores de serviço, formado por uma voluntária e um assessor de comunicação que não exercem a prática da prostituição.

Goffman (2003) chama atenção para o fato de que os membros têm posições e categorias formais diferentes numa instituição. Mas a dependência mútua, criada

pelo fato de que eles pertencem à mesma equipe, tende a atravessar as clivagens sociais e estruturais na instituição. Em relação à equipe, ele assim a define:

> [...] pode ser definida como um conjunto de indivíduos cuja íntima cooperação é necessária, para ser mantida uma determinada definição projetada da situação. Uma equipe é um grupo, mas não um grupo em relação a uma estrutura ou organização social, e sim em relação a uma interação, ou série de interações, na qual é mantida a definição apropriada da situação (GOFFMAN, 2003a, p. 99).

Quando a prostituta é identificada como membro[11] da equipe, observa-se uma reorganização pessoal que se dá com base no funcionamento da Instituição. Um conjunto explícito e formal de prescrições deve ser obedecido, como por exemplo: hora de trabalho, tarefas que devem ser desempenhadas por cada um na sua função, discursos a serem adotados, posturas diante das "não-iniciadas" e conhecimentos que devem ser adquiridos. Para que a Instituição funcione, supõe-se certa restrição, um comportamento mais ascético: não beber durante o expediente, cumprir os horários, assiduidade e pontualidade. Fazer programa passa a ser atividade secundária a ser realizada fora do horário do expediente. A assiduidade e a pontualidade são comportamentos bastante valorizados. Aquelas que se impõem as restrições tendem a "fazer parte", a ser aceitas pela Instituição.

É interessante fazer referência ao modo como a lealdade de um candidato a membro é posta constantemente à prova. Schutz (1979, p. 94) lembra que, com freqüência, a duvidosa lealdade do estranho é, infelizmente, mais do que um preconceito por parte do novo grupo. Isso é verdade, especialmente nos casos em que o estranho não se mostra disposto ou capaz de substituir inteiramente o padrão cultural do grupo de origem pelo novo. Mas, muitas vezes, a acusação de deslealdade se origina da surpresa dos membros do grupo interno com relação ao fato de que o estranho não aceita totalmente seu padrão cultural como estilo de vida natural e apropriado e como a melhor solução possível para qualquer problema. Como afirma Schutz,

> O estranho é chamado de ingrato, já que se recusa a ver que o padrão cultural que lhe é oferecido lhe garante abrigo e proteção. Mas, essas pessoas não compreendem que o estranho, no estado de transição, não vê, absolutamente, esse padrão como abrigo protetor, mas um labirinto, no qual perdeu completamente o sentido das coisas (SCHUTZ, 1979 p. 94).

Para Schutz (1979), é somente a partir do momento em que o estranho reúne um conhecimento sobre função de interpretação do novo padrão cultural, que tem início a sua adoção como código para sua expressão. Eventos relacionados às práticas ins-

titucionais da APROSBA revelam que adotar outro código de interpretação, aquele que define a militância, é uma tarefa complexa e árdua. Várias etapas devem ser percorridas desde que um indivíduo se afasta de seu grupo de origem até que passe finalmente a ser "membro" de outro grupo. Esse processo inclui, claramente, a aceitação desse novo membro pelos outros integrantes do grupo. Ao pensarmos o processo de "mudança de grupo", devemos considerar as informações do autor de forma cuidadosa, no que se refere à constituição da APROSBA. No que diz respeito àqueles que se tornaram e os que estão em processo de se tornarem membros da Instituição, não há exatamente um afastamento de seu grupo de origem, pois as mulheres prostitutas que passam a fazer parte da Associação continuam na prática da prostituição, freqüentando os locais onde fazem seus programas, interagindo com aquele espaço específico, do qual elas são parte. Mas existe, de fato, certo distanciamento do grupo de origem, pois ao entrarem na militância as mulheres passam a desnaturalizar uma série de procedimentos típicos do universo da prostituição, como a violência e a percepção da prostituição como uma prática marginal, por exemplo. Não significa, no entanto, que haja uma ruptura com tal universo. Há uma série de procedimentos e valores típicos do mundo da prostituição que continuam a percorrer o universo das militantes, principalmente no que diz respeito à dificuldade relacionada à assunção da identidade de prostituta.

Assunção e comunicação de uma identidade

É possível identificar duas dimensões entre as quais oscila uma identidade de prostituta.

De um lado, observa-se a construção de um perfil depreciativo da categoria, que geralmente é manifestado por mulheres que vivem mais intensamente o conflito da identidade de prostituta. Ocorre quando, na prática da prostituição, se criam mecanismos de uma não identificação como prostituta, tendo-se como referência valores dos modelos dominantes que interferem nas suas condutas. Elas sentem vergonha e escondem o que fazem.

Por outro lado, tem-se a construção de um perfil mais positivo da categoria, ligado às mulheres que tendem a relativizar os preconceitos. Não se pode dizer que este seja um padrão dominante na prática da prostituição. Mas pode ser identificado, mesmo que de forma tênue, nesta prática – podendo ser melhor observado quando o exercício da prostituição está ligado ao movimento associativista, que se caracteriza pela reivindicação de um espaço profissional e político. Este espaço, por sua vez, propicia às mulheres um *status* que cobra delas "assumirem-se" plenamente enquanto prostitutas. Conforme as militantes, o movimento associativo de prostitutas costuma estimular a assunção da identidade de prostituta, pois isto se constitui num fator importante para o discurso político. "Mostrar a cara" apresenta-se como uma atitude de respeito. A questão que as militantes se colocam é:

como uma mulher pode representar uma associação se ela própria não assume ser prostituta?

Observações de campo[12] mostraram que o "se assumir prostituta" é uma disposição carregada de contradições, com as quais deve conviver o movimento de prostitutas. O processo de assunção desta identidade é difícil, conflituoso, contraditório. Mas como membros de uma instituição como a Associação das Prostituas da Bahia (APROSBA) vivem a experiência de "se assumir"?

Marilene Silva, vice coordenadora da APROSBA, considera que o "se assumir" significa superar os preconceitos vividos pelas prostitutas:

> Até hoje a gente enfrenta preconceito, mas sem medo, eu não tenho medo. Existe preconceito da sociedade mesmo. Das próprias profissionais do sexo, que já têm preconceito formado de que é crime,de que tem que ficar deprimida, de que tem que ficar atrás da cortina, ninguém poder ver. Aí você luta pra acabar esse preconceito (*sic.*).[13]

Para as militantes, assumir-se implica tornar público o exercício da prática da prostituição. E esta publicização exige desde a revelação para os íntimos até a exposição na mídia. Para elas, a condição de trabalhadora do sexo no espaço da família, principalmente para os filhos, pode ser considerado o passo mais importante e o mais difícil para que se vençam os preconceitos impostos a esta prática – momento em que

a mulher pode ser identificada como uma militante. Além disso, o estabelecimento de relações francas e mais duradouras com seus companheiros é uma dificuldade, ou quase uma impossibilidade, trazida pela identidade de prostituta. Como afirma Esmeralda:

> Meu primeiro marido, quando eu fui morar com ele, ele não sabia. Depois que ele soube... Ele me seguia até o lugar que eu fazia programa, ele descobriu e a gente se separou. E com esse pode ser que aconteça a mesma coisa, o dia que ele descobrir a gente separa. Eu conheci ele numa festa, na festa de Santo Antônio. Não estava fazendo programa, tava curtindo com minhas amigas. Se eu conhecesse ele no brega, aí é diferente, aí ele já sabia minha vida. Assim mesmo, eu não acho legal porque eu vejo o exemplo de outras meninas que arranja namorado no brega e depois ele quer que sustente ele. Porque ele sabe que faz programa, aceita e depois quer que sustente ele. Muitos até batem se ela não levar dinheiro para casa. A maioria das meninas não falam que fazem programa por isso mesmo. Primeiro, porque ele às vezes não aceita. Segundo, se aceitar, vai querer que ela dê na mão dele (*sic.*).[14]

A fala de Izete, membro da APROSBA, que diz se assumir plenamente, mostra como a assunção da prostituição é a maior barreira à constituição de uma associação:

> Você tem que quebrar todo um elo. Você quebra o elo porque você tem que aparecer para a sociedade, você tem que aparecer pra seus pais, você tem que aparecer pro seus filhos, você tem que aparecer pro companheiro, para sociedade e você não pode fechar as portas e dizer assim: "eu sou profissional do sexo, eu sou prostituta", pra uma sociedade, é uma rede de comunicação. Você fala numa televisão, você fala num rádio: eu sou uma profissional do sexo, eu estou fazendo esse desenvolvimento com as minhas colegas. Então, você tem que ter todo um preparativo para informar à sociedade que você é profissional... dá então pra você se mostrar de cara, para tá dando continuidade pra fundar uma instituição. Como têm muitas garotas que trabalham de espelho, trabalham de escudo: "pra minha família, eu trabalho em casa de família", então fica meio difícil falar em uma cadeia né, de televisão, em rádio, "eu sou profissional". Graças a Deus, eu não tenho esse problema em falar "eu sou prostituta, eu sou profissional, eu tô na militância"; mesmo pra família (*sic*.).[15]

Para ela, o que predomina entre as prostitutas é a seguinte fala: "Eu não faço, eu não faço isso (risos), eu vou sair, eu tô aqui..., mas assumir, assumir assim, é difícil".

A atitude relativa ao se "assumir" participa com peso significativo no estabelecimento de relação de

tensão entre o movimento associativista e as prostitutas "não militantes". No entanto, esta tensão também está presente entre as próprias militantes. É importante ressaltar que a participação em uma associação de prostitutas, mesmo como dirigente, não significa que haja compartilhamento de uma certa doutrina formulada, historicamente, pelas lideranças do movimento, o que gera situações de conflito. O movimento é marcado por diferenças, embates, principalmente no que tange à percepção sobre a identidade de prostituta. Podemos observar condutas geradas pelas experiências cotidianas das mulheres que podem, inclusive, colocar em questão sua lealdade ao movimento. Gabriela Leite comenta sobre as diferenças que marcam as associações no interior do movimento de prostitutas:

> Como em todo movimento nós temos associações fortes, associações mais fraquinhas e associações que estão equivocadas. Eu acho que nós temos ainda muitas associações equivocadas que com o advento de toda a história do Programa Nacional de Aids, financiamento e a história de eles colocarem como um dos referenciais mesmo do projeto a formação de associações, foi se formando associação por se formar, cê entendeu? Para colocar como resultado esperado, sabe? Depois como resultado de projeto e tudo o mais. E isso eu acho que trouxe alguns problemas porque muitas associações se formaram e as pessoas nem ficaram sabendo porque aquela associação e qual que era a grande histó-

> ria daquela associação e tudo mais e tal, né? Então daí você chega a questões que tem a ver com estigma e tal (*sic*.).[16]

Ela fala de como a questão de assumir a identidade de prostituta é um problema para o movimento:

> É por isso que eu digo que primeiramente é um movimento de identidade. E aí se você não tem esse princípio como princípio primeiro, né, da organização, cê perde todo o resto. Isso vira um entidade de ajuda à prostituta, não um entidade de prostituta para prostituta. Então eu acho que isso é uma das questões primeiras que nós vamos ter que prestar muita atenção agora inclusive nas capacitações de liderança, do que é associativismo e tudo o mais. Que como bem disse a Leila, nós já passamos dessa fase de ficar discutindo se é legal ser prostituta, não é legal ser prostituta, né? E agora quem entra na história tem que entrar dentro de determinadas, determinadas linhas de trabalho, né? E aí não é fechar o movimento, é ele ficar mais forte mesmo, né? (*sic*.).[17]

Se tomamos a categoria da assunção da prática da prostituição como fruto da articulação entre uma lógica interna da militância de prostituta, que se caracteriza pela afirmação desta prática, e uma outra, da estigmatização, marcada pela negação desta mesma prática, podemos perceber que é da tensão entre estas duas dinâmicas que se revelam inconsistências e inco-

erências inerentes àquela categoria. Neste sentido, não podemos deixar de nos referir à mídia como elemento fundamental na construção da identidade militante. A mídia constitui-se em um espaço no qual esta tensão deve ser neutralizada, o lugar onde a consistência e a coerência relacionadas às condutas de prostituta militante devem ser confirmadas.

Essas considerações nos conduzem à idéia de que estamos lidando, aqui, com um processo de ressignificação de uma identidade marginal. Tal ressignificação, acreditamos, pode ser compreendida a partir de um olhar atento sobre os processos comunicativos que produzem e expressam outra significação a respeito do que seja ser prostituta. É, portanto, capital observar como os atores produzem e tratam a informação nas trocas e como utilizam a linguagem enquanto recurso. Isto implica efetuar uma análise de suas ações cotidianas, análise que deve ser feita do ponto de vista dos participantes, de suas perspectivas. Esta percepção está associada à idéia de que, como evidencia Coulon (1995), as interações são fundamento da vida social na medida em que criam, permanentemente, suas microestruturas. Por conseguinte, a estrutura e a ordem social não existem independentemente dos indivíduos que as constroem.

Insistindo ainda um pouco mais na importância dos processos comunicacionais na conformação da organização social, vamos dizer que um sistema sociocultural define-se pelo modo de comunicação que o especifica. Este modo de comunicação agrega tanto

as tecnologias destinadas a comunicar, assim como, conforme salienta Louis Quéré (1998), um dispositivo intelectual que é aí acionado para produzir, validar e transmitir os conhecimentos e os quadros motivacionais e normativos da ação. Se a vida em grupo está organizada em torno da comunicação, esta comunicação não apenas consiste na transmissão de idéias de uma pessoa a outra, mas envolve também um conjunto de sentidos compartilhados.

Reflexividade, identidade e mídia

Consideramos que reflexividade é para os indivíduos um mecanismo fundamental nos seus processos de construção identitária. Giddens (2002) aborda uma reflexividade que ele chama de construção reflexiva da auto-identidade, na qual o "eu" é visto como projeto reflexivo pelo qual o indivíduo é responsável. Para o autor, este é um processo característico do que ele chama de alta-modernidade, porque é neste período que se criam as condições de produção e difusão de conhecimentos especializados, de banalização de conceitos antes constitutivos de esferas fechadas do saber, que possibilitam ao indivíduo auto-interrogar-se. A identidade se forja, assim, permanentemente por auto-reflexividade, o que permite ao indivíduo contar a sua própria história e reafirmar seu senso de coerência. Trata-se de conjugar, da maneira mais satisfatória, seu desejo de conformidade e seu desejo de autenticidade. Segundo Giddens,

> [...] hoje em dia, o eu é para todos um projeto reflexivo – uma interrogação mais ou menos contínua do passado, do presente e do futuro. É um projeto conduzido em meio a uma profusão de recursos reflexivos: terapia e manuais de auto- ajuda de todas os tipos, programas de televisão, artigos e revistas (GIDDENS, 1993, p. 41).

Pensamos ser interessante nos determos na "reflexividade" que conforma o eu de militantes da APROSBA, pois é recorrente, nas suas narrativas, uma concepção de si mesmas orientada pela apropriação de um conjunto de saberes (como a literatura dos movimentos associativistas, que já circula por todo o país, os encontros, seminários, cursos de capacitação nas mais variadas atividades) que fizeram com que essas mulheres incorporassem um conhecimento especializado relacionado às suas ações envolvendo uma noção de eu. Assim, o projeto reflexivo do eu envolve uma reconstrução emocional do passado, para projetar uma narrativa coerente em direção ao futuro: na narrativa das militantes podemos identificar um marco nas suas trajetórias, de um antes e um depois. Este marco é expresso pela apropriação de um conjunto de saberes e práticas institucionais, incluindo aí o uso da mídia como uma prática relevante, pois compreende um espaço privilegiado de uma narrativa reflexivamente ordenada do eu.

A relação da APROSBA com a mídia se estabeleceu desde o seu surgimento. No dia da sua fundação

ela estava lá para registrar e divulgar o acontecimento. A busca da visibilidade através da mídia é uma de suas práticas institucionais mais valorizadas. Insistindo ainda mais, podemos dizer que o uso da mídia pela associação como prática institucional, é um elemento fundamental na construção da identidade de militante. A atenção a este elemento permite, por conseguinte, compreender a relação que se constrói com a mídia na sua dupla natureza, como destaca Rui Sandrine: "[...] de integração, portanto de normalização, de um lado; e de espaço de auto-reflexividade biográfica, portanto de subjetividade, de outro lado" (RUI, 2005). Se a identidade se forja permanentemente pela auto-reflexividade, não podemos deixar de considerar, aqui, a presença da mídia na construção reflexiva do eu, portanto, da identidade.

No espaço da mídia, prostitutas militantes contam suas histórias, mostrando quem elas são, e o caminho que percorreram, evidenciando suas subjetividades. Destacamos abaixo um trecho da entrevista dada por Marilene. Podemos observar como a mídia teve um papel preponderante no seu percurso de militante.

> A mídia ajudou a gente e a gente ajudou eles. É como... uma mão lava a outra. Quando eles falam de prostituição, com uma prostituta eles ficam doidos de saber... eles vão a fundo [...] né? Eles sempre procuram saber uma monte de coisas. "Você tá assumindo, você acha que é bom ser prostituta, mas se

sua filha fosse?" Aquelas besteradas todas, mas aí a gente aproveita já pra tá divulgando o trabalho, mostrando pra sociedade que existe, que tá tendo um movimento, que a gente tá lutando contra os preconceitos, a violência, a discriminação, lutando pra ter direito a igualdade, ser incluída na sociedade, ser reconhecida como profissão, porque é uma profissão também. Então a mídia ajudou bastante porque ia ser muito difícil a gente bater de boca em boca, ficaria muito difícil, né? Era entrevista, logo no início, era comigo, porque eu era a presidente e sempre era comigo. Então a mídia ajudou bastante tanto a televisão, como jornal, rádio. Então a oportunidade de a gente tá no rádio, no jornal, muitas pessoas vai ter acesso de tarem lendo, se informando e vê que tem pessoas que tá trabalhando em benefício de pessoas, a favor da legalização da profissão, direitos da prostituta. Não só a prostituta, mas tem várias pessoas que não fazem parte do movimento que colaboram, que ajudam voluntariamente. Depois que eu saí na mídia eu me senti uma pessoa mais famosa, mais importante (risos). Meus clientes falam assim: "Pôxa, hoje eu quero sair com a presidente da APROSBA". Ou então tinha clientes que colecionava jornal, as matérias que saíam. Às vezes a mídia mesmo que procura a gente pra fazer matéria sobre valores, violência. Então eles ajudaram bastante. Inclusive sobre denúncias e tal. Então a imprensa ajuda bastante a quebrar esse preconceito (*sic.*).[18]

As ações da APROSBA sempre encontram repercussão na mídia. O último evento que ganhou um extraordinário espaço nos meios de comunicação foi o pedido de concessão de uma emissora de rádio FM, a ser administrada pela instituição em parceria com o Ministério da Cultura. Fátima, coordenadora da Associação, concedeu a seguinte declaração ao jornal *Folha de São Paulo:*

> Não sei se a proposta será aceita pelo Ministério das Comunicações, mas o nome de fantasia da emissora será "Zona FM"[...] A idéia de administrar uma emissora de rádio surgiu no fim de 2005. Hoje, no Brasil, existem rádios em nome de políticos, empresários e médicos, por exemplo. Por que as prostitutas não podem ter um canal à sua disposição?"Sem nenhuma experiência no ramo, a APROSBA pretende "contratar" professores universitários e voluntários como locutores e técnicos. "Também vamos treinar algumas prostitutas que levam mais jeito para falar em público'. [...] a entidade também não descarta a possibilidade de recorrer à iniciativa privada. "Queremos mostrar que as prostitutas também são pessoas dignas, que exercem uma profissão como qualquer outra" (FRANCISCO, 2006).

A possibilidade de uma emissora de rádio FM dirigida por prostitutas gerou diferentes reações nos mais variados setores sociais. Os menos conservadores e afeitos à causa viram o fato como uma conquista

da categoria; já os mais conservadores, como um espaço para incentivo à prostituição. O que neste evento incomoda, surpreende, é o fato de uma categoria *cercada de estigmas e preconceitos*, relegada a lugares bem demarcados, de "passiva receptora", emergir da mudez e passar a ter acesso à palavra, a ser enunciadora em um processo comunicacional. Assim, aqueles que outrora eram apenas ouvintes, e tidos como minoria, passam a ser protagonistas. Lembramos que a palavra é instituinte do sujeito social, ela lhe dá visibilidade pública. Como afirma França (2002), "[...] o outro dentro do grande "nós" se coloca não como o 'falado', o referente de construções externas de representação, mas como enunciador" (FRANÇA, 2002, p. 72).

Desde que Orson Wells apresentou no rádio, na década de 30 do século XX, o romance de ficção científica de H. G. Wells, *A guerra dos mundos,* sobre a invasão da Terra por marcianos, aterrorizando, com tal relato, milhares de americanos crédulos (evento que é exaustivamente citado nos estudos sobre meios de comunicação de massa) até a *web* rádio do século XXI, esse meio de comunicação passou por muitas transformações. Mas o que não se pode contestar é que ele permanece como meio de comunicação de fenomenal alcance e possibilitará certamente uma participação social mais ampliada da APROSBA. Uma emissora de rádio gerenciada pela instituição poderá ser entendida como "fonte de poder, de direitos, [...] instrumento de mobilização social, de construção e reconstrução de identidade, como produtora de sentido através da

afetividade, da ampliação de possibilidades pessoais e coletivas" (ROLDÃO; MOREIRA, 2004).

Enfim, assumimos, aqui, a idéia de que a reflexividade é um mecanismo fundamental no processo de construção da identidade da prostituta militante, reconhecendo, pois, que a mídia tem um papel fundamental nesse processo.

Referências

COULON, Alain. **Etnometodologia e educação**. Tradução de Guilherme João e Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1995.

FOUCAULT, Michel. **A palavra e as coisas**. Tradução de Luís Eduardo de Lima Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FRANÇA, Vera. Do telégrafo à rede: o trabalho dos modelos e a apreensão da comunicação. In: PRADO, José Luiz (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002. p. 57-76

FRANCISCO, Luiz. Prostitutas vão administrar rádio FM em Salvador. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 08 mar. 2006. Ilustrada.

GIDDENS, Antony. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOFFMAN, Erving **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Vozes, 2003.

QUÉRÉ, Louis. Sociabilité et interactions sociales. **Revue Réseaux**, n. 28, mar., 1998.

ROLDÃO, Ivete; MOREIRA, Reginaldo. Maluco beleza: a experiência de um programa de rádio produzido por usuários da saúde mental. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, **Anais...** Porto Alegre, 2004. CD- ROM.

RUI, Sandrine. Foule sentimentale: récit amoureux, média et réflexivité. **Revue Reseaux**. Disponível em: <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/> Acesso em: 20 nov. 2005.

SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais.** Tradução de Ângela Melin. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

---

1 De 1997 até 2004 a APROSBA era denominada Associação das Profissionais do Sexo da Bahia. A partir de 2004, ela passou a ser denominada Associação das Prostitutas da Bahia. De acordo com a coordenadora geral da Instituição, a mudança se deve à necessidade de afirmar a prática da prostituição e não escondê-la atrás de "rótulos" como "profissionais do sexo".

2 Dados contidos no material informativo da Instituição, no formato de *folder,* que tem como *slogan* "Camisinha não esqueça: na batalha, este ainda é o melhor programa". s/data.

3 Denominação dada pelas prostitutas para as cafetinas e seus respectivos estabelecimentos

4 "Ela é princípio de mobilidade atrai o que é pesado para o peso do solo e o que é leve para o éter sem peso; impele as raízes para a água e faz girar com a curva do sol a grande flor amarela do girassol. Mais ainda, atraindo as coisas umas as outras por um movimento exterior e visível, suscita em segredo

um movimento interior – um deslocamento de qualidades que se substituem mutuamente: o fogo, porque quente e leve, se eleva no ar, para o qual as chamas infatigavelmente se erguem ; perde, porém, sua própria secura (que o aparentava à terra) e adquire assim certa umidade (que o liga à água e ao ar); desaparece então em ligeiro vapor, em fumaça azul, em nuvem: tornou-se ar" (FOUCAULT, 2000, p. 32).

[5] Última etapa do projeto.

[6] Utilizo aqui nome fictício, pois a referida mulher não foi encontrada para autorizar a divulgação de seu nome.

[7] Utilizo aqui nome fictício, pois a referida mulher não foi encontrada para autorizar a divulgação de seu nome.

[8] De acordo com Fátima, o Grupo Lésbico da Bahia esteve mais próximo da Associação desde a sua fundação. Para ela, "houve, com o GLB, a possibilidade de um aprendizado sobre os procedimentos relativos ao gerenciamento de projetos e da Instituição" (transcrição de material de registro de trabalho de campo).

[9] Celina, Fátima e Marilene e permanecem juntas até o momento sendo as figuras chave da instituição.

[10] Essa constituição foi observada no ano de 2006 durante minha pesquisa.

[11] A noção de membro aqui é utilizada na perspectiva de Goffman. Para o autor, "um membro de equipe é alguém de cuja cooperação dramatúrgica um indivíduo depende para promover uma dada definição da situação" (GOFFMAN, 2003, p. 81).

[12] Essas observações foram realizadas durante pesquisa do doutorado que teve como universo de estudo a Associação de Prostitutas da Bahia (APROSBA).

[13] Entrevista.

[14] Entrevista.

[15] Entrevista.

[16] Entrevista realizada durante o I Seminário Nordestino de Sustentabilidade das Ações para Profissionais do Sexo realizado no período de 15 a 17 de dezembro de 2004, em Salvador.

[17] Entrevista.

18 Entrevista.

ESTUDO DA INTERFACE ENTRE CIBERATIVISMO E MÍDIA RADICAL ALTERNATIVA NOS MOVIMENTOS DE MILITÂNCIA VIRTUAL *ANTI DROGAS* E *PSICOTROPICUS*

Luísa Aquino Santos

Introdução

Os estudos sobre a relevância da comunicação na formação de práticas políticas têm despertado interesse em diversos segmentos sociais. Intrínseco a isso, a emergência das novas tecnologias da informação e comunicação é reputada como um fenômeno que possibilita a ampliação da visibilidade dos sujeitos sociais por meio de práticas mediadas por computador. Isso porque, na era da informação, os avanços tecnológicos têm promovido transformações na sociedade, caracterizada como uma "sociedade em rede". A partir da propagação dos computadores pessoais nos anos de 1990, houve a incursão dos dispositivos das novas tecnologias da informação e comunicação nas formas de interação social, em vista da grande variedade de ferramentas oferecidas pela Internet.

A cibercultura apresenta uma idéia de negação de exacerbação fria e racional da tecnologia moder-

na. Nesse sentido, analisar a formação de grupos no ciberespaço implica em enxergá-la como um exemplo forte de organização da vida social. Alega-se que a cibercultura é fruto da cultura e se dela for desvinculada "não poderemos mais ver as ações da vida, mas apenas um sistema técnico, isolante, homogeneizante" (LEMOS, 2004, p. 262). Deste modo, a Internet se manifesta como um novo lugar de socialização, incorporando diversas linguagens nas práticas comunicativas, que, apropriadas pelos movimentos sociais, produzem novas formas de significações, em virtude da "cibermediatização", quando ampliam as possibilidades de promoção de ações coletivas.

Nesse contexto, as "mídias radicais" – chamadas assim por representarem as mídias que acometem desde o uso radical do rádio e da Internet até as manifestações de cultura popular, como o teatro de rua e os cartuns satíricos – destacam-se por suas visões alternativas no que se refere às políticas hegemônicas vigentes (cf. DOWNING, 2001). Dentre as ações comunicativas, destaca-se o ciberativismo, ou seja, a militância virtual, prática através da qual os movimentos sociais utilizam a Internet como forma de pensar a função transgressora da comunicação, além de dar alcance global a uma causa, visando às transformações dessa hegemonia.

Na sociedade contemporânea, o tema política de drogas é admitido como um fenômeno social complexo, em que há uma tendência a conferir ao mesmo uma condição positiva no que se refere ao *status quo*,

enquanto grupos marginalizados de "drogaditos" reforçam a sua condição enquanto um tema "fechado". Tornar as drogas ilegais foi a solução encontrada no século XX – numa política engendrada pelo governo estadunidense – a fim de frear seu consumo. Contraditoriamente, as políticas repressivas fizeram emergir o poderoso mercado ilícito do narcotráfico, cujos lucros são direcionados à compra de armas que fomentam a violência. Ademais, os meios massivos de comunicação reproduzem discursos oficiais sobre o assunto, quase sempre ligados a uma ótica policial e à demonização do usuário, em detrimento de discussões que buscam soluções viáveis para o problema.

Nesses contornos, surgem organizações civis dispostas a propor alternativas para a questão das drogas, criando verdadeiros cenários políticos e midiatizados. Na Internet, a política de drogas é um dos temas fomentadores desses grupos cibermilitantes: alguns apostam na defesa de um modelo proibicionista de políticas de drogas, sendo exclusivamente virtuais, como o "Anti Drogas", ao passo que outros optam por defender uma resposta de legalização frente à situação e praticando ações diretas nas ruas, a exemplo do "Psicotropicus".

Isto posto, o presente trabalho busca realizar um estudo da interface entre mídia radical alternativa e ciberativismo nos movimentos de militância virtual "Psicotropicus" e "Anti Drogas", entendendo que os mesmos se distinguem quanto aos seus conteúdos discursivos. Busca-se compreender de que forma a Inter-

net pode ser utilizada como suporte e ferramenta para reivindicações de movimentos sociais e organizações políticas, bem como verificar se a apropriação das mídias radicais alternativas digitais pelos ciberativistas pode vir a proporcionar uma abertura do subsistema "fechado" da política de drogas.

A partir do método da Análise de Conteúdo, propõe-se uma comparação entre os conteúdos discursivos dos dois movimentos em questão, visto que tal método se caracteriza pela busca de uma profunda significação dos textos a serem observados, sobretudo as formas de comunicação verbal, escrita ou não escrita, geradas entre os indivíduos.

Em vista da necessidade do uso de mídias radicais alternativas para discutir um tema que, pelas questões expostas, não é tratado nas mídias de massa, a escolha dos movimentos se deu ainda em virtude de apresentarem diferentes naturezas, e logo, diferentes discursos. Assim, a importância do trabalho está em permitir o entendimento de como os meios de comunicação se constituem como imprescindíveis em um sistema social, sobretudo diante da relevância que a questão das drogas exerce atualmente.

A interface entre mídia radical alternativa e ciberativismo

A sociedade contemporânea tem presenciado transformações significativas no âmbito da comunica-

ção e da informação. O desenvolvimento tecnológico ocorrido nas últimas décadas permitiu que novas formas de sociabilidade surgissem, modificando as relações que os atores sociais mantêm em suas atividades, exercidas nos mais diversos campos, inclusive o da política.

Nesses contornos, destaca-se a noção de uma nova modalidade de comunicação na sociedade, a "comunicação mediática", cuja interligação com as telecomunicações e a informática permite que novos cenários políticos possam ser estruturados (Cf. RUBIM, 1995).

Considerando o fato de que o século XX instaurou novas possibilidades no que se refere ao exercício da política, a socialização da mesma bem como a descentralização do poder fundamentaram a radicalidade democrática entre os atores políticos. A produção e difusão de bens simbólicos elaborados por estes atores se vêem obrigadas a percorrer a dimensão pública da sociedade, através da mediação da comunicação contemporânea, por meio de aparatos sócio-tecnológicos, nos quais se dá a construção de cenários políticos cada dia mais relevantes para a estruturação da cena política. Assim, a comunicação mediática "abandona" o seu caráter meramente técnico para ser um espaço sócio-econômico e cultural preeminente no desenrolar das relações sócio-políticas.

> O século XX instaura como possibilidade a realização não apenas formal, mas real da

> socialização da política e a inauguração da democracia ampliada de massas. Ao se tornar uma atividade formalmente abrangente, redefine o Estado, constitui a sociedade civil e, além deles, pode incorporar a potencial participação dos diversos segmentos e classes sociais (Rubim, 1995, p. 127).

É nesse cenário que a Internet ganha destaque como um ambiente propício para o desenvolvimento de práticas democráticas. A partir da propagação dos computadores pessoais nos anos de 1990, houve a incursão dos dispositivos das novas tecnologias da informação e comunicação nas formas de interação social, em vista da grande variedade de ferramentas oferecidas na Rede. A cibercultura[1], advinda de transformações que a própria sociedade do espetáculo preparou, não pode ser entendida como uma negação desta última, visto que os *media* de massa poderão ser problematizados com a emergência dos novos *media* digitais, em vistas da estrutura e funcionamento diferenciados que estes oferecem (Cf. LEMOS, 2004). Isso porque o ciberespaço emerge sob o viés de um discurso mais democrático, constituindo-se como um espaço de comunicação mais flexível do que o produzido nas mídias convencionais.

Como exemplos de atitude social de apropriação criativa das novas tecnologias, temos a efervescência das agregações sociais e o ativismo político. Aqui, a cibercultura é vista como instrumento de conquista do mundo e de formação comunitária. Nesse âmbito,

o ciberespaço, na condição de novo lugar de socialização, incorpora diversas linguagens às práticas comunicativas, que, apropriadas pelos movimentos sociais, produzem novas formas de significações.

Falar de movimento social pode parecer estranho quando se discute relações sociais no ciberespaço, entretanto, a manifestação deste último já é derivada de um verdadeiro movimento social, "com seu grupo líder (a juventude metropolitana escolarizada), suas palavras de ordem (interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva) e suas aspirações coerentes" (LÉVY, 1999, p. 123).

Atualmente, os novos movimentos sociais já não se manifestam por causas conhecidas historicamente, como aquelas defendidas pelos operários no século XIX, mas por aquelas que unem atores sociais na defesa de idéias comuns, geralmente a respeito da subcultura da qual fazem parte ou da qual são defensores. Com a "cibermediatização", amplia-se na Rede o espaço que esses grupos nem sempre encontram em outras mídias, como os jornais impressos e a televisão. Com a sua estrutura descentralizada e seus sistemas textuais de comunicação, a Internet permite que os novos movimentos sociais possam se organizar de maneira não-hierárquica, pública, e com auto-gestão de informação e identidades.

> A primeira característica das webmídias é que estão liberadas, pelo menos no plano técnico, das limitações associadas a qual-

> quer suporte particular existente. [...] Em segundo lugar, as webmídias propõem conteúdos organizados por temas, [...] e não mais segundo grades de programação temporais ou emissões cronológicas. [...] Em terceiro, o internauta pode (virtualmente) chamar para a tela, à sua vontade, os diferentes atores sociais, porta-vozes e diversos representantes de partidos ou grupos de interesse, para ouvir suas declarações ou examinar seus argumentos (LÉVY, 2004, p. 369).

As abordagens sobre "mídia radical alternativa" irrompem como fundamentais para se discutir o papel da comunicação nas práticas políticas engendradas por movimentos sociais. Com esse termo, John Downing (2001, p. 21) se refere "[...] à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas", entendendo-se por "hegemonia" a idéia gramsciana sobre o domínio ideológico de classes dominantes que lideram em determinada cultura. Para Gramsci, a resistência ao poder para a democratização se dá quando os "intelectuais orgânicos" agem em busca de uma revolução cultural, em busca da emancipação promovida por pessoas que são capazes de agir, independente de sua formação acadêmica, em prol de uma ação social.

Nesse âmbito, para Downing, os intelectuais gramiscianos poderiam ser reinterpretados como "comunicadores/ativistas", os produtores de mídias

radicais, cujos objetivos perpassam pela criação de formas participativas de informar, combinando estratégias de comunicação alternativa às ações políticas que desenvolvem. Como exemplos de mídias radicais podem ser apontados: o grafite feito por gangues de jovens; o teatro popular e de rua; a Internet radical; canções populares; a *culture-jamming*[2]; os murais políticos; as xilogravuras; a cultura *hip-hop*; broches, *buttons*, e adesivos de pára-choques; a arte dos pôsteres, dentre outras.

Conforme visto, a Internet é um dos meios potenciais para o uso radical da mídia, e aqui, dar-se-á destaque a essa forma de comunicação alternativa. Villarreal e Gil (2001) consideram esta como uma nova era para a mídia alternativa: se antes os ativistas da mídia radical eram os repórteres e documentaristas que mediavam notícias de fatos atuais e movimentos sociais, com o advento das redes digitais, além dos movimentos sociais passarem a ter oportunidade de se expressar diretamente em oposição às estruturas de poder, os ativistas sociais estão cada vez mais ativos na contestação de políticas públicas repressivas.

Segundo Atton, citado por Góes (2006), a mídia radical alternativa também define forma e linguagem para a divulgação de conteúdos – interpretados aqui como as estratégias utilizadas pelos movimentos, a forma organizacional de se apresentarem, bem como os discursos que utilizam. De forma geral, apresentariam as seguintes características:

> Conteúdo radical politicamente, socialmente e culturalmente (novos valores); formas - gráficos, linguagem visual, variedade de apresentação e encadernação, estética; inovações reprográficas/adaptações – uso de mimeógrafos, *offset*, fotocopiadoras; uso distributivo – sites alternativos para distribuição, redes de distribuição invisível/clandestina, anti*copyright*; relações sociais transformadas, papéis e responsabilidades – leitores-escritores, organização coletiva, desprofissionalização do jornalismo, impressão e publicação; processos de comunicação transformados – relações horizontais e redes (GOES, 2006, p. 04).

Analisando o campo da militância e suas relações de poder, Monclar Valverde (1998) afirma que o conteúdo das ações ativistas apresenta como características a originalidade da intervenção, a singularidade dos mecanismos de luta e a radicalidade de suas ações, visando aos efeitos de poder. Na sociedade contemporânea, observam-se as particularidades destacadas por Valverde por meio de um crescimento das organizações militantes, que fazem uso da comunicação digital para gerar e difundir informações e reivindicações mediadas por computador, cujos mecanismos utilizados vão desde a criação de grupos de discussão e comunidades virtuais a *websites* e *blogs*, dentre outros, agregando pessoas a fim de organizar movimentos independentes e livres.

Os atores sociais tomaram consciência das possibilidades digitais para a reivindicação de seus interesses, que são inúmeros, variando dos campos de inte-

resse (há grupos se manifestando por causas ligadas à educação, minorias e etnias etc.), as formas de atuação (movimentos que atuam em rede, e outros, independentemente), finalidades estratégicas (variando quanto a se as ações visam aos seus objetivos a curto, médio ou longo prazo) e ainda grupos que se diferenciam pela abrangência (internacional, nacional e regional)[3]. Aqui, o ciberativismo, ou seja, a militância virtual, mostra-se como uma das práticas resultantes da apropriação do ciberespaço por movimentos politicamente engajados, definido como "um movimento motivado politicamente que conta com a Internet. [...] ativistas agora tiram vantagens das tecnologias e técnicas oferecidas pela Internet para conseguir seus objetivos tradicionais" (VEGH, 2003, p. 71, tradução nossa).

No ciberespaço, os movimentos sociais têm a oportunidade tanto de difundir ações já conhecidas da militância tradicional quanto de usá-lo para desenvolver reivindicações só possibilitadas virtualmente, e nisso, Vegh (2003) assinala algumas categorias para a classificação do ciberativismo. A primeira, que trata de "conscientização e apoio", inclui os ativistas que fazem uso das ferramentas digitais como recursos alternativos de divulgação de notícias e informações. Aqui, os movimentos independentes focalizam suas abordagens em assuntos que não são divulgados, ou que o são de forma imprópria pelas mídias de massa, através da participação em *websites* e em listas de discussão, cujo poder é o de criar redes de distribuição de informações e notícias em pouco tempo e com me-

nores custos. Nessa categoria, está incluída a grande maioria dos ciberativistas, que formam "grupos de pressão" para reivindicar direitos de grupos marginalizados, principalmente em regimes de governo opressivos.

A segunda categoria versa sobre "organização e mobilização", e aqui os movimentos podem utilizar os recursos digitais de três diferentes maneiras: primeiro, para convocar pessoas para uma ação *offline*, por meio de e-mails que contenham informações de local e data sobre a mobilização; segundo, a Internet é usada para organizar uma ação que normalmente ocorre *offline*, mas que pode ser mais eficiente se realizada *online*; terceiro, a Internet pode ser usada para convocar pessoas para uma ação *online* que só pode ser cumprida *online*, como campanhas que visam ao envio massivo de *spams*[4] para saturar um servidor. Esse último tipo de ação descrita pode participar ainda da terceira categoria de ciberativismo, que trata de atividades de "ação e reação", também conhecidas como "*hacktivismo*", em que a Internet é usada de forma "agressiva" para o envio de *spams* por grupos motivados políticaq ou economicamente.

A política de drogas enquanto subsistema "fechado"

A realidade da atual política de criminalização das drogas configura-se num subsistema reproduzido

diante de posições ideológicas e materiais, visto que os atores sociais tendem a estabelecer e reproduzir uma ideologia dominante a esse respeito. No sistema social da droga, esse panorama se define pela criminalização do usuário, indivíduo sempre associado a um comportamento a-social, e pela imagem que se tem das substâncias psicoativas como algo desaprovado moralmente. Nesse contexto, há impasses quanto à discussão do tema em sociedade, apesar da realidade que se apresenta, do aumento da violência associada ao narcotráfico e do uso cada vez maior de psicoativos. Assim, admite-se a existência de um fenômeno social complexo, impulsionado pelo consumo dessas substâncias. Ao mesmo passo da emergência de um poderoso mercado ilícito, o narcotráfico – que movimenta cifras anuais superiores a 500 bilhões de dólares, segundo Coggiola (2001), e que só é superado pelo tráfico de armamento no comércio mundial – forma-se uma guerra resultante do aumento da violência e corrupção associada às suas práticas ilegais. A condição ilegal dos psicoativos, em vez de gerar impostos para o governo, faz com que sejam repassadas como propinas que abastecem essa violência, com a compra de poderosos armamentos de posse dos traficantes de drogas.

É nesse contexto que Baratta (1995) classifica a política de drogas como um exemplo significativo de "subsistema fechado", havendo uma tendência de conferir à mesma uma condição positiva no que se refere ao *status quo*, enquanto o grupo desviado de

"drogaditos" reforça a sua reprodução como "fechado". A isso, soma-se o papel fundamental dos meios de comunicação de massa no reforço dos sistemas fechados: se à política da droga é conferida tal condição, a mídia de massa a reflete, compactuando idéias que se caracterizam pela homogeneidade das mensagens. Apesar de protegidas pela Constituição, nem todas as informações acerca do assunto devem ser consideradas verdadeiras. Muitas vezes, elas se mostram incorretas e alarmistas, quando, não cumprindo seu papel de informar de maneira objetiva e eficaz, tendem a asseverar um consumo de drogas irresponsável, favorecendo o aumento de ambientes marginais e criminosos.

Partindo de uma noção sociológica, o sistema deve ser visto como um todo formado por partes, os subsistemas, que devem estar em interação para satisfazer as demandas de manutenção (através dos valores sociais e subsistemas culturais), de integração (pelas normas e subsistemas sociais), alcance de metas (pelas coletividades sociais e subsistemas políticos) e, por fim, de adaptabilidade (através dos papéis sociais e subsistema econômico) da sociedade. Nesse âmbito, os subsistemas são divididos em dois tipos: "aberto" e "fechado". No aberto, considerado mais abrangente e flexível, tem-se a predominância da divergência de interesses e há possibilidade de mudança de estrutura de atitudes e significados, ao passo que o fechado configura-se como avesso às transformações, em que uma maioria homogênea traduz o conjunto da socie-

dade, à exceção de uma minoria dissidente. Assim, todo e qualquer sistema social deve ser encarado a partir das ações que visam ao alcance das satisfações sociais, devendo-se observar os meios utilizados para a ocorrência de mudanças relevantes de atitudes e comportamentos.

Há três modelos de políticas de drogas, classificados a partir de sua organização e posicionamento ideológico. O primeiro defende uma tendência de "resposta repressiva", em que se acredita que os problemas referentes às drogas serão eliminados caso desapareçam as possibilidades do uso – modelo amparado pelos poderes judiciário e policial, visando à criminalização de usuários e à destruição das drogas. O outro traz uma "resposta de legalização", em que as drogas são percebidas como problemas em vista da pouca flexibilidade da sociedade, defendendo-se a organização de ações que visem à compensação dos eventuais danos causados pelo uso indevido da droga, bem como a sua auto-gestão. Apesar de ser um dos modelos considerados viáveis à problemática das drogas, não se sabe ao certo quais os seus efeitos, visto que ele nunca foi colocado em prática totalmente. Além disso, um dos argumentos contrários a esse modelo refere-se ao fato de que liberar drogas consideradas "leves", como a maconha, não acabaria com o narcotráfico, visto que a droga que movimenta grandes cifras é a cocaína. O terceiro modelo, por sua vez, é de uma "resposta pragmática", defendendo que se o problema das drogas não tem uma solução viável, na

prática deve existir o apoio de programas sociais que se atualizem face aos novos hábitos dos consumidores de drogas e às suas crises de relações sociais (Cf. ACSERALD, 2001).

Historicamente, essa condição assumida pela política de drogas tem raízes no proibicionismo engendrado pelos Estados Unidos. Em considerações sobre política e drogas nas Américas, Rodrigues (2003) afirma que o atual modelo proibicionista é recente. No início do século XX, era possível comprar drogas, como cocaína e derivados do ópio, em farmácias, mesmo nos Estados Unidos, país que iniciou uma liderança em defesa da Guerra às Drogas. Na virada do século XIX para o século XX, a situação de legalidade das drogas era discutida em sociedade e, após a Guerra Civil do país (1861-1865), alguns grupos ligados às igrejas protestantes cobravam do governo uma posição para vetar a produção, venda e consumo de psicoativos. Assim, com os movimentos em defesa da proibição e certa liberdade de acesso às drogas, a situação em relação às drogas começava a se alterar.

Somente na década de 1990, os Estados Unidos gastaram 45 bilhões de dólares no financiamento de campanhas internacionais contra as drogas, sendo que o número da população carcerária composta por usuários e traficantes continua a crescer – aumentando de 50 mil para 500 mil em 30 anos – enquanto uma postura "repressivo-proibicionista" é reafirmada, apesar das tendências do aumento na produção e di-

versificação de áreas de atuação do narcotráfico. Em contrapartida, estudos mostram que o país é o maior consumidor de drogas do mundo.

No Brasil, o processo de criminalização das drogas é parecido com o estadunidense, visto que, até o começo do século XX, a legislação fazia poucas referências às substâncias psicoativas. Antes disso, os registros mostram apenas os decretos 828 (de 1851) e 847 (de 1890), que tratavam da Polícia Sanitária e venda de medicamentos, e do crime de "tráfico de entorpecentes", respectivamente. Na década de 1920, em decorrência da participação do país em convenções internacionais, foi elaborada a primeira lei voltada para o assunto, que exigia a proibição de qualquer substância psicoativa que não tivesse uma finalidade médica. Depois disso, é somente na década de 1960 que o governo atualizaria a sua política de drogas colocando-a nos moldes da ONU (Organização das Nações Unidas).

Em 1976, a política proibicionista é reforçada com a Lei de Tóxicos (nº 6.368), quando aparecem nos textos as representações do traficante, do criminoso e do usuário – o doente que necessita de tratamento –, os quais comporiam em grande número a população carcerária do país. A legislação seguia as tendências da "Guerra às Drogas" defendida pelo governo estadunidense, sendo preparada para o combate direto ao narcotráfico.

Assim, até 1998, vigora no Brasil uma política de drogas baseada nos "conselhos de entorpecentes"

– municipais, estaduais e federais – formados por pessoas indicadas pelo governo a fim de apresentar políticas públicas e cuidar de sua aplicação. Nessa fase, alguns avanços podem ser reconhecidos, tais como: avaliação do CONFEN (Conselho Nacional) no que se refere ao teor repressivo das campanhas anti-drogas veiculadas pela mídia; formalização da legalidade do Santo Daime, chá de uso tradicional em comunidades amazônicas (hoje em dia, difundido em várias regiões do país), apoiada pelo CONFEN; implementação de núcleos de discussão e estudos com representantes de universidades e de outros setores da sociedade civil, com o objetivo de discutir a política de drogas repressiva, dentre outros.

Em 1998, é criada a Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD), vinculada às secretarias municipais e estaduais, dirigida pelo Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, de comando militar. Através de seu programa oficial, destacam-se as medidas de combate ao tráfico ilícito de substâncias capazes de causar dependência física ou psíquica, o que remetia à lei de 1976, quando o país ainda vivia sob o regime da ditadura militar. Por um lado, a SENAD trouxe alguns avanços à política de drogas, o que inclui a proposta de Redução de Danos[5] e a sugestão de ações preventivas como forma de reduzir conseqüências mais graves do uso indevido de psicoativos etc. Entretanto, a postura repressiva se mantivera: as drogas vistas como "ameaça à humanidade" e "ameaça à soberania dos

Estados"; a associação do uso de drogas somente a grupos de jovens; o objetivo do programa voltado para a erradicação das drogas, realidade que nunca existiu; o usuário encarado como um "doente" etc. (Cf. ACSELRAD, 2001).

Já em 2002, é aprovada a lei 10.409, que destaca medidas de prevenção do uso indevido de drogas, reinserção de usuários e repressão ao narcotráfico. Em agosto de 2006, entra em vigor a Lei nº 11.343, – através da qual é instituído o SISNAD (Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas) –, determinando que a posse de drogas para consumo pessoal ainda é encarada como crime. Não permite a prisão, mas permite a aplicação de penas de advertência, prestação de serviços à comunidade e participação em curso educativo. Entretanto, acredita-se que tal lei não representa avanços significativos na política para usuários, por manter a posição repressiva presente nas convenções internacionais.

As políticas de drogas preconizaram uma postura histórica voltada para a repressão, acarretando num modelo proibicionista adotado pela maioria dos países. A convenção de 1961 da ONU perdura como modelo de atuação contra as drogas e a legalização não parece estar nos planos de legislação de qualquer país. Mesmo na Holanda, a tendência é de que os *koffeshops* sejam diminuídos, visto que o país é pressionado tanto por países vizinhos quanto por um governo conservador. Nos meios de comunicação, a influência desse posicionamento se faz sentir nas informações

que são divulgadas acerca do assunto, que tendem a ser negativadas, levando os espectadores a optar por posições punitivas em detrimento de alternativas viáveis à problemática das drogas. Daí a necessidade de alterações tanto nos hábitos mentais e culturais dominantes em uma sociedade, quanto em sua estrutura comunicativa, tratando-se:

> [...] de promover circuitos comunicativos alternativos, baseados na emancipação e valorização da experiência direta das pessoas, substituindo a "comunicação entre espectadores" por uma autêntica "comunicação política de base"; de facilitar a participação democrática da cidadania em todos os níveis decisórios, e a elaboração coletiva da informação, de modo a se opor à lógica dos sistemas fechados (BARATTA, 1995, p. 43).

Nesses contornos, surgem organizações civis dispostas a propor alternativas para a questão das drogas, praticando a militância, em cenários que se apresentam mais democráticos, como é o caso da Internet. Algumas apostam na defesa do proibicionismo, como a "Anti Drogas", outras optam pela resposta de legalização, como a "Psicotropicus". Face à relevância da questão das drogas, bem como dos meios de comunicação enquanto constituintes imprescindíveis em um sistema social, fez-se necessária uma averiguação da relação entre ambos.

Resultados

No que concerne à política de drogas, observou-se que a sua condição enquanto subsistema "fechado" tem relação direta com a política proibicionista engendrada pelo governo estadunidense na primeira metade do século XX e consolidada em todo o mundo. Nesses contornos, procurou-se apresentar o papel da Internet como suporte e ferramenta para reivindicações de movimentos que militam virtualmente por causas ligadas às drogas.

Para tanto, a pesquisa que originou esse artigo verificou como se apresenta a estrutura dos cenários políticos sobre o tema das drogas nos movimentos "Anti Drogas" e "Psicotropicus", com base na análise dos aspectos constituintes da cibermilitância e da mídia radical alternativa em cada um deles. Foram analisados, comparativamente, os conteúdos discursivos dos dois movimentos, a partir de textos presentes nos *sites* e daqueles obtidos em entrevistas, visto que os movimentos defendem modelos distintos de políticas de drogas. Por meio do método da Análise de Conteúdo, pôde-se verificar nos discursos de que forma os ciberativistas se manifestam sobre assuntos relacionados às drogas, tais como a juridicidade, a relação com o consumidor, o narcotráfico, dentre outros, bem como de que maneira os recursos digitais são utilizados de forma diferenciada por ambos.

Não é concernente ao uso do ciberespaço, notou-se uma conformidade de opiniões dos idealizadores de ambos os movimentos analisados, sendo o ciberespaço

considerado um ambiente propício para a participação de atores sociais no campo da política de drogas. A estrutura dos cenários políticos virtuais se apresenta de forma mais diversificada no Anti drogas – o que é explicado pelo fato de ser exclusivamente virtual – enquanto no Psicotropicus, uma maior abrangência se dá através de ações diretas nas ruas. Já quanto ao conteúdo discursivo, observou-se que o Anti Drogas segue uma resposta repressiva, e apesar de ser ciberativista, percebeu-se uma negação quanto às características enquanto mídia radical, visto que o movimento mantém em seu discurso a mesma postura repressiva defendida pelos discursos oficiais hegemônicos, predominantes nos meios de comunicação de massa. Já no que se refere à identidade da organização Psicotropicus, observa-se uma defesa do modelo de legalização e da política social de Redução de Danos, sendo a atual política de drogas considerada nefasta. Isto posto, a interface entre mídia radical e militância virtual se mostra de maneira mais clara no Psicotropicus do que no Antidrogas.

Assim, os circuitos de comunicação alternativa promovidos pelos movimentos militantes no ciberespaço mostram-se importantes como propulsores de abordagens quase sempre negativadas pelos meios massivos de comunicação, e, conseqüentemente, contribuem para a abertura do subsistema "fechado" da política de drogas. Todavia, quando se fala em perspectiva de mudanças socioculturais previstas pelos militantes, deve-se levar em consideração que as ilusões não devem ser sustentadas, visto

que, primeiramente, o ciberativismo precisa aprofundar suas relações com a comunicação, combinando-as com as demandas sociais; segundo, apesar da revolução tecnológica ser veloz e constituir um espaço democrático, ele é lento, no sentido de que se faz necessária uma atualização dos hábitos culturais para aumentar o acesso. Enfim, os movimentos sociais apresentam heterogeneidade de interesses, variando-se as demandas e, assim, mudam as suas relações com o uso da comunicação alternativa.

Referências

ACSELRAD, Gilberta. **Políticas de drogas e culturas de resistência**. Foro Social Mundial Temático, Cartagena de Índias, 2003. Disponível em:

<http://www.fsmt.org.co/aa/img_upload/52db53d37ec3594c9a13faaef9c48a44/gilberta.doc >. Acesso em 20 jul. 2007.

ARQUILLA, John; RONFELDT, David. **Networks and netwars**: the future of terror, crime and militancy. Santa Monica: Rand, 2001. Disponível em: <http://www.rand.org/publications/MR/MR1382/>. Acesso em: 05 out. 2007.

ASSIS, Érico Gonçalves de. O novo protesto: táticas de manifestação midiatizadas em movimentos sociais. **IV Encontro de Núcleo de Pesquisa da Intercom**. Porto Alegre, 2004. Disponível em: http://pontomidia.com.br/erico/rodape/ericoassis%20- 20o%20novo%20protesto.pdf >. Acesso em: 10 set. 2007.

BARATTA, Alessandro. Introdução a uma sociologia da droga. In: MESQUITA, F.; BASTOS, F. I. (Org.). **Drogas e Aids**: estratégias de redução de danos. São Paulo: Hucitec, 1994, p. 21-44.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BUCHER, Richard; OLIVEIRA, Sandra R. M. O discurso do "combate às drogas" e suas ideologias. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, n. 28, p. 137-145, mar. 1994. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsp/v28n2/08.pdf>. Acesso em 06 abr. 2007.

CABRAL, Marco A. P. **Violência, drogas e livre mercado**. Labma, UFRJ, Rio de Janeiro, 1994. Disponível em: < http://www.labma.ufrj.br/~mcabral/textos/drogas.pdf>. Acesso em 22 ago. 2007.

DOWNING, John H. **Mídia radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.** São Paulo: Senac, 2001.

COGGIOLA, Osvaldo. O comércio de drogas hoje. Olho da História. **Revista de História Contemporânea**, Salvador, Oficina Cinema História, Núcleo de Produção e Pesquisas da relação Imagem-história. n. 04. 2001. Disponível em: <http://www.ufba.br/~revistao/04coggio.html>. Acesso em 10 dez. 2006

GARRIDO, Maria e HALAVAIS, Alexander. Mapping Networks of Support for the Zapatista Movement: apllying social-networks analysis to study contemporany social movements. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). **Cyberactivism**: online activism in theory and practice. New York e London: Routledge, 2003.

GÓES, Laércio P. T. de. **A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web**. **I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política**. Salvador, 2006. Disponível em: < http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Goes_2006.pdf >. Acesso em 20 set. 2007.

GOHN, Maria da Glória M. **Teorias dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2002.

LANZA, Fábio. A Igreja Católica e o seu discurso utópico sobre o prisma do semanário "O São Paulo". **Revista Lusófona de Ciência das Religiões**, ano V, n. 9/10. Lisboa, 2006. Disponível em: < http://cienciareligioes.ulusofona.pt/pdfIV/prt2_fabio_lanza.pdf >. Acesso em: 25 set. 2007.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. Ciberativismo. **Correio Brasiliense:** Caderno Pensar, Brasília, nov. 2003. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/ciberativismo.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2007.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era **da** informática. São Paulo: Ed. 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed 34, 1999.

_____. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 367-384.

MACRAE, Edward. **A subcultura da droga e prevenção**. Centro de Estudos e Terapia do Abuso de Drogas. UFBA, Salvador, 2003. Disponível em: < www.neip.info/downloads/t_edw5.pdf >. Acesso em 20 set. 2007.

MORAES, Denis. **O ativismo digital**. Niterói, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acesso em 15 set. 2007.

RODRIGUES, Thiago M. S. **Política de drogas e a lógica dos danos**. Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre Psicoativos, São Paulo, 2003. Disponível em: <http://neip.info/downloads/artigo2.pdf>. Acesso em 15 ago. 2007.

RUBIM, Antonio A. C. Comunicação, política e sociabilidade contemporâneas. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Idade mídia**. Salvador, Edufba, 1995, p. 107-146.

VALVERDE, Monclar. E. G. L. **Militância e poder**: elementos para uma genealogia da atitude militante. Salvador: EDUFBA, 1998.

VEGH, Sandor. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: MCCAUGHEY, M.; AYERS, M.D. (ed.). **Cyberactivism**: online activism in theory and practice. New York e London: Routledge, 2003.

VILLARREAL, Tâmara; GIL, Genève. A Internet radical. In: DOWNING, John H. **Mídia radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Senac, 2001.

[1] LEMOS, André, 2004. Termo que define uma nova relação entre técnica e vida social, derivada da associação entre tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização etc.).

[2] DOWNING, John. 2001. O ato de desviar símbolos culturais oficiais para outras funções.

[3] Cf. MORAES, Denis. 2001.

[4] Termo pelo qual é comumente conhecido o envio, a uma grande quantidade de pessoas, de uma única vez, de mensagens eletrônicas, geralmente com cunho publicitário, mas não exclusivamente. Ver: Terra Informática. <http://informatica.terra.com.br>

[5] Política social que tem como objetivo prioritário minorar os efeitos negativos decorrentes do uso de drogas.

CONTRADIÇÕES E DESAFIOS DAS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO EM ÁREAS DE PROTEÇÃO AMBIENTAL

Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque

Introdução

A criação das Áreas de Proteção Ambiental no Brasil, assim como as demais Unidades de Conservação, foi regulamentada pela Lei nº 9.985, em julho de 2000. Esta Lei, que instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação, estabeleceu quais os tipos de UCs[1] que podem existir, suas finalidades e requisitos para sua formação.

O Estado da Bahia já contava, então, com a existência de suas primeiras Áreas de Proteção Ambiental (APA), criadas a partir da década de 90, por iniciativa do governo estadual e de alguns governos municipais, na tentativa de garantir a conservação do patrimônio natural e desenvolver atividades econômicas, tendo como prioridade o turismo, considerado a vertente capaz de atrair novos investimentos (BERENSTEIN, 2002).

Para facilitar esta atividade, a Bahia inseriu-se no Programa de Desenvolvimento Turístico Integrado do Nordeste (PRODETUR), com financiamento do Banco

Interamericano de Desenvolvimento (BID) e contrapartida dos governos estadual e municipal.

O projeto de implantação do Programa, formulado em 1997 pela Secretaria da Cultura e Turismo do Estado, previu a criação de Complexos Turísticos Integrados, denominados de "*Costas da Bahia*". Assim, estabeleceu-se que, para criar as condições infraestruturais adequadas ao desenvolvimento turístico, seriam criadas as primeiras seis APAs do Estado, todas no litoral. E assim foi feito.

Na zona turística denominada como "*Costa do Cacau*", que compreende os municípios de Ilhéus, Itacaré, Canavieiras e Una, foram instaladas duas APAs: a de Itacaré-Serra Grande, em 7 de junho de 1993, e a da Lagoa Encantada, situada no litoral norte de Ilhéus, em área de 118 quilômetros quadrados, onde mora uma população de 23.778 habitantes (SEI, 2004), distribuída entre dois distritos (Castelo Novo e Aritaguá), cinco povoados (Sambaituba, Campinhos, Urucutuca, Ribeira das Pedras e Laranjeiras) e cinco vilas (Vila Olímpio, Vila de Areias, Vila Juerana, Vila Jóia do Atlântico e Vila Mar e Sol). As três últimas vilas ganharam maior visibilidade para o turismo após a construção da rodovia BA-001, que liga Ilhéus a Itacaré. As demais localidades continuam distantes dessa perspectiva, uma vez que estão separadas da rodovia pelo Rio Almada, tendo seu acesso dificultado por estradas vicinais de barro e cascalho.

A APA da Lagoa Encantada foi criada em 15 de junho de 1993, por decreto municipal assinado pelo

então prefeito Antônio Olímpio Rehem da Silva, que pretendia, entre outras coisas, restringir a pesca predatória, o desmatamento, recompor a mata ciliar no entorno da Lagoa e criar uma legislação especial, dando incentivos fiscais para os proprietários de terras que investissem na recomposição ambiental desses locais (informação verbal)[2]. O projeto inicial incluía a utilização de "um plano diretor ecológico para Vila de Areias, povoado situado nas margens da Lagoa Encantada, onde deveriam ser feitos pavimentação e asfaltamento em alguns trechos da estrada de acesso", o que facilitaria o fluxo turístico e a vida dos moradores, praticamente isolados da sede do município e das demais localidades vizinhas. Pretendia-se, ainda, fazer dali um berçário natural para espécies de peixes e crustáceos em extinção no local, o que, segundo o ex-prefeito, não surtiu efeito devido à falta de fiscalização e de políticas públicas capazes de promover a conscientização ambiental entre as populações locais e os turistas (idem).

As características da população da APA da Lagoa Encantada, as formas de comunicação utilizadas para fomentar a Educação Ambiental neste entorno e os resultados deste processo são os objetos dessa pesquisa.

Para respondê-los, inicialmente foi observado o funcionamento da APA, quem e como a dirige, suas atividades e objetivos explícitos e implícitos. Foram realizadas entrevistas com seus administradores, parceiros e representantes das entidades que compõem

o Conselho Gestor. Em seguida – e constatado que o Conselho Gestor da APA aponta a comunicação impressa como principal sustentáculo para a educação ambiental - identificou-se que processos comunicacionais são usados para este fim e qual sua relação com as práticas já desenvolvidas pela população para se comunicar regularmente e ter acesso às informações.

Foi constatado que todos esses processos estão restritos exclusivamente à edição de um jornal impresso, o "*Em Cantos da Lagoa*": tablóide de 12 páginas, em policromia, com textos grandes e compostos em corpos 8, 9 ou 10, poucas fotografias ou ilustrações, títulos em corpo pequeno e sem padrão no tipo de letra, além de ser redigido em linguagem semi-acadêmica.

Com este material em análise, o próximo passo foi ouvir a população local. Para isso, foram aplicados 410 questionários semi-estruturados através de entrevistas - uma vez que as pessoas diziam não saber ler e escrever - tomando como base o número de moradores de cada localidade. Os dados obtidos, confrontados com a análise do trabalho comunicacional realizado pelo conselho Gestor da APA e ONGs envolvidas, apontou para as respostas aqui apresentadas.

Beleza versus pobreza

A vida nas localidades que compõem a APA da Lagoa Encantada é semelhante. Donas de natureza exuberante, com paisagens onde se encontram rios,

mar, a Lagoa Encantada e suas diversas cachoeiras, manguezal e Mata Atlântica, não contam com a mínima infraestrutura, o que diminui muito a qualidade de vida das populações.

Conforme pesquisa de mestrado de Albuquerque (2004), 100% das casas não contam com saneamento básico e as populações utilizam a água de rios ou poços para atender às suas necessidades diárias como tomar banho, fazer a comida, lavar roupas e pratos, entre outras.

Quase metade das casas (42,4%) não possui sanitário ou banheiro e o serviço de esgoto, quando existe, é feito artesanalmente, através de fossas caseiras construídas com pneus, bambu e tijolos.

36% das moradias têm cozinha ao ar livre e 66% usam fogões à lenha em razão do preço do gás, considerado alto para o que ganham (87% das famílias vivem com menos de R$400,00/mês). 43% delas têm geladeira e a água de beber, em 76%, é aparada da chuva, em tonéis e panelas, sendo que apenas 34% possuem filtros caseiros, por onde repassam a água aparada. Essa prática faz com que uma grande quantidade de pessoas esteja contaminada por verminoses e doenças de diversos tipos, como a esquistossomose.

A renda de quase metade dos moradores vem de prestações de serviços ou da pesca/agricultura de subsistência e 56,3% do total não trabalha. São donas de casa (21,7%), estudantes (2,6%) ou desempregados (32%).

As localidades recebem atendimento médico uma vez por mês e não têm escola para atender a todas

as crianças e adolescentes, que precisam se deslocar muitos quilômetros para estudar. Isso ocorre principalmente com os que concluem o primeiro grau, uma vez que o ensino só é oferecido até a quarta série.

Outra característica das escolas é o estranho sistema de sala multisseriada onde alunos de todas as séries do primeiro grau têm aulas ao mesmo tempo, numa única sala e com a mesma professora. As aulas duram 3 horas, em 4 turnos de revezamento.

O transporte é insuficiente para atender à demanda, tanto no que se refere à quantidade de veículos quanto aos horários em que estes circulam. Além disso, as estradas de acesso às localidades estão destruídas por lama e buracos e os moradores precisam transportar mercadorias a pé e/ou sobre animais (idem).

No caso específico do povoado de Areias, situado nas margens da Lagoa Encantada, a estrada torna-se intransitável quando chove (JORNAL TERRA MORENA, 2002) e a população só pode se locomover de barco, através do rio Almada. O problema maior é o assoreamento acentuado do rio, que impede a passagem das embarcações na maré baixa, deixando-os praticamente isolados (JORNAL DA APA, 2002).

Em todos os distritos e povoados há algum tipo de organização através das associações de moradores, grupos de jovens, igrejas ou times de futebol. Essas entidades cumprem também o papel de representação político-social e é comum a sua utilização pelos políticos locais, especialmente vereadores, que as "ajudam" em troca de votos. Essa prática vem sendo repetida

desde o início do século passado, quando a região era controlada pelos coronéis do cacau e é vista com naturalidade pelos moradores que, contudo, reconhecem a diminuição da sua capacidade de reivindicação devido a esta prática utilitarista existente de parte a parte.

Divididos, fragmentados em interesses diversos e sobrevivendo como podem, os moradores da APA estão cada vez mais distantes da imagem bucólica que se tem a respeito das populações nativas existentes nas UCs e muito mais próximas da globalização midiática, a que têm acesso franqueado através dos aparelhos de rádio (99,7% têm um deles) e de TV (48,5% têm aparelho em casa). Além disso, 13% das casas têm antena parabólica; 20% têm telefone fixo, 50% têm celulares e 1% tem acesso discado à Internet. Mas o forte ainda é o rádio: 97,8% o escutam todos os dias e por mais de quatro horas por dia. O rádio, desta forma, é o principal meio de informação utilizado, disputando em agilidade e poder de convencimento com a oralidade[3], fortemente presente em todas essas localidades (ALBUQUERQUE *et alli*, 2006).

Esta prática torna-se preocupante se considerado o alto índice de analfabetismo no entorno (48,8%) e os que não conseguiram fazer mais que o primeiro grau (41%). Entre esses últimos, 33% admitem que, apesar de terem cursado o primeiro grau, não sabem ler. Assim, entre não alfabetizados e alfabetizados que não sabem ler, somam-se 81,8% de moradores que não lêem nada. Logo, não têm como buscar informações ou conhecimentos através de livros ou outra fonte, fi-

cando com a opinião restrita ao que recebem através da oralidade e seus boatos, do rádio e TV regional. Esses *media*, por sua vez, costumam difundir verdades próprias e geralmente estão atrelados a interesses econômicos e políticos alheios às reais necessidades dessas populações (ALBUQUERQUE e ROCHA, 2006).

Diante do quadro apresentado, e sabendo que essas populações estão inseridas em área privilegiada da Mata Atlântica e de Proteção Ambiental, foi despertado o interesse em saber como elas se relacionam com o meio ambiente; que instrumentos de educação ambiental são recebidos e assimilados com vistas ao desenvolvimento sustentado; que programas são aplicados para melhorar suas condições de vida e contribuir para a proteção ambiental e quais os resultados deste processo.

Comunicação, Informação e Educação Ambiental

A comunicação, como assegura Bordenave (2002), "não é um ato isolado nem vários atos individuais desconexos", mas sim um fluxo contínuo, com muitas origens e direções, além de conteúdos e formas em mutação permanente. Em se tratando da comunicação proposta pelo Projeto da APA-LE, é necessário lembrar que ela adquire uma função mais abrangente que a de informar fatos e passa a ter o papel preponderante de agente mediador do processo de educação ambiental, o que deveria torná-la ainda mais dinâmica, dialógica e especializada.

É nesse sentido que Ramos (1995) defende a importância de investigar se a comunicação vem cumprindo este papel. Segundo ele, para que se possa implantar um novo padrão de desenvolvimento com equilíbrio ambiental – ou desenvolvimento sustentável – é fundamental que a sociedade esteja mobilizada, o que só acontecerá com o envolvimento da comunicação, que deve utilizar uma linguagem apropriada para cada situação específica. Ou seja, para que haja mobilização social deve haver um projeto adequado de comunicação na sua estruturação (TORO, 1997).

Miége (2000), por sua vez, fortalece este argumento quando afirma que um grupo social só aceita a recepção da informação midiática se esta estiver relacionada "com sua cultura própria, com sua memória social específica e conhecimentos armazenados, com as expectativas e os recursos simbólicos de que esta população faz uso". Ou seja, o processo de comunicação só se realiza quando há uma identificação entre receptor, emissor, meio e mensagem, linguagem e cultura, quando há afinidades. Desta forma, a comunicação é conceituada aqui como um processo participativo, que envolve diálogo, troca, interação e afinidades (MARTIN-BARBERO, 2003).

Já para o conceito de informação, foi trabalhada a idéia que implica no não-diálogo, da transmissão "unilateral ou unidirecional de um saber entre alguém que é suposto saber e outros, que são supostos ignorar" as mensagens transmitidas (ALBUQUERQUE, 2004).

Assim, a comunicação ou o ato de comunicar está diretamente relacionado ao compartilhar, enquanto a informação está relacionada ao receber, o que não implica na exclusão de um conceito pelo outro. Ao contrário, comunicação e informação apresentam-se como parte do mesmo processo, estando, contudo, em níveis diferenciados de interação entre emissor e receptor (GUIMARÃES, 2003).

A comunicação "pressupõe o processo de produção, transmissão e armazenagem de informações" (idem), incluindo aí as linguagens e os meios utilizados para este fim. A informação é, portanto, transmitida e mediada pela comunicação.

Quanto à Educação Ambiental, o termo foi utilizado pela primeira vez na Universidade de Keele, no Reino Unido, em 1965 (ARRUDA, 2001). Em 1975, com a realização do I Seminário Internacional de Educação Ambiental, em Belgrado, o tema ganhou contornos de campo de estudos e pesquisa, apesar de estar ainda relacionado prioritariamente à conservação da biodiversidade, o que restringia a abordagem a uma visão biológica e, consequentemente, reducionista.

Em 1977, a Conferência Intergovernamental de Tbilisi ampliou os paradigmas estabelecidos até então quando definiu a Educação Ambiental como sendo um processo de reconhecimento de valores e esclarecimento sobre os conceitos, "objetivando o desenvolvimento das habilidades e modificando as atitudes em relação ao meio, para entender e apreciar as inter-

relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos" (SATO, 2002).

Essa definição, apesar de conceitualmente adequada, não leva em conta, porém, que a Educação Ambiental não está dissociada das diversas discussões existentes no ambientalismo e, por isso, não pode ser limitada a um conceito genérico e, pretensamente, unitário. Assim é que, para um entendimento consistente, a Educação Ambiental pode ser descrita como uma estrutura complexa, constituída por sujeitos ecológicos com visões distintas de natureza e sociedade, com interesses e interpretações em permanente conflito e diálogo, de onde resulta um conjunto de práticas que nem sempre são capazes de educar com vistas à conservação e recuperação ambiental (LOUREIRO E ALBUQUERQUE, 2004).

Isso implica em admitir uma *práxis* educativa que, vinculada ao exercício da cidadania, estabeleça um movimento unitário entre teoria e prática, corpo e mente, subjetividade e objetividade, em processo integrado de mudança de valores e de padrões cognitivos com ação política democrática e reestruturação do conjunto das relações sociais, inclusive as econômicas, que definem a base de organização da vida em sociedade (idem). Logo, a Educação Ambiental ocorre quando são estabelecidos meios de superação das formas de dominação, expropriação, coisificação, opressão e exclusão, tanto em relação a grupos sociais quanto em relação aos demais seres vivos e à natureza enquanto totalidade (DUARTE, 2002).

Logo, para pensar a Educação Ambiental é necessário reconhecer o ser humano como uma espécie integrante da natureza, que possui especificidades próprias que o distinguem das demais, entre elas a cultura específica de cada grupo e lugar. Sem entendê-las, não há como se pensar em unidade homem-natureza.

Com esta compreensão, passou-se à análise dos dados.

Emissores versus receptores

O Centro de Recursos Ambientais (CRA), instituição governamental que administra as Áreas de Proteção Ambiental do Estado da Bahia, assinou, em julho de 2000, um convênio com a ONG[4] ambiental Associação Pró-Bacia do Rio Almada (ABARÁ), para a realização do "Projeto Educação Ambiental e Comunicação na APA da Lagoa Encantada". O Projeto, que a princípio deveria durar um ano, foi renovado outras vezes, até que, em 2002, a ONG passou a ser parte do próprio Conselho Gestor da APA.

Uma das mais belas UCs do país, a APA da Lagoa Encantada foi descrita pela ONG como "uma das mais problemáticas do Brasil" (informação verbal)[5] por apresentar "um extenso contingente de carências socioeconômicas e ambientais distribuídas em extensa zona rural" (idem).

O grande desafio enfrentado por técnicos da entidade e do órgão foi descobrir "formas de promover a

sustentabilidade destas comunidades sem prejudicar um dos ecossistemas mais sedutores do sul da Bahia". Com esta preocupação é que foram criadas as bases de formulação do projeto para o entorno.

Entre outras atividades propostas, o projeto destacou como prioritária a área de comunicação ambiental e propôs a edição de folhetos, cartilhas, programa de rádio, além da edição do jornal "Em Cantos da Lagoa", com periodicidade que se pretendia mensal.

Os folhetos e as cartilhas nunca foram veiculados, e o programa de rádio, produzido e apresentado por técnicos e especialistas do CRA, foi veiculado através de uma rádio AM local, durando pouco mais de um mês, por falta de audiência e de recursos. Já o jornal teve outra dinâmica.

O Conselho Editorial do jornal foi formado pela administração da APA, a presidência da ONG e sua tesouraria, agrônomos, biólogos, economistas, filósofos, um jornalista, um diagramador e um fotógrafo. Observou-se que não havia qualquer representante das comunidades locais no conselho editorial, que foi composto por pessoal com nível de formação superior.

Conforme seu editor, o jornal tem por objetivo "subsidiar a população que vive na APA de informações, educando-a e instrumentalizando-a, para atender às necessidades inerentes a uma UC". Além disso, busca "divulgar as atividades do projeto e servir de veículo de integração entre os moradores" (idem).

Sempre teve ligação com órgãos oficiais, sendo financiado pelo Programa de Desenvolvimento do

Turismo (PRODETUR) e fiscalizado pela Superintendência do Desenvolvimento do Turismo (SUDETUR), contando com a participação do CRA, como órgão interveniente, de prefeituras e do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA), como parceiros.

A interferência desses órgãos no conteúdo do jornal é indireta, conforme o coordenador da ONG e editor do jornal, para quem "existe uma parceria e um interesse em divulgar a política de turismo e gestão ambiental realizada por estes órgãos, o que não significa que exista qualquer tipo de censura ou limitação imposta ao conteúdo do jornal". Mas os custos são totalmente pagos com recursos provenientes do PRODETUR, SUDETUR e CRA, não havendo a comercialização de espaços para terceiros. Apenas o jornalista responsável (e coordenador da ONG), o diagramador e o fotógrafo são remunerados por edição, com valores variáveis entre R$ 200,00 e R$1.000,00.

O veículo nunca teve periodicidade garantida, o que prejudicou a sua sedimentação no seio da comunidade alvo, conforme avaliação do coordenador. Foi iniciado em novembro de 2000, com o número 1, tendo mais três edições posteriores, financiadas pelo CRA. Um convênio seguinte (com o PRODETUR/SUDETUR), financiou mais três edições, totalizando sete até 2003. Finalmente, em 2004, mais um convênio proporcionou a edição de outra edição (em janeiro), e mais seis até o final do ano, o que significa 13 edições em 50 meses e a média de uma edição quadrimestral.

A partir de 2005, com a incorporação de novas áreas na APA da Lagoa Encantada[6], o jornal passou a ter veiculação ainda mais esporádica, somente sendo editado quando da ocorrência de algum evento importante relacionado ao Conselho Gestor. "Esta falta de periodicidade prejudicou bastante o atingir dos objetivos", assegura o editor.

Isso é agravado pela tiragem (de 1 a 3 mil exemplares), considerada baixa para o número de moradores do entorno original, que é superior a 23 mil pessoas e muito mais para o entorno atual, com população superior a 500 mil habitantes.

A distribuição do jornal é feita pela própria equipe, na área urbana de Ilhéus e Itabuna, e pela gerência da APA, nas comunidades, o que significa dizer que, apesar de ser oficialmente destinado às populações internas, o jornal atende principalmente às necessidades de divulgação externa do Conselho Gestor, inclusive para a captação de investimentos e projetos. Logo, a linguagem utilizada procura atender a públicos letrados, o que aponta para o risco de não atingir o morador da APA que, além de não alfabetizado, tem dificuldade em compreender linguagens distantes do seu dia a dia.

Os temas e assuntos abordados têm pautas definidas em função das atividades do Projeto e Plano de Gestão da APA, e as matérias são elaboradas por especialistas e técnicos da área ambiental, em uma linguagem inacessível para a maioria, o que dificulta ainda mais o entendimento.

Representantes de comunidades (informação verbal)[7], afirmam que "o jornal não é para a população nascida e criada aqui. Ele é uma prestação de contas do que está sendo feito pelo governo com a ONG" e que "funciona mais para divulgar a ONG que as coisas que a gente precisa". Acham que "não educa ou conscientiza ninguém daqui" porque, "a escrita é muito complicada". E dizem ainda que "a parte da gente no conselho gestor não participa do jornal", principalmente porque "somos pessoas sem muita letra".

Para o editor[8], apesar disso, houve "fortalecimento da comunicação ambiental no âmbito das APAs regionais", todas possuidoras de "jornais próprios, feitos nos mesmos moldes e voltados para as mesmas finalidades", ou seja, confeccionados por ONGs para atender aos mesmos objetivos. Diante disso, pode se supor que a maioria da população inserida nessas APAs continua à margem dessa dinâmica comunicacional implantada pelas ONGs, através de recursos governamentais.

O outro ganho apontado pelo jornalista-editor é que o jornal "representa as comunidades envolvidas, valorizando sua cultura, otimizando seus potenciais e integrando-as". Ou seja, através do jornal, a APA e suas comunidades teriam hoje representatividade externa e "visibilidade diante dos órgãos governamentais locais, regionais e estaduais", o que contribuiu para "atrair recursos capazes de atender às demandas" (idem).

Esta visão mostra-se completamente deslocada da realidade apontada pelos moradores, uma vez que, para 92% deles, a proposta do jornal e a existência da APA ainda são elementos desconhecidos ou distantes do seu conhecimento, do meio ambiente em que vivem e das suas próprias necessidades. Ou seja, são ações ainda vagas e insuficientes para que haja qualquer avaliação positiva do trabalho comunicacional realizado.

Conforme constatado, apesar de 98% da população afirmar o interesse em receber informações ambientais e especialmente ações de educação ambiental que os ensine a lidar com o meio em que vivem e de onde tiram o sustento, estas ações ainda precisam ser construídas, o que não acontecerá *através* do jornal, mas sim da organização e mobilização popular, com *apoio* do jornal e de outras formas comunicacionais, mais adequadas e direcionadas à capacidade receptiva destas populações.

Discordando dessa visão, o jornal da APA diz que "a verdadeira comunicação ambiental não é somente um elemento de apoio" e que sua missão é "substituir paradigmas retrógrados e alimentar uma consciência holística coletiva" (EM CANTOS DA LAGOA, nº 8, p.2). Ou seja, o jornal compreende como *sua* a tarefa de "educar a população na perspectiva ambiental" (idem), o que aponta para uma tendência à extrapolação de funções e a falta de visão sobre o que sejam as necessidades reais das populações do entorno e os múltiplos processos que envolvem a educação ambiental.

Apropriadamente, neste caso, Berna (JORNAL DO MEIO AMBIENTE, 06/07/2004) lembra que "a comunicação ambiental, como técnica e instrumento, tanto pode estar a serviço da defesa do meio ambiente, quanto movida por interesses individuais ou corporativos" e Bahia (1990) reafirma que a energia que alimenta o fazer jornalístico "resulta quase sempre da independência profissional e da independência do veículo".

As duas citações remetem novamente ao questionamento sobre o jornal da APA que, sendo coordenado por uma ONG, mas financiado por instituições e órgãos governamentais, tem, na sua concepção, pelo menos dois interesses distintos e que não necessariamente são os mesmos da população da APA. Logo, não cabe ao jornalista – nem ao jornal – se autodenominar representante das comunidades, cabendo a estas fazê-lo espontaneamente.

Conclusões

A diferença de visão sobre o papel da comunicação - que nada tem de semântica - é o que distingue um trabalho efetivamente popular de outro, distanciado da coletividade e frágil na capacidade de gerar a mobilização social considerada pelas Agendas 21 global e brasileira como fundamental para a defesa do planeta. A diferença entre uma proposta e outra está basicamente na origem do discurso: enquanto um é construído ***com*** a população, outro é construí-

do ***para*** a população, ficando distante dela, que apenas o contempla, mas não o entende e, logo, não se identifica com ele. Assim, a comunicação pretendida não se realiza.

Essa idéia lembra outra, de Paulo Freire (2002), quando classificou o modelo tradicional de educação como sendo uma "educação bancária", onde os "educandos" são considerados como "depósitos vazios" a serem preenchidos com o conteúdo dado pelos "educadores". Ocorre que nenhum ser humano é culturalmente "oco". Todos trazem nos seus repertórios individuais as experiências de vida, os hábitos, costumes e saberes próprios, conquistados através da convivência consigo, com o outro e com os seus ambientes, em diálogos e aprendizados constantes e inesgotáveis.

Sobre isso, Loureiro (2004) defende que a educação é um elemento de "transformação social inspirada no diálogo, no exercício da cidadania plena, no fortalecimento dos sujeitos, na superação das formas de dominação capitalistas e na compreensão do mundo em sua complexidade e da vida em sua totalidade". Assim, nesta perspectiva popular de Educação Ambiental, "nos educamos dialogando com nós mesmos, com aquele que identificamos como sendo de nossa comunidade, com a humanidade [...]". Isso significa "contrapor-se às formas identificadas como educativas que se esgotam no passar conteúdos vazios de sentido prático e fora de contexto, em afirmar certas condutas normatizadas e padrões culturais a serem seguidos por todos" (idem).

Observando essas premissas, considera-se que o trabalho comunicacional realizado na APA da Lagoa Encantada e, segundo o coordenador do projeto, em todas as demais áreas da Bahia, está tão descolado das perspectivas populares da Educação Ambiental quanto da capacidade de compreensão das populações às quais se destina. Talvez isso explique porque as condições ambientais e a qualidade de vida das populações inseridas na APA da Lagoa Encantada estão cada vez mais deterioradas.

O Projeto de "desenvolvimento através do turismo" implantado pelo Governo da Bahia através do PRODETUR e que exigia um trabalho intenso de Educação Ambiental voltado para as populações das APAs e para os turistas nunca foi realizado conforme o proposto. Fomentou-se o turismo; a população aumentou (muitos migraram para estas áreas em busca de qualidade de vida ou emprego); novos empreendimentos foram abertos, mas, efetivamente, as populações locais permaneceram à margem deste desenvolvimento nada sustentável.

Sem qualificação adequada, a maioria dos moradores das APAs permanece desempregada e volta-se para atividades que resultam por deteriorar ainda mais o seu já degradado meio ambiente, como a pesca predatória, a derrubada de matas e outras.

Aliado a isso – e novamente por falta do trabalho intensivo em Educação Ambiental - os turistas agem de modo ainda pior, deixando um rastro de destruição e sujeira por onde passam. Nesse compasso e tal

como praticado, a idéia de formação das APAs - a de proteção do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida das populações locais – está cada vez mais passível de questionamentos e críticas. Assim como os métodos usados pelas ONGs para praticar o que chamam de "comunicação ambiental voltada para a educação das populações tradicionais" e que, conforme discutido aqui, está longe de atingir o pretendido.

Referências

ALBUQUERQUE, E.C.P.T. de. **A comunicação impressa em Áreas de Proteção Ambiental - estudo de caso da APA da Lagoa Encantada, em Ilhéus-Bahia**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente), PRODEMA/UESC, 2004.

_____; ROCHA, M. M. da. Coronelismo e história do jornalismo na região cacaueira da Bahia. In: 4° Encontro Nacional de História da Mídia da Rede ALCAR. São Luiz:AMI, 2006. CD-ROM.

_____ et al. A oralidade como elemento turístico e ambiental – observações sobre o imaginário popular da Lagoa Encantada, Ilhéus/Bahia. In: TREVISAN, Salvador (org). **Comunidades Sustentáveis a partir do Turismo com Base Local**. Ilhéus: Editus, 2006. p. 151-161.

ARRUDA, M. P. S. de. **Educação e sustentabilidade**: o projeto Educação Ambiental no Ensino Básico do Brasil - Muda o mundo, Raimundo! Rio de Janeiro, Dissertação (Mestrado), Programa EICOS/UFRJ, 2001.

BAHIA, Governo do Estado. **Diagnóstico do meio físico, biótico e sócio-econômico da Área de Proteção Ambiental da Lagoa Encantada**. Salvador: SCT/CODETUR, 1996.

_____. **Projeto de implantação das Áreas de Proteção Ambiental de Itacaré-Serra Grande e Lagoa Encantada e do Parque Estadual do Conduru**. Salvador: SCT, 1997.

_____. **Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia**. Salvador: Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo/Bahiatursa, 1994.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. São Paulo, 1990.

BAHIA, Secretaria da Cultura e Turismo. **Roteiros ecoturísticos da Bahia**: Costa do Cacau. Salvador: A Secretaria, 2000.

BAHIA, Secretaria da Educação. **Educação em números**: Bahia –2001. Salvador: A Secretaria, 2001.

BERENSTEIN, S. G. **Ecoturismo e comunicação**: quem não se comunica, se trumbica. Salvador: SCT, 2002.

BERNA, V. Dez mandamentos da comunicação ambiental. **Jornal do Meio Ambiente**. Rio de Janeiro. Disponível em http://www.jornaldomeioambiente.com.br. Acesso em 06 jul. 2004.

BORDENAVE, J. Diaz. **Além dos meios e mensagens**. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

CENTRO DE RECURSOS AMBIENTAIS – CRA. **Cadastro das Unidades de Conservação do Estado da Bahia**. Salvador: Seplantec, 1994.

CONSELHO ESTADUAL DE MEIO AMBIENTE – CEPRAM. **Resolução nº 1334, de 19 de dezembro de 1996**. Salvador: CEPRAM, 1996.

DUARTE, R. **Adorno/Horkheimer e a dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2002.

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 26 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

_____. **Pedagogia do oprimido**. 18 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GOVERNO FEDERAL. **Lei 9.985, de 19 de julho de 2000**: Sistema Nacional de Unidades de Conservação.

GUIMARÃES, L. **As cores na mídia. A organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.

ILHÉUS, Governo Municipal de. **Agenda 21 de Ilhéus**: Rumo ao século XXI. Ilhéus: Editora da Universidade Livre do Mar e da Mata, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Dados preliminares do Censo 2000**: Bahia. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

_____. **PNAD**: Bahia. Disponível em <http://www.ba.gov.br> e http://www.ibge.gov.br.

JORNAL EM CANTOS DA LAGOA. Ilhéus: ABARÁ/ Gráfica Mesquita, 2002-2004. Quadrimestral.

JORNAL TERRA MORENA. Ilhéus: DKL, 1999-2002. Quinzenal.

LOUREIRO, C. F. B. **Trajetória e fundamentos da educação ambiental**. São Paulo: Cortez, 2004.

_____; ALBUQUERQUE, E.C.P.T. Sustentabilidade, exclusão e transformação social: contribuições à reflexão crítica da Educação Ambiental e da Comunicação no Brasil. In: **Ambiente & Educação**, FURG - Rio Grande do Sul, v. 9, p. 85-104, 2004.

MARQUES DE MELO, J. Papel da comunicação no desenvolvimento das populações rurais. In: **Cadernos de Jornalismo e Comunicação**, Rio de Janeiro, n 24, p. 59-64, maio/jun., 1970.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações - comunicação, cultura e hegemonia.** 2 ed. Rio de Janeiro: ED UFRJ, 2003.

MIÈGE, B. **O pensamento comunicacional**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Agenda 21 brasileira. Ações prioritárias**. Brasília, 2000.

RAMOS, L. F. A. **Meio ambiente e meios de Comunicação**. São Paulo: Annablume, 1995.

SATO, M. **Educação ambiental**. São Carlos: RiMa, 2002.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTATÍSTICA ECONÔMICA E SOCIAL DA BAHIA -SEI. Disponível em <http:/www.ba.gov.br>.

TORO, J. B. A.; WERNECK, N. M. D. **Mobilização social**: um modo de construir a democracia e a participação.

Brasília: Ministério do Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Amazônia Legal, Secretaria de Recursos Hídricos, Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior – ABEAS, UNICEF, 1997.

---

1 As UCs de Proteção Integral são: Estação Ecológica; Reserva Biológica; Parque Nacional; Monumento Natural; Refúgio da Vida Silvestre. Já as UCs de Uso Sustentável são: Área de Proteção Ambiental; Área de Relevante Interesse Ecológico; Floresta Nacional; Reserva Extrativista; Reserva de Fauna; Reserva de Desenvolvimento Sustentável e Reserva Particular do Patrimônio Natural (ALBUQUERQUE, 2004).

2 Informação prestada pelo ex-prefeito Antônio Olímpio em 5 de julho de 2004.

3 A maioria dos nativos tem algum grau de parentesco, mesmo morando em povoados diferentes. Isto faz a informação oral circular rapidamente no entorno da Lagoa, sendo às vezes mais rápida que os *media*, nem sempre disponíveis.

4 A Organização Não Governamental (ONG) é uma entidade independente da administração pública que pode funcionar como consultora ou executora de ações capazes de melhorar a qualidade de vida da população (BERENSTEIN, 2002. p.187).

5 Informação prestada por Marcos Luedy, em entrevista à pesquisadora, em maio de 2004.

6 Um decreto governamental que entrou em vigor em 2005, apesar de assinado em 2003, ampliou a área territorial da APA, incorporando outros sete municípios. Esta mudança não é aprofundada neste trabalho, que se limita à APA original.

7 Informação prestada por Cláudia Coelho e Ricardo Vasquez, líderes comunitários do Mar e Sol/Juerana e por Deud Neris, líder comunitário da Vila de Areias.

8 Entrevista concedida pelo editor do jornal, jornalista Marcos Luedy, em junho de 2004.

IMPRENSA UNIVERSITÁRIA

Coordenação Gráfica: Luiz Henrique Farias
Designer Gráfico: Cristovaldo C. da Silva
Impressão: Davi Macêdo e André Andrade
Fotomecânica: Antônio Vitor
Acabamento: Nivaldo Lisboa
Secretário: Adilson Arouca

Impresso na gráfica da **Universidade Estadual de Santa Cruz** - Ilhéus-BA