



EXTRAPRENSA

TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO NA JORNALIDADE ONLINE

USP

DEPARTAMENTO
AV. S. S. 1 0550
05508-900 SÃO PAULO

**Comunicação,
cultura
e dilemas
contemporâneos.**

Senna, Fangio e os Outros: Imaginário Enunciativo Digital sobre os Latino-americanos da Fórmula 1 (<i>Rafael Duarte Oliveira Venancio / Marina Colli de Oliveira</i>)	página 3
Gollum e Sméagol: O Expressionismo no Inquietante (<i>Renan Claudino Villalon</i>)	página 12
“A História Oficial”: Atualidade de um filme sobre ditadura e direitos humanos (<i>Gilberto Marcos A. Rodrigues</i>)	página 25
O papel do jornalismo cultural e a relação com a cultura popular (<i>Mariana Pícaro Cerigatto</i>)	página 38
Brasil e Alemanha na semifinal da Copa do Mundo: representações sobre a derrota no discurso de Zero Hora (<i>Lauren Steffen / Flavi Ferreira Lisboa Filho</i>)	página 50
El debate sobre el Parlasur en los medios de comunicación de Argentina: dos perspectivas de un mismo fenómeno (<i>Brenda Luciana Maffei</i>)	página 61
Perfil do PPPGCOM em Comunicação Midiática da UNESP: Análise de dissertações - Biênio 2013/2014 (<i>Daira Martins Botelho / Henrique Perazzi de Aquino / Maria Cristina Gobbi / Laís Modelli / Camila Fenandes de Oliveira / Aline Ferreira Pádua / Juliano Ferreira de Souza</i>)	página 77
A inserção das mulheres no mercado de trabalho como uma exigência do capital e a divisão sexual do trabalho (<i>Maria Fernanda Soares Fonseca</i>)	página 90
Is communication a strategic resource for digital commodities? (<i>Eduardo Andres Vizer / Helenice Carvalho</i>)	página 102
Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina (<i>Daniela Osvald Ramos / Egle Müller Spinelli</i>)	página 114

Senna, Fangio e os Outros: Imaginário Enunciativo Digital sobre os Latino-americanos da Fórmula 1

Rafael Duarte Oliveira Venancio

Doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

Marina Colli de Oliveira

Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

Resumo

A partir de uma noção lacaniana de imaginário e da metodologia da história enunciativa, o presente artigo deseja identificar, através dos buscadores da Internet (considerados aqui autômatos celulares), um imaginário enunciativo digital acerca da história dos pilotos latino-americanos de Fórmula 1 (1950-2015), identificando frequências e constâncias acerca dos enunciados que constroem a história dessa categoria do automobilismo.

Palavras-chave: Automobilismo; Ayrton Senna; Juan Manuel Fangio; Enunciação; Imaginário Digital.

Abstract

From a Lacanian notion of the imaginary and the expository history methodology, this article want to identify, through web search engines (considered here cellular automata), a digital enunciation imaginary about the history of Latin American Formula 1 drivers (1950 -2015), identifying frequencies and certainties about the statements that build the history of this category of motor racing.

Keywords: Motorsport; Ayrton Senna; Juan Manuel Fangio; Enunciation; Digital Imaginary.

Resumen

A partir de una noción lacaniana de lo imaginario y la metodología de la historia expositiva, este artículo quiere identificar, a través de motores de búsqueda web (considerado aquí autómatas celulares), una enunciación digitales imaginaria sobre la historia de los conductores latinoamericanos Fórmula 1 (1950 -2015), la identificación de frecuencias y certezas acerca de las declaraciones que construyen la historia de esta categoría del automovilismo.

Palabras clave: Automovilismo; Ayrton Senna; Juan Manuel Fangio; Enunciación; Imagenación Digital.

1. Introdução

Antes de existir a Fórmula Um, existia o Grand Prix. E quando nasce o Grand Prix, ele já nasce velho. Afinal, o primeiro Grand Prix a ganhar tal nome foi o francês, de 1906, realizado em Le Mans que teve o curioso nome oficial de Nono Grand Prix do Automobile Club de France.

Isso acontece que os jornais franceses e o próprio ACF quiseram inventar uma tradição, “um ficção saída simplesmente do desejo infantil de estabelecer o Grand Prix deles como a corrida mais antiga do mundo” (HODGES, 1967, p. 3). Assim, o primeiro “Grand Prix” se torna a corrida Paris-Bordeaux-Paris de 1895, que de fato foi uma pioneira, porém difícil demarcar enquanto primeira, corrida de carros à moda do Grand Prix.

Nesse começo, franceses e ingleses, com sua Taça Gordon Bennett, lutavam para decidir

quem fazia os melhores carros e pilotos, uma briga de pioneirismos. A grande ironia é que, no primeiro Grand Prix, de fato, da história, o de 1906, quem ganhou foi um húngaro, Ferenc Szisz, com um carro francês, um Renault. Szisz era mecânico da fábrica francesa, cujo proprietário, Louis Renault, desistiu de correr após a morte do seu irmão Marcel na corrida Paris-Madrid de 1903.

O continente americano estava representado nessa pioneira corrida, o nono colocado Elliott Shepard, dos Estados Unidos. Em uma corrida que era misturava as categorias atuais categorias fórmula, rally e endurance, o esporte automotor mostrava que tinha o potencial de ser globalizado.

A América do Sul, bem como o amplo corpo da América Latina¹, não ficava atrás. No Brasil, em 1908, o Conde Lesdain, junto com recém-criado Automóvel Clube de São Paulo (sob a presidência de Antônio Prado Junior), criam a primeira corrida no país, realizada no “Circuito de Itapeperica” entre o bairro paulistano de Parque Antártica até o centro da cidade de Itapeperica da Serra. O vencedor foi o Conde Sylvio Álvares Penteado com um Fiat (LEME, 1999, p. 16). Na Argentina, a primeira corrida foi até mesmo antes do primeiro Grand Prix: no bairro de Palermo, Buenos Aires, em 1901 (PARGA, 1994, p. 1).

Com isso, foi só uma questão de tempo para os sul-americanos entrarem no circuito oficial de Grand Prix que era chamado na época de Grandes Épreuves, ou seja, os grandes desafios. Inicialmente composto apenas pelo GP francês, ele recebeu a adição do GP italiano em Monza no pós-Primeira Guerra Mundial, em 1921, com a revitalização das corridas. Em 1923, pensando na criação de um campeonato mundial (que seria criado, oficialmente, em 1925), as 500 milhas de Indianápolis foram adicionadas a esse circuito.

Com isso, nesse mesmo 1923, a América Latina inicia a sua participação com os argentinos Raúl Riganti e Martín de Álzaga disputando as 500 milhas em maio (com uma equipe com inscrição argentina que contava também com o espanhol Pierre De Vizcaya, todos correndo com carros Bugatti) e o mesmo Álzaga disputando o GP italiano em setembro com um carro norte-americano, o Miller.

Atualmente, não conseguimos definir qual a primeira participação latino-americana em corridas na Europa, muito menos qual foi a primeira vitória em corridas (apesar que a convenção usual é que fora Martín de Álzaga, com um carro inglês Sunbeam, na Autodrome Cup de 1924, realizada na francesa Miramas)². O máximo é que, no caso do Campeonato Mundial das Grandes Épreuves, a primeira vitória sul-americana nunca aconteceu (exceto durante as corridas da Segunda Guerra Mundial, onde o circuito mundial de Grand Prix se delimitou a Brasil e Argentina, mas sem receber o nome de Grandes Épreuves). Apenas em 1950, com a vitória do argentino Juan Manuel Fangio no GP de Mônaco, no primeiro campeonato de Fórmula 1, que a saga vitoriosa e bem conhecida de latino-americanos se iniciou dentro dos grandes desafios de Grand Prix.

No entanto, sem os primeiros latinoamericanos, tal como Riganti, Álzaga, Teffé, Landi, Correa, Campos, jamais teríamos Fangio, os irmãos Rodriguez, os irmãos Fittipaldi, Reutemann, Salazar, Piquet, Montoya, Senna e muitos outros que demarcaram a tradição vitoriosa da América Latina na maior categoria do automobilismo mundial. Só que essa é uma história cada vez menos contada em livros, enterrada apenas nos jornais da época e na memória que progressivamente se esvai com o passar dos tempos.

Memória essa que, na verdade, cada vez mais deixamos para os aparatos digitais da World

Wide Web. Afinal, deixamos para os autômatos, tal como os mecanismos de busca na Internet, toda a nossa condição de memória e de real da contemporaneidade (PEIXOTO; VENANCIO, 2015).

Assim, para avaliar a condição de memória atual de todos os pilotos latino-americanos dos 65 anos de Fórmula 1 (1950-2015), realizaremos no presente artigo um experimento envolvendo um desses autômatos. Com a escolha de um buscador na web, verificaremos a quantificação enunciativa dos nomes desses pilotos no vasto campo internético. Através da metodologia da história enunciativa, a ideia aqui é verificar qual é o imaginário construído por essa cultura digital, bem como a permanência de memória desses pilotos no vasto campo da Internet.

2. História enunciativa e o imaginário construído pela cultura digital dos autômatos

Para verificar como a cultura digital contemporânea, automatizada, constrói um imaginário acerca dos pilotos latino-americanos de Fórmula 1, utilizaremos o método da história enunciativa. A história enunciativa é um método de interface entre o arcabouço teórico da História das Ideias, mais precisamente aquele teorizado por Quentin Skinner, com os estudos da Análise do Discurso da Linguística francesa, com enfoque nos estudos de enunciação.

Do lado da História das Ideias, ao contrário do postulado da ideia-unidade, posto por Arthur O. Lovejoy e enraizado na Filosofia Continental, Skinner inaugurou uma tradição Analítica na História das Ideias, utilizando da pragmática de J. L. Austin (1975) e na filosofia última de Ludwig Wittgenstein (i.e. Investigações Filosóficas). Ao invés de perseguir conceitos, tal como faz Lovejoy (2005) em sua *magnus opus*, Skinner articula uma teoria interpretativa que se concentra em analisar os escritos de um determinado pensador para demarcar os atos de fala incorporados na ilocucionariedade de suas ideias, análises e afirmações. Seu método é formulado em uma série de artigos (SKINNER, 1969, 1970, 1971, 1972, 1975) e debatido nos seus dois livros centrais (SKINNER, 1999, 2002). Em uma tentativa de resumir seu próprio método, Skinner nos afirma:

“Eu argumento que, se nós estamos a escrever uma História das Ideias em estilo propriamente histórico, nós precisamos situar os textos que estudamos dentro de tais contextos intelectuais e frameworks discursivos que nos possibilita reconhecer o que os seus autores estão fazendo ao escrevê-los. Para falar de maneira mais própria, eu enfatizo a performatividade dos textos e a necessidade de tratá-los intertextualmente. Minha aspiração não, claro, realizar a tarefa impossível de entrar nas cabeças de pensadores a muito tempo falecidos; é simplesmente usar as técnicas ordinárias de investigação histórica para agarrar seus conceitos, seguir suas distinções, resgatar suas crenças e, na medida do possível, ver as coisas à maneira deles (SKINNER, 2002, p.vii).

Entender “as coisas à maneira deles”, ou seja, se aprofundar nos contextos intelectuais e frameworks discursivos pode ser feito à maneira de Skinner, através da Filosofia Analítica da Linguagem com as ideias de Wittgenstein e Austin ou pode se apropriar do mecanismo pragmático mais poderoso da Análise do Discurso: a enunciação.

Para Maingueneau (2006, p. 52-53), “a enunciação é classicamente definida, após Benveniste, como ‘a colocação em funcionamento da língua por um ato individual de utilização’. Ela

opõe-se, assim, ao enunciado como o ato distingui-se de seu produto.” Com isso, nos colocamos diante de três afirmações:

- *A enunciação não deve ser concebida como a apropriação, por um indivíduo, do sistema da língua: o sujeito só acede à enunciação através das limitações múltiplas dos gêneros de discurso.*
- *A enunciação não repousa sobre um único enunciador: a interação é preponderante. Como lembra Benveniste, “o ‘monólogo’ deve ser posto, apesar da aparência, como uma variedade do diálogo, estrutura fundamental”.*
- *O indivíduo que fala não é necessariamente a instância que se encarrega da enunciação. Isso leva Ducrot a definir a enunciação, independentemente do autor da palavra, como “o acontecimento constituído pela desejo. O sujeito dividido, barrado, instituído pelo simbólico, vincula-se ao objeto que o completa imaginariamente” (BUCCI; VENANCIO, 2014, p. 149).*

Assim, o “eterno refazer” da cultura é o Imaginário construído através da lógica de interação entre Real e Simbólico no sistema lacaniano. O esporte é composto por esses refazeres. Entendê-los é a função do jornalista, bem como refazê-los através de sua prática. O jornalista esportivo, assim, é o principal bricoleur do esporte: ele dá a sua vivacidade. É o jornalista que denota de sentido humanos com carros correndo em círculos. Há sujeitos e objetos do esporte porque o jornalista os constrói. Esse é o seu trabalho e esse é o campo de pesquisa demarcado. Entender como sujeito e objeto se interagem no esporte é a tarefa primeira do tornar-se jornalista esportivo.

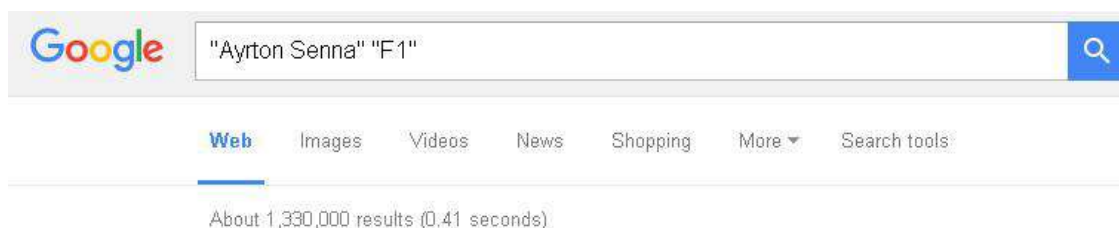
No presente artigo, o sujeito se objetifica dentro da cultura digital ao se tornar objeto de armazenamento e pesquisa dos autômatos celulares da Internet.

Considerando a existência dos chamados Autômatos Celulares que são sistemas discretos que se tornaram ferramentas importantes no estudo de sistemas complexos. Eles são caracterizados por uma regra de transição de estados, que determina qual será o próximo estado deste reticulado do Autômato Celular. A exemplo de outros sistemas desta classe, os ACs exibem um comportamento determinístico, dinâmico, complexo e imprevisível. Um aspecto bastante estudado dos Autômatos Celulares diz respeito a como eles realizam computações. Os ACs computam através de processamentos locais e intrinsecamente paralelos que ao final exibem um comportamento global. Mesmo utilizando-se técnicas de busca, o processo de encontrar regras de transição de ACs com habilidade computacional não é trivial uma vez que envolve espaços de regras de alta cardinalidade. E isso é interessante quando se fala em Computação Evolutiva. Assim, podemos pensar nos autômatos, como agentes de inteligência, para busca continua das centenas de títulos/manchetes publicadas, identificando como assuntos comuns para formação e construção de uma leitura lógica, na composição de uma pauta. Ora, na prática, há existe de fato uma singularidade comum de termos, palavras, títulos, manchetes nos diferentes noticiários de busca de diferentes tipos de buscadores (PEIXOTO; VENANCIO, 2015, p. 10).

Assim, utilizando o buscador Google em sua condição brasileira (<http://www.google.com.br>) a partir de um computador com IP vinculado a uma rede brasileira de acesso à World Wide Web, pesquisaremos cada nome de piloto latino-americano da história da Fórmula 1 para verificar

os resultados obtidos. Ao seu nome, associaremos o nome “F1”, sigla mundial de Fórmula 1 em qualquer idioma, para buscar eliminar possíveis homônimos. Então, como exemplo, buscaremos no Google: “Ayrton Senna” “F1”, tal como pode ser visto na figura 1:

Figura 1 – Exemplo de procedimento de pesquisa em autômatos celulares digitais



Fonte: Elaboração própria com dados coletados em 16/10/2015

O Google nos indicará uma estimativa de resultados (enunciados), normalmente chamados de menções (ou seja, número de páginas web no qual o enunciado é presente) que ele encontrará na web e esses serão os nossos dados de comparação, as nossas ideias-unidade, para avaliarmos a permanência imaginária de cada piloto no atual mundo digital.

3. De quais pilotos o Google se lembra?: a história do automobilismo latino-americano automatizada

Nos 65 anos de Fórmula 1 (1950-2015), a América Latina contou com 73 pilotos, sendo 31 brasileiros (Rubens Barrichello, Enrique Bernoldi, Gino Bianco, Raul Boesel, Luiz Pereira Bueno, Luciano Burti, Pedro Paulo Diniz, Christian Fittipaldi, Emerson Fittipaldi, Wilson Fittipaldi, Lucas di Grassi, Maurício Gugelmin, Ingo Hoffmann, Chico Landi, Tarso Marques, Felipe Massa, Cristiano da Matta, Roberto Pupo Moreno, Felipe Nasr, Fritz d’Orey, José Carlos Pace, Nelson Piquet, Nelson Piquet Jr, Antônio Pizzonia, Hermano da Silva Ramos³, Alex Dias Ribeiro, Ricardo Rosset, Ayrton Senna, Bruno Senna, Chico Serra e Ricardo Zonta), 25 argentinos (Pablo Birger, Roberto Bonomi, Juan Manuel Bordeu, Clemar Bucci, Alberto Crespo, Jorge Daponte, Nasif Estéfano, Juan Manuel Fangio, Norberto Fontana, Oscar Alfredo Gálvez, José Froilán González, Miguel Ángel Guerra, Jesús Iglesias, Oscar Larrauri, Onofre Marimón, Gastón Mazzacane, Carlos Menditeguy, Roberto Mières, Alfredo Piàn, Carlos Reutemann, Alberto Rodriguez Larreta, Adolfo Schwelm Cruz, Esteban Tuero, Ricardo Zunino e Alejandro de Tomaso⁴), 6 mexicanos (Esteban Gutiérrez, Sergio Pérez, Hector Rebaque, Pedro Rodríguez, Ricardo Rodríguez e Moisés Solana), 4 uruguaios (Eitel Cantoni, Asdrúbal Fontes Bayardo, Óscar González e Alberto Uria), 3 colombianos (Roberto Guerrero, Ricardo Londoño e Juan Pablo Montoya), 3 venezuelanos (Johnny Cecotto, Ettore Chi-meri e Pastor Maldonado) e 1 chileno (Eliseo Salazar).

Desses 73 pilotos, quatro foram campeões mundiais de Fórmula 1 – Juan Manuel Fangio (1951, 1954, 1955, 1956 e 1957), Emerson Fittipaldi (1972 e 1974), Nelson Piquet (1981, 1983 e 1987) e Ayrton Senna (1988, 1990 e 1991). Em 1950, Juan Manuel Fangio, Alfredo Piàn e José Froilán González estavam presentes. Em 2015, Sergio Pérez, Pastor Maldonado, Felipe Nasr e Felipe Massa participam da temporada.

Na figura a seguir, apresentamos os resultados obtidos com a busca indicada metodologicamente na seção anterior:

Figura 2 – Menções do Google aos pilotos latino-americanos

Piloto	País	Menções	Piloto	País	Menções	Piloto	País	Menções
1 Ayrton Senna	BRA	1330000	26 José Froilán González	ARG	42700	51 Oscar Larrauri	ARG	7970
2 Felipe Massa	BRA	1200000	27 Mauricio Gugelmin	BRA	36600	52 Alejandro de Tomaso	ARG	7760
3 Sergio Pérez	MEX	760000	28 Enrique Bernoldi	BRA	36500	53 Carlos Menditeguy	ARG	5870
4 Pastor Maldonado	VEN	624000	29 Raul Boesel	BRA	28500	54 Alberto Crespo	ARG	4940
5 Felipe Nasr	BRA	512000	30 Wilson Fittipaldi	BRA	28500	55 Gino Bianco	BRA	4900
6 Nelson Piquet	BRA	492000	31 Tarso Marques	BRA	25800	56 Nasif Estéfano	ARG	4810
7 Rubens Barrichello	BRA	467000	32 Eliseo Salazar	CHI	23500	57 Clemar Bucci	ARG	4270
8 Bruno Senna	BRA	439000	33 Chico Serra	BRA	23300	58 Miguel Ángel Guerra	ARG	4200
9 Emerson Fittipaldi	BRA	424000	34 Luiz Pereira Bueno	BRA	22800	59 Fritz d'Orey	BRA	4160
10 Esteban Gutiérrez	MEX	420000	35 Ingo Hoffmann	BRA	22800	60 Roberto Miéres	ARG	3350
11 Juan Pablo Montoya	COL	407000	36 Norberto Fontana	ARG	21700	61 Eitel Cantoni	URU	3090
12 Juan Manuel Fangio	ARG	400000	37 Hector Rebaque	MEX	21400	62 Ettore Chimeri	VEN	3090
13 Lucas di Grassi	BRA	285000	38 Ricardo Rosset	BRA	18200	63 Juan Manuel Bordeu	ARG	2910
14 Pedro Rodríguez	MEX	248000	39 Chico Landi	BRA	15400	64 Jorge Daponte	ARG	2210
15 Nelson Piquet Jr	BRA	207000	40 Óscar González	URU	14100	65 Jesús Iglesias	ARG	2210
16 José Carlos Pace	BRA	128000	41 Roberto Guerrero	COL	13400	66 Roberto Bonomi	ARG	2050
17 Carlos Reutemann	ARG	121000	42 Onofre Marimón	ARG	11900	67 Paolo Birger	ARG	1950
18 Christian Fittipaldi	BRA	96700	43 Esteban Tuero	ARG	11200	68 Asdrúbal Fontes Bayardo	URU	1910
19 Gastón Mazzacane	ARG	90700	44 Moisés Solana	MEX	10600	69 Hermano da Silva Ramos	BRA	1750
20 Ricardo Rodríguez	MEX	80000	45 Pedro Paulo Diniz	BRA	9020	70 Alberto Rodríguez Larreta	ARG	1610
21 Johnny Cecotto	VEN	79400	46 Ricardo Londoño	COL	8590	71 Alberto Uria	URU	1560
22 Ricardo Zonta	BRA	78200	47 Ricardo Zunino	ARG	8570	72 Adolfo Schwelm Cruz	ARG	1150
23 Antônio Pizzonia	BRA	60500	48 Roberto Pupo Moreno	BRA	8370	73 Alfredo Pián	ARG	1120
24 Cristiano da Matta	BRA	55400	49 Alex Dias Ribeiro	BRA	8260			
25 Luciano Burti	BRA	52400	50 Oscar Alfredo Gálvez	ARG	8100			

Fonte: Elaboração própria com dados coletados em 16/10/2015

Os dez pilotos mais mencionados são os quatro pilotos em atividade na Fórmula 1 (Massa 2º, Pérez 3º, Maldonado 4º e Nasr 5º), um piloto de testes em atividade na F1 (Gutiérrez 10º, última corrida como titular em 2014), dois pilotos em atividade em outras categorias do automobilismo (Barrichello 7º, corre na Stock Car, e Bruno Senna 8º, corre na Fórmula E), dois pilotos aposentados e campeões mundiais de Fórmula 1 (Nelson Piquet, 6º, e Emerson Fittipaldi, 9º) e um piloto falecido e campeão mundial de Fórmula 1 (Ayrton Senna, 1º).

A Argentina, segundo lugar no ranking de pilotos latino-americanos, encontra o falecido pentacampeão Juan Manuel Fangio no 12º lugar da lista de menções, atrás do piloto colombiano e campeão das 500 milhas de Indianápolis de 2015, Juan Pablo Montoya. O único chileno, Eliseo Salazar (campeão da Aston Martin Challenge de 2014 e competidor de rally), é o 32º lugar e o uruguaio mais mencionado, o falecido Óscar González, é o 40º lugar da lista dos 73 pilotos.

Se formos separar o Top 5 de cada década, encontramos os seguintes dados:

Figura 3 – Top 5 das menções do Google aos pilotos latino-americanos separados por década de atividade

1950s			1960s			1970s					
Piloto	País	Menções	Piloto	País	Menções	Piloto	País	Menções			
12	Juan Manuel Fangio	ARG	400000	14	Pedro Rodríguez	MEX	248000	6	Nelson Piquet	BRA	492000
26	José Froilán González	ARG	42700	20	Ricardo Rodríguez	MEX	80000	9	Emerson Fittipaldi	BRA	424000
39	Chico Landi	BRA	15400	26	José Froilán González	ARG	42700	14	Pedro Rodríguez	MEX	248000
40	Oscar González	URU	14100	44	Moisés Solana	MEX	10600	16	José Carlos Pace	BRA	128000
42	Onofre Marimón	ARG	11900	53	Carlos Menditeguy	ARG	5870	17	Carlos Reutemann	ARG	121000
1980s			1990s			2000s					
Piloto	País	Menções	Piloto	País	Menções	Piloto	País	Menções			
1	Ayrton Senna	BRA	1330000	1	Ayrton Senna	BRA	1330000	2	Felipe Massa	BRA	1200000
6	Nelson Piquet	BRA	492000	6	Nelson Piquet	BRA	492000	7	Rubens Barrichello	BRA	467000
9	Emerson Fittipaldi	BRA	424000	7	Rubens Barrichello	BRA	467000	11	Juan Pablo Montoya	COL	407000
17	Carlos Reutemann	ARG	121000	18	Christian Fittipaldi	BRA	96700	15	Nelson Piquet Jr	BRA	207000
21	Johnny Cecotto	VEN	79400	22	Ricardo Zonta	BRA	78200	19	Gastón Mazzacane	ARG	90700
2010s											
Piloto	País	Menções									
2	Felipe Massa	BRA	1200000								
3	Sergio Pérez	MEX	760000								
4	Pastor Maldonado	VEN	624000								
5	Felipe Nasr	BRA	512000								
7	Rubens Barrichello	BRA	467000								

Fonte: Elaboração própria com dados coletados em 16/10/2015

Nessa perspectiva dentro das décadas onde cada um disputou a Fórmula 1, os números de Juan Manuel Fangio se tornam verdadeiramente impressionantes, apesar de serem apenas 30% daqueles de Ayrton Senna, o líder total das menções. Suas menções são 936,7% maiores que para as do seu segundo colocado, o também argentino José Froilán González. Ayrton Senna, por exemplo, tem suas menções apenas 270,3% maiores que para as do seu segundo colocado nas duas décadas de F1, Nelson Piquet.

Aliás, Piquet, nos anos 1970, é aquele que possui a menor diferença de menções para o segundo colocado: 116% maior do que as de Emerson Fittipaldi. Massa possui números semelhantes a esses de Piquet nos anos 2010, apenas 157,8% maior que as de Sergio Pérez.

A década que possui mais menções é a atual, com 3563000 menções, seguida dos anos 1990 (2463900 menções), 1980 (2446400 menções), 2000 (2371700 menções), 1970 (1413000 menções), 1950 (484100 menções) e 1960 (387170 menções). Com isso, os números de Fangio perto daqueles de Senna são, novamente, superiores. Suas menções são 82,6% daquelas da década de 1950 enquanto as de Senna são 54,4% das menções dos anos 1980 e 53,9% das dos anos 1990. Por sua vez, Felipe Massa possui 33,6% dos anos 2010.

4. Considerações finais

Tal como mencionamos anteriormente, em uma condição imaginária, sua composição é feita por aquilo que chamamos de nuvens. Assim, no imaginário enunciativo digital, onde as ideias-unidade são representadas por menções (enunciados) em páginas web encontradas por buscadores, a relação de uma história enunciativa de uma determinada prática humana, tal como é a esportiva (no caso, o automobilismo), parece construir dois tipos de nuvens. Entre nuvens de Massa e nuvens de Fangio encontramos a nuvem de Ayrton Senna, julgado pelo tempo histórico, mas também com produção enunciativa digital constante a partir do amplo trabalho midiático

feito pelo Instituto que leva seu nome e outros tipos de produtos comunicacionais. Os números absolutos de Senna impressionam, mas parecem mais próximos do frenesi das nuvens dos piloto.

Notas

1. Para o presente artigo, consideraremos América Latina os países do continente americano que possui o espanhol ou o português enquanto língua primeira (SKIDMORE & SMITH, 2005).

2. Em corridas nos Estados Unidos, o brasileiro Irineu Correa seria o pioneiro sul-americano com a sua vitória em Chester Fair em 1920, mas também há disputas.

3. Dupla nacionalidade: franco-brasileiro. Há registros de que correu com as duas nacionalidades.

4. Dupla nacionalidade: italo-argentino. Há registros de que correu com as duas nacionalidades.

Referências bibliográficas

AVERROES. “Short Commentary on Aristotle’s ‘Rhetoric’”. In. Three Short Commentaries on Aristotle’s “Topics”, “Rhetoric”, and “Poetics”. Albany: SUNY, 1977.

BUCCI, E.; VENANCIO, R. D. O. “Valor de Gozo: um conceito para a crítica da indústria do imaginário”. Matrizes. vol. 8, núm. 1, p. 141-158, janeiro/junho, 2014.

CUNHA, R. C. V. Os conceitos de comunicação e cultura em Raymond Williams. Dissertação de Mestrado. Brasília: UnB, 2010.

HODGES, D. The French Grand Prix. London: Temple Press, 1967.

KROEBER, A. A Natureza da Cultura. Lisboa: Ed. 70, 1993.

LEME, R. História do Automobilismo Brasileiro. Rio de Janeiro: Sextante, 1999.

LOVEJOY, A. O. A Grande Cadeia do Ser. São Paulo: Palíndromo, 2005.

MAINGUENEAU, D. O contexto da obra literária. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

MAINGUENEAU, D. Termos-chave da Análise do Discurso. Belo Horizonte: EdUFMG, 2006.

PARGA, A. Historia Deportiva del Automovilismo Argentino (4 tomos). Buenos Aires: La Nacion, 1994.

PEIXOTO, M. C. P.; VENANCIO, R. D. O. “Real, Verdade e Digital: Um Estudo Comunicamático da Notícia Vinculada perante a Extração Humana ou de Autômatos”. Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste – Intercom Sudeste 2015. Uberlândia: Intercom/UFU, 2015.

SANTOS, Francisco (ed.) Grand Prix. Lisboa: Público, 2003.

SKIDMORE, T. E.; SMITH, P. H. Modern Latin America. Oxford: OUP. 2005.

SKINNER, Q. "Meaning and Understanding in the History of Ideas". History and Theory. Vol. 8, nº 1. Middleton: Wesleyan University, 1969.

SKINNER, Q. "Conventions and the Understanding of Speech Acts". The Philosophical Quarterly. Vol. 20, nº79. Saint Andrews: St. Andrews, 1970.

SKINNER, Q. "On Performing and Explaining Linguistic Actions". The Philosophical Quarterly. Vol. 21, nº82. Saint Andrews: St. Andrews, 1971.

SKINNER, Q. "Motives, Intentions and the Interpretation of Texts". New Literary History. Vol. 3, nº 2. Baltimore: Johns Hopkins, 1972.

SKINNER, Q. "Hermeneutics and the Role of History". New Literary History. Vol. 7, nº 1. Baltimore: Johns Hopkins, 1975.

SKINNER, Q. Razão e Retórica na Filosofia de Hobbes. São Paulo: Unesp, 1999.

SKINNER, Q. Visions of Politics: Regarding Method. Cambridge: CUP, 2002.

Gollum e Sméagol: O Expressionismo no Inquietante

Renan Claudino Villalon

Mestrando em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi. Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Rádio e TV pela Universidade São Judas Tadeu.

Resumo

Artigo sobre estudo de análise do personagem Gollum/Sméagol de acordo com características presentes no movimento cinematográfico do expressionismo alemão e da teoria freudiana Das Unheimlich. Procura ir além de teorias sobre adaptação, buscando uma outra forma de observar adaptações de personagens ao cinema.

Palavras-chave: O Senhor dos Anéis; Gollum; Sméagol; Expressionismo Alemão; O Inquietante.

Abstract

Article on analysis study of the character Gollum/Sméagol according to features present in the film movement of German Expressionism and Freudian theory The Unsettling. Seeks to go beyond the theories of adaptation, seeking another way to look at adaptations of characters from literature to cinema.

Keywords: The Lord of the Rings; Gollum; Sméagol; German Expressionism; The Unsettling.

Resumen

Artículo sobre estudio de análisis del personaje Gollum/Sméagol de acuerdo a las características presentes en el movimiento de la película del expresionismo alemán y la teoría freudiana La inquietante. Busca ir más allá de las teorías de la adaptación, buscando otra manera de ver las adaptaciones de personajes de las películas.

Palabras clave: El Señor de los Anillos; Gollum; Smeagol; Expresionismo Alemán; La Inquietante.

1. Introdução

A obra fantástica O Senhor dos Anéis possui diversas raças e povos que são conhecidos e reconhecidos através da passagem dos principais personagens durante a sua história. Entretanto, entre as diversas cidades e povos, um ser se destaca por possuir características que apenas ele conseguiria ter de forma singular/particular. Sua presença influencia dois dos mais importantes personagens da mitologia e ele mesmo possui características psicológicas e físicas responsáveis por trazer sentimentos relacionados ao medo, angústia, tristeza, rancor, mágoa e desespero, sendo todos estes sentimentos passíveis de transformar não somente o curso de sua vida, como o curso da história dos dois pequenos hobbits.

Sméagol/Gollum é o personagem analisado neste artigo, o qual tem como objetivo observar este personagem, que pode ser considerado como um dos mais próximos do que podemos imaginar a partir dos escritos de Tolkien, de acordo com o movimento cinematográfico do expressionismo alemão e da teoria freudiana O Inquietante. Isso se deve pelo fato do personagem possuir, ao mesmo tempo, características que podem ser reconhecidas nestas duas vertentes, automaticamente unindo uma a outra em uma análise do físico do personagem (através do expressionismo alemão) e de sua consciência (através do inquietante). Embora a disciplina à qual este artigo se refere tenha como função a análise da obra de David Lynch, algumas das teorias conhecidas através das aulas me inspiraram a fazer tal análise sobre o personagem e chegar, assim, mais próximo de meu objeto de estudo em meu mestrado.

A partir da problemática na observação das duas características aqui mencionadas (expressionismo alemão e O Inquietante), visa-se trabalhar a possível hipótese de serem reconhecidas tais características no personagem Sméagol/Gollum através das diversas cenas com a presença da criatura na obra estendida.

O artigo é está dividido em duas partes. A primeira delas: O Expressionismo Alemão de Gollum, trata das características possíveis de serem observadas na relação estética do personagem ao movimento em seu aspecto cinematográfico, de acordo como pode ser visto através dos teóricos Rogério Ferraraz (em sala) e Laura Cánepa (através do livro História do Cinema Mundial). A segunda: O Inquietante Freudiano de Sméagol, observa as características psíquicas que podem ser analisadas com base na psicanálise através dos conceitos trabalhados por Freud em seu livro Obras Completas – Vol.14.

Por fim, há a conclusão sobre o estudo, procurando sintetizar o que já foi visto e na observação final do reconhecimento das características físicas e psicológicas do personagem e no que isso nos leva a compreender em sua observação na história adaptada ao cinema.

2. A Expressão do Inquietante

2.1 O Expressionismo Alemão de Gollum

Observar o personagem Gollum vai muito além de enxergarmos apenas as suas condições físicas, embora seja o primeiro aspecto que nos impressione ao nos depararmos com a criatura (como é chamada no filme). Esta “identidade” como criatura ocorre pelo fato fílmico (também presente na literatura) de Sméagol ser um dos portadores do Um Anel que mais tempo ficou com ele, cerca de 500 anos. Desta forma, mesmo lhe dando longevidade, o anel também lhe propôs mudanças físicas significativas, o que causou a sua deformidade e a sua perda de semelhanças com a sua raça natural: hobbit, o que modificou também a sua mente, criando a sua dupla personalidade.

Em um misto de um ser que possui características físicas humanas e esqueléticas, e com ações que beiram ao animalesco, ao começarmos nossa análise sobre os aspectos presentes no personagem a partir do expressionismo alemão, podemos iniciar estes estudos lembrando de uma das principais ideias do movimento (não apenas no cinema) e sobre o que ele representa: o exagero do externo como um “espelho” do sentir interno. Mas que “sentir” seria esse?

O expressionismo alemão é um movimento artístico que possui suas raízes antes da Primeira Guerra Mundial (1914-18) e que se desenvolve mais fortemente após este período, mas que pode ser considerado como observado, no cinema, a partir dos anos da década de 20 no século XX, com a chegada do filme *Das Cabinet des Dr. Caligari* (O Gabinete do Dr. Caligari, em 1920), dirigido por Robert Wiene. A “carga de emoções catastróficas” (CÁNEPA, 2006, p. 57), no expressionismo, também se dá pelo fato dos horrores da Primeira Guerra terem influenciado demasiadamente os artistas da época em expressar, pela arte, os sentimentos advindos da experiência que possuíram, ou que observaram, durante o período da guerra e na crise do pós-guerra na Alemanha.

Mas voltando a *Caligari*, devido à inspiração causada pela obra e através do tratamento de seus temas psicológicos expressados na composição artística fílmica, diversos outros filmes foram imaginados e produzidos a partir dele, dando a possibilidade do reconhecimento do movimento cinematográfico. Assim, indo além da ideia estética impactante que o expressionismo alemão nos

mostra no cinema, a afirmação de Roger Cardinal, a partir do texto de Cánepa sobre o movimento, nos ajuda a compreender como o expressionismo pode ser relacionado a esta forma de reconhecimento do que o artista sente para criar sua arte:

o signo expressionista, ressaltando as experiências emocionais do artista sob formas excepcionalmente vigorosas, “convida o espectador a experimentar um contato direto com o sentimento gerador da obra” (1988, p. 34). Essa revelação de impulsos criativos que brotam de um nível primitivo da vida emocional faz com que o Expressionismo possa ser identificado como uma tendência atemporal que, em princípio, pode se manifestar em qualquer momento, cultura ou parte do mundo. (CÁNEPA, 2006, p. 56)

Além deste conceito sobre a expressão artística se adequando à forma como o artista se sente, há também, através do tema trabalhado em sala pelo Prof. Dr. Rogério Ferraraz, a ideia da deformidade do externo de acordo com a deformidade sentimental do personagem na história, o que nos leva de forma mais precisa à imagem estética de Gollum, e é mais por esse aspecto que trabalho a seguir no artigo, também observado por Cánepa: “essas experiências que visavam captar estados de alma com base em aspectos visuais também se traduziram em tentativas de reproduzir imagens do inconsciente dos personagens.” (CÁNEPA, 2006, p. 72).

Começando a análise a partir das cenas do personagem, através da obra cinematográfica em sua versão estendida, já podemos observar este primeiro conceito sendo relacionado a uma das principais cenas da trilogia, que trata extamente do primeiro contato de Sméagol com o Um Anel e que mostra como esta posse modificou a sua estrutura corpórea e psíquica. As cenas se encontram no prólogo visto como a primeira sequência de O Retorno do Rei.

A sequência se inicia com uma cena em que Sméagol (Andy Serkis) está pescando com o seu primo Déagol. Repentinamente, seu primo consegue fisgar um peixe que acaba por puxá-lo para dentro da lagoa a qual se encontram. Quando chega ao fundo da então lagoa, Déagol observa o Um Anel e o leva junto dele para a superfície, quando consegue sair da água. Neste instante, o rapaz começa a contemplar o objeto anelar, sendo surpreendido por Sméagol que estava preocupado com seu primo. No mesmo momento, após uma breve discussão iniciada por Sméagol (com os dois já influenciados pela presença do Um Anel) um tenta matar o outro, sendo vitorioso o personagem de Serkis, o qual diz, cronologicamente, pela primeira vez a frase: “Meu precioso!”

Na rápida projeção de pequenas cenas posteriores, na sequência, temos a transformação física e psíquica de Sméagol até se tornar Gollum, uma criatura sedenta por carne fresca e crua, que se isola do convívio social, que evita a luz solar e que vive em função de uma única ideia: contemplar o seu precioso anel.

À partir desta sequência, temos a relação do sentir interno deformando o externo do personagem (com relação ao seu corpo). Embora não vejamos como em Caligari, que o externo “deformado” através da imaginação do personagem principal é de fato todo ambiente presente na obra, o primeiro contato de Sméagol com o Um Anel já demonstra o início da deformidade psíquica que possuiria à frente, ocasionando a mudança no seu corpo como vemos na sequência. A sua identidade como criatura parte de si mesmo, como podemos observar na frase: “Nós esquecemos até mesmo do nosso nome.”, em meio a um trecho em que o próprio personagem praticamente explica ao espectador da obra como ele se tornou o Gollum, tão temido e amaldiçoado por aqueles que percebem a sua malícia.

Adjacente a esta característica psíquica que deforma o personagem, temos a visibilidade de Gollum como uma criatura sinistra e estranha. Embora a sequência mencionada já sirva como identificação desta afirmação visual, podemos voltar um pouco na trilogia e pegarmos a forma como Gollum é trabalhado em *A Sociedade do Anel*, sendo o único dos títulos em que a criatura não é vista de forma completa, pois apenas visualizamos a sua silhueta em uma cena e outra.

O sinistro no reconhecimento de Gollum é explorado antes mesmo se observarmos a estranheza do ser (quando identificado claramente pela primeira vez em *As Duas Torres*). Neste aspecto, podemos situar duas cenas-chave. Uma delas vista no prólogo da obra quando observamos a silhueta da criatura contemplando, como sempre, o Um Anel, em meio à narração das sequências pela personagem Galadriel (Cate Blanchett). Uma silhueta de um ser, deveras curvado, em meio a um rochedo solitário visto como um pico com água ao seu redor e observando atentamente para algo em sua mão. Isso sem contar quando a criatura se assusta com o eco de sua própria voz e observa ao longe, fazendo com que o olhar de seus grandes olhos reflitam dois minuciosos reflexos da luz que adentra a sua caverna. Embora a descrição aqui feita seja bem imaginativa, Peter Jackson já deixa bem claro qual é a visibilidade que devemos ter de Gollum: uma criatura solitária, com ações estranhas e com um sinistro olhar que reflete apenas a luz que encontra as suas pupilas. Além do cenário o qual se encontra, que mesmo não deformado psicologicamente pelo personagem (como em *Caligari*) se mostra um ambiente de solidão e hostilidade, através de sua composição (na questão aqui vista da fotografia e cenografia, mesmo ambas sendo aqui, digitais). Essa característica do lugar onde o personagem se encontra nos faz referência às ideias expressionistas alemãs, pois mesmo sendo o lugar uma caverna, um ambiente o qual já esperamos uma estrutura diferenciada, a forma como é trabalhada de acordo com o personagem permite um reconhecimento de como o personagem sente, algo visto também em *Caligari*, se fizermos uma comparação.

A outra se dá exatamente quando temos o diálogo de Gandalf (Ian McKellen) com Frodo (Elijah Wood) sobre a piedade de Bilbo (Ian Holm) quando não matou Gollum, o que, independentemente de ser algo baseado no livro, já nos prepara para os acontecimentos sobre a integração de Gollum na jornada de Frodo e Sam (Sean Astin) até Mordor e na (quase) trágica conclusão desta jornada. Desta vez observamos apenas uma forma com características animais passando por entre umas rochas e, posteriormente, os dois olhos bem direcionados para a câmera, refletindo novamente a luz que os atinge.

As duas cenas ajudam a trazer esta ideia de uma criatura que, não apenas deve ser vista como sinistra como também alguém a quem se deve temer, tanto que Frodo teme que a piedade de Bilbo (que teve a chance de matar Gollum anteriormente) tenha más consequências na jornada do Um Anel à Montanha da Perdição (local onde foi fundido o anel e único lugar onde pode ser destruído).

Sendo assim, outra característica, automaticamente, se adéqua ao personagem e pode ser relacionado ao expressionismo alemão, de acordo com Ferraraz: a seriedade em sua essência. Mesmo nas cenas em que Gollum está feliz, cantando, por exemplo, enquanto caça um peixe (referência ao título *As Duas Torres*) percebemos o grotesco de seu agir, que nos atenta a algo trabalhado por Cánepa em seu capítulo sobre o movimento artístico.

Relembrando um dos conceitos vistos por Cánepa, temos uma forma de observar as carac-

terísticas animalescas de Gollum, deixando o seu lado humano e agindo, de fato, como um animal, às vezes encurralado, às vezes preparando um ataque, intensificando o drama de O Senhor dos Anéis:

Em 1923, Wiene também realizou Raskolnikow, inspirado em Crime e castigo, de Dostoiévski. [...] numa cena famosa, um policial se aninha como uma aranha no fundo de seu gabinete em forma de teia, esperando o momento em que o jovem não suportará a culpa e se entregará, como uma mosca caindo na armadilha (Nazário 1999, p. 169).

Essa estratégia de alteração plástica da realidade com vistas à intensificação do drama, numa espécie de deformação expressiva, também se relacionava com outro estilo alemão por excelência: o gótico medieval. (CÁNEPA, 2006, p. 70)

Se relacionarmos à maneira como Gollum age, na alteração plástica de sua própria imagem, ao invés de toda a composição do cenário (como observado por Cánepa em Raskolnikow, de 1923), temos uma cena que nos faz reconhecer essa ideia de irrealidade do personagem (além de sua aparência) a partir do seu agir, podendo até ser relacionado com a famosa cena observada pela autora e nos levando às características do gótico medieval (na questão de formas e criaturas sinistras ou obscuras em histórias ambientadas em épocas medievais). A cena se encontra nos primeiros minutos de As Duas Torres, quando Gollum vai de encontro a Frodo e Sam e tenta roubar o Um Anel, sendo quase morto. Algo muito singular ao personagem é como ele se aproxima dos hobbits. Como um verdadeiro animal preparando o ataque à sua presa, ele vai vagarosamente se aproximando dos seus “inimigos”, condenando-os por “seu roubo” e preparando-se para tirar deles seu precioso anel.

Algo interessante na questão da linguagem visual através da movimentação da câmera é verificarmos como Jackson a utiliza na cena. Começamos em um plongêe observando a criatura surgindo enquanto insulta os hobbits conversando consigo mesmo, em seguida temos um corte para contra-plongêe que nos apresenta a criatura de forma nítida pela primeira vez e no último corte até a momento de confronto da criatura com os dois viajantes, temos novamente o plongêe visto primeiramente, mas agora com um movimento de câmera rotatório enquanto vemos a emboscada de Gollum, nos inserindo na sua tentativa de recuperar o Um Anel. Esta forma de adaptar a cena se relaciona também de forma muito próxima ao que se compreende na literatura:

Descendo a face de um precipício, íngreme e quase lisa ao que parecia no luar pálido, uma pequena figura negra vinha com suas finas pernas abertas. Talvez suas mãos e pés moles e pegajosos estivessem encontrando fendas e apoios que um hobbit jamais poderia ter visto ou usado, mas parecia que ele estava simplesmente descendo com patas viscosas, como algum bicho grande à espreita, semelhante a um inseto. E estava descendo de cabeça para baixo, como se fariasse o caminho. De vez em quando erguia a cabeça devagar, jogando-a para trás sobre seu pescoço longo e fino, e os hobbits viram de relance duas pequenas luzes brilhantes, os olhos dele, que piscavam à luz da lua por um instante, e em seguida eram rapidamente cobertos pelas pálpebras outra vez. (TOLKIEN, 1954, p. 293)

Esse “agir animalesco” se repete ao vemos a criatura caçar peixes, caminhando sempre de forma quadrúpede e até em uma cena particular quando se aproxima de Frodo como um cachorro temendo que “seu dono” o machuque por algo que não sabe o que é (também em As Duas Torres). Ou seja, a única característica que “sobra” de Sméagol quando se torna Gollum é, praticamente, a

sua capacidade de falar, e até mesmo esta se difere do dialeto comum, já que pronuncia diversas palavras de forma destorcida, visto isso a partir da língua vigente na obra.

Sendo assim, se relacionamos Gollum com a ideia de ser o único personagem na história de O Senhor dos Anéis que destoa completamente de todos os outros personagens, através de suas características físicas e mentais, percebemos que ele é um personagem que foge do clássico, mas que está completamente inserido em uma narrativa clássica (com começo, meio e fim bem definidos, personagens claramente direcionados e não ambíguos, com romances heterossexuais na trama e etc). É possível que compreendamos que, para o filme, ter um ser que se “definiu” devido à sua posse do Um Anel faça parte do entendimento clássico da história, mas a ambiguidade do personagem e suas características que são únicas dele nos levam a esse reconhecimento que o difere do comum, do convencional visto na obra.

Essa ideia é muito presente no expressionismo alemão também, visto que nestes filmes buscava-se mais o exagero das formas e até a ambiguidade delas inseridas em narrativas clássicas do que o inverso, mais idealizado em filmes de arte, que trabalham narrativas complexas com personagens complexos. Em O Senhor dos Anéis, o drama de Gollum envolve a biologia de seu corpo, suas ações físicas, seu reconhecimento de mundo, sua ganância pelo Um Anel e sua dupla personalidade, coisas que só vemos neste personagem, em especial. Mesmo assim, sua presença na trama é indispensável, e de fato sem este personagem perderia-se muitos conflitos internos visto pelo drama de Frodo e Sam em relação ao Um Anel.

Como podemos perceber, características sobre a “composição (cenografia, fotografia e mise en scène)” (CÁNEPA, 2006, p. 70) e essa possível recorrência a uma experiência irrealista que se relaciona fortemente com a psique do personagem, podem ser percebidas na nossa observação sobre Sméagol em sua transformação e vida como Gollum. Tal irrealismo do personagem pode até ser percebido pela necessidade de sua adaptação só poder ser através dos efeitos especiais de uma técnica usada na criação da imagem da criatura.

Sua composição visual (descrita por Tolkien) seria impossível para qualquer ator fisicamente atingir tal realidade. Sendo assim, a captura de movimentos corpóreos (motion-capture) de Andy Serkis (intérprete de Sméagol em carne e osso e de Gollum em captura digital) foi a tecnologia utilizada pela equipe de efeitos especiais de Peter Jackson na criação imagética do personagem, algo que seria seguido e melhorado, por exemplo, por James Cameron em Avatar (VILLALON, 2013, p. 43).

Simplem em seu conceito mas de alto custo em sua produção, a captura de movimentos corpóreos é uma tecnologia em que o ator, vestido com uma malha fina repleta de sensores de movimento, irá ser “observado tecnologicamente” por diversas câmeras que fazem a leitura digital de seus movimentos. Tais movimentos são digitalizados, posteriormente, no computador através de um software específico para isso e, enfim, recriado o personagem com base nos movimentos capturados na interpretação do ator. É importante ressaltar que nem todos os takes para a criação digital do personagem foram feitos através da malha com sensores, algumas cenas Andy Serkis usou apenas uma malha fina referencial para os técnicos de motion designer. Isto permite uma interação maior entre personagem digital e atores reais, já que os atores possuem a referência presencial do ator em captura junto a eles, tirando a necessidade do ator imaginar um ser digital. Assim, após a conversão dos movimentos e o CGI da criatura, temos o personagem criado e interagindo com os demais. Como curiosidade, em *The Hobbit: A Unexpected Journey* (O Hobbit: Uma Jor-

nada Inesperada, de 2012), também de Peter Jackson, o personagem Sméagol possuiu um upgrade em sua captação de movimentos, já que hoje existe a captura de movimentos faciais, ajudando na digitalização e verossimilhança do personagem.

Isso permite uma aproximação ainda maior com a descrição de Tolkien, o que contribui muito à visibilidade da obra, permitindo também a existência desse estudo sobre as características expressionistas na criatura. Entretanto, outra forma de analisar sua composição, ou criação, é possível através da psicanálise do personagem, quando podemos reconhecer como esta característica da dupla personalidade (também particular dele durante toda a história) influencia na narrativa através dos “olhares” de seus companheiros hobbits e do “olhar” que possui sobre si mesmo.

Desta maneira, o segundo trecho do presente desenvolvimento trata exatamente das características de Sméagol/Gollum vistas a partir dos estudos sobre O Inquietante, de Sigmund Freud, o qual também se torna possível reconhecermos e integrarmos a criatura nesta determinada tese da psicanálise freudiana.

2.2 O Inquietante Freudiano de Sméagol

A criatura sussurra enquanto dorme: “Mate-os! Mate os dois!”, repentinamente acordando através de seus próprios dizeres que aumentam de tom consideravelmente. Em seguida, ainda assustado, Sméagol começa a conversar com Gollum, observando seu próprio plano diabólico para recuperar o Um Anel definitivamente. O plano e contra-plano (técnica de gravação) é direcionado para uma conversa consigo mesmo entre Sméagol e Gollum, tendo o lado sensível do ser observado em carne e osso e o lado sombrio da criatura em seu reflexo na água (cena de O Retorno do Rei).

A referência visual que temos já nos serve para iniciarmos as relações psicológicas de Sméagol, na complexidade do personagem, com uma teoria freudiana que serve para reconhecimento de diversos fatos e/ou situações vistos em obras cinematográficas ficcionais ou documentais.

Das Unheimliche (O Inquietante, de 1919) é uma teoria psicanalítica de Sigmund Freud que busca compreender as relações psíquicas que o ser humano possui relacionado a ideias estéticas que podem ser relacionadas ao que não é familiar ao indivíduo que as percebe. Foi um dos estudos sobre estética e psicanálise que Freud se interessou em realizar, sendo que, segundo o próprio autor da tese, já informa ao leitor que “É raro o psicanalista sentir-se inclinado a investigações estéticas, mesmo quando a estética não é limitada à teoria do belo, mas definida como teoria das qualidades de nosso sentir.” (FREUD, 1919, p. 248).

Nas definições do estudo, podemos compreender que este inquietante se relaciona a tudo o que é assustador, sendo terrível e despertando angústia, por ser novo ao indivíduo, sendo assim, não familiar, ou melhor, é aquilo que deveria permanecer secreto, mas que surge (FREUD sobre SCHELLING, 1919, p. 254), ressurgir e permanece ativo. É, por natureza, a incerteza intelectual (FREUD sobre JENTSCH, 1919, p. 249), aquilo que dificilmente possa ser explicado, além de estar muito relacionado às situações pessoais de cada pessoa (o que é inquietante para alguém, pode ser normal para o outro). Adicionado a isso, devemos também ter em mente que nem tudo o que é novo, não familiar, é necessariamente assustador, mas inquieta seu observador. Tal definição pode, desta forma, ser relacionada tanto quanto à observação de fatos ou situações relacionadas ao desconhecido humano quanto a manifestações psíquicas do “eu” de cada um, como mostra o estudo

particular na tese sobre a questão do duplo:

O tema do “duplo” foi minuciosamente estudado por Otto Rank, num trabalho com esse título.⁵ Ali são investigadas as relações do duplo com a imagem no espelho e a sombra, com o espírito protetor, a crença na alma e o temor da morte, mas também é lançada viva luz sobre a surpreendente evolução do tema. Pois o duplo foi originalmente uma garantia contra o desaparecimento do Eu, um “enérgico desmentido ao poder da morte” (Rank), e a alma “imortal” foi provavelmente o primeiro duplo do corpo. (FREUD, 1919, p. 263)

Embora não seja apenas esta a única e possível forma de reconhecer o “eu” presente no “duplo” e em sua teoria vista por Freud, parto dessa afirmação para voltarmos ao personagem Sméagol e relacionarmos este trecho de seu texto com a cena descrita no começo do aqui texto sobre o inquietante de Sméagol (presente em O Retorno do Rei).

A cena sobre a conversa de Sméagol com Gollum, tendo o seu outro “eu” refletido na água enquanto o primeiro é visto em carne e osso, nos permite uma ligação teórica através das definições de Otto Rank divulgadas por Freud. Sméagol é capaz de realizar qualquer coisa para recuperar o seu precioso anel de poder, mas por quê? Simplesmente porque o Um Anel envenenou sua mente a tal ponto que o próprio personagem, quando observamos conversar com o seu lado maligno, se refere a “nós” como reconhecimento do Um Anel e de Sméagol serem companheiros. Sméagol vê no Um Anel um amigo, seu maior amor, o vê com muito mais importância do que sua relação com o seu lado sombrio: o Gollum. Embora Gollum seja o duplo de Sméagol, não possui mais importância a Sméagol do que o Um Anel, algo que fica claro em uma cena (As Duas Torres) em que a criatura expulsa sua “má consciência” e diz: “O mestre cuida de nós agora. Nós não precisamos de você. Vá embora e nunca mais volte!”.

Isso já nos cria mais um agravante no reconhecimento da teoria no personagem. Porém, ela se mantém vigente quando observamos que, por essa necessidade de ter novamente a posse do Um Anel, Sméagol, através da duplicação psíquica de sua mente em Gollum, usa de seu alter-ego maligno como sua garantia contra o desaparecimento de seu “eu” sensível, relacionado a ele próprio sem o “seu precioso”, enquanto está separado do anel. Esta relação, imagetivamente (e aí voltamos à necessidade de Freud em observar a teoria através da estética) é trabalhada através de um reflexo na água, criando esta relação de duplicidade tanto pela caracterização de dois seres conversando entre si, quanto pela atuação de Andy Serkis (voz e movimentos corpóreos e faciais) na representação de Sméagol/Gollum, principalmente nas palavras do diálogo entre estes dois lados, como mostra a frase de Gollum a Sméagol: “Paciência... Paciência meu amor.”, sendo que “meu amor” é constantemente dito por Gollum quando se refere à Sméagol.

essas concepções surgiram no terreno do ilimitado amor a si próprio, do narcisismo primário, que domina tanto a vida psíquica da criança como a do homem primitivo, e, com a superação dessa fase, o duplo tem seu sinal invertido: de garantia de sobrevivência passa a inquietante mensageiro da morte. (FREUD, 1919, p.263)

Se voltarmos e analisarmos mais a fundo a cena mencionada sobre Sméagol tentar expulsar Gollum de sua mente (As Duas Torres), podemos observar como que o lado sombrio da criatura o menospreza, ao mesmo tempo o qual se vangloria como sendo o motivo de Sméagol ainda estar

vivo além de sua dependência dele. A forma como este lado se refere a Sméagol faz o lado inocente da criatura sentir a necessidade de expulsá-lo e mostra o possível reconhecimento inverso do duplo, se tornando assim, como dito por Freud, o “inquietante mensageiro da morte”, que familiar à Sméagol, se mostra como sua única forma de sobrevivência, até então. O interessante é que, após reconhecer e se sentir protegido por Frodo, Sméagol começa a compreender que o seu lado sombrio não pode permanecer em sua mente: “O mestre cuida de nós agora. Nós não precisamos mais de você.”

Após esses conceitos, outro igualmente curioso pode ser trabalhado em outra cena de Sméagol, a qual, em oposição à cena em que expulsa Gollum, permite que o lado sombrio retorne, exatamente pela necessidade de sobrevivência do “eu” primitivo de Sméagol (As Duas Torres). Tal cena acontece quando Sméagol sente-se traído por Frodo em meio ao encontro do trio com os guardiões de Gondor (cidade principal dos homens), guarda esta liderada por Faramir (David Wenham) enquanto caçam seguidores de Sauron (Sala Baker). Na cena, após ser espancado pelos homens de Faramir, Sméagol tem “ao seu lado” a presença de Gollum. Assim, carinhosamente insulta a si mesmo, criticando a si próprio e seu reconhecimento de mundo e de quem pode considerar amigo e inimigo. Essa conversa termina, como previsto, com o enaltecimento do tão almejado objeto inalcançável que Sméagol/Gollum pretende recuperar: “O meu precioso!”. Este conceito do “eu” pode ser relacionado com a ideia de autocritica presente na teoria sobre o “duplo”:

No Eu forma-se lentamente uma instância especial, que pode contrapor-se ao resto do Eu, que serve à auto-observação e à autocritica, que faz o trabalho da censura psíquica e torna-se familiar à nossa consciência [Bewußtsein] como “consciência” [Gewissen]. [...] O fato de que exista uma instância assim, que pode tratar o restante do Eu como um objeto, isto é, de que o ser humano seja capaz de auto-observação, torna possível dotar de um novo teor a velha concepção do duplo e atribuir-lhe várias coisas, principalmente aquilo que a autocritica vê como pertencente ao superado narcisismo dos primórdios.6 (FREUD, 1919, p. 264)*

Além dessa constante luta entre os dois lados psíquicos da criatura, é possível a ideia da identificação de Sméagol (se relacionarmos também à ideia inquietante de Gollum ser aquilo que deveria permanecer oculto, mas que se revela) no que nos permite observar como que o antes hobbit é visto por seus companheiros hobbits, além do reconhecimento de si mesmo. O tratamento singular de Frodo ou de Sam que têm, em relação a ele, nos leva às considerações do estranho não familiar com o reconhecimento familiar, também visto por Freud em sua tese:

A palavra alemã unheimlich é evidentemente o oposto de heimlich, heimisch, vertraut [doméstico, autóctone, familiar], sendo natural concluir que algo é assustador justamente por não ser conhecido e familiar. Claro que não é assustador tudo o que é novo e não familiar; a relação não é reversível. Pode-se apenas dizer que algo novo torna-se facilmente assustador e inquietante; algumas coisas novas são assustadoras, certamente não todas. Algo tem de ser acrescentado ao novo e não familiar, a fim de torná-lo inquietante. (FREUD, 1919, p. 249)

O fato de podermos observar Sméagol como familiar (pela observação dos seus companheiros hobbits) se dá, principalmente, pelo fato desta criatura já ter sido um hobbit, sendo assim, isto recria a identificação de Frodo e Sam sobre a criatura, cada um por um ponto de vista especí-

ico. Vamos observar primeiro a relação que Frodo possui com a criatura. Independentemente de saber de seu constante desejo pelo Um Anel, e que possivelmente faria qualquer coisa para tê-lo de volta, claramente observamos que Frodo sente pena de Sméagol, mesmo que seu personagem não falasse isso. Mas por que razão Frodo teria pena de uma criatura que possivelmente o mataria se tivesse chance? Simplesmente pois, para Frodo, Sméagol não pode ser considerado exatamente como não familiar, já que possuem o vínculo de ambos já terem possuído o anel por um tempo indeterminado. Isso se torna claro através do desenvolver das cenas com os três viajantes a caminho de Mordor, sendo guiados pelo terceiro companheiro: Sméagol.

Esse reconhecimento do peso psicológico em estar com o Um Anel é visto na sequência em que os três viajantes estão passando por um pântano denominado na história como Os Pântanos Mortos por possuírem cadáveres de homens, elfos e orcs debaixo de suas águas. Na primeira das cenas, Sméagol reclama por não ter o que comer, Sam o menospreza mas Frodo o dá um pedaço de Lembas Bread (uma comida élfica) para que a criatura sintasse um pouco melhor. Ironicamente, ele recusa o pão após quase engasgar por seu corpo rejeitar tal tipo de comida. Na cena seguinte, pela primeira vez temos alguém chamando Gollum pelo seu nome hobbit: Sméagol, e isso se dá pelo reconhecimento de Frodo, mostrando mais uma vez que, para o hobbit portador do Um Anel, Sméagol é mais familiar do que não familiar.

Diferentemente do primeiro, Sam observa Gollum com desprezo, repulsa, nojo e profundo medo (este último percebemos com o tempo). Mas nesse ponto temos uma contradição, já que Sam, de todos os personagens na história, pode ser considerado como um dos mais amáveis, gentis e compreensivos, possuindo até mesmo uma inocência na forma como encara tal jornada até Mordor. Seria esperado que Sam tivesse mais compaixão por Gollum do que Frodo, mas isso não ocorre exatamente pelo fato de saber que Frodo, assim como Gollum, tem a posse do Um Anel, o que faz Sam observar Gollum como seu estranho familiar, além do reconhecimento do ser como antes um hobbit. Ele teme que Frodo se torne um “novo” Gollum, e isso faz com que ele menospreze tanto o agir da criatura como o seu pensar, considerando o ser apenas como um vilão, diferentemente de Frodo, que o observa como um ser que possui uma história triste e sombria.

Uma cena que deixa bem clara esta ideia do medo de Sam sobre Frodo é um dos diálogos que possui com ele quando Sam menospreza, novamente, a criatura. Os dois começam a conversar sobre o porquê de Sam ser tão cruel com Gollum, e ele diz: “Porque é isso o que ele é, Sr. Frodo. Nada além de mentiras e traição. É só o Anel que ele quer, só o que lhe interessa.”, ao que Frodo responde: “Você não sabe o que o Anel fez com ele. E do que ainda faz.” Em meio a discussão, em um momento Frodo começa a falar do mesmo jeito que Gollum: “O Anel foi confiado a mim. É minha missão. Minha! Toda minha!” e Sam conclui: “Não ouve o que diz? Não sabe com quem está parecendo?”. Ou seja, em apenas uma cena temos a relação de Frodo com o Um Anel, a forma como observa Sméagol, o medo de Sam sobre o que Frodo pode se tornar e o medo que possui de Gollum. Além de, narrativamente, ser essencial para a compreensão de situações que viriam a seguir, esta cena permite a ideia do não familiar e do familiar serem observadas através da teoria psicanalítica de Freud.

Esse psicológico do personagem também se mostra presente na literatura de Tolkien, e sendo assim, a forma imagética tanto na parte da composição visual como a vista na linguagem adotada para representar a duplicidade de Gollum/Sméagol é essencial neste reconhecimento do personagem, como mostra as diversas “táticas” usadas por Jackson na obra. Temos cenas com o

personagem “espelhado”, com seu reflexo na água, plano e contra-plano em discussões, mudanças de eixo do próprio personagem enquanto conversa consigo mesmo, enfim, diversas ideias que representam a duplicidade do ser de forma clara e simples, criando uma relação interessante em como é vista na literatura:

Gollum estava conversando consigo mesmo. Sméagol travava um debate com algum outro pensamento que usava a mesma voz, mas a fazia guinchar e chiar. Uma luz opaca e uma luz verde alternavam em seus olhos, conforme falava.

- Sméagol prometeu - disse o primeiro pensamento.

- Sim, sim, meu precioso - veio a resposta. - Nós prometemos: salvar nosso precioso, não deixar que Ele o tenha - nunca. Mas está indo para Ele, sim, mais próximo a cada passo, O que o hobbit vai fazer com Ele? Nós fica pensando, sim, nós fica.

- Não sei, Não posso fazer nada. O mestre está com Ele. Sméagol prometeu ajudar o mestre.

- Sim, sim, ajudar o mestre: o mestre do Precioso. Mas se nós fosse mestre, então nós poderia se salvar, sim, e ainda assim manter a promessa.

- Mas Sméagol disse que seria muito, muito bom. Hobbit bonzinho! Tirou a corda cruel da perna de Sméagol. Ele fala comigo com gentileza.

- Muito, muito bom, hein, meu precioso? Vamos ser bons, bons como peixes, minha doçura, para nós mesmo. Não machucar o hobbit bonzinho, claro que não, não.

- Mas o Precioso mantém a promessa - objetou a voz de Sméagol. Então pegue ele - disse a outra - e vamos ter ele nós mesmo! Então vamos ser mestre, gollum! Fazer o outro hobbit, o hobbit mau e desconfiado, fazer ele rastejar, sim, gollum!

- Mas não o hobbit bonzinho?

- Oh, não, não se isso não nos agrada. Mas ele é um Bolseiro, meu precioso, sim, um Bolseiro. Um Bolseiro roubou ele. Encontrou ele e não disse nada, nada. Nós odeia os Bolseiros. (TOLKIEN, 1954, p. 323-4)

Desta forma, observa-se também na caracterização psíquica do personagem uma forte aproximação com a literatura, o que também permite reconhecemos as características do “duplo” desde a criação do personagem, não sendo algo necessariamente próprio da obra cinematográfica mas sim “conversando” com a literária. O uso das diversas técnicas que empregam o agir do personagem relacionado à sua mente serve como referencial na identificação desta relação psíquica do personagem e sobre o seu confronto interno pessoal, que pode ser analisado através da teoria do inquietante.

3. Considerações Finais

No presente estudo em forma de análise do personagem Gollum/Sméagol de acordo com conceitos pré-determinados pelo autor, procurou-se aqui compreender o quanto o personagem pode ser visto tanto a partir de sua singularidade/peculiaridade de acordo com os outros personagens e o quanto que sua presença na história é importante na adaptação. Por essa razão, mesmo pela possibilidade de reconhecermos a criatura como uma possível personagem que destoe do comum ao vermos uma história medieval, o que ele representa nesta história, sendo ao mesmo tempo um guia, uma ameaça e até uma visibilidade do destino de um dos personagens, caracteriza a sua importância na adaptação da história.

A primeira parte do artigo, que mostra uma leitura da identificação imagética do personagem com base no conceito presente no expressionismo alemão, pode nos servir como uma característica forma de observarmos a criatura em sua composição física. Com a análise se referenciando aos filmes expressionistas alemães já reconhecidos e em comparação deles com cenas particulares de Gollum, podemos ver características, ou detalhes, que nos aproximam imageticamente do ser. Além disso, porque também nos prepara para a segunda parte da análise da criatura, isso pela sua observação do “deformar externo” (corpo esquelético e agir animalesco) a partir do “deformar interno” (consciência, reconhecimento de mundo) do personagem, nos ajudando a buscar uma compreensão psicanalítica da criatura.

Para a psicanálise do personagem, então, temos a teoria freudiana o inquietante como a escolhida para identificar elementos que geram esta inquietação tanto por parte do personagem quando observado pelos seus companheiros de viagem, quanto quando nós espectadores observamos a relação de Sméagol com a sua dupla personalidade. Tendo, com mais destaque, os conceitos sobre o “duplo” dentro da tese psicanalítica do inquietante, suas características quando analisadas através das diversas cenas em que vemos tal manifestação do psicológico de Sméagol nos permite uma aproximação do escrito de Freud com a representação da mente do personagem. Isso quando relacionado às ideias sobre a “garantia contra o desaparecimento do EU”, o narcisismo e autocrítica do ser ou a inversão do duplo como “mensageiro da morte” como relações de inquietações do ser sobre suas questões familiares e não-familiares vistas por nós, espectadores, e conhecidas e reconhecidas pelos hobbits, durante a jornada.

Observando a construção física e a complexidade psíquica do personagem, quando comparada então à forma imaginária a qual conhecermos e temos contato à partir da narrativa de Tolkien, vemos a aproximação clara das idealizações do personagem, indo além de uma possível identificação baseada na essência da obra literária para a fílmica (algo já superado em estudos sobre adaptação literária), mas trazendo na adaptação do ser elementos que, ao mesmo tempo que o aproximam dos diálogos e descrições nos parágrafos do texto, nos conduzem a uma relação mais próxima da imagem final que poderíamos ter sobre a criatura. Isto também pode ser reconhecido quando vemos a questão da utilização dos efeitos especiais na recriação imagética do ser a partir do texto tolkieniano e da utilização de técnicas de gravação na construção e idealização da dupla personalidade do ser, complementando assim o texto e a interpretação do ator escolhido para o papel: Andy Serkis. Desta forma, o objetivo e a hipótese da pesquisa foram alcançados quando reconhecidos o movimento expressionista e a tese freudiana a partir das cenas, da direção de arte no ambiente da criatura, da construção imagética e sonora do personagem e da permanência de suas questões conceituais, ligada à mitologia da obra literária, vistas na obra de Peter Jackson.

Esta relação de diálogo, possível entre a obra literária e a cinematográfica, traz diversas formas de reconhecimento e estudo dos seus personagens mais importantes, como é o caso de

Gollum/Sméagol quando visto pela sua importância na narrativa, conduzindo em grande parte o destino e a visibilidade da mitologia do Um Anel na obra criada por J.R.R. Tolkien..

Referências bibliográficas

CÁNEPA, Laura L. "Expressionismo Alemão". In: MASCARELLO, Fernando (org.). *História do Cinema Mundial*. Campinas/SP: Papyrus, 2006. p.55-88. (Coleção Campo Imagético)

TOLKIEN, John R.R. (1954). *O Senhor dos Anéis - Segunda Parte: As Duas Torres*. Tradução de Lenita Maria Rímoli Esteves, Almiro Pisetta; Revisão Técnica e Consultoria de Ronald Eduard Krymse. São Paulo: Martins Fontes, 2002. 486p.

VILLALON, Renan C.. *Cine Imagem*. 113f. Monografia (Regime de Iniciação Científica) – Centro de Pesquisa, Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2013. (Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Paula De Vincenzo Fidelis Belfort Mattos)

Referências eletrônicas

FREUD, Sigmund (1917-1920). *Obras Completas Volume 14*. Tradução dirigida por Paulo César de Souza. Companhia das Letras. Disponível em: <[http://copyfight.me/Acervo/livros/FREUD,%20Sigmund.%20Obras%20Completas%20\(Cia.%20odas%20Letras\)%20-%20Vol.%2014%20\(1917-1920\).pdf](http://copyfight.me/Acervo/livros/FREUD,%20Sigmund.%20Obras%20Completas%20(Cia.%20odas%20Letras)%20-%20Vol.%2014%20(1917-1920).pdf)> Acesso em: 05/2015

Referências audiovisuais

JACKSON, Peter; OSBORNE, Barrie M. *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring – Extended Version*. [Filme-Digital]. Produção de Peter Jackson e de Barrie M. Osborne, direção de Peter Jackson. Estados Unidos e Nova Zelândia: WingNut Films e The Saul Zaentz Company, 2001. 228min.

JACKSON, Peter; OSBORNE, Barrie M. *The Lord of the Rings: The Two Towers – Extended Version*. [Filme-Digital]. Produção de Peter Jackson e de Barrie M. Osborne, direção de Peter Jackson. Estados Unidos e Nova Zelândia: WingNut Films e The Saul Zaentz Company, 2002. 235min.

JACKSON, Peter; OSBORNE, Barrie M. *The Lord of the Rings: The Return of the King – Extended Version*. [Filme-Digital]. Produção de Peter Jackson e de Barrie M. Osborne, direção de Peter Jackson. Estados Unidos e Nova Zelândia: WingNut Films e The Saul Zaentz Company, 2003. 263min.

A “História Oficial”: Atualidade de um filme sobre ditadura e direitos humanos¹

Gilberto M. A. Rodrigues

Professor do Curso de Relações Internacionais e da Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC (UFABC). Pós-doutor em Direitos Humanos pela Universidade de Notre Dame (EUA). E-mail: gilberto.rodrigues@ufabc.edu.br

Resumo

O filme “A História Oficial” (La Historia Oficial), de Luis Puenzo, vencedor do Oscar de melhor filme estrangeiro em 1986, completou 30 anos de seu lançamento em 2015. Apesar das três décadas passadas, em 1985, período em que se deu a consolidação da democracia pós-ditadura na Argentina e nos demais países da América do Sul e em que pesem os avanços em direitos humanos na região, o filme ainda se mantém atual pelo tema abordado e pelo debate que suscita. O autor analisa o filme no contexto contemporâneo, a partir de uma aproximação interdisciplinar, tendo como metodologia a análise bibliográfica recente sobre a ditadura militar e a história oral baseada em relatos de quatro acadêmicos argentinos que vivenciaram a ditadura argentina, tanto no país quanto no exílio.

Palavras-chave: Direitos Humanos; Argentina; História da América Latina; A História Oficial; Educação em Direitos Humanos.

Abstract

The movie “An Official History” (La Historia Oficial), by Luis Puenzo, winner of the Oscar of best foreign film (1986), celebrated 30 years of its appearance in 1985. In spite of three decades have passed by in which the Argentinian post dictatorship evolved to a consolidated democracy, as well as other South American countries and nevertheless the human rights advances in the region, yet the film is still update due to its content and the debate it generates. The author analyses the film from an interdisciplinary approach in today’s context, using a methodology that includes human rights literature and oral history based on interviews with four Argentinians scholars that lived under the Argentinian dictatorship as well as in the exile.

Keywords: Human Rights; Argentina; History of Latin America; Official History; Education in Human Rights.

Resumen

La película “La Historia Oficial” de Luís Puenzo, vencedor del Oscar de mejor película extranjera de 1986, ha completado 30 años en 2015. Pese las tres décadas pasadas de su lanzamiento en 1985, período en que la democracia post-ditadura en Argentina y en los demás países de Sudamerica se ha consolidado y aunque los derechos humanos hayan avanzado en la región, la película aún se mantiene actual por el tema abordado y por el debate que suscita. El autor trata de analizar la película en el contexto contemporáneo, a partir de una aproximación interdisciplinaria, adoptando como metodología el análisis con base bibliográfica reciente sobre la dictadura militar y la historia oral basada en relatos de cuatro académicos argentinos que han vivenciado la dictadura argentina ya fuera en el país ya fuera en exilio.

Palabras clave: Derechos Humanos; Argentina; Historia de America Latina; La Historia Oficial; Educación en Derechos Humanos.

1. Introdução

O filme argentino “A História Oficial” (La Historia Oficial), produzido e dirigido por Luís Puenzo, vencedor do Oscar de melhor filme estrangeiro de 1986, completou 30 anos de seu lançamento em 2015² Apesar das três décadas passadas, e da consolidação da democracia pós-ditadura na Argentina e nos demais países da América do Sul, além dos enormes avanços em direitos humanos na região, o filme ainda se mantém atual pelo tema abordado e pelo debate que suscita.

Como parte integrante da memória coletiva sobre as atrocidades cometidas pelo regime autoritário, “A História Oficial” apontou a resistência de parte da sociedade, sobretudo a classe média argentina, em reconhecer as violações de direitos humanos realizadas pelo regime de exceção. A questão da verdade histórica está presente em todos os países pós-autoritarismo. A versão oficial dos fatos logrou manter-se robusta ou ter sobrevida nos países em que os militares definiram e conduziram a transição democrática na América do Sul (exemplos do Chile e do Brasil). Nos países em que saíram derrotados (caso da Argentina), a versão oficial foi sendo progressivamente desconstruída a partir dos próprios julgamentos e condenações penais contra ex-autoridades do regime.

A proposta do autor é analisar a atualidade do filme, de maneira interdisciplinar, tendo como metodologia tanto a bibliografia recente sobre a ditadura militar e os direitos humanos quanto a história oral baseada em relatos de quatro acadêmicos argentinos que vivenciaram a ditadura argentina, dentro do país e/ou no exílio.³

2. Contexto político do país e da região

A última ditadura militar argentina durou sete anos, de 1976 a 1983. Nesse período, teve lugar a chamada “guerra suja”, em que algumas das mais impressionantes atrocidades foram cometidas por um regime político na história recente da América Latina.

Dados oficiais da Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas – Conadep, liderados por Adolfo Pérez Esquivel, divulgados logo após o fim da ditadura⁴ estimam que entre 7.500 e 8.875 pessoas foram vítimas de desaparecimentos forçados no regime autoritário. Em contrapartida, organizações argentinas de direitos humanos, como a Associação das Mães da Praça de Maio, estimam em 30 mil os desaparecidos⁵. O conflito de números constitui parte do drama gerado pela ditadura e que afeta a sociedade argentina até hoje.

Numa impressionante entrevista concedida ao jornalista Ceferino Reato⁶, cumprindo pena na prisão, o general Jorge Rafael Videla, ex-presidente que desencadeou a guerra suja (1976-1981), afirmou tratar-se de “(...) uma guerra justa, nos termos de São Tomás (de Aquino); uma guerra defensiva”.⁷ Apesar de tratar o conflito como “guerra”, o regime militar não conferiu os direitos que seus contendores beligerantes deveriam ter, de acordo com o direito internacional humanitário.

Na entrevista, Videla explica que a alternativa encontrada pelo regime para enfrentar os “subversivos” com eficácia era sumindo com eles e seus corpos, método que ficou conhecido como *disposición final*. Sobre a expressão *disposición final*, disse o general: “(...) são duas palavras bem militares (que) significam retirar do serviço uma coisa que já não tem serventia⁸”.

O delito de desaparecimentos forçados não existia como crime. Em linguagem de direito penal ele não era tipificado como crime até então. Segundo o embaixador José Augusto Lindgren Alves, foi a partir de relatos dramáticos de parentes e amigos de desaparecidos, sobretudo da Argentina, Chile e Uruguai, perante a Comissão de Direitos Humanos da ONU, nos anos de 1970/80, que se definiu essa prática como um delito internacional⁹. A Convenção Interamericana sobre Desaparecimento Forçado de Pessoas, de 1994, definiu tratar-se de um crime contra a humanidade imprescritível. Posteriormente, esse delito foi incluído no Estatuto de Roma do Tribunal Penal Internacional (1998), como parte do rol dos crimes contra a humanidade¹⁰.

Durante a Guerra Fria, os EUA apoiaram todos os golpes que combatiam a denominada “ameaça comunista”. Assim foi na Guatemala (1954), no Brasil (1964), no Chile e no Uruguai (1973), dentre outros países. Mas foi, sobretudo, durante o governo de Richard Nixon, com a estratégia de contenção ao comunismo do Secretario de Estado Henry Kissinger (1973-1977), que os EUA tornaram-se coniventes com os métodos brutais praticados pelas ditaduras latino-americanas, inclusive apoiando a conhecida Operação Condor, de cooperação para perseguição e intercâmbio de prisioneiros entre as ditaduras sul-americanas¹¹.

Somente com a ascensão do presidente Jimmy Carter (1978-1981), houve mudança de postura do governo estadunidense, com a inclusão dos direitos humanos como tema da agenda da política externa. No diário de Carter vê-se sua preocupação com a situação argentina, em 1979: “27 de março - “Nós estamos muito preocupados com as violações sistemáticas de direitos humanos na Argentina. Eles tem detido e matado cerca de 50 pessoas por mês¹²”.

Em 1980, Adolfo Perez Esquivel recebeu o Prêmio Nobel da Paz, por seu ativismo em favor dos direitos humanos na Argentina. O tema das graves violações de direitos humanos no país e em outras ditaduras da região ganhou vulto internacional. Após a derrota argentina na Guerra das Malvinas/Falkland, em 1982, o governo militar foi humilhado e acelerou a devolução do poder aos civis, o que veio a ocorrer com a eleição do advogado Raul Alfonsín, do Partido União Cívica Radical (UCR), em 1983.

3. O filme e seu impacto político e social

Rodado durante o governo de Alfonsín, já no período da redemocratização argentina (1983-1989), A história oficial foi o primeiro filme latino-americano a receber o Oscar de melhor filme estrangeiro, fato que sem dúvida marcou sua existência e transcendeu as fronteiras da própria Argentina. O crítico de cinema estadunidense Leonard Maltin afirma tratar-se de “(...) um daqueles raros filmes que consegue fazer uma forte critica politica entremeada numa estória muito boa¹³”.

A História Oficial provocou forte impacto não apenas na Argentina, mas nos vários países latino-americanos em que as práticas de tortura e dos desaparecimentos forçados eram corriqueiros e constituíam parte do sistema de repressão, embora ignorados por muitos. Trouxe à tona o pleito dramático das mães e avós da Plaza de Mayo que, já no início da ditadura, exigiam informações sobre seus filhos e netos desaparecidos, por meio de passeatas na Praça de Maio, em frente à Casa Rosada, o Palácio da Presidência¹⁴.

O filme narra a estória de um casal de classe média, em que a esposa (Alicia, representada pela atriz Norma Aleandro) descobre que os pais biológicos de sua filha adotada eram desaparecidos políticos da ditadura argentina. O marido (representado pelo ator Héctor Alterio) não apenas sabia desse fato, mas era um colaborador civil do regime militar. O filme retrata a alienação e o desconhecimento de parte da sociedade argentina – encarnado na figura de Alicia – sobre as atrocidades cometidas pela última ditadura militar naquele país (1976-1983).

Segundo Ramón Garcia-Fernandes, professor titular do Curso de Economia da Universidade Federal do ABC, “o filme retrata muito bem a situação da Argentina nessa época, e mostra bem um setor da classe média que não soube (nem quis saber) o que os militares fizeram nos anos de chumbo.¹⁵” Essa sombra que permeou as relações humanas e sociais daquele período no país é

mostrada pelo desconhecimento de Alicia, a protagonista do filme, vivida pela atriz Norma Aleandro, sobre as atividades de seu marido com integrantes de um “diretorio”, espécie de organização informal que reunia empresários e militares em negócios escusos, e que sabia do sequestro de crianças de perseguidos políticos mortos pelos aparelhos de repressão.

Na lembrança de Luís Fernando Ayerbe, professor do Departamento de Economia da Unesp-Araraquara, a fita lhe permitiu “rever” Buenos Aires, quando ainda não podia voltar ao país. Ayerbe destaca os mundos paralelos que havia nesse período, mundos que conviviam numa mesma família, e ressalta o quão “interessante é como o filme mostra essa complexidade entre o lado privado e sensível das relações matrimoniais paralelas a um lado obscuro das atividades profissionais do marido¹⁶”.

Andres Serbin, professor titular da Universidade Central da Venezuela e presidente da Coordenadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales (CRIES), em Buenos Aires¹⁷, recorda que havia uma expressão popular na época, dita por muitos, sobre os desaparecidos: “Por algo será”. Ou seja, havia pessoas que não sabiam, outras que fingiam não saber e outras que justificavam os desaparecimentos, ainda que as razões pudessem ser espúrias¹⁸.

4. Cenas significativas do filme

4.1 A repulsa aos “subversivos”

O diretor do filme, Luis Puenzo, soube produzir uma fita sensível e ao mesmo tempo contundente como plataforma de debate político. Vale a pena destacar algumas cenas valiosas, cujos significados dizem muito sobre o alcance do filme. Gerardo Silva, professor do Curso de Planejamento Territorial da Universidade Federal do ABC, recorda duas delas: quando os garotos entram abruptamente no quarto de Gaby (a menina adotada pela família de Alicia), gerando nesta um susto desproporcional, seguido de um choro muito sentido, que remete a violências relacionadas ao sequestro dos pais; e a cena de um diálogo agressivo na garagem de um prédio, entre Roberto (marido de Alicia) e Ana (exilada na Venezuela que retorna ao país, amiga de Alicia), quando ele demonstra toda sua repulsa e ódio àqueles que eram considerados subversivos, declarando que todos como ela deveriam estar “no lixo”¹⁹.

4.2 Uma professora de história revê sua posição e sua vida

O fato de Alicia desempenhar o papel de uma professora de história, em cenas de uma escola secundária, foi pensado pelo diretor de maneira muito inteligente e até divertida, para tratar do tema da memória histórica como um problema não apenas científico e metodológico, mas político. Enquanto os alunos questionam a história oficial dos heróis da nação argentina, a professora Alicia se aferra aos cânones das “provas documentais”. A frase desafiadora do aluno Horácio Costa, uma das personagens, “a história é escrita pelos assassinos”, dita em alto e bom som diante dos colegas, fez com que Alicia o expulsasse da sala, representando e projetando nesse ato o viés autoritário do período. A redenção de Horácio não tarda em chegar com uma excelente nota obtida na prova, conferida pela própria professora, mostrando de forma magistral que a protagonista estava revendo não apenas seu conceito da História argentina, mas sua própria postura como cidadã no período de redemocratização do país.

4.3 A polêmica sobre o papel da Igreja Católica na ditadura

À Igreja Católica é reservada uma cena crucial do filme: Alicia, em crise de consciência, vai ao confessionário, mas em poucos minutos se converte de confessora de seus pretensos pecados a inquisidora do padre que a atende no claustro, em sua busca pela verdade. Trata-se de momento enigmático do filme, que ganhou inusitado significado com a eleição do cardeal argentino Julio Mario Bergoglio, como o Papa Francisco, em 2013.

Com efeito, houve acusações isoladas de que o Cardeal Julio Bergoglio teria colaborado com o regime militar (sabe-se que vários clérigos argentinos foram colaboradores da repressão ou omissos diante das atrocidades cometidas pelo regime), surgidas no momento em que fora escolhido como novo Pontífice. Entretanto, essas acusações foram refutadas por organizações de direitos humanos e personalidades que viveram o período, como Adolfo Perez Esquivel²⁰, além de personalidades católicas isentas, como o Frei Leonardo Boff²¹. Não há nada que comprove e torne críveis quaisquer acusações feitas ao então cardeal Bergoglio, até o momento em que essas linhas são escritas²².

5. Por que a “História Oficial” segue atual na Argentina?

5.1 Atualidade no âmbito interno do país

“A História Oficial” trata sobre direitos humanos, democracia, América Latina, e sobre a força dos fatos da história, independente da versão governamental. Ele lançou o debate sobre as enormes mazelas e perdas humanas da ditadura. Apesar de as leis de anistia argentinas (Punto final, 1986, e Obediencia debida, 1987, ambas aprovadas depois do levante militar dos Carapintadas, facção de ultradireita dentro das forças armadas argentinas), terem sido anuladas pelo Congreso de la Nación, em 2003, durante o governo de Nestor Kirchner, e grande parte dos dirigentes tenha sido julgada e presa (inclusive o próprio Videla, falecido na prisão, em 2013), o debate ainda não se encerrou na Argentina.

O dia 24 de março foi proclamado como “Dia da Verdade e da Justiça”, e declarado feriado nacional por lei federal. Há muitos políticos de envergadura nacional que foram perseguidos ou tiveram filhos desaparecidos e mortos pela ditadura, como a senadora Graciela Fernandez Meijide, cujo filho de 17 anos, Pablo, foi sequestrado em 197²³.

A polêmica segue igualmente em relação às crianças sequestradas na época e que foram adotadas de maneira clandestina. Um debate que não permite calar o fato de o regime militar ter forjado “uma geração mutilada”, na expressão de Andres Serbin²⁴.

Um exemplo da atualidade do filme no contexto argentino foi a descoberta de Ignacio, neto de Estela de Carlotto, presidente da Associação Avós da Praça de Maio, em agosto de 2014. Após 36 anos de incessante busca, Ignacio – cujo nome da família biológica é Guido – encontrou sua avó, após a Justiça confirmar que seu DNA era compatível com o de Estela²⁵.

Outro fato recente de relevo foi a recuperação da Escuela de Mecanica de la Armada (ESMA), e sua transformação em Museo Espacio Memoria y Derechos Humanos (Ex-ESMA), um símbolo do que representou a tortura e os desaparecimentos forçados realizados na ditadura

argentina²⁶.

5.2 Atualidade no âmbito externo do país

A política externa da Argentina sofreu enorme guinada no período da redemocratização, a partir do governo de Raúl Alfonsín, quando o país assinou e incorporou os mais relevantes tratados, convenções e protocolos internacionais na área de direitos humanos. Na década seguinte, já no governo de Carlos Menem (1989-1999), a reforma constitucional de 1994 incorporou as obrigações internacionais do país com instrumentos específicos de direitos humanos no próprio texto constitucional argentino, fato atípico na prática constitucional internacional, mas reveladora do grau de compromisso que o país passou a assumir internacionalmente com os direitos humanos.

No âmbito multilateral, a Argentina logrou eleger em 2003 o primeiro procurador-geral do Tribunal Penal Internacional (TPI), Luís Moreno Ocampo, que havia atuado como promotor em casos pioneiros de julgamento contra militares argentinos. Ocampo exerceu dois mandatos como procurador do TPI (2003-2012) e destacou-se por sua independência numa função nova e polêmica. Além disso, a Argentina tornou-se um dos países apoiadores do princípio da responsabilidade de proteger, aprovado no Documento Final da Cúpula dos 60 anos da ONU, em 2005, e que prevê a responsabilidade dos Estados em proteger suas populações contra atrocidades massivas relacionadas a crimes de guerra, crimes contra a humanidade, genocídio e limpeza étnica²⁷.

6. A "História Oficial" no Brasil

A atualidade do filme é ainda mais reveladora no caso do Brasil, cuja Comissão da Verdade (2011-2014) publicou seu relatório final em dezembro de 2014, trinta anos depois do fim do regime autoritário. A resistência de parte da sociedade em reconhecer as atrocidades cometidas pelo regime civil-militar brasileiro (1964-1985), ou justificá-las à luz do combate ao comunismo, derivaram sobretudo do fato de ainda ser incipiente o conhecimento geral sobre o que realmente aconteceu e, por outro lado, da permanência da Lei de Anistia (1979).

Ao contrário de países como Argentina e Chile, cujas leis de anistia foram revogadas total ou parcialmente, e cujos mandatários foram julgados, condenados e presos, a lei de anistia brasileira foi mantida por decisão do Supremo Tribunal Federal, apesar de haver tido sua validade contestada por decisão da Corte Interamericana de Direitos Humanos em relação à punição dos crimes contra a humanidade (Caso Araguaia, 2010)²⁸. Além disso, nenhum militar ou civil foi julgado ou condenado por crimes contra os direitos humanos durante a ditadura.²⁹

6.1 "Brasil: Nunca Mais"

No Brasil, não houve a criação de uma comissão de verdade oficial, do governo, como na maioria dos países que encerraram um período autoritário e adotaram alguma forma de justiça transicional na etapa imediatamente posterior ao término do regime anterior. Com efeito, o único documento que realizou uma investigação e produziu um diagnóstico sobre as violações de direitos humanos na ditadura, incluindo o tema dos mortos e desaparecidos, foi o Relatório "Brasil Nunca Mais", publicado em 1985.

Desenvolvido no período de 1979 a 1985, de perfil ecumênico, o projeto Brasil: Nunca Mais

foi liderado pelo Cardeal D. Paulo Evaristo Arns, o Rabino Henry Sobel e o Pastor Presbiteriano James Wright e feito de maneira clandestina, durante o último período da ditadura civil-militar³⁰.

6.2 Comissão Nacional da Verdade

A Comissão Nacional da Verdade, criada em 2011 e cujos trabalhos foram realizados até dezembro de 2014, operou suas atividades tardiamente em relação aos fatos e em comparação a outros países. Além disso, houve muita resistência por parte dos militares, tanto da reserva, que resistiram a assumir qualquer participação em crimes de tortura, mortes e desaparecimentos forçados, quanto da ativa, no Ministério da Defesa, em resistir a colaborar na entrega efetiva ou expedita de documentos relacionados ao período.

Mesmo com dificuldades, falta de apoio e de compreensão de parte da sociedade brasileira, ainda assim, segundo a Professora de História Social da USP, Maria Aparecida Aquino, a Comissão da Verdade cumpriu com seu papel e contribuiu para elucidar os fatos relacionados às violações de direitos humanos cometidas na ditadura civil-militar brasileira³¹.

6.3 A história oficial ainda resiste em algumas escolas brasileiras...

Dentre os historiadores brasileiros não há polêmica nem controvérsia sobre o que aconteceu em 31 de março de 1964. É sabido e fartamente comprovado que houve um golpe militar, que instalou uma ditadura civil-militar imbuída em alinhar-se ao bloco anticomunista liderado pelos EUA em plena Guerra Fria³².

Não obstante, há focos de resistência da “história oficial” da ditadura no Brasil nas escolas militares, cujos currículos são definidos pelas próprias forças armadas vinculadas ao Ministério da Defesa, sem passar pelo crivo do Ministério da Educação. Neles, há resistência em admitir que houve um golpe militar em 1964, fato pacífico e inconteste na literatura da História do Brasil. Não obstante, nessas escolas militares, os livros ensinam que houve uma “revolução” em 31 de março de 1964 (fala-se em “revolução de 64”), versão utilizada pelo regime civil-militar, e ensinada nas escolas durante a ditadura, mas que hoje é absolutamente equivocada e insustentável³³.

No âmbito civil, seguem ocorrendo “lapsos” de memória sobre o que ocorreu em 31 de março de 1964, quando a expressão “revolução de 64” é usada em detrimento de golpe de 1964. Um desses episódios se deu num dos locais onde menos se esperaria pudesse ocorrer: na Universidade de São Paulo (USP). A partir de uma parceria entre a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República e a Reitoria da USP³⁴ que visava erigir um monumento na Cidade Universitária, em homenagem aos mortos e cassados na ditadura, durante o período da construção, em 2011, a empresa responsável pela obra instalou uma placa com os dizeres: “Monumento em homenagem aos mortos e cassados na Revolução de 1964”. A placa foi pichada, houve protestos e a Reitoria da USP determinou à empresa que retirasse a placa, o que foi feito sem demora.³⁵

6.4 O filme brasileiro análogo à “História Oficial”

A cinematografia brasileira tardou em produzir um filme nos moldes de “A História Oficial”. Em 2006, foi lançada a fita “O ano em que meus pais saíram de férias”, dirigido por Cao Hamburger, em que o protagonista é um menino, que fica sob a guarda do avô, após a fuga clandestina

de seu pai e de sua mãe, para escapar da repressão, nos anos de 1970.

O filme é bom, bem feito, sensível e tocante, mas tanto pela distância com o fim da ditadura como pelo amplo desconhecimento da sociedade brasileira sobre as atrocidades cometidas naquele período, não teve o mesmo impacto que "A História Oficial".³⁶

7. Considerações Finais

Embora tenha exercido papel político essencial no momento de seu lançamento, em 1985, sobretudo após a conquista do Oscar de melhor filme estrangeiro em 1986 – primeiro da América Latina a conquistar essa estatueta – a mensagem de "A História Oficial" perpassa várias gerações e territórios. O filme retrata não apenas um drama coletivo argentino, mas latino-americano.

A atualidade do filme se faz presente na memória das violações de direitos humanos de toda a região; na Argentina, o drama dos desaparecidos permanece na incansável busca pela identidade das crianças desaparecidas, que cresceram adotadas por outras famílias.

A problematização sobre a negação de violações massivas de direitos humanos – ou sua justificativa – é parte central da necessária desconstrução de narrativas que visam impedir o pleno conhecimento de períodos históricos em que atrocidades massivas foram cometidas de maneira sistemática. "A História Oficial" contribui para essa problematização, cujo papel é essencial para o fortalecimento da cidadania por meio da educação em direitos humanos.

Homenageado durante o 4º Biff – Brazilian International Film Festival, em Brasília, em novembro de 2015, o cineasta Luis Puenzo disse: Os tempos da história são medidos em décadas: trinta anos são praticamente nada. Se temos em conta que seguimos vivendo num mesmo momento histórico (daquele de A história oficial), tudo é percebido com maior clareza³⁷.

Em seus 30 anos de existência, "A História Oficial" tornou-se um clássico que ensina, ilumina e emociona.

Notas

1. Este artigo foi inspirado na apresentação do filme "A História Oficial" feita pelo autor no Ciclo de Cinema da UFABC, coordenado pelo Prof. Igor Fuser, no âmbito do Curso de Relações Internacionais da Universidade Federal do ABC.

2. O filme foi lançado em 3 de abril de 1985.

3. O autor registra seu agradecimento aos seguintes acadêmicos argentinos que gentilmente aceitaram responder à entrevista para essa pesquisa: Andres Serbin (Professor Titular da Universidad Central de Venezuela e Presidente da Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales-CRIES, Buenos Aires), Luís Fernando Ayerbe (Departamento de Economía-Unesp/Araraquara), Ramón Fernandez (Curso de Economía-UFABC) e Gerardo Silva (Curso de Planejamento Territorial-UFABC).

4. Cf. Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas – Conadep, 1983-1984.

5. Apesar da polêmica envolvendo o tema da quantidade de desaparecidos, um relatório da inteligência chilena, contido em arquivos estadunidenses desclassificados, aponta cerca de 22 mil desaparecidos.

6. Ceferino Reato. Disposición final. La confesión de Videla sobre los desaparecidos, Buenos Aires, 2012.

7. “(...)una guerra justa, en los términos de San Tomás; una guerra defensiva”. Reato, 2012.

8. “(...) son dos palabras muy militares (que) significan sacar de servicio una cosa por inservible.” Reato, 2012.

9. J. A. Lindgren Alves. Os direitos humanos como tema global. 1994.

10. Artigo 7º. Crimes contra a humanidade. 1. Para os efeitos do presente Estatuto, entende-se por “crime contra a humanidade”, qualquer um dos atos seguintes, quando cometido no quadro de um ataque, generalizado ou sistemático, contra qualquer população civil, havendo conhecimento desse ataque: (i) desaparecimentos forçados de pessoas. Estatuto do Tribunal Penal Internacional.

11. Operação Condor. Comissão Nacional da Verdade (Acesso: Out. 2015).

12. “27 March - We’re deeply concerned about Argentina’s continued violations of human rights. They have arrested and killed about fifty people per month”. J. Carter, White House Diary, 2010, p. 308-309.

13. L. Maltin. Movie Guide, 2010.

14. Asociación Madres de la Plaza de Mayo. <http://www.madres.org/navegar/nav.php> (Acesso: Out. 2015). Asociación Abuelas de la Plaza de Mayo. <http://www.abuelas.org.ar/> (Acesso: Out. 2015).

15. Ramón García-Fernández, entrevista concedida ao autor, 2013.

16. Luís Fernando Ayerbe, entrevista concedida ao autor, 2013.

17. CRIES é “(...) una red de más de 70 centros de investigación, think tanks, ONGs, fundaciones, asociaciones profesionales, expertos y académicos de América Latina y del Caribe. Su mandato es promover la investigación económica, política, medioambiental y social así como la participación en el debate público, el empoderamiento y la incidencia de la sociedad civil en la agenda regional y global.” CRIES, Disponível em: http://www.cries.org/?page_id=569 (Acesso: Out. 2015).

18. Andrés Serbin, entrevista concedida ao autor, 2013.

19. Gerardo Silva, entrevista concedida ao autor, 2013.

20. "Papa Francisco não foi cúmplice da ditadura, diz Nobel da Paz". G1, 22/03/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/novo-papa-francisco/noticia/2013/03/papa-francisco-nao-foi-cumprido-da-ditadura-argentina-diz-nobel-da-paz.html> (Acesso: Out. 2015).

21. Papa surpreenderá com reviravolta na Igreja, diz Leonardo Boff. Terra, 17.03.2013. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/mundo/europa/renuncia-do-papa/papa-surpreendera-com-reviravolta-na-igreja-diz-leonardo-boff,326bd29cae47d310VgnCLD200000odc6eboaRCRD.html> (Acesso: Nov. 2015).

22. Em seu pontificado, desde 2013, o Papa Francisco tem adotado postura avançada como defensor de direitos das minorias, como demonstram sua abertura e acolhimento em relação à comunidade LGBT e sua posição contrária à impunidade em casos de abusos sexuais realizados por clérigos.

23. "Na data do golpe militar, democracia está consolidada, mas chega de enfrentamentos entre os Argentinos". Clarin em Português. Março de 2015. http://www.clarin.com/br/Argentinos-recordam-anos-golpe-militar_o_1107489537.html (Acesso: Nov. 2015).

24. A. Serbin. Montoneros: crónicas de una generación mutilada, Nueva Sociedad, 102, 1989.

25. BBC Mundo. El encuentro entre Estela e Ignacio de Carlotto. 05.08.2015. (Acesso: Out. 2015).

26. Museo Memoria Derechos Humanos (Ex-ESMA). <http://www.espaciomemoria.ar/espaciohoy.php> (Acesso: Out. 2015).

27. Cf. Gilberto M. A. Rodrigues. "Latin America and the Caribbean". In: Jared Genser & Irwin Cotler. The responsibility to protect. The promise of stopping mass atrocities in our time. New York: Oxford University Press, 2012, p. 182-200; (Vários autores). Latin America and the Responsibility to Protect. Divergent Views from the South? Pensamiento Proprio (20), Jan-Jun. 2015, Disponível em: <http://www.cries.org/wp-content/uploads/2015/09/pp41-web-FINAL-Corr.pdf> (Acesso: Nov. 2015).

28. Gilberto M. A. Rodrigues, Pacto de São Jose. Revista Nuestra America, 2013, p.15-17.

29. O Ministério Público Federal abriu ações contra alguns notórios torturadores do regime, invocando a imprescritibilidade dos crimes de tortura e a tese do "crime continuado" (desenvolvida por procuradores argentinos), nos casos de desaparecidos políticos em que não foram encontrados os corpos (ocultação de cadáver) ou restos mortais.

30. Brasil Nunca Mais Digital. Projeto Brasil: Nunca Mais. Disponível em: <http://bnmdigital.mpf.br/#/> (Acesso: Nov. 2015).

31. Maria Aparecida de Aquino. O Direito à Memória x Comissão Nacional da Verdade. Curso de EAD – Educação em Direitos Humanos, UFABC, 2015.

32. Ver: Boris Fausto. História do Brasil (2012); Carlos Guilherme Mota e Adriana Lopez. História do Brasil. Uma interpretação (2015); José Murilo de Carvalho. Cidadania no Brasil. O longo Caminho (2001); Elio Gaspari. A ditadura Envergonhada (2002), entre outros.

33. Leonardo Vieira. “Nos colégios militares, golpe de 1964 é ensinado com Revolução”, O Globo, 31.03.2014. <http://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/nos-colegios-militares-golpe-de-1964-ensinado-como-revolucao-12038975> (Acesso: Nov. 2015).

34. Na ocasião, a Secretária de Direitos Humanos da Presidência da República era a deputada federal Maria do Rosário; o Reitor da USP era o professor João Grandino Rodas.

35. “Empresa retira placa na USP que chama golpe de “revolução de 1964”. Folha de S. Paulo, 4.10.2011, Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2011/10/985440-empresa-retira-placa-na-usp-que-chama-golpe-de-revolucao-de-64.shtml?mobile> (Acesso: Nov. 2015).

36. O Ministério da Cultura escolheu “O ano em que meus pais saíram de férias” para concorrer ao Oscar de melhor filme estrangeiro de 2006. Contudo, do ponto de vista político, não havia mais apelo para conceder um Oscar em termos semelhantes ao que foi concedido para a “A História Oficial”, lançado no calor da transição democrática argentina, sem prejuízo de seus méritos artísticos.

37. Ricardo Daehn. Biff anuncia filmes premiados hoje. Correio Braziliense, 14.11.2015, http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/11/14/interna_diversao_arte,506417/biff-anuncia-filmes-premiados-hoje.shtml (Acesso: Nov. 2015).

Referências bibliográficas

ALVES, J. A. Lindgren. Os direitos humanos como tema global. São Paulo: Perspectiva, 1994.

ARGENTINA. Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas – Conadep, 1983-1984.

AYERBE, Luís Fernando. Entrevista concedida ao autor por e-mail. Out. 2013.

CARTER, Jimmy. White House Diary, New York: Farrar, Straus and Giroux, 2010.

CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil. O longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

FAUSTO, Boris. História do Brasil. 12ª ed., São Paulo: Edusp, 2012.

FERNÁNDEZ, Ramón Garcia. Entrevista concedida ao autor por e-mail. Out. 2013.

GASPARI, Elio. A ditadura envergonhada. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

MALTIN, Leonard. Movie Guide. New York: Penguin, 2010.

MOTA, Carlos Guilherme; LOPEZ, Adriana. História do Brasil. Uma interpretação. São Paulo: Editora 34, 2015.

REATO, Ceferino. Disposición final. La confesión de Videla sobre los desaparecidos. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 2012.

RODRIGUES, Gilberto M. A. "Latin America and the Caribbean". In: Jared Genser & Irwin Cotler. The responsibility to protect. The promise of stopping mass atrocities in our time. New York: Oxford University Press, 2012, p. 182-200.

SERBIN, Andrés. Entrevista concedida ao autor por e-mail. Out. 2013.

SERBIN. Montoneros: crónicas de una generación mutilada, Nueva Sociedad, 102, 1989.

SILVA, Gerardo. Entrevista concedida ao autor. Out. 2013.

Referências eletrônicas

AQUINO, Maria Aparecida de. O direito à memória x Comissão Nacional da Verdade. Curso de EAD – Educação em Direitos Humanos, UFABC, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TqFlfilBdlo>. (Acesso: Out. 2015).

ASOCIACIÓN ABUELAS DE LA PLAZA DE MAYO. Disponível em: <http://www.abuelas.org.ar/> (Acesso: Out. 2015).

ASOCIACIÓN MADRES DE LA PLAZA DE MAYO. Disponível em: <http://www.madres.org/navegar/nav.php> (Acesso: Out. 2015).

BBC MUNDO. El encuentro entre Estela e Ignacio de Carlotto. 05.08.2015. Disponível em: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150804_argentina_estela_ignacio_carlotto_aniversario_irm. (Acesso: Out. 2015).

BRASIL: BRASIL NUNCA MAIS DIGITAL. Projeto Brasil: Nunca Mais. Disponível em: <http://bnmdigital.mpf.mp.br/#/> (Acesso: Nov. 2015).

CARMO, Marcia. "Na data do golpe militar, democracia está consolidada, mas chega de enfrentamentos entre os Argentinos". Clarin em Português. Março de 2015. http://www.clarin.com/br/Argentinos-recordam-anos-golpe-militar_0_1107489537.html (Acesso: Nov. 2015).

COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE. Relatório da Comissão Nacional da Verdade, 10.12.2014. Disponível em: <http://www.cnv.gov.br/> (Acesso: Out. 2015).

DAEHN, Ricardo. Biff anuncia filmes premiados hoje. Correio Braziliense, 14.11.2015, Disponível em: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/11/14/interna_diversao_arte,506417/biff-anuncia-filmes-premiados-hoje.shtml (Acesso: Nov. 2015).

MEMORIA Y DERECHOS HUMANOS (EX-ESMA). Disponível em: [Extraprensa \(USP\)
Ano IX - nº 17 | julho - dezembro 2015](http://www.espaci-</p></div><div data-bbox=)

omemoria.ar/espaciohoy.php (Acesso: Out. 2015).

FOLHA DE S. PAULO. “Empresa retira placa USP que chama golpe de ‘revolução de 1964’”. Folha de S. Paulo, 4.10.2011, Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2011/10/985440-empresa-retira-placa-na-usp-que-chama-golpe-de-revolucao-de-64.shtml?mobile> (Acesso: Nov. 2015).

G1. “Papa Francisco não foi cúmplice da ditadura, diz Nobel da Paz”. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/novo-papa-francisco/noticia/2013/03/papa-francisco-nao-foi-cum-plice-da-ditadura-argentina-diz-nobel-da-paz.html> (Acesso: Out. 2015).

HAMBURGUER, Cao. O ano em que meus pais saíram de férias. 110 min., 2006. Wikipédia: https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Ano_em_que_Meus_Pais_Sa%C3%ADram_de_F%C3%A9rias (Acesso: Out. 2015).

LATIN AMERICA AND THE RESPONSIBILITY TO PROTECT. Divergent Views from the South? Pensamiento Propio (20), January-June, 2015. Disponível: <http://www.cries.org/wp-content/uploads/2015/09/pp41-web-FINAL-Corr.pdf> (Acesso: Nov. 2015).

OPERAÇÃO CONDOR. Comissão Nacional da Verdade. Disponível em: <http://www.cnv.gov.br/index.php/2-uncategorised/417-operacao-condor-e-a-ditadura-no-brasil-analise-de-documentos-desclassificados> (Acesso: Out. 2015).

PUENZO, Luis. La Historia Oficial. 1.52 min., 1985. Wikipédia. https://pt.wikipedia.org/wiki/A_Hist%C3%B3ria_Oficial. (Acesso: Out. 2015).

RODRIGUES, Gilberto M. A. Pacto de São José. Revista Nuestra America, Dez. 2013. Disponível em: <http://www.memorial.org.br/wp-content/uploads/2007/03/revista49-port-atualizada.pdf> (Acesso: Out. 2015).

TERRA. Papa surpreenderá com reviravolta na Igreja, diz Leonardo Boff. Terra, 17.03.2013. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/mundo/europa/renuncia-do-papa/papa-surpreendera-com-reviravolta-na-igreja-diz-leonardo-boff,326bd29cae47d310VgnCLD2000000dc6eboaRCRD.html> (Acesso: Nov. 2015).

TRIBUNAL PENAL INTERNACIONAL. Decreto Executivo 4.338, de 25.09.2002, “Promulga o Estatuto de Roma do Tribunal Penal Internacional”. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4388.htm (Acesso: Out. 2015).

VIEIRA, Leonardo. “Nos colégios militares, golpe de 1964 é ensinado com Revolução”, O Globo, 31.03.2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/nos-colegios-militares-golpe-de-1964-ensinado-como-revolucao-12038975> (Acesso: Nov. 2015).

O papel do jornalismo popular e a relação com a cultura popular

Mariana Pícaro Cerigatto

Jornalista, mestre em TV Digital e doutoranda em Ciência da Informação pela Unesp.
E-mail: maricerigatto@yahoo.com.br.

Resumo

A cobertura centrada na agenda e no entretenimento dificulta o tratamento contextualizado e menos estereotipado de temáticas relacionadas à cultura popular. A partir disso, este artigo discute as regularidades do jornalismo cultural e traz as recomendações da Unesco para a valorização de conteúdos relacionados à diversidade cultural.

Palavras-chave: Jornalismo cultural; diversidade cultural; cultura popular; crise no jornalismo.

Abstract

The media coverage focused on the agenda and entertainment hinders contextualized and less stereotypical treatment of themes related to popular culture. From this, this article discusses the regularities of cultural journalism and brings the recommendations of Unesco for the recovery of content related to cultural diversity.

Keywords: cultural journalism; cultural diversity; popular culture; crisis in journalism.

Resumen

La cobertura de los medios centrada en el orden del día y el entretenimiento dificulta el tratamiento contextualizado y menos estereotipado de temas relacionados con la cultura popular. A partir de esto, este artículo analiza las regularidades del periodismo cultural y aporta recomendaciones de la Unesco para la mejora de los contenidos relacionados con la diversidad cultural.

Palabras clave: Periodismo cultural; la diversidad cultural; cultura popular; crisis en el periodismo.

1. Introdução

O advento dos meios de comunicação de forma difusa intensificou a dissolução dos monopólios de cultura, além de agilizar a crise das grandes narrativas representadas pela ciência e pela história. Após a década de 90, observa-se que o jornalismo cultural passou a se engajar por notícias e reportagens que estavam em harmonia com a agenda industrial e televisiva, contrariamente ao caráter crítico e analítico dos assuntos artístico-culturais (MELO, 2012).

Segundo Gadini (2006), no Brasil, grande fatia dos cadernos diários dedicados a temáticas culturais, tem a metade do seu espaço total dedicada à publicação de programação televisiva, os roteiros (como serviços de ventos), e colunas sociais. Sem contar as sessões destinadas a variedades, tais como horóscopo, palavras cruzadas, quadrinhos etc. que ocupam as páginas culturais dos jornais, somando 60% do espaço aproveitável. Na análise do autor, reataria, dessa maneira, 40% de espaço para reportagens ou textos críticos. Não obstante, cadernos e editorias destinadas à “Cultura” nos veículos de comunicação têm priorizado reportagens centradas ainda no chamado “celebrismo” (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011).

Equipes menores nas redações, entre outros fatores, contribuíram para a configuração de um segmento relativamente ausente de reflexão (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011). Diante

disso, instaura-se uma crise no jornalismo cultural, e é preciso retomar aspectos importantes sobre a sua função e seu papel.

Ligada a essa discussão, uma questão central diz respeito à valorização das culturas regionais e locais pelas editorias de cultura. Diante disso, surgem indagações: as mídias, o jornalismo e as novas tecnologias estão mostrando essa diversidade, a cultura regional e local? Como o jornalismo cultural lida com as vertentes entre o “global”, “a cultura de massa” e a “cultura popular”?

Na visão de Moraes (2008), a cobertura da grande mídia a respeito de eventos folclóricos, por exemplo, não dispõe de profundidade e análise. Para a autora, o Brasil abriga uma extensa atividade cultural, pelo fato de agregar em seu território a cultura de vários povos. Mas, segundo ela, o exposto na mídia é incompatível com essa diversidade. E, quando há cobertura de algum evento cultural, como uma festividade folclórica, por exemplo, a cobertura acaba restrita muito mais para uma pasteurização e uma simplificação dos fatos. Há dificuldade em aprofundar ou contextualizar os assuntos abordados.

O objetivo deste artigo é apontar problemáticas enfrentadas pelo jornalismo cultural, assim como suas regularidades e papéis em sociedade, e relacionar a importância deles para se estabelecer uma prática de jornalismo cultural com mais identidade e que valorize mais as culturas locais e regionais.

2. Desenvolvimento

2.1 Breve histórico do jornalismo cultural

As primeiras coberturas jornalísticas de cultura surgiram por volta do século 17 e 18, na Europa. As primeiras publicações faziam cobertura das obras literárias e artísticas, além de relatar em as novidades sociais (MELO, 2012).

Os primeiros impressos que traziam conteúdos sobre obras culturais datam de 1665 e 1684. Mas o representante tido como mais “famoso” do jornalismo cultural viria só em 1711, na Inglaterra, com o periódico *The Spectator*, que tinha o objetivo de “trazer a filosofia para fora das instituições acadêmicas para ser tratada em clubes e assembleias, em mesas de chá e café” (MELO, 2012, p. 01). Assim, “o jornal cobria desde questões morais e estéticas até a última moda das luvas” (BURKE, p.78, 2004).

Percebe-se então que começam a surgir folhetins que abrigavam uma perspectiva mais popular de cultura. Essa postura menos elitista se espalhou rapidamente na imprensa impulsionada pelas transformações possibilitadas pelo processo de industrialização (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011).

Aflorava então o que passou a ser chamado de “jornalismo da empresa capitalista” (MARCONDES FILHO, 2000), devido à redução de preço da impressão e à ampliação do número de exemplares e de leitores.

No Brasil, de forma geral, o desenvolvimento do jornalismo cultural “está associado ao advento do folhetim como fórmula atrativa para incrementar as vendas dos jornais, potencializando a associação entre jornalismo e literatura”. (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011, p. 04)

Por aqui, Machado de Assis e José Veríssimo se tornam grandes representantes do jornalismo cultural. E ganha contornos mais delimitados tendo sua condução reforçada por outros grandes nomes da literatura, assim como da política e da filosofia, tais como Oswald de Andrade e Mário de Andrade. Em 1982, o jornalismo cultural ganha “expressão máxima” com o nascimento da revista *O Cruzeiro* (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011).

Feito esse percurso, estamos hoje diante de novos desafios para o jornalismo cultural, que busca solucionar sua “crise de identidade”. Isso porque o sentido de cultura foi profundamente alterado nas sociedades contemporâneas. Mas, afinal: quais são as regularidades do jornalismo cultural e como esse papel tem se modificado ao longo de sua história?

2.2 Mudança de paradigma no jornalismo cultural

Uma coisa certa a dizer, em meio à crise do jornalismo cultural, é que houve uma mudança de paradigma (ou pelo menos está em processo) em relação ao que é considerado “cultural”. Antes se concebia (e, por vezes, ainda se concebe) que há uma cultura “alta” e uma cultura “baixa”, esta de qualidade inferior, que inclui manifestações tidas como populares, ou então massivas, as quais não merecem reconhecimento, apuração e nem análise de sua importância nas práticas sociais (MELO, 2012).

Só seriam merecedores de um tratamento diferenciado os artistas eruditos e as formas artísticas tradicionais. “A designação de ‘arte’ seria conferida a poucos e seriam esses denominados artistas que mereceriam tratamento mais crítico, interpretativo e analítico do jornalismo” (MELO, 2012, p. 03).

Ao referir-se a este assunto, é bom lembrar que foi a Escola de Frankfurt principal difusora da indústria cultural e de estudos críticos pelo que se entende de “cultura para as massas”. Os estudos frankfurtianos despontaram a partir de 1923 com uma linha de pensadores marxistas, na Alemanha. Em 1930, com Max Horkheimer, aderiu-se à postura de investigação crítica da sociedade capitalista moderna (SANTOS, 2003). Ideais marxistas influenciaram os frankfurtianos, assim como o movimento sindical, que teria sido incitado por fatores ligados à Revolução Russa, em 1917. Pensadores como Hegel, Kant, Nietzsche e Freud também teriam sido importantes na trajetória dos estudos.

Com o avanço do partido nazista, os frankfurtianos já não podiam mais se sentir seguros na Alemanha, devido a críticas tecidas contra membros do partido. Ao se deslocarem para os Estados Unidos, o contato com a sociedade de massa e com as desigualdades entre as classes resultou em uma teoria crítica da sociedade. A partir disso, os estudos começaram a fazer menções sobre a indústria cultural – um sistema composto por filmes, programas de rádio etc. para o consumo massivo. Dentre as características da indústria cultural estão a cultura reduzida à mera mercadoria, padronizada, com vistas de atingir o gosto médio do público.

Para Adorno e Horkheimer, (1985), a indústria cultural funcionava como um novo meio de “anestesia social”. Pelo fato de funcionar como um sistema administrativo da sociedade capitalista - levando em conta a enorme classe de trabalhadores explorados pelo sistema de produção e mais-valia - este sistema social necessita de uma forma de controle de comportamentos sociais. Nesse sentido, os produtos da indústria cultural são produtos de entretenimento, de “falso lazer”,

com o objetivo de gerar lucros e estimular a venda em larga escala. Por isso, surge a necessidade desta indústria, para ganhar audiência, elaborar produtos que sirvam ao espectador algo agradável, um analgésico passageiro, para que a satisfação seja apenas momentânea, a fim de que surja uma nova necessidade a ser satisfeita por um novo produto (CERIGATTO; SIQUEIRA, 2008).

Cultura de massa e cultura popular eram vistas como meras distrações, conforme Leavis e Thompson (1933) apud Halloran, J. D. e Jones, M. (1986, p. 56):

A distração é melhor exemplificada pela imprensa popular – isso se ‘dissipação’ não for a melhor palavra ... Nos jornais populares, a tendência dos ambientes modernos é desencorajar tudo que não seja de interesse imediato e raso, as mais superficiais, automáticas e baratas respostas mentais e emocionais são exibidas de modo mais desastroso.

O desenvolvimento tecnológico e a mecanização, neste contexto, eram também vistos como alicerces da sociedade moderna e para a disseminação de produtos massivos tidos como “alienantes”. Segundo Leavis e Thompson (1933) apud Halloran, J. D. e Jones, M., (1986, p.55):

O grande agente de mudança e, do nosso ponto de vista, de destruição tem sido, claro, o poder da máquina aplicado. A mecanização nos trouxe muitas vantagens mas também destruiu os antigos modos de vida, as velhas formas e, por causa da rápida e contínua mudança que a máquina envolve, ela impede o crescimento do novo. Além disso, as vantagens trazidas pela mecanização resultaram na estandardização, nivelando a realidade por baixo, como se tudo fosse mero bem material.

Apesar dos estudos da Teoria Crítica terem sido de extrema importância para entender mecanismos de produção de bens culturais, há estudos e visões não consideram que tudo que é veiculado pela grande mídia seja considerado de total vazio valor cultural. Posturas como a do expoente Umberto Eco, em seu livro “Apocalípticos e Integrados”, critica os “integrados” (adeptos ao funcionalismo) por omitir questões relativas à cultura de massa, mas também os teóricos chamados por ele de “apocalípticos”, que seriam os membros da Escola de Frankfurt. Os apocalípticos são criticados por adotar uma postura de extremo pessimismo e rejeição diante da sociedade e cultura de massa. Para Eco (1979), os teóricos das duas correntes opostas (integrados e apocalípticos) tratam de maneira muito genérica um fenômeno complexo como a cultura de massa, que requer análises mais profundas e equilibradas.

Atualmente, o que vemos é a tendência da diferenciação entre “alta” e “baixa” cultura perder força. Como alega o jornalista Daniel Piza, “a música de um Pixinguinha – negro, pobre, com pouca educação formal – é elitista”, ou, ainda, “é óbvio que um filme de Spielberg é cultura” (PIZA, 2004, p. 46). Porém, Magalhães (2010) destaca algumas dessas dicotomias vistas no jornalismo cultural, que ora reforçam a superficialidade de um lado e ora se faz sobressair o eruditismo. O desequilíbrio entre temas considerados “elitistas” e os populares comprometem o papel do jornalismo cultural.

No entanto, em meio esta discussão, é importante ressaltar que existem diferenças entre a cultura popular autêntica e a cultura de massa. Hall e Whannel (1964) consideram importante saber separar o que eles chamam de “cultura popular veiculada pelas mídias” e “cultura de massa”.

Enquanto a cultura popular mediatizada representa uma continuidade da arte anônima produzida em contato com o público, a cultura massificada destrói os laços de individualidade e as idiossincrasias do artista; enquanto a cultura popular permite ao artista exercitar um estilo pessoal reconhecível pelo público, a cultura massificada vende a pessoa do artista, mas não seu estilo pessoal. Como a cultura popular permite que seja estabelecido um elo com o público, o artista acaba se perdendo no meio da sua obra. Já na cultura de massa, a pessoa por trás da produção é que é vendida ao público como mais importante. A cultura popular usa a estilização e a convenção, mas acaba encantando o público ao criar alguma surpresa criativa, apesar das convenções. A cultura massificada usa estereótipos no lugar das convenções e estilizações e o resultado são fórmulas simplistas, planejadas para mobilizar um estoque padrão de sentimentos que mantêm a audiência conectada, mas não necessariamente encantada (CERIGATTO; SIQUEIRA, 2008).

2.3 Regularidades do jornalismo cultural

Por mais que o jornalismo cultural tenha sido alvo de mudanças durante sua história, há aspectos que se mantêm vigorosos em sua trajetória. Se recorrermos ao passado, encontramos o que permaneceu, mesmo com o decorrer do tempo e das transformações. De acordo com Melo (2012), nessa busca, encontramos duas regularidades fundamentais. Primeiro, a necessidade de democratizar o conhecimento e, segundo, o caráter reflexivo. São elas que definem o jornalismo cultural como uma prática ímpar e influente para a sociedade.

Vamos pontuar as duas regularidades do jornalismo cultural, baseadas em Melo (2012):

a) Democratizar o conhecimento: Nos primórdios do jornalismo cultural, *The Spectator* já colocava como compromisso “trazer a filosofia para fora das instituições acadêmicas para ser tratada em clubes e assembleias, em mesas de chá e café” (BURKE, 2004, p. 78). Nesta perspectiva, o jornalismo cultural surge com o “ofício” de mediar o conhecimento e torná-lo mais próximo e familiar do maior número de pessoas. O que antes era restrito e acessível a uma elite, começa a circular por outras camadas sociais. Essa regularidade é fundamental até nos dias de hoje, mas é preciso rechaçar uma linguagem elitista e aristocrática. Gullar (2002, p.19) registra bem essa ideia dizendo que

ora, se os críticos defendem que abandonar essa linguagem, com seus requintes, é baixar a qualidade da obra e trair a cultura, o único caminho que deixam é continuar a escrever para a minoria. Noutras palavras, só existe arte para uns poucos e raros. É claro que não concordamos com isso, e aí estão várias obras, aceitas pelo público, que negam essa tese aristocrática (GULLAR, 2002, p. 19).

Para reportagens de diversidade cultural, essa regularidade é muito importante, pois através do jornalismo é que podemos compreender a importância de uma identidade e aspecto cultural; por isso a mediação deve ser feita de forma acessível, muito bem explicada e contextualizada. O contrário pode gerar desentendimento até intolerância entre culturas de civilizações e localidades diferentes.

b) Caráter reflexivo: Uma segunda regularidade essencial do jornalismo cultural é seu caráter reflexivo. Este aspecto pode ser mais forte ainda neste segmento do jornalismo, já que desde seu nascimento, o jornalismo cultural se delineia pela análise crítica. A capacidade de levar

o público a refletir deveria ser um diferencial do jornalismo cultural de outras editoriais. Ou seja, enquanto as editoriais de economia, do dia a dia, de política, entre outras, noticiam as práticas, o jornalismo cultural pode e deve provocar a reflexão sobre essas práticas. A função do jornalismo cultural é revelar de forma clara e acessível “que, em toda grande obra, de literatura, de poesia, de música, de pintura, de escultura, há um pensamento profundo sobre a condição humana” (MORIN, 2001, p. 45).

E cabe ainda ressaltar aqui a função social do jornalismo cultural - que faz chegar a muitos o que estava restrito a poucos. O jornalista é um mediador, porém não basta somente fazer uma mera descrição do que vê. É cobrada dele uma responsabilidade profissional acrescida da necessidade de um olhar crítico, atento, e uma formação humanística sólida, “ciente da necessidade da codificação de uma realidade complexa, traduzindo-a em formas acessíveis e democráticas” (MELO, 2012, p. 06).

Para temáticas de diversidade cultural, o caráter reflexivo é de extrema importância. Fazer com que o público reflita sobre uma determinada cultura, um povo, uma manifestação cultural e popular reforça o combate a preconceitos e à intolerância entre culturas diferentes. Uma reportagem que desperta reflexão é melhor do que uma reportagem sobre cultura que alimenta um ponto de vista restrito e sectário, que faz se passar por universal.

2.4 O jornalismo cultural contemporâneo

Vimos alguns pilares do jornalismo cultural: compromisso em mediar os conhecimentos, fazer uma crítica qualificada, tornar acessível, reflexivo e crítico o conhecimento cultural etc.

Independentemente de seus valores editoriais, é certo que a imprensa - por intermédio daquilo que seleciona como pauta e dá ênfase que dá a alguns fatos em detrimento de outros - interfere na agenda pública e no consumo social dos bens culturais (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011). “O campo jornalístico, seja no reforço da tradição ou na revelação de novas perspectivas, amplia o horizonte da recepção e detém o poder de incluir ou de excluir, de qualificar ou desqualificar, de legitimar ou não, de dar voz, publicizar e tornar público” (BERGER, 1996, p.190).

E o que se pratica hoje na grande mídia? Os jornalistas diplomados, na década de 1970, cobravam o espaço jornalístico, brigando contra a “linguagem hermética, a lógica argumentativa, os jargões e os excessos técnicos dos scholars acadêmicos. Visualizava-se ali a necessidade de atender ao leitor médio, público suposto e consumidor de jornais” (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011, p 09).

Januário (2005) atesta, por meio de pesquisa quantitativa, que o jornalismo paulista, no período compreendido entre as décadas de 1980 e 1990, passou a ser constituído prioritariamente por peças informativas, em concordância com a agenda industrial e televisiva. Matérias de caráter crítico e analítico ficam em segundo plano. Equipes menores nas redações, a linha editorial dos veículos, os interesses econômicos e políticos, dentre outros fatores, contribuem para a padronização do jornalismo cultural, com reportagens meramente descritivas e superficiais, sem espaço para provocar reflexão, e muito centradas no serviço, na agenda, na divulgação e no celebrismo.

Conforme já divulgado através de Gadini (2006), os cadernos diários, no Brasil, se dedicam

frequentemente à publicação de roteiros (serviços), à programação televisiva e às colunas sociais, além de variedades como horóscopo, palavras cruzadas, quadrinhos, restando menos da metade de espaço para conteúdos reflexivos ou críticos.

2.5 Jornalismo cultural e a valorização das culturas regionais

Após passarmos por uma explanação histórica e remontarmos o panorama atual do jornalismo cultural, permitimos chegar a algumas reflexões, e a partir disso falarmos mais do jornalismo e sua relação com a cultural local e regional.

Foi possível constatar que, por mais que o jornalismo cultural tenha sofrido muitas mudanças durante sua história, há sempre alguns aspectos que se mantêm vivos e potentes em sua trajetória, e diante desta análise encontramos duas regularidades fundamentais. Primeiro, a necessidade de democratizar o conhecimento e, segundo, seu caráter reflexivo. São elas que definem o jornalismo cultural como uma prática singular e importante para a sociedade. E ressaltamos ainda a função social do jornalismo cultural.

Entre essas considerações, ainda é oportuno colocar para reflexão a importância do jornalista cultural como mediador, pois cabe a ele traduzir uma realidade complexa em formas simbólicas acessíveis, sem que isso empobreça a informação. Cabe ainda a discussão sobre a responsabilidade profissional do jornalista cultural, que deve selecionar o que deve ser conhecido e como deve ser conhecido publicamente. Enfim, essas reflexões e definições de regularidades ajudam a nortear o trabalho do jornalista cultural em um grande veículo de comunicação, que por vezes acaba limitando sua prática a um fazer institucional, padronizado, ligado a interesses editoriais, econômicos e empresariais.

Importante ressaltar aqui que é relevante olhar para a cultura sem a dicotomia “cultura alta” versus “cultura baixa”, mas saber diferenciar a autenticidade entre a cultura para as massas e a cultura, de fato, popular.

Essas considerações sobre o fazer jornalismo cultural são fundamentais quando o assunto se refere a manifestações culturais regionais, como o folclore e pautas que envolvem culturas minoritárias.

Mas por quais motivos valorizar a cobertura jornalística sobre o folclore, sobre a identidade local, os hábitos e crenças culturais etc.? Para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) (2009, p.05), “[...] o contexto da globalização, o aumento das migrações e o crescimento das cidades, os desafios conexos com a preservação da identidade cultural e o fomento do diálogo intercultural adquirem uma nova projeção e tornam-se mais urgentes”.

Neste cenário, a mídia é tida como importante instrumento de valorização e disseminação das culturas. Mas, assim como pode contribuir para valorizar e difundir, pode-se também provocar representações distorcidas, artificiais e estereotipadas. Isso sem falar que, notoriamente, pautas sobre a cultura popular e regional não são tão frequentes em nossa grande mídia, principalmente. A Unesco (2009, p. 20) aponta que as minorias étnicas, culturas minoritárias e outros grupos marginalizados estão ausentes na mídia, “em parte porque não têm acesso aos cargos editoriais, de gestão ou de tomada de decisão quanto ao que é publicado ou não nos veículos de mídia (gate-keeping)”.

Por mais que sejam escassas as pesquisas que investigam o tratamento dado às coberturas na área de cultura, de maneira geral percebe-se presente em pautas relacionadas à cultura local e regional, a forte característica do agendamento habitual dos veículos de comunicação, discutido anteriormente, e também do celebrismo. Quando se trata de eventos culturais, a grande mídia tende a pautar temas relacionados às tradições culturais apenas nos períodos já demarcados no calendário, e das festas mais conhecidas e pontuais.

Woitowicz (2012) reforça aspectos de agendamento conforme os estudos de observação que fez sobre a cobertura cultural de sites jornalísticos do Paraná (Gazeta do Povo, Paraná Online e Bem Paraná), no ano de 2011. “[...] Pode-se identificar alguns impasses para a cobertura de temas ligados à cultura popular, decorrentes da prevalência de uma cultura comercial na mídia, ao mesmo tempo em que se revelam apropriações e relações entre a cultura popular e os meios de comunicação” (WOITOWICZ, 2012, p.12).

A autora, em sua análise, registra a veiculação de reportagens que abordam a cultura popular, porém sempre reforçando o caráter de promoção de agenda. “A cultura como agenda é a principal marca da cobertura noticiosa, atuando muito mais como serviço do que como informação e compreensão dos fenômenos culturais”. (WOITOWICZ, 2012, p.08).

Sobre a característica do celebrismo, podemos examinar como clássicos de cobertura a festividade do Carnaval. De acordo com a observação de Moraes (2008), a cobertura da grande mídia fica restrita à divulgação da quantidade de turistas de outros países que chegam ao Brasil; ou então são focadas personagens famosas que desfilam nas escolas de samba do Rio de Janeiro e de São Paulo, tais como celebridades; os trios elétricos conduzidos por celebridades, muito comuns no Carnaval e que se tornaram grandes empresas do ramo de entretenimento, também ganham destaque nas coberturas. Percebem-se apelos ao entretenimento e à divulgação de celebridades instantâneas em contrapartida de coberturas que contribuam para a manutenção da identidade do povo brasileiro. “[...] toda a essência tradicional, que liga o presente ao passado de um povo é perdida ou, pelo menos, diminuída” (MORAES, 2008, documento eletrônico).

Moraes (2008) indica que, ao fazer isso, se reduz a cultura somente ao entretenimento, contribuindo para que se reforce nossa crise de identidade cultural. “Falta densidade e reflexão sobre os movimentos culturais e seus principais atores, tal como é proposto na definição do próprio jornalismo cultural” (MORAES, 2008, documento eletrônico).

A ausência de contextualização e maior profundidade das notícias e reportagens ligadas à cultura popular podem levar aos tão combatidos, porém naturalizados - os estereótipos culturais. Isso faz com que a diferença realçada possa gerar intolerância e falta de entendimento a respeito daquela cultura. “As culturas que pertencem a tradições de civilizações diferentes são especialmente inclinadas a recorrer a estereótipos mútuos” (UNESCO, 2009, p.09). Além disso:

[...] a escolha restrita das representações que propõem as grandes redes de mídia e de comunicação tendem a favorecer a criação de estereótipos, fabricando o que costumamos chamar uma “imagem do outro”, manifestando cada meio de comunicação uma propensão específica para fixar, reduzir ou simplificar as coisas, em função de formatações e de programas uniformizados (UNESCO, 2009, p.19).

Uma opção à visão restrita grande mídia sobre os acontecimentos culturais está na gama de veículos de comunicação, reforçada pelo advento do digital. Claro, atualmente há mais possibilidade de se fazer circular pautas sobre diversidade cultural, promovendo diálogo e expressão culturais. Mas, sobre isso, a Unesco (2009) alerta que nem sempre uma maior oferta e quantidade de conteúdos circulando pelas novas mídias e tecnologias significa diversificação do consumo:

O desenvolvimento da oferta de conteúdos midiáticos não resulta necessariamente em uma maior diversificação do consumo. Perante excesso de oferta, alguns consumidores preferem limitar-se a um pequeno número de títulos ou de temas conhecidos, em vez de se aventurarem em áreas desconhecidas ou diferentes. [...] O aumento da oferta de conteúdos da mídia pode dar lugar a uma falsa diversidade que oculta o fato de que a algumas pessoas só interessa comunicar com as que partilham as mesmas referências culturais. (UNESCO, 2009, p. 19).

Na internet, percebem-se movimentos, por meio de redes sociais, por exemplo, em que os públicos são compostos por “fãs” ou por “grupos”, cujos “membros” quase não fazem contato uns com os outros, e com tendência para se limitar a outros modos de pensar. “Daí pode resultar uma falsa diversidade, que oculta, na realidade, o fato de que algumas pessoas só desejam comunicar com os que partilham as mesmas referências culturais” (UNESCO, 2009, p.19).

Em seu relatório mundial, denominado “Investir na diversidade cultural e no diálogo Intercultural”, a Unesco (2009) sugere recomendações para a área de comunicação se tratando de conteúdos culturais. É importante analisar como esses conteúdos veiculados representam a realidade e que viés jornalístico tem sido dado à diversidade cultural, e coloca, dentre as múltiplas estratégias elaboradas para eliminar os estereótipos criados por essas representações da mídia, as iniciativas de alfabetização midiática e informacional, que podem auxiliar na formação de um público com maior espírito crítico quando consome produtos de comunicação, discordando e argumentando de pontos de vista parciais retratados pela mídia. Assim:

A alfabetização midiática é um aspecto importante do acesso aos meios e uma vertente fundamental da educação não formal. Convém promovê-la no seio da sociedade civil e junto aos profissionais de mídia, como parte integrante dos esforços que devem ser feitos para melhorar a compreensão recíproca e facilitar o diálogo intercultural (UNESCO, 2009, p.19).

Além de mencionar a importância da educação para a mídia, a Unesco também traçou três desafios/metapas para que os conteúdos culturais e comunicacionais consigam contribuir para a diversidade cultural, independentemente da mídia. São três alicerces - a produção de conteúdos inovadores, a ampliação do acesso e a representação equilibrada, como se detalha a seguir:

Em primeiro lugar, há que responder aos imperativos da produção de conteúdos inovadores; em seguida, ampliar o acesso e, finalmente, lograr uma representação mais equilibrada. A produção de conteúdos inovadores deve garantir a integração da diversidade cultural à mídia e às indústrias culturais, privilegiando os conteúdos locais. A ampliação do acesso supõe, dentre outras, medidas coerentes para reduzir a exclusão digital, o acesso à produção e distribuição de conteúdos inovadores e o fomento de novas estratégias de informação e de comunicação que possam garantir a representação de pontos de vista contrá-

rios nos debates sobre todos os temas. A diversidade cultural requer também uma representação equilibrada das diversas comunidades que convivem num determinado país, em conformidade com os princípios da liberdade de expressão e da livre circulação de ideias (UNESCO, 2009, p. 20)

Dentre mais ações recomendadas pela Unesco para a inclusão e valorização de pautas e conteúdos sobre a cultura popular, assim como para a formação de um olhar crítico a representações estereotipadas, estão:

a) Apoiar a produção e a distribuição de materiais audiovisuais inovadores e diversificados, considerando as necessidades locais, os conteúdos e os atores, recorrendo, conforme as necessidades, às parcerias público-privado; b) Avaliar o impacto das mudanças induzidas pelas TIC na diversidade cultural, a fim de destacar as boas práticas de acesso multilíngüístico às produções escritas e audiovisuais; c) Promover, em todos os grupos etários, a iniciação aos meios de comunicação e à informática, para que os usuários desses meios tenham uma maior capacidade de avaliar criticamente a comunicação e os conteúdos culturais.

Destaca-se o item “c” como processo importante para a formação de público mais crítico quanto aos conteúdos culturais veiculados pela mídia. Resta ressaltar, em meio a isso, que o receptor da informação não é mais visto como um ser indefeso e apático diante do poder da mídia massiva. As audiências são plurais, e a recepção é tida como o lugar na qual ocorrem a negociação e a produção de sentido, com a participação de produtor e receptor (CERIGATTO; SIQUEIRA, 2008). Isso é válido também para os jornalistas e veículos de comunicação, que devem tomar cuidado com as representações que fazem da cultura popular, tendo em vista que o público não é homogêneo e passa cada vez mais a negociar com as mensagens produzidas.

3. Conclusão

A disseminação da imprensa, os avanços tecnológicos, entre outros fatores, permitiram que o jornalismo cultural começasse a ampliar-se para as camadas mais populares. A distinção entre a existência de cultura “alta” e uma cultura “baixa” perde força, mas o fenômeno da cultura de massa carrega características diferentes da cultura dita como popular. Enquanto a cultura popular mediatizada representa uma continuidade da arte anônima produzida em contato com o público, a cultura massificada destrói os laços de individualidade e as idiosincrasias do artista; enquanto a cultura popular permite ao artista exercitar um estilo pessoal reconhecível pelo público, a cultura massificada vende a pessoa do artista, mas não seu estilo pessoal. (CERIGATTO; SIQUEIRA, 2008).

Sabendo o lugar singular que a cultura popular ocupa, assim como suas diversas manifestações – locais, regionais, artísticas, religiosas etc. - as regularidades fundamentais do jornalismo cultural devem ser retomadas. A necessidade de democratizar o conhecimento e o caráter reflexivo são fundamentais para combater representações estereotipadas e distorcidas das identidades culturais. Assim, a cobertura por pautas que englobam o folclore e aspectos das diversas culturas devem ser trazidas à tona de maneira bem traduzida, com análises mais profundas que permitam a clareza e o acessível entendimento. Para isso, a contextualização é essencial. Reportagens que provocam a reflexão são importantes para evitar pontos de vista fechados a respeito daquela cultu-

ra. “[...] é necessário perseverar nos esforços para limitar os estereótipos e os preconceitos a que as comunidades são frequentemente submetidas” (UNESCO, 2009, p. 32).

Além do esforço para uma cobertura mais aberta, reflexiva, contextualizada e cuidadosa quanto às representações distorcidas, frente à fragmentação de públicos – em que o contato com o diferente, de forma restrita e inadequada, pode gerar intolerância e incompreensão – destaca-se a importância de iniciativas de alfabetização midiática ou educação para a mídia, que visam fomentar uma postura mais equilibrada e crítica diante as representações veiculadas pela grande mídia a respeito da cultura popular, conforme recomendações da Unesco.

Por fim, vale mencionar que a mídia e o jornalismo cultural são peças chave fundamentais para a valorização da diversidade cultural, da cultura popular e a promoção de diálogo entre culturas diferentes. A consciência dessa diversidade não pode ser banalizada, e nem as manifestações não podem ser reduzidas ao entretenimento, nem a um simples evento do calendário festivo, nem ao celebrismo. É importante que a mídia e o jornalismo reúnam esforços para a preservação da diversidade cultural, contribuindo para que a temática tenha maior notoriedade de forma adequada.

Referências bibliográficas

BERGER, Christa Liselote. Campos em confronto: jornalismo e movimentos sociais. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade Federal de São Paulo, 1996, 168p. (Tese de Doutorado).

BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CERIGATTO, Mariana Pícaro; SIQUEIRA, Alexandra Bujokas de. Media literacy: estudando o trailer do cinema no ensino médio. 2008. 90f. Trabalho de iniciação científica (graduação em jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração, Bauru.

ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados. Coleção Debates. São Paulo: Perspectiva, 1979.

GADINI, Sérgio Luiz. A cultura como notícia no jornalismo brasileiro. Cadernos da Comunicação, Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, v.8, 2003.

GULLAR, Ferreira. Cultura Posta em Questão - Vanguarda e Subdesenvolvimento. São Paulo: Editora José Olympio, 2002.

HALL, Stuart; WHANNEL, Paddy. The popular arts. Londres: Hutchinson Educational, 1964.

HALLORAN, James. D. e JONES, Marcia. Learning about media: communications and Society (Unesco papers). Paris: Unesco, 1986.

JANUÁRIO, Marcelo. O olhar superficial: as transformações no jornalismo cultural em São

Paulo na passagem para o século XXI. 2005. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação e jornalismo – a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000

MORIN, Edgar. A cabeça bem feita: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.

PIZA, Daniel. Jornalismo cultural. São Paulo: Contexto, 2004.

SANTOS, Roberto Elísio. As teorias da comunicação: da fala à internet. Paulinas: São Paulo, 2003.

Referências eletrônicas

MAGALHÃES, Marina. Polarizações do jornalismo cultural. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010. Disponível em: <<http://www.marcadefantasia.com/ebook/jornalismo-cultural/ebook.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2014.

MELO, Isabelle Anchieta de. Jornalismo cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/bcodemidias/000756.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

MORAES, Vaniucha de. Jornalismo cultural não valoriza tradições. Observatório da Imprensa. 08 abr. 2008. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/jornalismo_cultural_ao_valoriza_tradicoes/>. Acesso em: 02 mar. 2015.

SEGURA, Aylton; GOLIN; Cida; ALZAMORA, Gean. O que é Jornalismo Cultural. In: Jornalismo Cultural – Trajetórias e Reflexões. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2011. Cap. 4, p. 1-20. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/lead/producao_pesquisa/6.Segura_golin_alzamora.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2012.

UNESCO. Relatório Mundial da Unesco: Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2009. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

WOITOWICZ, Karina Janz. A cultura popular na agenda midiática: Aspectos da produção jornalística no espaço cultural dos webjornais paranaenses. Cultura, Comunicação e Sociedade, Cáceres, v. 1, n. 1, p.01-14, 2012. Jul-dez. Disponível em: <http://www.aia.unemat.br/revistaculturasociedade/arquivos/artigo_Karina_editorado.pdf>. Acesso em: 16 maio 2013

Brasil e Alemanha na semifinal da Copa do Mundo: representações sobre a derrota no discurso de Zero Hora

STEFFEN, Lauren

Mestranda em Comunicação Midiática (linha: Mídia e Identidades Contemporâneas) pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. (lauren.steffen@gmail.com)

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira

Doutor em Ciências da Comunicação (linha: Mídias e Processos Audiovisuais) pela Unisinos. Professor Adjunto do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. (flavilisboa@gmail.com)

Resumo

O presente artigo pretende discutir as representações sobre a derrota da Seleção Brasileira para a Alemanha na semifinal da Copa do Mundo de 2014 em matéria publicada pelo jornal Zero Hora. Para tanto, recupera-se o contexto histórico e a perspectiva dos Estudos Culturais para a problematização das relações entre sociedade, cultura e meios de comunicação, com destaque para o conceito de representação, central para a compreensão dos processos de produção de sentidos postos em circulação no meio social. O percurso teórico está ancorado nas estruturas de sentimento (emergentes, dominantes e residuais). A análise de discurso é utilizada como técnica para identificação dos sentidos, mapeando as formações discursivas presentes no discurso jornalístico. Este trabalho reforça os pressupostos de que os significados são produzidos discursivamente através da linguagem a partir do repertório cultural de um contexto determinado.

Palavras-chave: Jornalismo; Estudos Culturais; representação; estruturas de sentimento; Seleção Brasileira.

Abstract

This article discusses the representations of the defeat of the Brazilian national team to Germany in the semifinal of the World Cup 2014 in a report published by the newspaper Zero Hora. It recovers the historical context and the perspective of the Cultural Studies to understand the relationship between society, culture and the media, especially the concept of representation, central to understand the production of senses put into circulation in the social environment. The theoretical course is anchored in the structures of feeling (emerging, dominant and residual). The discourse analysis is used as a technique to identify the senses, mapping the discursive formations in the journalistic discourse. This work reinforces the assumption that meanings are discursively produced through language from the cultural repertoire of a given context.

Keywords: Journalism; Cultural Studies; representation; structures of feeling; Brazilian national team.

Resumen

Este artículo analiza las representaciones de la derrota de la selección de Brasil a Alemania en la semifinal de la Copa del Mundo en 2014 en un informe publicado por el diario Zero Hora. Recupera el contexto histórico y la perspectiva de los Estudios Culturales para entender la relación entre la sociedad, la cultura y los medios de comunicación, especialmente el concepto de representación, fundamental para entender la producción de sentidos puestos en circulación en el entorno social. El curso teórico está anclado en las estructuras de sentimiento (emergente, dominante y residual). El análisis del discurso se utiliza como una técnica para identificar los sentidos, mapeando las formaciones discursivas en el discurso periodístico. Este trabajo refuerza la suposición de que los significados se producen discursivamente a través del lenguaje del repertorio cultural de un contexto dado.

Palabras clave: Periodismo; Estudios Culturales; representación; estructuras de sentimiento; Selección brasileña.

Introdução

Este artigo realiza, em sua primeira subseção, uma incursão teórica sobre o campo da análise de discurso (AD), descrevendo suas especificidades e estratégias. Na subseção seguinte, o conceito de formações discursivas é desenvolvido, abrangendo sua centralidade dentro da área do discurso para entender como se dá a construção das regiões de sentido dominantes ao longo da análise. A partir deste estudo, são identificados os sentidos construídos a respeito da derrota da Seleção Brasileira na semifinal da Copa do Mundo de 2014 no discurso jornalístico de Zero Hora, em reportagem publicada no dia 09 de julho de 2014, um dia após a derrota da Seleção Brasileira na semifinal da Copa do Mundo de futebol por 7 a 1. O jornalista Diogo Olivier, enviado especial do jornal a Belo Horizonte (MG), local da partida, relata a atuação dos jogadores brasileiros. O título da matéria é “Brasil é goleado pela Alemanha e vê morrer sonho do título em casa”.

Através da utilização da metodologia da análise de discurso, foram mapeadas as formações discursivas presentes no discurso jornalístico a fim de elucidar os conceitos apresentados na fundamentação teórica. Por fim, esta pesquisa traz o tensionamento entre a cultura, a sociedade e os meios de comunicação a partir dos Estudos Culturais, destacando o papel fundamental das representações sociais para a construção dos significados e das identidades. As estruturas de sentimento são trazidas a fim de evidenciar as características dominantes, residuais e emergentes, que permitem articular a experiência do indivíduo com as estruturas sociais.

1. Análise de discurso

A análise de discurso (AD) procura compreender como a linguagem cria sentidos, enquanto trabalho simbólico constitutivo do homem e de sua história; entende a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade social. Segundo Orlandi (2009), essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a continuidade quanto o deslocamento do homem e da realidade em que ele vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana.

De acordo com Orlandi (2009), esse método de pesquisa assume a linguagem como um instrumento simbólico repleto de possíveis equívocos, uma vez que não há neutralidade nem mesmo no uso aparentemente banal dos signos. O jornalismo busca empregar uma linguagem supostamente objetiva, o que, na perspectiva da análise de discurso, se mostra uma utopia, pois não há garantia de que haja convergência de interpretação entre os interlocutores. O jornalista pode apenas direcionar o sentido do seu texto, mas não pode controlar a sua compreensão.

O jornalismo narra a sociedade para a própria sociedade, por meio de um texto construído a partir de elementos exteriores ou anteriores, como a história, o senso comum e a cultura. A análise de discurso busca identificar onde esses elementos estão inseridos nessa linguagem, e também procura mapear as vozes presentes no discurso jornalístico, que se diz polifônico, mas nem sempre possui enunciadores plurais que apresentam conhecimentos a partir de diversos pontos de vista: “[...] apenas a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social” (BENETTI, 2008, p. 120).

A análise de discurso não considera a linguagem transparente, ou seja, não crê na imanência do sentido. Ela não procura identificar qual o sentido do texto, mas se pergunta como determinado texto significa. Ela produz um conhecimento a partir do próprio texto, pois o vê como ten-

do uma materialidade simbólica, uma espessura se-mântica: ela o concebe em sua discursividade (ORLANDI, 2009).

Para a AD, toda linguagem é dialógica, podendo ser pensada em dois planos: a relação entre discursos e a relação entre sujeitos. A primeira relação diz respeito à inter-discursividade, termo associado ao fato de que um texto é sempre atravessado por outros textos. A segunda diz respeito à intersubjetividade, isto é, ao fato de que o discurso não existe por si mesmo, ele só existe em um espaço entre sujeitos (BENETTI, 2007). O discurso depende dos sujeitos para existir, o que significa que seu sentido é opaco e ple-no de possibilidades de interpretação.

Na produção do discurso, um dos elementos fundamentais é a memória enquanto inter-discurso, representando aquilo que é dito em outro momento, em outro lugar, por outras vozes, e que determina o sentido do discurso atual de formas muitas vezes in-consciente. Assim, o sentido não existe de forma individual, mas é determinado por posições ideológicas, o que faz com que as palavras mudem de sentido de acordo com a posição do sujeito que as emprega.

Partindo da ideia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, a AD trabalha a relação língua-discurso-ideologia (Orlandi, 2009). Como diz Pêcheux (1997), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado pela ideologia e é assim que a língua faz sentido. Conseqüentemente, o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentido por/para os sujeitos.

2. Formações discursivas

Para Orlandi (2009), a noção de formação discursiva é básica na análise de discurso, pois permite compreender o processo de produção de sentidos, a sua relação com a ideologia e também possibilita o estabelecimento de regularidades no funcionamento do discurso. A formação discursiva se define como aquilo que em uma formação ideológica dada determina o que pode e deve ser dito.

A partir desta definição, é possível compreender que as palavras não têm sentido nelas mesmas, pois derivam seus sentidos das formações discursivas em que se inscrevem. Orlandi (2009) explica que as formações discursivas podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações, já que todo discurso se delinea na relação com dizeres presentes e dizeres que se instalam na memória.

Dessa forma, os sentidos não estão predeterminados por propriedades da língua, mas dependem de relações constituídas pelas formações discursivas. Orlandi (2009) ressalta que as formações discursivas não são configuradas como blocos homogêneos, funcionando automaticamente. Elas são marcadas pela heterogeneidade e pela contradição, com fronteiras fluidas e instáveis.

Segundo Benetti e Jacks (2001), uma formação discursiva é definida como aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito. O indivíduo cindido em vários sujeitos só pode falar porque se desloca e se descentra. Assim, o sujeito sempre fala de algum lugar e este lugar pode ser diferente daquele que ocupou há um minuto.

Para definir uma formação discursiva, o analista precisa trabalhar com regras de formação do discurso, ou seja, as condições a que estão submetidos os elementos de uma repartição (FOUCAULT, 1995). Segundo o autor, uma formação discursiva é definida por um certo número de enunciados que apresentam semelhante sistema de dispersão e a que corresponde uma regularidade entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos e as escolhas temáticas. Tais regras definem como um mesmo sentido é construído ao longo de enunciados distintos.

Benetti (2007) salienta que a análise inicia sempre no próprio texto, no movimento de identificação das formações discursivas (FDs). “Uma FD é uma região de sentidos, circunscrita por um limite interpretativo que exclui o que invalidaria aquele sentido” (BENETTI, 2007, p. 112). A interpretação deve se limitar à reunião, em torno de uma FD, de diversos pequenos significados que consolidam um sentido nuclear. Benetti (2007) ressalta que existem tantas formações discursivas quanto sentidos nucleares em um texto.

Benetti (2007, p. 111) explica que “o texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário”. A intenção do método é justamente tornar visível a reunião, raramente aparente, das forças que compõem o texto. Assim, existem, no texto, duas camadas: uma mais visível (camada discursiva) e outra que só se torna evidente quando aplicado o método (camada ideológica).

Segundo Orlandi (2009), todo o funcionamento da linguagem se assenta na tensão entre processos parafrásticos e processos polissêmicos. Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa, assim, o retorno aos mesmos espaços do dizer. Relaciona-se com a ideia de estabilização. Ao passo que, na polissemia, o que temos é deslocamento, ruptura de processos de significação, relacionando-se intrinsecamente com o equívoco. Essas formas trabalham continuamente o dizer, de tal modo que todo discurso se faz nessa tensão entre o mesmo e o diferente. Dessa forma, a incompletude é a condição da linguagem: nem os sentidos nem os sujeitos estão prontos e acabados. Eles se constituem na relação tensa entre paráfrase e polissemia. Assim, “os sentidos e os sujeitos sempre podem ser outros, dependendo de como se inscrevem na história” (ORLANDI, 2009, p. 37).

Todo discurso é norteado pelo que se imagina sobre o outro. É necessário que os dois sujeitos envolvidos no processo possam compreender a posição de sujeito do outro, além da sua própria. Aqui, é importante destacar o conceito de formação imaginária. Segundo Benetti (2008), o sujeito que fala tem dois horizontes imaginários ao longo dos quais se desloca na enunciação dirigida a um interlocutor, refletindo sobre si e sobre o outro. Em contrapartida, o próprio interlocutor lida com a imagem que faz de si e do outro. O jornalista que enuncia tem uma imagem sobre si, seu papel e sua identidade. Esse jornalista também tem uma imagem sobre seu leitor. “Para que o discurso jornalístico aconteça, os interlocutores devem reconhecer as permissões e restrições dos sistemas de formação do jornalismo, sendo capazes de reconhecer os elementos que definem o gênero” (BENETTI, 2008, p. 5).

Algumas regiões de sentido predominam na reportagem de Zero Hora, conformando formações discursivas que estabelecem regularidades no funcionamento do discurso. Através da utilização da análise de discurso enquanto técnica para mapear os sentidos, foram encontradas quatro formações discursivas ao longo do discurso jornalístico: a) compaixão, que caracteriza o

comportamento dos jogadores alemães em relação aos jogadores brasileiros; b) vexame, que assinala o significado da derrota do Brasil na semi-final da Copa do Mundo; c) constrangimento, que corresponde à reação da torcida brasileira diante da atuação dos jogadores da Seleção e d) prepotência, que identifica a atitude do técnico da Seleção Brasileira em relação à escalação dos jogadores.

As formações discursivas são exemplificadas por sequências discursivas, trechos do discurso jornalístico que elucidam a região de sentido definida. As partes destacadas em negrito são os sentidos dominantes que justificam as formações discursivas encontradas na análise. As formações discursivas serão relacionadas com as perspectivas residual, dominante e emergente a fim de aprofundar o entendimento das representações construídas.

A formação discursiva de compaixão foi constantemente empregada para caracterizar o comportamento dos jogadores alemães em relação à Seleção Brasileira. Nas sequências discursivas a seguir, é possível perceber que o discurso do jornalista ressaltou a piedade dos jogadores alemães, que inclusive não fizeram mais gols na partida por “pura compaixão” ao time brasileiro. Essas sequências acentuam a superioridade da Seleção Alemã em campo, que poderia ter aumentado ainda mais o placar, mas resolveu diminuir o ritmo de jogo no segundo tempo.

(1) Por pura compaixão da Alemanha, que teve piedade no segundo tempo, não foi oito ou no-ve (gols).

(2) Por compaixão, a Alemanha tirou o pé no segundo tempo.

(3) O jogo escorreu pelo ralo da vergonha, com a Alemanha tendo piedade do Brasil.

A segunda formação discursiva encontrada foi a de vexame, que assinala o significado da derrota do Brasil para a Alemanha em uma semifinal de Copa do Mundo por 7 a 1. Essa formação discursiva permeia todas as outras, pois é a região de sentido mais forte identificada ao longo do discurso jornalístico de Zero Hora. Reiteradamente, o discurso do jornalista destaca a vergonha do resultado da partida, caracterizando-a como o “maior fiasco brasileiro em toda a sua história de Copas”. O tom trágico utilizado pelo discurso jornalístico deixa transparecer que a derrota foi o fim de um sonho para milhões de brasileiros de ver a Seleção conquistar o sexto título no Brasil. A escolha das palavras (tragédia, fiasco, vexame, vergonha, fracasso) salienta a opinião do discurso jornalístico sobre a partida, ressaltando o quanto a atuação da Seleção humilhou e constrangeu os milhares de torcedores que estavam no estádio mineiro.

(4) Vexame mundial: Brasil é goleado pela Alemanha e vê morrer sonho do título em casa

(5) Uma Seleção Brasileira mal escalada pelo seu técnico deixa a Copa do Mundo assinando o maior vexame de sua história futebolística, levando 7 a 1 em uma semifinal disputada dentro de casa.

(6) Foi constrangedor, do início ao fim. Um suplício.

(7) Do outro lado, um Brasil desprotegido no meio-campo, aberto, varzeano, uma baderna táctica, errando lances bisonhos e assustado com a superioridade do oponente.

(8) O primeiro tempo foi humilhante.

(9) Bernard, escalado para ser a surpresa corajosa de Felipão, tornou-se um fracasso.

(10) Diante deste cenário, em pouco menos de meia hora, o maior fiasco brasileiro em toda a sua história de Copas estava consumado.

(11) A partir daí, foi treino.

(12) O jogo escorreu pelo ralo da vergonha, com a Alemanha tendo piedade do Brasil.

(13) Em vez de superar a ausência de Neymar com superação e valentia, a tragédia esportiva. O futebol brasileiro nunca mais esquecerá o seu pior fiasco em todas as Copas.

A terceira formação discursiva identificada foi a de constrangimento, que sinaliza a reação da torcida brasileira em relação à atuação da Seleção em campo. Nesta FD, é ressaltada a perplexidade dos jogadores diante da série de gols sofrida pelo Brasil, que resultou em sofrimento e xingamentos, mostrando o quanto a torcida estava atônita com o resultado da partida. Esse sentido reforça o quanto foi vergonhosa a atuação do time brasileiro, considerado um dos melhores do mundo e sobre o qual se depositavam muitas expectativas para a conquista do sexto título em Copas do Mundo.

(14) Ninguém entendia nada no Mineirão.

(15) Os torcedores brasileiros se olhavam, atônitos. Outros choravam. Depois, xingaram.

A quarta e última formação discursiva mapeada foi a de prepotência, que identifica a atitude do técnico da Seleção Brasileira em relação à escalação dos jogadores. É possível perceber que grande parte da culpa pela derrota da Seleção Brasileira na partida é depositada na escalação feita pelo técnico Luís Felipe Scolari. O discurso jornalístico reforça a prepotência de Felipão ao apostar em um jogador (Bernard) que não tinha condições de preencher a posição ocupada por Neymar, que se lesionou pouco antes da semifinal. Mesmo assim, o técnico manteve sua escolha, em uma atitude denotada pela arrogância e falta de humildade, segundo o discurso de Zero Hora.

(16) Com cinco gols marcados ainda no primeiro tempo, alemães fizeram 7 a 1 no time de Felipão.

(17) Uma Seleção Brasileira mal escalada pelo seu técnico deixa a Copa do Mundo.

(18) Luiz Felipe Scolari poderia ter sido humilde e se defendido, reconhecendo o melhor futebol do adversário.

(19) Mas Felipão resolveu abandonar suas origens e se abriu, com toques de soberba.

3. Estruturas de sentimento

Os Estudos Culturais são considerados uma perspectiva teórico-metodológica que analisa as relações entre sociedade, práticas culturais e meios de comunicação de massa. O campo de estudos iniciou na Inglaterra, de forma organizada, a partir da criação do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) em 1964. O Centro surge ligado ao Departamento de Língua Inglesa da Universidade de Birmingham, constituindo-se em um centro de pesquisa de pós-graduação.

As origens dos Estudos Culturais remontam a três textos publicados no final da década de 50: Richard Hoggart com *The Uses of Literacy* (1957), Raymond Williams com *Culture and Society* (1958) e E. P. Thompson com *The Making of the English working-class* (1963). Segundo Escosteguy (2010, p. 137), tal campo de estudo surge tanto sob o ponto de vista político quanto sob o ponto de vista teórico, já que pode ser identificado como “a política cultural dos vários movimentos sociais da época de seu surgimento”.

A constituição dos Estudos Culturais reflete a insatisfação com os limites de algumas disciplinas, propondo a interdisciplinaridade como forma de estudo das articulações culturais

presentes na sociedade. Para entender as aplicações teórico-metodológicas do campo, torna-se fundamental analisar o conceito de cultura. De acordo com Raymond Williams (1991), um dos fundadores dos Estudos Culturais, a cultura compreende sentidos diversos,

[...] desde um estado mental desenvolvido – como em “pessoa de cultura”, “pessoa culta”, passando pelos processos desse desenvolvimento – como em “interesses culturais”, “atividades culturais”, até os meios desses processos – como em cultura considerada como as artes e o trabalho intelectual do homem. Em nossa época é o sentido geral mais comum, embora todos eles se-jam usuais. Ele coexiste com o uso antropológico e o amplo uso sociológico para indicar “modo de vida global” de determinado povo ou de algum outro grupo social. (WILLIAMS, 1991, p.11)

O foco de atenção dos Estudos Culturais recai sobre produtos culturais populares e massivos, que antes eram desprezados. Tal ampliação do conceito de cultura considera a validade de todas as formas de expressão, superando a tradicional divisão entre alta e baixa cultura e tornando possível o desenvolvimento convergente desse conceito em uma abordagem crítica e interdisciplinar, ou seja,

[...] de textos e representações para as práticas vividas -, considera-se em fo-co toda a produção de sentido. O ponto de partida é a atenção sobre as estruturas sociais (de poder) e o contexto histórico enquanto fatores essenciais para a compreensão da ação dos meios massivos, assim como o deslocamento do sentido da cultura da sua tradição elitista para as práticas cotidianas. (ESCOSTE-GUY, 2010, p.143)

A própria visão sobre os meios de comunicação de massa sofre um deslocamento profundo, já que não são vistos como meros reprodutores da estabilidade social, uma vez que também se adaptam às pressões da sociedade, integrando-as ao próprio sistema cultural. Assim, o massivo deixa de ser o lugar da manipulação para transformar-se em lugar de negociação.

Schulman (2010) destaca o rompimento dos Estudos Culturais com as concepções passivas e indiferenciadas de público, partindo para a análise dos modos como as mensagens são codificadas pelos diferentes receptores, conforme o contexto social e político. O campo passa a defender que, no âmbito popular, não existe somente submissão, mas também há espaço para resistência e intervenção social.

O conceito de representação torna-se essencial para a compreensão da construção dos significados no interior dos sistemas sociais, uma vez que é, por meio da linguagem, que os objetos do mundo são construídos. De acordo com Hall (2006), a cultura é um conjunto de sistemas classificatórios a que a língua recorre para dar significado aos objetos, diferenciando-os dos demais. Assim, o sentido é socialmente construído a partir da linguagem e da representação, tendo como base um sistema comum de classificação chamado cultura.

Para descrever a relação entre as experiências dos indivíduos e a estruturação social, como elementos constitutivos da cultura, Williams cunha, em 1954, o termo “estruturas de sentimento”, que pode ser compreendido como uma resposta às mudanças determinadas e ocorridas na organização social. Enquanto proposição metodológica, “uma ‘estrutura de sentimento’ é uma hipótese cultural, derivada na prática de tentativas de compreender esses elementos e suas ligações, numa

geração ou período, e que deve sempre retornar, interativamente, a essa evidência” (WILLIAMS, 1979, p. 135).

Segundo o referido autor, as estruturas de sentimento se referem às formações sociais já existentes na sociedade, relacionadas às vivências de um determinado tempo e lugar, ou seja, “a cultura de um período: o resultado vital e específico de todos os elementos da organização geral” (WILLIAMS, 2003, p.57, tradução nossa), ligadas às formações dominantes ou residuais e relacionadas com as formações emergentes, as novas práticas sociais vividas pelos indivíduos.

As características percebidas através das perspectivas dominante, residual e emergente servem para pensar os produtos midiáticos como frutos de uma prática social localizada no tempo e na história, uma vez que são atravessados por essas três instâncias.

Conforme aponta Moraes (2011), a perspectiva dominante corresponde ao modelo estabelecido e reconhecido pelos indivíduos. É o espaço das práticas legitimadas e consolidadas como referência em determinada cultura. Tendo como exemplo o objeto empírico de análise, podemos citar como uma perspectiva dominante o fato de que a Seleção Brasileira era considerada a favorita na Copa do Mundo, o que gerou muitas expectativas quanto à possibilidade de conquistar o sexto título jogando em casa. Havia ainda uma confiança enorme na competência do técnico brasileiro, Luiz Felipe Scolari, que já havia vencido a Copa do Mundo de 2002 a frente da equipe.

A perspectiva residual compreende a busca pelos resquícios dos modelos estabelecidos no passado, podendo alternar-se, ou mesmo, opor-se ao dominante. Como afirma Williams (1979, p.125), “o residual, por definição, foi efetivamente formado no passado, mas ainda está vivo no processo cultural, não só como elemento do passado, mas como elemento efetivo do presente”. Tendo como base a reportagem de Zero Hora, podemos destacar como residual o passado de vitórias da Seleção Brasileira em Copas do Mundo, constituindo-se como a única seleção a participar de todas as edições e a ganhar cinco títulos no campeonato mundial, o que reforça o imaginário de superioridade no esporte e marca a própria construção da identidade brasileira enquanto “país do futebol”.

Há ainda a perspectiva emergente, que contesta as práticas residuais e dominantes em função do surgimento do novo, onde novos valores e ideias passam a contrapor as práticas dominantes existentes, representando “áreas da experiência, aspiração e reelaboração humanas que a cultura dominante negligencia, subvaloriza, opõe, reprime ou nem mesmo pode reconhecer” (WILLIAMS, 1979, p. 127).

Tendo como base o objeto empírico de análise, é possível identificar como emergente a compaixão dos jogadores alemães, que se sensibilizaram com o fracasso de uma das melhores seleções de futebol do mundo. Além disso, pode-se definir como emergente o sentido de vexame e constrangimento expresso pelo discurso jornalístico, mostrando que a torcida brasileira foi humilhada diante do desempenho vergonhoso da Seleção, que colocou um fim ao sonho de milhões de brasileiros. A caracterização do técnico da Seleção Brasileira como prepotente pelo discurso jornalístico também é emergente, visto que Luiz Felipe Scolari trazia novas esperanças para a equipe e sempre foi retratado como uma pessoa humilde e como um profissional competente, capaz de dar aos brasileiros o sexto título no mundial.

Considerações finais

Este artigo teve como objetivo discutir as representações sobre a derrota da Seleção Brasileira para a Alemanha na semifinal da Copa do Mundo em reportagem publicada pelo jornal Zero Hora, no dia 09 de julho de 2014. Para tanto, o percurso teórico abordou os estudos culturais enquanto campo de análise das articulações entre cultura, sociedade e meios de comunicação de massa.

Em seguida, como forma de relacionar as experiências do indivíduo e as estruturas sociais, buscou-se caracterizar as estruturas de sentimento, termo cunhado por Raymond Williams, um dos fundadores dos Estudos Culturais. A partir dessa metodologia, apontou-se, partindo do objeto empírico de análise, caracterizar as instâncias dominantes, residuais e emergentes presentes no discurso jornalístico.

A análise de discurso mostrou-se fundamental para compreender a produção de sentidos enquanto prática social e cultural, resultante de um determinado contexto. O conceito de formações discursivas, básica para a análise de discurso, permitiu identificar a construção das significações, a sua relação com a ideologia e o estabelecimento de regularidades no funcionamento do discurso.

Todas essas regiões de sentido dominantes demonstram que o jornalista ocupou uma determinada posição de sujeito ao longo do discurso e que as palavras utilizadas não significam por si mesmas, mas fazem sentido dentro do contexto de suas condições de produção. Nota-se, dessa forma, que o conceito de formação discursiva é central para compreender o funcionamento do discurso, seus deslocamentos e regularidades. As estruturas de sentimento possibilitaram o aprofundamento da análise a partir da compreensão de que, em toda manifestação social, perpassam instâncias dominantes, emergentes e residuais, que caracterizam a cultura de um período, as estruturas que atravessam gerações e permeiam as práticas sociais do presente.

Referências bibliográficas

BENETTI, Marcia; JACKS, Nilda. O discurso jornalístico. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 10, 2001. Anais GT de Jornalismo. Brasília: Compós, 2001.

BENETTI, Marcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Orgs.). Metodologia de pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. Galáxia, n. 15. São Paulo: PUC-SP, 2008.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). O que é, afinal, Estudos Culturais?. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 135-166.

FOUCAULT, Michel. A arqueologia do saber. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

ORLANDI, Eni. Análise de discurso: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso. 3. ed. Campinas: Unicamp, 1997.

SCHULMAN, Norma. O Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham: uma história intelectual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). O que é, afinal, Estudos Culturais?. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 167-224.

WILLIAMS, Raymond. Marxismo e literatura. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Apêndice

Vexame mundial

Brasil é goleado pela Alemanha e vê morrer sonho do título em casa

Com cinco gols marcados ainda no primeiro tempo, alemães fizeram 7 a 1 no time de Felipão por Diogo Olivier, enviado especial a Belo Horizonte (MG)

09/07/2014

Um, dois, três, quatro, cinco, seis, sete. Por pura compaixão da Alemanha, que teve piedade no segundo tempo, não foi oito ou nove. Dez, talvez. Uma Seleção Brasi-leira faceira, mal escalada pelo seu técnico, deixa a Copa do Mundo assinando o mai-or vexame de sua história futebolística, levando 7 a 1 em uma semifinal disputada den-tro de casa.

Foi constrangedor, do início ao fim. Um suplício. O que se viu foi um time or-ganizado, compactado, capaz de fluir um contra-ataque com meia dúzia de passes rápi-dos e se fechar em bloco logo em seguida em questão de segundos. Esta era a Alemanha.

Do outro lado, um Brasil desprotegido no meio-campo, aberto, varzeano, uma baderna tática, errando lances bisonhos e assustado com a superioridade do oponente. Sem Neymar, Luiz Felipe Scolari poderia ter sido humilde e se defendido, reconhecendo o melhor futebol do adversário.

Até treinou com Paulinho em seu lugar, formando um tripé de volantes para marcar o setor mais forte dos alemães, que há anos todos sabem ser o meio-campo. Mas Felipão resolveu abandonar suas origens e se abriu, com toques de soberba. Escolheu o pequenino Bernard, escancarando suas entranhas. A Alemanha se serviu.

O primeiro tempo foi humilhante.

Bernard, escalado para ser a surpresa corajosa de Felipão, tornou-se um fracasso. Mal tocou na bola. Sumiu diante do gigante Hoewedes, o lateral-esquerdo que o mar-cou. Hulk, do outro lado, seguiu igual aos outros jogos. Força, vontade, espaço para avançar mas, quando tinha de tocar na bola, errava.

Oscar jogou ao lado de Luiz Gustavo, incompreensivelmente. Assim, com a linha de três atrás de Fred em total naufrágio, nem deu para culpar o centroavante, de novo inoperante.

Diante deste cenário, em pouco menos de meia hora, o maior fiasco brasileiro em toda a sua história de Copas estava consumado. Depois do primeiro gol, de Müller, logo aos 10 minutos, a Seleção se desintegrou. Ninguém entendia nada no Mineirão. Aos 22, Klose marcou o seu 16º gol em Mundial, superando Ronaldo. Até isso.

Aos 24, Kroos aumentou. Não perca a conta. 3 a 0. Aos 25, o mesmo Kroos, se aproveitando de uma lambança de Luiz Gustavo e Fernandinho à frente da área, formou o quadrilho. Aos 29, Khedira, um dos volantes que o Brasil não se importou em marcar, se desprende lá de trás e fez o quinto gol.

A partir daí, foi treino.

Os alemães cantavam “Rio de Janeiro, ô, ô, ô”, trocando o jota por xis. Os torcedores brasileiros se olhavam, atônitos. Outros choravam. Depois, xingaram Fred, quando este atrasou uma bola para o goleiro. Em seguida, repetiram a dose com Oscar. E até Bernard. E quase todos os jogadores brasileiros.

Por compaixão, a Alemanha tirou o pé no segundo tempo. As entradas de Paulinho e Ramires nos lugares de Fernandinho e Hulk, é claro, melhoraram o Brasil na volta do intervalo. Dois volantes, que ajudaram a marcar o forte meio-campo alemão. Paulinho quase assinalou o de honra aos 8 minutos, obrigando Neuer a se aquecer um pouco e fazer ótima defesa.

O jogo correu pelo ralo da vergonha, com a Alemanha tendo piedade do Brasil, até o apito final do mexicano Marco Rodríguez. Ainda houve tempo para Schürrle fazer o sexto e o sétimo. E o que se viu no Mineirão foi a história ao contrário. O gol de honra de Oscar foi quase uma galhofa.

Em vez de superar a ausência de Neymar com superação e valentia, a tragédia esportiva. O futebol brasileiro nunca mais esquecerá o seu pior fiasco em todas as Copas.

El debate sobre el PARLASUR en los medios de comunicación de Argentina: dos perspectivas de un mismo fenómeno

Brenda Luciana Maffei

Advogada pela Faculdade de Direito da Universidade de Buenos Aires. Mestre pela Faculdade de Direito da Universidade Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS) (Bolsista CAPES). Doutoranda pelo Programa de pós-graduação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) (Bolsista CAPES PEC-PG). Contato: brenda_maffei@yahoo.com.ar. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0814079878860165>.

Resumo

Com a sanção da lei 27.120 de dezembro de 2014, promulgada no dia 6 de janeiro de 2015, na qual se institui a obrigação para os cidadãos argentinos da eleição direta dos parlamentários do Parlamento do MERCOSUL (Parlasul), iniciou-se um debate mediático na República Argentina que demonstra a existência de duas posturas díspares. Entre essas duas posturas estão, por um lado, aqueles que sustentam que o Parlasul é um órgão relevante para o desenvolvimento do processo de integração e, pelo outro, os que argumentam que é um órgão desnecessário e pouco funcional. Partindo das premissas de que mídia configura um elemento fundamental na conformação da opinião pública, o objetivo central deste trabalho é analisar criticamente a forma como dois jornais (Clarín e Página12) apresentaram a questão parlamentar do MERCOSUR, especialmente a partir do envio do projeto de lei ao Congresso Nacional, que institui as eleições diretas. Os discursos elaborados desde estes dois jornais são um exemplo das duas posturas mencionadas antes. Além disso, por ser o Parlasul um órgão destinado à representação dos cidadãos do bloco regional, a ideia que os próprios cidadãos se formem sobre ele é parte fundamental da análise.

Palavras-chave: Mídia; Opinião Pública; Parlasul.

Abstract

With the adoption of the law 27,120 on December 29, 2014, published on January 6, 2015, in which the obligation for the Argentine citizens to directly elect parliamentarians of the Mercosur Parliament (Parlasur) is instituted, a discussion has been starts on Argentinian media, that demonstrates the existence of two disparate positions. Between these two positions are, on the one hand, those who argue that the Parlasur is a relevant organ to the development of the integration process and, on the other hand, those who argue that it is an unnecessary and dysfunctional body. Starting from the premise that the media forms a key element in shaping public opinion, the main objective of this paper is to critically analyze how two newspapers (Clarín and Página 12) presented a parliamentary question within MERCOSUR. The different discourses made by these two newspapers are an example of the two positions mentioned above. In addition, as the Parlasur is a relatively new body, which represents the citizens of the regional block, the idea that citizens themselves are formed on it is a fundamental part in the analysis. In the conformation of this idea, the media has a key role.

Keywords: Media; Public Opinion; Parlasur.

Resumen

Con la sanción de la ley 27.120 el 29 de diciembre de 2014, promulgada el 6 de enero de 2015, por la que se instituye la obligación a los ciudadanos argentinos de la elección directa de parlamentarios del Parlamento del Mercosur (Parlasur), se inició un debate mediático en la República Argentina que demuestra la existencia de dos posturas díspares. Entre esas dos posturas están, por un lado, aquellos que sostienen que el Parlasur es un órgano relevante para el desarrollo del proceso de integración y, por el otro, los que argumentan que es un órgano innecesario y poco funcional. Partiendo de las premisas de que los medios de comunicación configuran un elemento fundamental en la conformación de la opinión pública, el objetivo central de este trabajo es analizar críticamente la forma en que dos periódicos (Clarín y Página 12) presentaron la cuestión parlamentaria del MERCOSUR dentro de la Argentina, especialmente a partir del envío del proyecto de ley al Congreso Nacional que instituye las elecciones directas. Los discursos elaborados desde estos dos periódicos son un ejemplo de las dos posturas mencionadas anteriormente. Además, por ser el Parlasur un órgano destinado a la representación de los ciudadanos del bloque regional, la idea que los propios ciudadanos se formen sobre él es parte fundamental en el análisis. En este pensar, los medios de comunicación poseen un rol fundamental.

Palabras clave: Medios de comunicación; Opinión pública; Parlasur.

Introducción

Con la sanción de la ley 27.120 el 29 de diciembre de 2014, promulgada el 6 de enero de 2015, por la que se instituye la obligación de la elección directa de parlamentarios del Parlamento del Mercosur (Parlasur), se inició un debate mediático en la República Argentina que demuestra la existencia de dos posturas dispares entre aquellos que sostienen que el Parlasur es un órgano relevante para el desarrollo del proceso de integración y aquellos que argumentan, por el contrario, que es un órgano innecesario y poco funcional.

Además de ese debate, la sanción de la ley, provocó, por un lado, que los partidos políticos comenzasen a discutir cuestiones regionales dentro de sus campañas electorales y, por otro, se inició una discusión sobre quienes serían los candidatos de los partidos políticos, cuáles serían los intereses envueltos en la elección directa de los parlamentarios, cuáles serían las reales funciones del Parlasur, etc. Lo anterior, de cara a las elecciones generales que se produjeron en octubre de 2015. Así, este debate refleja un fenómeno novedoso, donde por primera vez se discutieron asuntos relacionados con la dimensión parlamentaria del bloque, en general, y con el Parlasur, en particular, de una forma más intensa en los medios de comunicación argentinos, ya que las noticias que involucraron cuestiones relativas al Parlasur aumentaron en términos cuantitativos de forma considerable a partir de la entrada en vigor de la mencionada ley.

Partiendo de las premisas de que los medios de comunicación son una parte importante en la conformación de la opinión pública, el objetivo central de este trabajo es analizar críticamente la forma en que dos periódicos (Clarín y Página 12), presentaron la cuestión parlamentaria del MERCOSUR dentro de la Argentina.

Para el objetivo expuesto, se tomarán como fuentes primarias a ser analizadas: 1) los documentos normativos relativos a la creación y funcionamiento del Parlasur, 2) las notas periodísticas de dos de los periódicos objeto de estudio. El periodo analizado abarca desde la creación del Parlasur en 2006, hasta las elecciones primarias en Argentina del 9 de agosto de 2015.

La metodología utilizada es el análisis lingüístico y crítico del discurso de esos dos medios, enfocándose, especialmente, en los debates que se iniciaron con el envío del proyecto de ley que instituye las elecciones directas en fines de 2014. El método utilizado analiza los signos de naturaleza lingüística, como por ejemplo editoriales, columnas de opinión, titulares, etc. (SANTANDER, 2011, p. 214).

Debe anticiparse, además, que escapa a los objetivos del presente estudio demostrar los efectos concretos que el debate y las diferentes opiniones en los principales periódicos produjeron efectivamente en la población argentina. En ese sentido, se reconoce la insuficiencia de este trabajo pues el mismo sólo se propone mostrar uno de los lados de esa relación, o sea, el lado del emisor, sin enfocarse de forma detallada en el receptor. Se deja planteada, así, la propuesta para la realización de un trabajo futuro que envuelva a todas las partes del vínculo: “medios de comunicación/opinión pública”.

Es indudable que un trabajo de investigación del tipo propuesto no podrá indagar sobre la esfera mental y cognitiva de la ciudadanía, pero se parte de la idea que en la formación de ese

pensar, los medios de comunicación tienen un rol fundamental. En este sentido, resulta interesante observar a quién o quiénes le dan voz los periódicos, para intentar identificar algunos de los posibles intereses que están envueltos en la selección y en la exposición de la noticia.

Llevando todo lo dicho anteriormente en consideración, se dice que la dimensión parlamentaria del MERCOSUR puede ser estudiada desde varias perspectivas. Desde un análisis que podría denominarse jurídico-institucional estático, el objeto analizable quedaría configurado por el Protocolo que dio origen al Parlasur estudiando, por ejemplo, sus objetivos, competencias, funciones, etc. Desde una perspectiva dinámica dentro de ese mismo análisis jurídico-institucional es posible estudiar cómo la práctica y el accionar de ese órgano coincide o no con lo que debería ser. No obstante, por ser el Parlasur un órgano destinado a la representación de los ciudadanos del bloque regional, la idea que los propios ciudadanos se formen sobre él es parte fundamental en el análisis. Esto quiere decir que no basta con analizar al Parlasur por lo que es y por lo que debería ser en términos jurídicos-institucionales, sino también, es necesario indagar sobre aquello que la propia ciudadanía piensa o podría llegar a pensar sobre él (opinión pública) y, en este pensar, los medios de comunicación poseen un rol fundamental.

El trabajo está dividido en tres puntos. En el primer punto serán desarrollados, de forma breve, algunos conceptos relativos a la relación entre los medios de comunicación y la conformación de la opinión pública. A su vez, será expuesta la forma como esa relación se está dando en Argentina, principalmente, en el vínculo del actual gobierno y uno de los medios analizados, el Grupo Clarín. El segundo punto estudia la dimensión jurídico-institucional del Parlasur. En este punto se intentarán exponer las principales características y funciones del Parlasur y los debates jurídicos e institucionales que se suscitaron regionalmente e internamente desde la creación del mismo. En el último punto, central en este estudio, serán analizados y comparados los principales argumentos expuestos en dos de los principales periódicos de Argentina relacionado a la dimensión parlamentaria del MERCOSUR, especialmente, con relación al Parlasur y las elecciones directas establecidas por la ley 27.120.

1. Algunos datos sobre la relación medios de comunicación/opinión pública: el caso específico de Argentina

No caben dudas que los medios de comunicación ejercen un tipo de poder. En este sentido, forma parte del pensar popular que los medios de comunicación conformarían “el cuarto poder” (equiparándose éste a los otros tres poderes del Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial). Evidentemente, desde un punto de vista técnico, esta afirmación no resulta ser verdadera. Sin embargo, si se entiende por poder una relación en la cual una persona o grupo de personas, una fuerza o una institución condicionan el comportamiento de otra u otras, con independencia de su voluntad o resistencia, y, asimismo, que la forma de ser ejercido ese poder no resulta ser siempre directa (como sería el caso de la coerción), los medios de comunicación podrían ajustarse a este concepto amplio de poder. En este orden de ideas, si fuera posible una categorización del poder del cual estamos hablando, el mismo se encontraría emparentado a lo ideológico. En este sentido, se entiende como tal, aquellos mecanismos utilizados para ejercer una coacción psicológica con el objetivo de hacer que determinada persona, o grupo de personas actúe de determinada forma y no de otra (CARPIZO, 1999, p.744).

Como fue mencionado en la introducción de este trabajo una de las herramientas de acceso

a la información y de conocimiento de los actos gubernamentales y de los acontecimientos en general, tanto nacionales como internacionales es proporcionado por los medios de comunicación. En este sentido, más allá de la vivencia particular y de la experiencia inmediata de cada ciudadano, los medios informativos se presentan como “esas ventanas abiertas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinando los mapas cognitivos que nos hacemos de él” (RUBIO, 2009, p.4). No obstante, como también fuera adelantado en la introducción, los medios no se limitan a describir hechos de forma objetiva. Así, la subjetividad impera a la hora, no sólo de seleccionar aquello que será noticia, sino también, al incluir opiniones o escoger un determinado lenguaje y no otro. En este sentido, los medios de comunicación se colocan como uno de los factores determinantes de la formación de la opinión pública y, de esta forma, al mismo tiempo que muestran la realidad, también la crean.

Así, pueden identificarse a las tres funciones básicas de los medios de comunicación como: 1) la trasmisión de información; 2) moldeamiento y orientación de la opinión pública y 3) control del poder político (URIARTE, 2002, p. 347).

Dar una definición exacta de lo que se entiende por opinión pública no es una tarea fácil, por ser ésta una expresión confusa. Una de las formas para dar un significado sobre lo que se pretende explicar es, precisamente, indicando aquello que no es lo que se pretende explicar. Siguiendo esta lógica de exposición, la opinión pública no se confunde ni con la cultura, ni con las instituciones, ni con el conjunto de los paradigmas de ideas, creencias y valores que predominan en cada sociedad. Uriarte (2002), por ejemplo, separa lo que sería cultura política de aquello que puede ser considerado opinión pública. La primera, según él, se refiere a valores y actitudes profundas que indican un determinado tipo de relación con la política, existe estabilidad y consistencia a lo largo del tiempo con relación a las bases culturales relativas a la política. En cambio, la opinión pública se refiere a opiniones puntuales de los ciudadanos sobre las acciones o decisiones de los responsables de las instituciones públicas. Entonces, una vez que la cultura política está asociada a la idea de estabilidad, la opinión pública se manifiesta en fenómenos de corto plazo, llegando a ser una parte sustancial de la realidad social.

Se puede, entonces, resumir de lo dicho hasta aquí que: 1) Los medios de comunicación, ejercen una forma de poder ideológico, que (intencionalmente o no) determinan los asuntos que son importantes tratar e indican, también, la forma como ellos deben ser pensados y debatidos, 2) Los medios de comunicación son un elemento esencial para la conformación de la opinión pública, 3) La opinión pública se manifiesta en fenómenos de corto plazo y se refiere a opiniones puntuales de los ciudadanos sobre las acciones o decisiones de los responsables de las instituciones públicas, 4) Resulta importante considerar que aquello que se dice en los medios de comunicación es más o menos falso y que es deseable adoptar una postura escéptica y crítica con relación a aquello que es dicho en esos medios.

En el caso específico de Argentina la relación: medios de comunicación/opinión pública y política presenta características propias que deben ser consideradas en este trabajo. El vínculo entre la política y los medios de comunicación pasó por varias etapas que se correspondieron con los cambios de gobiernos democráticos y de facto durante la historia argentina (RE POLL, 2010. p. 43-45).

Actualmente existe una clara disputa entre el gobierno y uno de los medios analizados en

este estudio (Grupo Clarín). Esta relación conflictiva, si bien en un comienzo se alternaba entre el amor y el odio, se profundizó con la nueva ley de servicios audiovisuales sancionada en el año 2009 (ley 26.522). En los titulares del diario Clarín se identifican discursos que demuestran una clara oposición y un manifiesto enfrentamiento del Grupo Clarín con relación al gobierno (REPOLL, 2010, p.51).

Desde el gobierno existe, también, una reacción a estas críticas que puede ser deducida de diferentes discursos por parte de la presidenta Cristina Kirchner en donde se acusa al grupo económico de mentir y de desinformar. Conjuntamente, fueron tomadas algunas medidas que poseen elementos que hacen sospechar que éstas fueron implementadas como una forma de una ofensiva directa contra el Grupo Clarín y que no se trata de medidas objetivas y necesarias de gobierno, como lo son, por ejemplo: el bloqueo de representantes del sindicato de camioneros a la planta de impresión y distribución de los diarios; la estatización del fútbol, cuya transmisión se encontraba, antes de la estatización, en manos del grupo; las agresiones contra instalaciones e intimidaciones a directivos del grupo; la inspección fiscal al Grupo. El 10 de septiembre de 2009, entre 180 y 200 inspectores de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) montó un operativo en Clarín; el intento del gobierno de controlar la empresa Papel Prensa (hasta el momento controlada por Grupo Clarín y Diario La Nación, con una minoritaria participación accionaria del Estado); y, finalmente, la promulgación de la ley de servicios audiovisuales (o ley de medios) (REPOLL, 2010, p.53).

Con relación a la ley de medios, los objetivos centrales de la misma dicen ser la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización de los servicios audiovisuales. La mayor crítica de la ley a las prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación es que ellas afectan seriamente la libertad de expresión y el derecho de información de los ciudadanos de los Estados miembros, y no son compatibles con el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en una sociedad democrática. Dependiendo de cuál sea la composición y presencia geográfica de cada medio, éstos se ven afectados en mayor o menor medida por esta restricción. El Grupo Clarín es el medio de comunicación más afectado, pues es el más importante del país, que deberá transferir o vender de 150 a 200 licencias, además de los edificios y equipamientos donde están sus emisoras. Esto fue confirmado por la Corte Suprema Argentina que en 2013, luego de un pedido de inconstitucionalidad de algunos artículos de la ley por parte del grupo, la Corte la declaró constitucional (SILVA MARQUES; SILVA DE OLIVEIRA, 2015, p.7).

2. El debate sobre la dimensión parlamentaria en el MERCOSUR y en Argentina: análisis jurídico-institucional

En este apartado hacer una breve mención a la dimensión jurídico-institucional del Parlasur. Como fue mencionado en la introducción, serán tomadas como fuentes primarias para el análisis los diferentes documentos normativos: como Tratados, Protocolos y decisiones judiciales. Además de esas fuentes primarias, se contará con el auxilio de algunas fuentes secundarias, entre ellas, diferentes publicaciones doctrinarias que ayudarán a interpretar aquellos documentos.

A pesar de la intensificación del debate en los medios de comunicación y de las noticias relativas a la dimensión parlamentaria del MERCOSUR y, específicamente del Parlasur, a partir de la sanción de la ley 27.120 (que será estudiado en el punto que sigue), debe decirse que los asuntos relativos a la creación y funcionamiento de ese órgano y de la representación ciudadana no pueden

considerarse una novedad en términos de coyuntura político-institucional y jurídica tanto desde la perspectiva regional, como de la nacional. En otras palabras, antes de que los medios de comunicación comenzaran a intensificar el debate sobre el Parlasur, las discusiones sobre las cuestiones parlamentarias, en general, y sobre el Parlasur, en particular, ya habían comenzado hacía algunos años dentro del MERCOSUR y en el plano interno, como se verá a seguir.

2.1 El debate jurídico-institucional en el plano regional

En el plano regional, la dimensión parlamentaria encontró su “germen” en el Tratado de Asunción (que dio nacimiento al Mercado Común del Sur “MERCOSUR”). Ese origen puede considerarse primitivo, pues el Tratado dedicó solo un artículo a la creación de un órgano de representación de los Parlamentos nacionales y de representatividad democrática, la llamada Comisión Parlamentaria Conjunta (CPC). En el año 1991, en la II reunión parlamentaria en Buenos Aires, se planteó la necesidad de crear un Parlamento del MERCOSUR. Se establece, en esa reunión, sin embargo, la Comisión Parlamentaria Conjunta prevista en el Art. 24 del Tratado de Asunción. En las declaraciones de este documento se puede leer claramente que existía una necesidad de institucionalizar la voluntad política de los Parlamentos de los cuatro miembros plenos del bloque, en el sentido de participar activamente del proceso de integración, pero no se hacía referencia a la representación directa de los ciudadanos.

En los años que siguieron las iniciativas de crear un Parlamento fueron perdiendo fuerza en el mismo momento en que el bloque se encontraba con un leve declive. Este freno puede atribuírsele a la situación política e ideológica de los años noventa. Los presidentes de la época, Carlos Saúl Menem (Argentina) y Fernando Collor de Mello (Brasil), sumidos en políticas neoliberales, tenían una concepción de la institucionalidad centrada en lo intergubernamental y, primordialmente, comercial. Con la suscripción del Protocolo de Ouro Preto en 1994 (POP), se incorporó a la CPC como órgano dentro de la estructura MERCOSUR, pero excluyéndola de los órganos con capacidad decisoria. Los años siguientes mostraron un estancamiento en los avances para la creación del Parlamento regional, que correspondió a la paralización general padecida en el bloque en su conjunto.

A partir del año 2000, recordado como el año del relanzamiento del bloque, puede observarse la aparición de propuestas presentadas por Argentina y Brasil, con la finalidad de constituir el Parlamento. En este marco se lleva a cabo la XV Reunión Plenaria en Santa Fe, de la CPC, en donde se aprobó la disposición 10/00 (Agenda para la institucionalización del parlamento MERCOSUR) pero que quedaron en meras conversaciones sin resultados fructíferos. Este estancamiento es provocado, entre otras cosas, por la profunda crisis que atravesó la Argentina en el año 2001, en donde la falta de legitimidad del gobierno de turno, al grito de: “...que se vayan todos...” provocaba un quiebre dentro de la estructura institucional interna del Estado.

El cambio en los gobiernos, a partir de 2002, de los dos socios más importantes del bloque, propició el escenario para un avance hacia la conformación del Parlamento. Así fue que en el año 2003, cuando los presidentes de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, y Argentina Néstor Kirchner, recién electos, junto con el presidente de la Comisión de Representantes Permanentes (CPRM), Eduardo Duhalde, se pronunciaron a favor de la creación del Parlamento e impulsaron la idea para su concreción definitiva.

Por medio de la Decisión CMC N° 49/04 se manifestó la voluntad política de los presidentes de los Estados Parte de conformar el Parlamento antes del 31 de diciembre de 2006, dejando a la CPC la calidad de comisión preparatoria para realizar todas las acciones que fueran necesarias para su instalación. El acuerdo político que posibilitó la tarea fue una Reunión Plenaria Extraordinaria de la CPC, en octubre de 2005, en Buenos Aires, que como resultado de todas esas gestiones elevaron al CMC, para su aprobación, el proyecto que luego de algunas sugerencias realizadas por las cancillerías, fuera aprobado en la Cumbre de Montevideo de 2005, por Decisión CMC N°23/05. Finalmente, el Parlamento del MERCOSUR fue constituido el 6 de diciembre de 2006, como sustituto de la Comisión Parlamentaria Conjunta.

Una vez constituido el Parlamento se iniciaron los debates para establecer el criterio de representación ciudadana. Esto es, establecer los parámetros cuantitativos y geográficos sobre los cuales los ciudadanos debían verse representados. Luego de varios debates sobre el tema se llegó a una solución mediante un acuerdo político que fue aprobado por Decisión del CMC en la VIII Reunión Extraordinaria del Consejo del Mercado Común el 18 de octubre de 2010.

Una de las cuestiones importantes relacionadas con la representatividad es la obligación del elecciones directas que surge del Protocolo en su artículo 6 que establece los parlamentarios deben ser elegidos por los ciudadanos de los respectivos Estados-partes, a través de sufragio directo, universal y secreto, inclusive determina que, a propuesta del Parlamento, el Consejo del Mercado Común debe instituir el “Día del MERCOSUR Ciudadano”, para la elección de los parlamentarios, de forma simultánea en todos los Estados Partes. A su vez, se estableció que el mecanismo de elección de los Parlamentarios se regiría por lo previsto en la legislación de cada Estado-parte, la cual deberá procurar asegurar una adecuada representación por género, etnias y regiones según las realidades de cada Estado.

El plazo para la implementación de las elecciones directas dentro de los Estados-partes vencía en el año 2014 y se estableció en el Protocolo que a partir de la segunda etapa de transición que estaba prevista entre el primero de enero de 2011 y el 31 de diciembre de 2014 todos los parlamentarios debían ser elegidos directamente. Sin embargo, por recomendación 03/13 del Parlamento del Mercosur aprobada por decisión del Consejo de Mercado Común (CMC) n° 11/14 se prorrogó el plazo hasta 2020. De los 5 Estados-partes del Mercosur, quienes han implementado la elección directa fueron, Paraguay y, recientemente, Argentina.

Como se puede observar de la descripción hecha hasta aquí sobre los diferentes hechos acontecidos desde la firma del Tratado de Asunción, la cuestión parlamentaria, a pesar de estar mencionada de forma breve y simple, siempre estuvo presente desde los inicios del proceso de integración.

2.2 El debate jurídico-institucional en el ámbito nacional

Como se sostuvo más arriba, las cuestiones referentes al Parlamento del MERCOSUR no sólo fueron debatidas a nivel regional, sino también, en el ámbito interno. Es así que, una vez que el Protocolo constitutivo del Parlamento es aprobado en ámbito regional, el mismo debe pasar por los parlamentos nacionales para su aprobación. Esto ocurrió en Argentina rápidamente, convirtiéndose en ley el día 27 de septiembre del año 2006.

Como fue mencionado, también, en el ámbito regional ya estaban resueltas dos cuestiones fundamentales, la obligatoriedad de las elecciones directas y el criterio de proporcionalidad adoptado para la representación ciudadana. Restaba ahora que se establecieran los mecanismos para efectuarse las elecciones directas al interior de los Estados. En Argentina existieron, en el año 2010, algunas iniciativas que presentaban ciertas diferencias fundamentales entre ellas. Uno de los proyectos determinaba que la única alternativa viable para posibilitar la elección de Parlamentarios del MERCOSUR en tiempo oportuno y conciliando los dos principios que gobiernan la cuestión (el de representación ciudadana y el de representación de las unidades geográficas internas), era la elección por lista en distrito único. Otro de los proyectos sostenía que, siendo Argentina un país federal debe corresponder a cada una de las provincias argentinas una representación igualitaria ante el futuro Parlamento del MERCOSUR de acuerdo a una fórmula de elección que asegurara a las 23 provincias argentinas y a la Ciudad de Buenos Aires una representación igualitaria sin importar el número de Parlamentarios a elegirse, que podía ser variable con el tiempo en función de los índices de población que marquen su número, de acuerdo a lo que se estableciera en el Acuerdo Político para la Consolidación del Parlamento del MERCOSUR. El tercero de los proyectos proponía adoptar un criterio mixto. Se planteaba, entonces, la necesidad de que los parlamentarios del MERCOSUR se eligieran por un sistema mixto en el cual 24 parlamentarios serían elegidos de forma regional (un parlamentario por cada una de las 23 provincias y un parlamentario por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y el resto de los cargos a cubrir serían elegidos de forma general (tomando al territorio Nacional como distrito único). Todos esos proyectos de ley perdieron estado parlamentario, al no haber registrado avances en dos años legislativos. Es así que, en el año 2014 se presenta un nuevo proyecto de ley por parte del Diputado del partido del actual gobierno Frente para la Victoria, Jorge Alberto Landau, quien retoma la propuesta de sistema mixto. Finalmente, ese proyecto se transforma en ley 27.120 el día 29 de diciembre de 2014, modificando el Código Electoral Nacional que, en el ámbito interno, también suscitó controversias al respecto de la constitucionalidad sobre un artículo específico.

3. El debate sobre la dimensión parlamentaria del MERCOSUR en los medios de comunicación: Clarín y Página12

En este apartado serán desarrollados los argumentos centrales expuestos en dos de los principales periódicos de Argentina vinculados a la dimensión parlamentaria del MERCOSUR, especialmente, con relación al Parlasur y las elecciones directas establecidas por la ley 27.120.

La metodología utilizada es el análisis lingüístico y crítico del discurso de esos dos medios, enfocándose, especialmente, en los debates que se iniciaron con el envío del proyecto de ley que instituye las elecciones directas en fines de 2014. Se intentará, así, decodificar el discurso emitido por estos dos medios y realizar una cronología discursiva de ambos. A su vez, se realizará una comparación entre los dos discursos para descubrir la existencia o no de diferencias fundamentales entre ambos medios de comunicación. El periodo analizado abarca desde la creación del Parlasur en 2006 hasta las elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) del 9 de agosto de 2015.

3.1 Clarín

Desde el discurso elaborado por este medio de comunicación se podía observar, en los primeros tiempos que siguieron a la creación del Parlasur, una expectativa por su funcionamiento

que quedó plasmada por la manifestación del desafío que significaba que el MERCOSUR pasara de los acuerdos comerciales y económicos entre gobiernos a una integración plena a los moldes de la Unión Europea. En este sentido se sostenía: "... el Parlamento que hoy comienza a gestarse tendrá el poder de dar señales políticas propias. No sólo a los Gobiernos-socios; también, al resto del mundo, que ya no sólo verá la foto de los Presidentes sudamericanos sino también de sus legisladores". Por su parte se argumentaba, también, que el Parlamento del MERCOSUR significaba un incentivo para el proceso de integración regional, siendo una semilla de institución representativa de los pueblos.

No obstante aquella primera manifestación, al poco tiempo de la creación del Parlasur, ya se vislumbraban, desde el discurso de este medio, las primeras señales de desilusión con relación al funcionamiento y el futuro del órgano. A los seis meses de su creación se publicaba lo siguiente: "El Parlamento del Mercosur nació con las mejores intenciones, pero hasta ahora es una cáscara vacía que alguien debería llenar". Días después se transmite otro mensaje con la misma línea argumentativa: "El pobre rendimiento del Parlamento del Mercosur puede tener un impacto contraproducente al mostrar que lejos de responder a la representación de las sociedades de los países del bloque, se trata apenas de una estructura burocrática más, destinada a abultar en los presupuestos nacionales. La baja actividad del Parlamento del Mercosur evidencia las dificultades que atraviesa el bloque para cumplir con uno de los propósitos de la integración: el de avanzar en la creación de instituciones supranacionales".

Desde la creación del Parlasur hasta la sanción de ley 27.120 no hubo gran cantidad de noticias dedicadas a la cuestión parlamentaria del bloque. Durante ese periodo solo fueron informados, fundamentalmente, los sucesos más relevantes, como por ejemplo, la definición del criterio de proporcionalidad que se adoptaría para la representación dentro del Parlamento y algunas notas de opinión de estudiosos de la integración regional como la de Andrés Malamud quien, al tiempo que reconocía que el Mercosur resultó esencial para consolidar la democracia y garantizar la modernización económica, también sostenía que aquello que había sido un éxito, ya no lo es. Así era expuesto: "Definitivamente, el Mercosur fue un éxito. La palabra clave es "fue".

A partir del envío del proyecto de ley para la elección directa de parlamentarios al Parlasur en 2014, como fue adelantado, se intensificaron las notas sobre los acontecimientos relativos a esa cuestión. Es así que el primer análisis que se hizo desde este medio informativo fue, al exponer la opinión del ala opositora al gobierno actual, argumentar que podría existir una intención, mediante el envío del proyecto de ley, de esconder la intención de candidatear a la actual presidente, Cristina Fernández, para que integrara el Parlasur. Se decía, entonces, lo siguiente: "No obstante, en la oposición también advierten, con razonable recelo, que los cambios impulsados por el texto presentado por Landau pueden significar un "Caballo de Troya" para, una vez legitimado el inicio de la discusión sobre el tema, luego incorporar la elección de parlamentarios del Mercosur en forma simultánea con los comicios nacionales".

Una vez instalada la idea de una posible candidatura, lo siguiente fue argumentar que los motivos para llevarla a cabo serían la búsqueda de fueros parlamentarios para que la presidente no fuera investigada por posibles actos de corrupción durante su gobierno, una vez finalizado su mandato. La noticia sobre los fueros y los motivos ocultos para el envío del proyecto de ley se extendió durante varios días en este periódico. En este sentido, una vez más se hace mención a los dichos de la oposición al gobierno diciendo que: "Uno de los diputados del Mercosur, Claudio Lozano (Un-

idad Popular), cree que se está forzando una elección para beneficiar a una sola persona cuando todavía no se sabe qué función cumple el organismo para el que se la quiere postular. De hecho, desde que empezó a funcionar en Montevideo, en 2007, el Parlasur carece de carácter resolutivo y sólo puede emitir recomendaciones al Consejo del Mercado Común, que integran cancilleres y ministros de Economía de los cinco países que componen el foro. Un Parlamento que no puede emitir leyes es toda una contradicción. Otra representante, la senadora radical Laura Montero, cree que las restricciones comerciales de la Argentina “son la principal causa de la decepción” que atribuye a la demora en completar el Parlasur”.

A pesar de que la mayor cantidad de notas se dedicaron a exponer las opiniones de los opositores al gobierno, no se puede dejar de mencionar que hubieron algunas pocas noticias que también presentaron algunos argumentos oficialistas y, una vez confirmado el hecho de que la actual presidente no sería candidata al Parlasur y, con ello, desmentidas las especulaciones de la oposición, el discurso del medio informativo se dirigió, especialmente, a criticar la funcionalidad y relevancia del Parlasur. También fue presentado como polémico el fallo denegatorio del pedido de inconstitucionalidad de Gerardo Fabián Milman, presidente del partido GEN, al cual se hizo mención en el punto anterior.

Así, el Parlasur fue categorizado como una estructura cara y sin impacto para los países. Fue mencionado que, pese a que recién los parlamentarios comenzarán a trabajar oficialmente en 2020 (discurso que se propagó durante varios días), cobrarán salarios desde ahora y eso implicaría un gasto innecesario. En otra nota se mencionaba el proyecto de ley presentado por un diputado de Partido Demócrata de Mendoza, quien solicitaba que los parlamentarios que fueran electos sólo cobraran viáticos hasta 2020, cuando el foro regional entrará en vigencia plena.

Por último, resta indicar en este análisis argumentativo cronológico, que las últimas noticias vertidas sobre el tema fueron dirigidas en el sentido de colocar en cuestión la compatibilidad de las elecciones directas en Argentina, con la cantidad de parlamentarios brasileños. En otros términos, lo que se cuestionaba era el hecho de que Argentina contaría con más parlamentarios que Brasil y eso provocaría un desequilibrio. De esta forma se resumía la cuestión: “Ocurre que, en una situación inédita e insólita, Argentina tendrá hasta 2019 más legisladores del Mercosur que Brasil, un desequilibrio que surge del hecho de que el kirchnerismo logró imponer en los comicios generales de octubre la elección directa de los parlamentarios del bloque. Negri es, hasta diciembre, parlamentario del Mercosur elegido por la vieja vía, indirecta, y no rentada a diferencia de los que asumirán el próximo 14 de diciembre que empezarán a cobrar lo mismo que un diputado nacionales, alrededor de \$70000 mensuales”.

3.2 Página 12

Durante el periodo que va desde la creación del Parlamento regional hasta la sanción de la ley 27.120 existieron varias notas que retrataron las diferentes actividades desarrolladas por el Parlasur. Las noticias dedicadas al Parlasur incrementaron de forma considerable a partir del envío del Proyecto de Ley al Congreso que propuso las elecciones directas de parlasurinos en 2014. No obstante este hecho, no se puede dejar de mencionar que el asunto relativo a las elecciones directas fue mencionado en algunas notas con anterioridad en este periódico. Así, por ejemplo, en nota publicada en diciembre de 2009 ya se adelantaba, citando a Florisvaldo Fier “Doctor Rosinha” que: “Para 2014 debería haber elecciones directas en todos los países. Los partidos políticos deben

moverse hacia la integración, por lo tanto hay que dejar de lado las visiones personales y tener una mirada regional. Estamos librando la batalla de la supranacionalidad”. A su vez, se le daba una importancia a las elecciones directas puesto que se decía que una vez que ellas se produjeran podrían modificarse las atribuciones del parlamento para que éste pueda tener un mayor peso en la sociedad y dentro del propio bloque. En ese sentido se sostenía que: “Las decisiones que por ahora toma esta institución política del Mercosur no son vinculantes, por lo tanto no tienen un efecto directo sobre la ciudadanía. Sin embargo, los parlamentarios apuestan a que una vez que se produzcan las elecciones directas puedan modificarse las atribuciones del parlamento para tener un mayor peso en la sociedad y dentro del propio bloque”.

También en el año 2010 ya se anticipaba la necesidad de una modificación de la ley electoral para garantizar las elecciones de parlamentarios regionales. Se informaba la voluntad del ala oficialista del gobierno en el Congreso Nacional de realizar tal modificación para las elecciones presidenciales del año 2011. Se mencionaba entonces que: “Uno de los apuros de West es que para implementar una elección que tenga a todo el país como distrito único debe coincidir con una elección presidencial. Si no se lograra en 2011, la elección de los parlamentarios del Mercosur quedaría postergada para 2015”.

Desde el 2011 hasta fines de 2014 no fueron encontradas noticias relevantes sobre la cuestión parlamentaria del Mercosur hasta que fue enviado el nuevo proyecto de ley que promovía la elección directa de parlamentarios al Congreso. El tema de las elecciones directas fue abordado por el periódico mostrando tanto las posturas del oficialismo, como también, las de la oposición. Del lado oficialista se sostuvo, citando al diputado Landau, quien había presentado el nuevo proyecto de ley, que la modificación del código se realizaba en un año no electoral, precisamente, para intentar evitar conjeturas con relación a intereses relacionado a la coyuntura política. Del lado opositor se mencionaron las posturas del diputado por el Partido Radical Mario Negri, quien consideró que la votación de representantes del Mercosur se tendría que realizar simultáneamente en todos los países miembros “porque en caso contrario se puede dar la paradoja de que Argentina tenga más representantes que Brasil”, las del diputado Pablo Tonelli del Partido PRO y del diputado Claudio Lozano del Bloque Unidad Popular y Parlamentario, quienes sostuvieron que había un problema de oportunidad por considerar que la elección debía fijarse cuando existiera un acuerdo político con el resto de los países y, finalmente, la de Adrián Pérez por el Frente Renovador, quien consideró la falta de funcionalidad y competencias del Parlasur.

Posteriormente, la noticia sobre la reforma de la ley electoral fue colocada en términos de: “un lío para la oposición”. Se sostenía, entonces, que: “Luego de rechazar el dictamen del kirchnerismo bajo la sospecha de que se trataría de “una maniobra electoral” para llevar a Cristina Fernández como candidata al Parlasur en las boletas del oficialismo, desde distintos sectores del abanico opositor creyeron encontrar una oportunidad para unificar candidaturas contra el Gobierno. Pero la idea de presentar una lista opositora común al Parlamento regional, fogoneada desde distintos lugares, comenzó a complicarse”. Esa noticia volvió a repetirse días después, pero a ella se le sumaron los dichos del oficialismo en palabras del diputado Guillermo Carmona quien dijo a este medio que las inmunidades a parlamentarios del MERCOSUR son las mismas que las establecidas para los parlamentarios nacionales y que los parlamentarios asumirían de forma inmediata. Todos estos datos fueron colocados para rebatir los argumentos de la oposición. También fueron colocados los argumentos del Senador oficialista Miguel Ángel Pichetto quien dijo que: “Si alguien buscara inmunidades se buscarían más en el marco de la Constitución nacional y no en una ley”.

Finalmente, con la frase: “un voto por la integración” fue lanzada la noticia sobre la aprobación por la Cámara de Diputados y más tarde la aprobación de la ley por la Cámara de Senadores de la ley que instituya las elecciones directas.

Una vez sancionada la ley, Página12 comenzó a enfocar su atención a las voces del oficialismo. Los argumentos vertidos se basaron en tres elementos básicos. En primer lugar, fue una defensa a la propia a la ley. En segundo lugar se resaltó la importancia del Parlasur y a la integración latinoamericana y, en tercer lugar, se apuntó a ciertos errores en los que incurrían algunos sectores de los medios de comunicación.

Con relación a la primera cuestión se argumentaba que: “acusar al kirchnerismo de sancionar la elección de los representantes para el Parlasur con el solo fin de “inventarle” un cargo a Cristina Kirchner “es minimizar enormemente la discusión” sobre la importancia del cuerpo regional. “Cualquier encuesta muestra que la Presidenta es la dirigente con mayor caudal individual electoral. Podría ser candidata a diputada en la provincia de Buenos Aires, no tendría por qué inventarse un cargo para ella”. Además fueron expuestos los dichos del ex canciller y candidato a parlamentario Jorge Taiana, quien según los que consta en el periódico aseguró que: “ser elegidos por el voto popular les da a los integrantes de ese organismo del Mercosur “mayor legitimidad y mayor capacidad” para actuar en tareas que tienen que ver con los distintos aspectos de la integración”.

Con relación a la importancia del Parlasur y de la integración latinoamericana fueron expuestos principalmente, también, los argumentos de Jorge Taiana. Así, fue mencionado que: “El principal desafío que tenemos los parlamentarios del Mercosur es darle un nuevo impulso al proceso de integración, ayudar a remover la falta de información y los obstáculos, y favorecer el conocimiento entre los pueblos, porque nadie ama ni se involucra con lo que no conoce” o las consideraciones sobre “la integración como un proceso complejo, aduciendo que no hay integración sin una pata parlamentaria. Para Taiana el MERCOSUR: “No es un proceso de sólo integración económica sino también cultural, comunicacional. Es en todas las áreas: salud, educación, derechos humanos, donde debemos compatibilizar cosas”.

Asimismo se argumentaba que: “No hay desarrollo sustentable sin integración regional, por eso los que queremos una Argentina con desarrollo, justicia social y con soberanía política queremos más integración. La autonomía entre iguales es la única forma de mantener nuestra autonomía y la defensa de la soberanía”, agregó.

Con relación a lo económico fue mencionado que: “El Mercosur sigue siendo un actor comercial muy poderoso en el mundo, pero a partir de la crisis económica pasamos de un período de alto crecimiento a otro de desaceleración”.

Asimismo, Tatiana considera que las elecciones de parlamentarios del MERCOSUR son una oportunidad importante para debatir qué MERCOSUR se quiere, se necesita y se debe construir.

El secretario de Asuntos Relativos a las Islas Malvinas de la Cancillería y candidato a parlamentario del Mercosur, Daniel Filmus, también fue otra de las personas a las cuáles este periódico le dio voz, una vez sancionada la ley de elecciones directas de parlamentarios. El candidato consideró que: “el triunfo del Frente para la Victoria encabezado por Daniel Scioli en la lista de candidatos para el Parlasur muestra el decidido apoyo de los argentinos al proceso de integración regional que se inició con la recuperación de la democracia en 1983 y hoy continúa como política de Estado.

Este proceso, que se profundizó a partir del No al ALCA impulsado por Néstor Kirchner en Mar del Plata y del que se están cumpliendo diez años, es una de las claves para continuar con el proceso de desarrollo y reindustrialización que se lleva adelante desde el 2003 y hoy continúa liderando la presidenta Cristina Fernández de Kirchner”.

También fueron mencionados los dichos del alto representante general del Mercosur, el brasileño Florisvaldo Fier (Dr. Rosinha), quien consideró que la decisión de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner de impulsar la elección directa de representantes argentinos al Parlasur “es correcta, porque cumple con un acuerdo político constitutivo general y fortalece este órgano deliberativo en tiempos difíciles”. Además señaló que “Los parlamentarios electos por Argentina representan al pueblo y no al Estado, y eso permite reducir el déficit institucional que existe en la actualidad en el Mercosur”.

También fue comunicado que los parlamentarios asumirían en diciembre. Ese dato pretendió contradecir los argumentos de los otros medios que estaban comunicando que los parlamentarios sólo asumirían en 2020: “El Parlamento del Mercosur definió durante la sesión de ayer en Montevideo que los representantes argentinos que resulten electos en las elecciones del 25 de octubre asuman sus bancas en el organismo regional el próximo 14 de diciembre, desbaratando así la errónea y repetida versión de que no ocuparían sus escaños hasta 2020”. “El organismo ya está funcionando pero con diputados seleccionados entre los legisladores nacionales” .

3.3 Análisis comparativo

En el cuadro a seguir se ordenan las principales diferencias encontradas en el discurso elaborado por los dos periódicos:

Medio analizado	El Parlasur está en funciones	Los Parlamentarios asumirán en 2020	Expone. Especialmente, los argumentos de la oposición	Expone la mayoría de los argumentos, dándole un espacio mayor al oficialismo	Expone argumentos optimistas con relación a la integración y al Parlasur	Expuso el debate sobre las elecciones directas antes del año 2014
Clarín	No	Sí	No	No	No	No
Página12	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí

Ambos periódicos mostraron una visión optimista y resaltaron la importancia del Parlasur como una herramienta para el progreso del proceso de integración al momento de su creación. No obstante, pocos meses después de la creación del órgano, el periódico Clarín cambia su postura inicial y comienza a elaborar un discurso crítico basado en la poca eficacia del mismo. Al contrario, las noticias en Página12 mostraban un Parlamento activo y exponía algunas de sus actividades durante el periodo 2007-2009.

Desde la creación del Parlasur hasta la sanción de ley 27.120 no hubo gran cantidad de noticias dedicadas a la dimensión parlamentaria del bloque en ninguno de los dos periódicos, pero mientras Clarín informaba ciertos sucesos relevantes, como por ejemplo, la definición del criterio de proporcionalidad que se adoptaría para la representación dentro del Parlamento y algunas notas de opinión de estudiosos de la integración regional como la de Andrés Malamud, que demostraban una postura descreída del MERCOSUR, en Página12 ya se abordaba la cuestión de

las elecciones directas de los Parlamentarios y se exponían los principales proyectos de ley que trataban la cuestión.

Con el envío del proyecto de ley de elecciones directas en 2014 las noticias sobre el Parlasur aumentaron en términos cuantitativos en los dos periódicos. No obstante ese hecho, puede observarse que en Clarín fueron expuestos, en mayor medida, los argumentos de la oposición que se basaban en especulaciones sobre los reales intereses por detrás del proyecto de ley. Por su lado, en Página12 si bien en un comienzo eran expuestos todos los argumentos, tanto de la oposición como del oficialismo, en un momento posterior, tomaron relevancia las posturas oficialistas.

Desde el Clarín se argumentaba que el Parlasur no se encuentra en funciones y que los parlamentarios asumirían en 2020. Ambos dichos fueron desmentidos desde Página12.

Consideraciones finales

El objetivo central de este trabajo fue analizar, críticamente, la forma en que dos periódicos (Clarín y Página 12), presentaron la cuestión parlamentaria del MERCOSUR en Argentina. El debate sobre la importancia y funcionalidad del Parlasur se intensificó en los medios de comunicación del país con motivo del envío al Congreso Nacional del proyecto de ley que prevé las elecciones directas de parlamentarios mercosurinos.

Para conseguir alcanzar el objetivo propuesto se requirió el análisis de algunas cuestiones teóricas previas que hicieron referencia al papel que cumplen los medios de comunicación en la conformación de la opinión pública y la explicación de la relación entre los medios de comunicación y el actual gobierno en Argentina, con especial mención al Grupo Clarín. Además, se sostuvo que en el análisis de un órgano como el Parlasur, el estudio sobre las cuestiones jurídico-institucionales, no es suficiente. En este orden de ideas, se argumentó que el análisis jurídico-institucional sólo puede evidenciar aquello que es o que debería en términos jurídicos, pero no es suficiente para determinar la idea que los ciudadanos se forman sobre el órgano. Este último elemento se muestra como fundamental, pues el Parlasur es una institución creada recientemente y forma parte de un proceso de integración regional, el cual, si bien el ciudadano común conoce poco, la intención es imbuirlo de eficacia democrática. Quedó demostrado en este trabajo que:

- Los medios de comunicación cumplen un rol fundamental, ya que poseen gran responsabilidad al respecto de las ideas y percepciones que los ciudadanos se puedan crear, no sólo del órgano analizado en este trabajo, sino del MERCOSUR en su conjunto;

- Que el debate sobre las cuestiones parlamentarias había comenzado en el plano regional y en el plano interno, mucho antes que los medios de comunicación intensificaran las noticias, informaciones y debates sobre el Parlasur;

- La existencia de dos posturas e interpretaciones divergentes en los medios de comunicación analizados sobre un mismo fenómeno.

No obstante, la existencia de diferentes puntos de vista no puede ser considerada algo negativo o nocivo per se. De hecho, una de las condiciones democrática de la opinión pública es que esta sea “polifónica”, es decir, que exista la posibilidad de creación y manifestación de diferentes

opiniones contrapuestas.

Más allá de estos argumentos, lo que no resulta prudente ni razonable, es que los medios de comunicación distorsionen la realidad de un hecho concreto con el fin de sostener determinado argumento o defender determinada opinión política. En otras palabras, será necesario identificar los casos en que los medios de comunicación deforman aquello que existe para crear, mediante el discurso, una nueva realidad diferente de la anterior. Trabajos como el propuesto, se elaboran, entonces, con el fin de alertar sobre estas maniobras para que el ciudadano común pueda contar con mayores herramientas al momento de analizar y crearse la realidad.

En este orden de ideas, se concluye que existen cuestiones que son, indefectiblemente, datos objetivos de la realidad y que independen de los juicios de valor y de opiniones. En nuestro caso de análisis, estos datos provienen de la dimensión jurídico-institucional del Parlasur. Específicamente, existen dos cuestiones sobre las cuales, desde uno de los medios de comunicación analizados (Clarín), se proporcionaron datos que no se correspondían con la realidad jurídico-institucional del Parlasur (Parlamento que no está en funciones y parlamentarios asumirían en 2020).

El resto de las cuestiones analizadas sobre los medios de comunicación referentes al Parlasur, que no se corresponden con datos erróneos de la realidad, demuestra la existencia de, al menos, dos visiones de mundo: la visión de aquellos que no ven en la integración un camino hacia el perfeccionamiento de nuestra unión latinoamericana, factor que podría traer un mayor bienestar para nuestros pueblos, y aquellos que entienden lo contrario. Los primeros parecen contentarse en describir una realidad que juzgan inmutable y reprochan toda propuesta de profundización por creerla excesiva y superflua. Los últimos sostienen que la salida del círculo vicioso, que significa la no integración por la falta de existencia de ella, resulta de la profundización de sus elementos constitutivos. Una vez más el idealismo y el realismo se manifiestan como opuestos, dependerá de cada uno de nosotros poder concebir un término medio entre esos dos polos para no ser engañados con propuestas quiméricas, ni contentarnos con realidades mutables.

Referencias bibliográficas

CARPIZO, Jorge. Los medios de comunicación masiva y el estado de derecho, la democracia, la política y la ética. Boletín Mexicano de Derecho Comparado, nueva serie, año XXXII, núm. 96, septiembre-diciembre 1999

MAFFEI, Brenda Luciana. Mercosur y democracia: análisis desde una perspectiva amplia y estricta de la cuestión. En: SCOTTI, Luciana Beatriz (Directora). Balances y Perspectivas. A 20 años de la constitución del Mercosur. Buenos Aires: EUDEBA, 2013

MAFFEI, Brenda Luciana; ECHAIDE, Javier. El Parlamento del MERCOSUR. Aspectos amplios y estrictos de la cuestión democrática en el bloque. Buenos Aires: BdF, 2015

MANZANO, Vicente. Introducción al análisis del discurso. 2005. Disponible en: <http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/.../discurso.pdf>

MARQUES, Rodolfo Silva; OLIVEIRA, André Silva de. A Regulação da Mídia na América do Sul no período 2003-2015: análise comparada entre Brasil e Argentina. Anais do Seminário Internacional de Ciência Política Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. Set.

2015. Disponible em: <http://www.ufrgs.br/sicp/files/2015/09/RodolfoMarquesAndr%C3%A9-Oliveira.pdf>)

RAMOS, Hugo Daniel. Los partidos políticos argentinos y el MERCOSUR. Las bases político-partidarias de la integración regional (1991-2011) En: BOLOGNA, Alfredo Bruno. La política exterior de Cristina Fernández al finalizar su mandato. Rosario: UNR, 2014. p. 403-430

REPOLL, Jerónimo. Política y medios de comunicación en argentina. Kirchner, Clarín y la ley. Andamios. Volumen 7, número 14, septiembre-diciembre, 2010

RUBIO, José María Ferreres. Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. Gazeta de Antropología, 2009, 25 (1), artículo 01. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10481/6843>).

RUSSELL, Bertrand. Ensaio céticos. Trad. Marisa Motta. Brasil: L&PM pocket, 2014

URIARTE, Edurne. Introducción a la Ciencia Política. Madrid: Tecnos, 2002

Referencias electrónicas

Clarín.com. Disponible em: <http://www.clarin.com/tema/parlasur.html>. Acceso em: 2/11/2015.

Pagina12.com.ar. Disponible em: www.pagina12.com.ar. Acceso em: 2/11/2015.

A inserção das mulheres no mercado de trabalho como uma exigência do capital e a divisão sexual do trabalho

Maria Fernanda Soares Fonseca

Advogada, inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil sob o nº 132.889, Seção Minas Gerais. Possui graduação em Direito pela Universidade Estadual de Montes Claros (2011) e pós-graduação em Direito Constitucional Aplicado com capacitação para o Ensino no Magistério Superior, pela Faculdade de Direito Damásio de Jesus (2013). É Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social (PPGDS) da Universidade Estadual de Montes Claros. É professora Orientadora de TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) na Funorte, nos cursos de Direito e Serviço Social e ministra as disciplinas Legislação em Serviço Social e Direitos Humanos no Brasil no curso de Serviço Social. Presta Consultoria Jurídica para empresas, foi Assessora Jurídica do Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS) da Secretaria de Assistência Social da Prefeitura de Capitão Enéas/MG, e o é, atualmente, da Gerência de Gestão do Sistema Único de Assistência Social (SUAS) da Prefeitura de Montes Claros/MG, na qual compõe equipe de Supervisão Técnica das Unidades de Acolhimento Institucional da Proteção Social Especial de Alta Complexidade. Em 2015 foi nomeada Conselheira e Primeira-Secretária do Conselho Municipal de Assistência Social da cidade de Montes Claros.

Resumo

Esse artigo propõe analisar a relação do modelo de desenvolvimento capitalista implantado no Brasil, com a questão da desigualdade de gênero e seu impacto na inserção da mulher no mercado de trabalho. Embora estatísticas demonstrem a crescente inserção das mulheres no mercado de trabalho, a questão da discriminação das mulheres é histórica e atualmente pode-se vislumbrar tal quadro, que impacta diretamente nas relações sociais e consequentemente na divisão sexual do trabalho. Diante de pesquisas divulgadas é possível observar a inserção da mulher no mercado de trabalho e as diversas formas de manifestação da desigualdade de gênero, seja na questão salarial, seja nas posições que as mulheres ocupam e as relações de discriminação que são criadas. Para desenvolvimento do artigo foram utilizados os métodos de pesquisa bibliográfica e documental, ou seja, trata-se de um estudo da relação opressiva e predatória do sistema capitalista com as questões que permeiam a desigualdade de gênero.

Palavras-chave: Mulheres. Capitalismo. Divisão Sexual do Trabalho.

Abstract

This article aims to analyze the relationship of the capitalist development model implemented in Brazil, with the issue of gender inequality and its impact on women entering the labor market. Although statistics show the increasing entry of women into the labor market, the issue of discrimination against women is historically and currently can be glimpsed such a framework, which directly impacts on social relationships and therefore the sexual division of labor. Before released research it can see the women entering the labor market and the various manifestations of gender inequality, either in the salary issue, or in positions that women hold and the relationships of discrimination that are created. For the development of Article methods of bibliographic and documentary research were used, ie it is a study of the oppressive and predatory relation of the capitalist system with the issues that underlie gender inequality.

Keywords: Women. Capitalism. Sexual Division of Labor.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar la relación entre el modelo de desarrollo capitalista implantado en Brasil, con el tema de la desigualdad de género y su impacto en las mujeres que entran en el mercado laboral. Aunque las estadísticas muestran la entrada creciente de las mujeres en el mercado laboral, la cuestión de la discriminación contra la mujer está históricamente y en la actualidad se puede vislumbrar ese marco, lo que impacta directamente en las relaciones sociales y, por tanto, la división sexual del trabajo. Antes lanzado la investigación se puede ver a las mujeres que entran en el mercado laboral y las diversas manifestaciones de la desigualdad de género, ya sea en la edición de salario, o en posiciones que las mujeres poseen y las relaciones de discriminación que se crean. Para el desarrollo del Artículo métodos de investigación bibliográfica y documental fueron utilizados, es decir, se trata de un estudio de la relación opresiva y depredadora del sistema capitalista con las cuestiones que subyacen a la desigualdad de género

Palabras clave: Mujeres. Capitalismo. Trabajo División sexual.

1. Introdução

As questões que permeiam o universo feminino perpassam pelas mais variadas nuances do desenvolvimento e do conhecimento, quer seja para compreender a evolução dos direitos das mulheres no decorrer dos séculos, quer seja observar na percepção de que, apesar da supracitada evolução, alguns estigmas e paradoxos permanecem inalterados.

Todo mundo sabe que a mulher sempre foi discriminada, nunca teve as mesmas oportunidades asseguradas aos homens. Nossa cultura patriarcal gerou uma sociedade machista, em que a mulher ocupava um papel subalterno. Excluída, ficava confinada ao reduto da casa, tendo por única missão a assistência da família, a organização do lar, o apoio ao marido e o cuidado dos filhos. (DIAS, 2004, p. 20)

Necessário se faz, portanto, antes de adentrar na temática da divisão sexual do trabalho, compreender as noções e construções do conceito de gênero para, posteriormente, discutir a inserção da mulher no mercado de trabalho como uma exigência do capital.

No caso brasileiro, o modelo de desenvolvimento capitalista implantado em seus primórdios e que até hoje permanece, mais gera e cria desigualdades, do que efetivamente desenvolvimento, a despeito de estar disfarçado pelo paradigma nacional-desenvolvimentista da geração de emprego e renda. Em outras palavras, não é possível dissociar a questão da desigualdade de gênero nas relações sociais das relações de trabalho, da opressão e da característica predatória das relações capitalistas.

Apesar de reconhecer a existência do trabalho da mulher, na realização de atividades domésticas, desde a Idade Média, foi a Revolução Industrial o marco histórico da entrada das mulheres no mercado de trabalho.

Com a Revolução Industrial, marco da consolidação do capitalismo, a mulher passa a ser incorporada nas relações produtivas sob condições desumanas, tendo em vista a intensificação do trabalho, a extensa jornada de trabalho e o rebaixamento salarial, para atender aos imperativos do acelerado processo de acumulação. Mesmo com essa realidade, as mulheres dos grupos menos privilegiados necessitavam do trabalho como forma de subsistência e por isso acabavam se sujeitando aos respectivos ordenamentos. (GUIRALDELLI, 2007, p.02)

O mesmo autor pontua que nessa conjuntura apresentada, a mulher não saía de casa para o trabalho industrial objetivando sua independência, mas sim para se tornar um ser submetido aos imperativos do capitalismo emergente (GUIRALDELLI, 2007).

No caso brasileiro, Fernandes (1987) situa historicamente o surgimento do capitalismo no Brasil e as transformações sociais capitalistas e observa que ao absorver o capitalismo como sistema de relações de produção e de troca, a sociedade desenvolve uma ordem social típica que organiza institucionalmente o padrão de equilíbrio dinâmico e o adapta às potencialidades econômicas e socioculturais existentes.

O Brasil corresponde normalmente a essa regra. Nele, as estruturas econômicas, sociais e políticas da sociedade colonial não só moldaram a sociedade nacional subsequente: determinaram, a curto e a longo prazos, as proporções e o alcance dos dinamismos econômicos absorvidos do mercado mundial. Elas se revelaram bastante plásticas em face do que se poderia chamar de reorganização do mercado colonial, adaptando-se rapidamente à dupla polarização dos negócios de exportação e de importação, controlados economicamente por um centro hegemônico externo, mas dirigidos politicamente a partir de dentro. (FERNANDES, 1987, p. 150))

Assim sendo, com a consolidação do sistema capitalista, ocorreram várias mudanças na dinâmica das relações sociais, incluindo o trabalho, favorecendo, portanto, a inserção das mulheres no mercado de trabalho. No Brasil, Segundo Guiraldelli (2007) as principais mudanças advindas com a reestruturação produtiva datam da década de 1980, todavia, a participação da mulher no mercado de trabalho se remete ao ano de 1932 quando as mulheres passaram a constituir um segmento especial da força de trabalho.

Tal episódio pode ser considerado como o grande álibi do sistema produtor de mercadorias, que passa a incorporar em grande escala o trabalho feminino diante do rebaixamento salarial, trazendo grandes êxitos para o triunfo do capitalismo. A partir disso, o novo sistema passa a envolver todos os entes familiares na produção, onde os trabalhadores, independente de sua idade, sexo, raça/etnia ou nacionalidade estariam submetidos ao domínio direto do capital. (GUIRALDELLI, 2007, p. 03)

Para melhor compreensão desta questão, insta por em relevo as perspectivas de compreensão de gênero, considerando que este não se confunde com sexo. O lugar subordinado das mulheres nas relações sociais é observado sem dificuldades, a posição de dona da casa submissa às demandas do marido e dos filhos é historicamente determinante. Segundo Barbieri (1993, p. 04), gênero é o reconhecimento “[...] de uma dimensão da desigualdade social até então não trabalhada, subsumida na dimensão econômica, seja nas teorias das classes ou nas teorias da estratificação social”.

Neste diapasão Maia (2011) assevera,

Uma longa elaboração teórica feminista construiu o gênero como uma categoria analítica utilizada para problematizar a produção das diferenças sexuais, de papéis sociais ancorados em determinismos biológicos e para denunciar a divisão binária, naturalizada e hierarquizada do mundo. (2011, p. 36)

Ainda nesta mesma toada, e para auxiliar na compreensão das questões que envolvem o trabalho, importante frisar lição de Bourdieu (2014),

O mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes. Esse programa social de percepção incorporada aplica-se a todas as coisas do mundo e, antes de tudo, ao próprio corpo, em sua realidade biológica: é ele que constrói a diferença entre os sexos biológicos, conformando-a aos princípios de uma visão mítica do mundo, enraizadas na relação arbitrária de dominação dos homens sobre as mulheres, ela mesma inscrita, como a divisão do trabalho, na realidade da ordem social.

A diferença biológica entre os sexos, isto é, entre o corpo masculino e o corpo feminino, e, especificamente, a diferença anatômica entre os órgãos sexuais, pode assim ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os gêneros e, principalmente, da divisão social do trabalho. (2014, p. 24)

Com relação ao conceito de gênero aqui utilizado, a autora Dias salienta,

Necessário olhar a mulher em relação ao Direito, a partir do conceito de gênero; não como sexo biológico, mas em face das diversidades biológicas que se expressam em determinadas relações sociais. As diferenças entre homens e mulheres; decorrentes de toda uma conjuntura social e cultural, acabaram por colocá-los em dois mundos, a ponto de serem tidos como sexos opostos, e não compostos, complementares. Essa divergência posicional, que levou à diferenciação de papéis assumidos, estruturou diferentemente cada um de seus protagonistas. (DIAS, 2004, p. 31)

Expostas as questões que se fazem necessárias para compreensão do conceito de gênero, e da flagrante desigualdade historicamente construída, passaremos adiante a análise das questões centrais do presente artigo. Através das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema abordado, buscou-se apresentar dados e discutir temáticas que confirmam a longa e árdua caminhada para a inserção da mulher no mercado de trabalho e a realidade da desigualdade de gênero na atualidade brasileira.

2. A inserção da mulher no mercado de trabalho: análise do caso brasileiro

Desde os primórdios as mulheres vêm enfrentando lutas e quebrando paradigmas objetivando garantir seu lugar no mercado de trabalho. As discriminações historicamente e culturalmente construídas, permanecem arraigadas no seio da sociedade tornando o processo de inserção da mulher no mercado de trabalho um verdadeiro enfrentamento de preconceitos, discriminações e constantes desafios. Segundo Dias,

A presença paritária de homens e mulheres nos bancos acadêmicos, no mercado de trabalho, na direção dos veículos, enfim, na sociedade talvez não permita ver que a discriminação contra a mulher ainda existe. Prova disso é a presença rarefeita de mulheres nos órgãos de cúpula do poder, sua ausência no STF e sua escassa participação no cenário político. (DIAS, 2004, p. 45)

A busca pelo protagonismo e empoderamento da mulher, considerando que esta precisa lidar com as tarefas domésticas e com os cuidados com a família é de longa data, uma vez que secularmente o trabalho feminino estava totalmente voltado ao mundo doméstico, interno e do lar.

Os relacionamentos afetivos ainda são vinculados por uma marcante hierarquização, ocupando, homens e mulheres, dois mundos bem polarizados. Enquanto o homem desempenha o papel de provedor e arvora-se como chefe de família, sente-se descompromissado com as atividades domésticas. Resta a mulher relegada à função de reprodutora, responsável pela casa, pela criação dos filhos e pelo cuidado com idosos e doentes. Reservado ao homem o espaço público, fica a mulher confinada ao recinto do lar. (DIAS, 2004, p. 49)

A tradição cultural brasileira que define o homem como o provedor da família e o responsável por trabalhar fora e ganhar o seu sustento, em oposição à mulher, com o papel de responsável pelos filhos e pela execução dos serviços domésticos, foi um dos fatores que contribuíram para que poucas mulheres fossem a procura de trabalho.

Noutro giro, com o crescente processo de industrialização e expansão do capitalismo, a demanda por mão-de-obra, e pela subsistência das famílias trabalhadoras, demandou a mudança de cenário, ou seja, a mulher, em um determinado momento histórico, precisou deixar sua função – exclusiva – de rainha do lar, para exercer outras funções concomitantes a estas, nascendo, portanto a dupla, tripla ou múltipla jornada de trabalho da mulher. Em termos mais simples, em razão da industrialização e urbanização, a visão econômica e cultural, com relação à inserção e posição da mulher no mercado de trabalho se alterou, todos estes fatores contribuíram para um ambiente propício à entrada de novos trabalhadores no mercado de trabalho, incluindo as mulheres.

O ingresso da mulher no mercado de trabalho ocorreu com a Revolução Industrial, que buscou na mão-de-obra feminina a forma de baratear custos. A baixa auto-estima a fez aceitar remuneração inferior, ainda quando no desempenho da mesma função. Se tal fato levou a mulher para fora do lar, começando a contribuir para o sustento da família, os encargos domésticos continuaram sob sua exclusiva responsabilidade. (DIAS, 2004, p. 49)

As modificações estruturais causadas pela globalização são sentidas em todo o mundo e exigem dos países e das pessoas, uma certa adaptação à esse novo movimento, ou seja, através desta reestruturação produtiva, da competição entre as nações e da nova forma de produção do capital é que a globalização toma forma. Segundo Antunes (2002) o capital ocasionou várias mudanças no processo produtivo, por meio da constituição da forma de acumulação flexível, das formas de gestão organizacional, do avanço tecnológico e dos modelos alternativos taylorismo/fordismo. Esta transição está marcada pela luta das mulheres em prol de reconhecimento no mercado de trabalho.

No Brasil as transformações sociais, políticas e econômicas que repercutiram no modelo patriarcal de família se tornaram mais intensas e aparentes na década de 80. Segundo Nogueira (2004) nos anos 80 e 90, a mundialização do capital emitiu efeitos complexos e contraditórios, afetando desigualmente o emprego, na questão de gênero, ou seja, enquanto que com relação aos homens houve uma estagnação, com relação às mulheres houve um aumento no número de trabalho remunerado em áreas em que predominam os empregos precários e vulneráveis. Neste sentido o autor Mészáros (2004) argumenta que a entrada em massa das mulheres na força de trabalho durante o século XX, apesar de significativa, não resultou em sua emancipação, tendo em vista o surgimento de uma tendência de generalização dos baixos salários, aos quais as mulheres sempre tiveram que se submeter.

Aliada a expansão e abertura do mercado de trabalho e das necessidades do capital, fatores como o desejo de realização pessoal, a necessidade de incrementar a renda familiar ou a obrigação de assumir a responsabilidade total da família contribuíram para que, ao longo das últimas décadas do século XX aumentasse a taxa de participação feminina no mercado de trabalho.

Os dados da pesquisa da Fundação Carlos Chagas¹ apontam a inserção da mulher no mercado de trabalho no decorrer do tempo no Brasil, e demonstram que enquanto as taxas de atividade masculina mantiveram-se em patamares semelhantes, entre 73% (setenta e três por cento) e

76% (setenta e seis por cento) em praticamente todo o período, as das mulheres se ampliaram significativamente. No ano de 1976, 29% (vinte e nove por cento) das mulheres trabalhavam no novo milênio, mais de 40% (quarenta por cento) mulheres estavam trabalhando ou procurando emprego e mais da metade delas (53% [cinquenta e três por cento]) em atividade no ano 2007. A pesquisa apresenta, ainda, que a importância crescente das mulheres na força de trabalho pode, também, ser observada de outro ângulo, através da sua participação na população economicamente ativa (PEA), ou seja, em 1976, o contingente feminino na PEA era de 29% (vinte e nove por cento), e no ano de 2007 ela atinge mais de 40% (quarenta por cento).

De acordo com os dados mais recentes, obtidos no Relatório Anual Socioeconômico Sobre a Mulher (RASEAM)², divulgado em março deste ano, observa-se que já no ano de 2012, a taxa de atividade das mulheres de 16 a 59 anos era crescente, ou seja, de 64,2% (sessenta e quatro por cento). Porém, ainda um número inferior à taxa de atividade dos homens que era de 86,2% (oitenta e seis por cento).

Ainda com base no relatório supracitado, a presença de mulheres nos espaços de poder e decisão é um indicador relevante da igualdade de condições e de oportunidades vivenciadas por elas na sociedade brasileira. Nos cargos de Direção e Assessoramento Superiores (DAS) os dados apontam que as mulheres representam aproximadamente 39% (trinta e nove por cento) dos postos, enquanto os homens alcançavam o patamar de 61,2% (sessenta e um por cento). Nesse tocante, embora as mulheres tenham uma relativa vantagem, no que se refere ao nível de escolaridade, em relação aos homens, há ainda uma flagrante desigualdade de gênero na ocupação dos espaços de poder e decisão, ou seja, o acesso aos mais altos níveis de gestão dos órgãos governamentais permaneceu um desafio às mulheres, onde elas apresentaram os menores percentuais de ocupação.

Neste sentido Guiraldelli (2007) pontua que o trabalho feminino ainda é considerado suplementar e destinado à sobrevivência e atendimento das necessidades vitais da família e que, no decorrer dos anos, nota que ainda persistem as profissões consideradas femininas e outras masculinas, conforme atributos físicos e naturais.

É possível afirmar, portanto, que a inserção da mulher no mercado de trabalho foi impulsionada, principalmente, pela expansão do capitalismo e das necessidades do capital. O que se observa, ainda, é que essa inserção foi marcada por preconceitos e dificuldades, ou seja, inúmeras foram as barreiras a serem transpostas por elas e os desafios ainda permanecem, conforme se verá adiante, considerando as condições de precariedade do trabalho feminino e as diferenças salariais, para os mesmos cargos, entre homens e mulheres.

3. Divisão (Sexual) do Trabalho

O termo divisão do trabalho é encontrado em estudos oriundos de diversas áreas do conhecimento. Em termos genéricos refere-se às diferentes formas que os seres humanos, ao viverem em sociedades históricas, produzem e reproduzem a vida. Em sua obra Karl Marx aponta a divisão social do trabalho como uma consequência perversa do sistema capitalista, ao retirar do trabalhador o domínio da produção e transferir para a mão do capitalista, ou seja, causa a alienação do trabalhador do processo de produção. Ainda segundo Marx, sobre a Divisão do Trabalho, os vários estágios desta correspondem às formas de propriedade da matéria, dos instrumentos e dos produtos do trabalho verificados em cada sociedade, nos diversos momentos históricos.

Neste sentido, com a complexidade da vida em sociedade e o aprofundamento da integração entre diferentes grupos e sociedades, várias ramificações desta divisão do trabalho podem ser observadas.

Com relação a divisão sexual do trabalho, objeto do presente estudo, Hirata (2007) explica:

A divisão sexual do trabalho é a forma de divisão do trabalho social decorrente das relações sociais entre os sexos; mais do que isso, é um fator prioritário para a sobrevivência da relação social entre os sexos. Essa forma é modulada histórica e socialmente. Tem como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva e das mulheres à esfera reprodutiva e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.). (HIRATA, 2007, p. 599)

Neste sentido, é possível observar que a segmentação entre os homens e as mulheres é parte integrante da divisão social do trabalho e, pode ser atribuído o surgimento da divisão sexual do trabalho e a forma como ela se estrutura, ao modo de produção capitalista. Desde o surgimento do capitalismo até o período atual, as modalidades de divisão do trabalho entre os sexos, tanto no trabalho assalariado quanto no trabalho doméstico, evoluem no tempo de acordo com as relações de produção (HIRATA, 2002).

Neste mesmo sentido explica outra autora,

A divisão sexual do trabalho é também uma construção social e histórica. Se é certo que o capitalismo utiliza uma estratégia de “dividir para reinar”, a configuração dessas divisões é construída socialmente através das relações de classe, de raça, de gênero e das práticas sociais. O capitalismo na América Latina não criou a subordinação das mulheres, mas certamente as relações de produção e reprodução social são aqui também sexuadas e assimétricas, marcadas por uma hierarquia que subordina as mulheres e seus trabalhos (SOUZA-LOBO, 1991, p.170)

É possível observar que a inserção da mulher na cadeia produtiva ocorre ao mesmo tempo em que o mundo do trabalho vem atravessando um estágio de precarização nas formas de produzir.

As vicissitudes no mundo do trabalho na América Latina e no Brasil apresentam algumas consoantes específicas em detrimento do que se verifica nos países da Europa e Estados Unidos. Isso se deve ao fato de serem países que se encontram na posição de subdesenvolvimento e se observa que, mesmo com a inserção da mulher no mercado de trabalho, nesses países ainda se predomina a mão-de-obra masculina e a disparidade salarial entre homens e mulheres. É importante identificar que a desigualdade salarial não é um fenômeno recorrente apenas num contexto local ou nacional e, sim, presente em todo o mundo. (GUIRALDELLI, 2007, p.07)

Noutro giro, insta salientar o posicionamento de Dias (2004) que aponta sobre uma noção equivocada de “natural divisão do trabalho”, desta feita, no âmbito familiar, do lar, ao afirmar que cabe apenas à mulher o papel, além de esposa e mãe, de responsabilidade pelas tarefas domésticas.

Segundo a autora,

[...] essas lides caseiras não são reconhecidas, não gozam de qualquer prestígio social. Por não ser trabalho remunerado, não é contabilizado, não possui valor econômico. Assim, as donas-de-casa são trabalhadoras que não recebem salário, não fazem jus a descanso semanal, limite de jornada, feriados, licenças e nem à aposentadoria ou à previdência social. A obrigação pelo exercício dessas atividades está ligada à equivocada noção de que elas decorrem da natural divisão do trabalho [...] No entanto, a reserva de papéis diferenciados ao homem e à mulher é uma construção cultural, que acaba gerando uma hierarquização pela mais-valia que se atribui às atividades masculinas pela só razão de que os homens ocupam o espaço público, monopolizam o poder econômico e o político. (DIAS, 2004, p. 15)

Atualmente no Brasil o que se verifica é a continuidade da divisão sexual do trabalho, da equivocada “divisão natural do trabalho” no âmbito do lar, e, a permanência de suas consequências.

A pesquisa da Fundação Carlos Chagas³ aponta que no período compreendido entre 1970 e 2007, os padrões de localização dos trabalhadores e das trabalhadoras no mercado de trabalho brasileiro apresentaram algumas alterações. No caso das mulheres os serviços (incluindo alojamento e alimentação, educação, saúde e serviços pessoais, serviços domésticos e outros serviços coletivos, sociais e pessoais) mantêm-se como áreas privilegiadas de inserção das mulheres no mercado de trabalho, mesmo que, no decorrer do longo período aqui considerado, venha se dando uma diminuição da ocupação feminina, que, concomitantemente, se diversificou. Assim, em 1970, 54,9% (cinquenta e quatro por cento) das mulheres ocupadas eram nos serviços e no setor social, em 1998, 47,5% (quarenta e sete por cento), em 2002, 44,1% (quarenta e um por cento) e, em 2007, 43,6% (quarenta e três por cento).

Com relação à desigualdade de gênero, os dados divulgados no Relatório Anual Socioeconômico Sobre a Mulher (RASEAM) em março deste ano apresentam a realidade brasileira no que tange à divisão sexual do trabalho e ao uso do tempo, ou seja, a jornada total das mulheres, somando-se o tempo dedicado ao trabalho principal (mais de 35 horas semanais) e aos afazeres domésticos (quase 21 horas semanais), era sempre superior à jornada total dos homens (quase 42 horas dedicadas ao trabalho principal e 10 horas aos afazeres domésticos). Nestes termos, os afazeres domésticos, os cuidados com a casa e com a família permanecem sob a responsabilidade das mulheres, que, a despeito de trabalharem fora de casa – assim como os homens – continuam exercendo o papel de “dona de casa”.

No mesmo relatório supracitado é possível observar que as mulheres encontravam-se igualmente em número reduzido no que tange à ocupação de cargos diretivos em diferentes ramos de atividade econômica, todavia, elas tinham representatividade significativa à frente dos cargos diretivos nas áreas de educação, saúde e serviços sociais (65,6%) e em aproximadamente 44% (quarenta e quatro por cento) no setor de alojamento e alimentação. As atividades diretivas nos setores agrícola e de construção apresentaram os menores índices de presença feminina nos altos cargos. Essa configuração está diretamente relacionada às formações cursadas pelas mulheres no ensino técnico e profissional ou no ensino superior.

Além da diferenciação nos postos e cargos de trabalho e das opções por segmentos educa-

cionais serem diversas, existem ainda as desigualdades salariais. De acordo com Antunes (2002) a expansão do trabalho feminino mostra-se inversamente proporcional quando se trata da temática salarial. O autor argumenta que a desigualdade de salário oferecido às mulheres contradiz com a sua crescente participação no mercado de trabalho, ou seja, seu potencial de remuneração é bem menor do que aquele auferido pelo trabalho masculino e seus direitos e condições de trabalho são diferentes daqueles concedidos aos homens.

Os homens e as mulheres são separados por setor de atividade (indústria, serviços, etc.), pela qualificação e pelo tipo de trabalho efetuado. Mesmo se as mulheres e os homens exercem a mesma atividade, como trabalhadores não-qualificados na indústria, muito raramente têm o mesmo tipo de tarefas e não são facilmente intercambiáveis (HIRATA, 2002, p.176).

É ainda necessário ressaltar o grande número de mulheres que estão no emprego doméstico, que ainda é essencialmente feminino no Brasil e abriga uma das maiores categorias de trabalhadores. Segundo pesquisa intitulada “O emprego doméstico no Brasil”⁴ divulgada em agosto de 2013 pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Econômicos (DIEESE), no ano de 2011 estimava-se que 6,6 milhões de pessoas estavam ocupadas nos serviços domésticos no país sendo que deste total, o contingente de mulheres correspondia a 6,1 milhões (92,6%). Segundo a mesma pesquisa a remuneração média recebida pelas mulheres nas ocupações domésticas era inferior ao salário mínimo vigente para o período, dado este que revela o elevado grau de desigualdade existente no mercado de trabalho segundo os sexos, para este grupamento específico de atividade, que é majoritariamente composto por mulheres (DIEESE, 2013).

Tendo por base, portanto, todos os dados das pesquisas acima analisadas, verifica-se a existência (e permanência) da divisão sexual do trabalho concomitantemente com a desigualdade de gênero no mercado de trabalho brasileiro, além de observar que existem algumas áreas do setor produtivo em que ainda prevalece a mão-de-obra masculina.

Considerações finais

Por todo o exposto, o que se verifica no Brasil é que, ao longo das últimas décadas, as mulheres vem buscando a consolidação da sua participação no mercado de trabalho, o que aos poucos vem deixando de ser concebida como secundária ou intermitente. Vários fatores contribuíram para essa mudança de paradigma, ressaltando dentre eles a expansão e consolidação do capitalismo no Brasil que demandou a necessidade da mão-de-obra feminina em vários setores da economia.

A inserção das mulheres nesta realidade é, no entanto, marcada pela desigualdade de gênero e pela divisão sexual do trabalho, ou seja, elas ocupam espaços diferenciados, permanecendo, ainda, como minoria nos postos de direção e maioria nos trabalhos mais precários. Ademais, a trajetória feminina rumo ao mercado de trabalho não significou a sua saída do espaço do lar, o que pode ser percebido pela sua jornada “múltipla” de trabalho e pela concentração de mulheres nos serviços sociais e domésticos.

Com relação especificamente ao serviço doméstico, a presença feminina permanece determinante, sendo possível reconhecer os fatores históricos que contribuem para esta realidade, sendo um deles vinculado à origem da atividade, que é associada ao trabalho escravo – uma vez que até a abolição da escravidão, os afazeres da casa ficavam sob responsabilidade de mulheres negras

escravizadas e passam pela desvalorização do trabalho reprodutivo (cuidado do lar e da família) realizado pelas mulheres.

Um dos principais pontos a serem ressaltados é a permanência da divisão do trabalho em “feminino e masculino” e a continuidade da disparidade salarial entre homens e mulheres, ou seja, nas relações de gênero as mulheres continuam em desvantagem pois auferem rendimentos menores que os homens mesmo quando ocupam as mesmas funções.

Por outro lado, observa-se que muitas foram as conquistas das mulheres no mercado de trabalho, principalmente nas últimas décadas, o que não evita a permanência de padrões e paradigmas que ainda necessitam ser rompidos.

No Brasil da última década, ocorreram mudanças radicais no estatuto social das mulheres. Maior nível de escolaridade, aumento expressivo da participação na força de trabalho, queda da natalidade e mais acesso à independência econômica e jurídica configuram esse novo quadro. Mais instruídas, as brasileiras vêm aumentando de forma significativa e constante sua participação no mercado de trabalho; nesta década, ocorreu um incremento de 24% na atividade feminina. O perfil da trabalhadora também mudou, a maioria é casada e tem filhos. A maternidade não afasta mais as mulheres do trabalho, continuam ativas na fase reprodutiva, o que não ocorria anteriormente. Caminho sem volta, as mulheres já são 44% da população economicamente ativa e 91% das entrevistadas considera que o trabalho remunerado é fundamental em sua vida. A família, não escapou desta vaga de mudanças, tende a desaparecer o arranjo familiar que atribui prover o sustento da casa exclusivamente ao homem. (ÁVILA, 2014, p. 08)

Na atualidade, a tendência predominante é que as mulheres busquem permanecer trabalhando e conciliando a vida doméstica com os papéis de esposa e mãe, com a educação dos filhos.

Ressalta-se, por fim, que essa libertação feminina é relativamente nova se for comparada com a histórica dominação masculina, a despeito da existência de legislação no ordenamento jurídico pátrio que garanta a igualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres, sem distinção de qualquer natureza.

Ainda que o panorama legal não permita tratamento desigualitário em função do sexo, para o fim da discriminação não basta a consagração constitucional da igualdade. O princípio da igualdade formal não é absoluto, é um conceito relativo, impõem-se diferenciações para tornar materialmente iguais entes desiguais. Mister acentuar as diferenças, para que se implementem políticas públicas que dêem um tratamento prioritário às questões de gênero. Por isso, indispensável a adoção de ações afirmativas que busquem o estabelecimento da igualdade material por meio da igualdade de oportunidades. (DIAS, 2004, p. 37)

Portanto, o caminho a ser percorrido para se alcançar a plena e efetiva igualdade de gênero no mercado de trabalho e nos espaços de poder ainda é longo e demanda a necessidade de reconhecimento dos desafios a serem enfrentados pelas mulheres, que precisam de intervenções adequa-

das às suas necessidades específicas.

Notas

1. Disponível em <http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie1.php?area=series>. Acesso em 13 de julho de 2015.

2. Disponível em http://www.spm.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/publicacoes/2015/livro-raseam_completo.pdf. Acesso em 15 de julho de 2015.

3. Fonte: Disponível em <http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie4.php?area=series>. Acesso em 13 de julho de 2015.

4. Disponível em: <http://www.dieese.org.br/estudosetorial/2013/estPesq68empregoDomestico.pdf>. Acesso em 14 de julho de 2015.

Referências bibliográficas

ANTUNES, Ricardo. Os sentidos do trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negociação do trabalho. 6. ed. São Paulo: Boitempo, 2002.

ÁVILA, Maria Betânia; FERREIRA, Verônica (org). Trabalho remunerado e trabalho doméstico no cotidiano das mulheres. Instituto Patrícia Galvão. Recife: SOS Corpo, 2014.

BARBIERI, Teresita de. Sobre a categoria Gênero: uma introdução teórico-metodológica. Recife: SOS Corpo, 1993.

BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina. 1ª Ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Políticas para as Mulheres. Relatório Anual Socioeconômico da Mulher. 1ª Impressão. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, março de 2015. 181p. Disponível em http://www.spm.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/publicacoes/2015/livro-raseam_completo.pdf. Acesso em 15 de julho de 2015.

DIAS, Maria Berenice. Conversando sobre a mulher e seus direitos. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2004.

DIEESE, O emprego doméstico no Brasil. Estudo e Pesquisa nº 68. Agosto de 2013. Disponível em <http://www.dieese.org.br/estudosetorial/2013/estPesq68empregoDomestico.pdf>. Acesso em 14 de julho de 2015.

FLORESTAN, Fernandes. A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica. 3ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

GOMES, Gisele Ambrósio. História, Mulher e Gênero. Disponível em <http://www.ufjf.br/virtu/files/2011/09/HIST%C3%93RIA-MULHEREG%C3%8ANERO.pdf>. Acesso em 15 de julho de 2014.

GUIRALDELLI, Reginaldo. Presença feminina no Mundo do Trabalho: História e Atualidade. Revista de Estudos do Trabalho. Ano I – Número I – 2007. Disponível em http://www.estudosdotrabalho.org/Guiraldelli_RET01.pdf. Acesso em 13 de julho de 2015.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Daniele. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. Cadernos de Pesquisa, v. 37, n. 132, set./dez. 2007.

_____, Helena. Nova divisão sexual do trabalho?: um olhar voltado para a empresa e a sociedade. São Paulo: Boitempo, 2002.

MAIA, Cláudia de Jesus. A invenção da solteirona: conjugalidade moderna e terror moral: Minas Gerais 1890-1948. Ilha de Santa Catarina. Ed. Mulheres, 2011.

MARX, Karl. O Capital. Livro I. São Paulo: Abril Cultural, 1984. vol. I, tomo 2.

MÉSZÁROS, István. Para Além do Capital. São Paulo: Boitempo, 2004.

NOGUEIRA, Claudia Mazzei. A Feminização no Mundo do Trabalho. São Paulo: Autores Associados, 2004.

POLANY, Karl. A grande transformação: as origens da nossa época. 2. Ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2012.

PROBST, Elisiana Renata. A evolução da mulher no mercado de trabalho. Disponível em http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=xg7w7vuh9. Acesso em 03 de junho de 2015.

SAFFIOTI, Heleieth I.B. O Poder do Macho. São Paulo: Moderna, 1987.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Educação e Realidade, Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez., 1995.

SOUZA-LOBO, Elisabeth. A classe operária tem dois sexos: trabalho, dominação e resistência. São Paulo: Brasiliense, 1991.

Is communication a strategic resource for digital commodities?

Eduardo Andres Vizer

Professor Emerito da Universidade de Buenos Aires, Argentina. Sociólogo ligado ao Instituto Gino Germani, Argentina.

Helenice Carvalho

Professora Adjunta da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Resumo

Tentaremos demonstrar a validade da aplicação de um esquema (ou modelo) de análise comunicacional que apresentaremos aqui para a abordagem de certas características da criação de mercadorias simbólicas na Economia da Informação (EI). Acreditamos que uma abordagem a partir da comunicação ajudará a entender vários processos econômicos que se encontram no coração da EI – como a mercantilização da informação –. Não somente nos extremos do processo econômico, ou seja, na produção e no consumo de bens e mercadorias, como também no processo intermediário da circulação. A EI em certos aspectos se separou e até certo ponto se tornou autônoma da economia ‘real’ e de suas práticas tradicionais de produção, assumindo, por conseguinte, uma forma nova e específica de mercantilização (comoditização) do processo de comunicação.

Palavras-chave: TIC’s; esquema de comunicação; valor; comoditização; Economia da Informação (EI).

Abstract

We intend to demonstrate the validity of analyzing some characteristics of symbolic commodity creation in the Information Economy (IE) applying a communication perspective, for which we will present a communication scheme (or model). We believe that communication sheds light over several economic processes - such as commoditization of information - that are at the core of IE. Not only in both ends of the economic process, that is to say: in the production and the consumption of goods and commodities, but in the ‘middle process’ of circulation. IE has in certain aspects separated and became almost autonomous from ‘real’ economy and its traditional practices of production, therefore assuming a new and specific form of commoditization of the communication processes.

Keywords: ICT’s; communication scheme; value; commoditization; Information Economy (IE).

Resumen

Intentaremos demostrar la validez de la aplicación de un esquema (o modelo) de análisis comunicacional que presentaremos aquí para el abordaje de ciertas características de la creación de mercancías simbólicas en la Economía de la Información (EI). Creemos que un abordaje desde la comunicación ayuda a entender varios procesos económicos que se hallan en el corazón de la EI – como la mercantilización de la información –. No solamente en ambos extremos del proceso económico, o sea en la producción y el consumo de bienes y mercancías, sino también en el proceso intermedio de la circulación. La EI en ciertos aspectos se ha separado y hasta cierto punto tornado autónoma de la economía ‘real’ y sus prácticas tradicionales de producción, asumiendo por consiguiente una forma nueva y específica de mercantilización (comoditización) del proceso de comunicación.

Palabras llave: TIC’s; esquema de comunicación; valor; comoditización; Economía de la Información (EI).

The centrality of the circulation process.

We will be like gods that perceive the beginning and the end at the same time, we will be simultaneously everywhere, but that plural contemporaneity will serve us little. A media utopia will disappoint us, as all utopias did. We will want to return to the old times, but it will be impossible. Maybe we could return, but not swimming as in a river, but sited in our desk. With the acceleration of immaterial images we will be nearer the final time. We could be

everywhere, but it won't serve us because we will be immaterial as someone who observes, not someone that lives. Vilém Flusser, 2009 n.d.

The proposition we rely on is that the overwhelming importance of the circulation process (of information, symbols, icons and virtual values) not only provides an infinite resource of information, but is also capable of producing value, including capital. It can promote shared space for public opinion or the private appropriation of 'social, cognitive or emotional (meta)capital' (information, culture, psychic cultivation of subjectivity and reflexivity). And it also provides basic conditions for commodity production. We present this process through three dimensions of communication: referenciation (construction of reality and virtual objects through language); inter referenciation (mediated interactions between social agents); and self referenciation (permanent loops and reference to objects, languages and agents in relation to themselves as identities and the whole process as a 'closed' recursive system). Language, messages, meanings and symbolic goods circulating in the system are transformed into commodities. Information and communication are the basic inputs of a never ending circulation process which itself represents value creation as a 'referencial' commodity, emerged through the socio technical circulation processes in the whole social system.

In this paper we intend to demonstrate that Information and Communication Technologies (ICT's) are not only a fundamental cornerstone of what has been called the Information Economy (IE)¹ (cognitive capitalism, or informational capitalism), but a socioeconomic system of production which for the first time in history has introduced symbolic and communication processes as both a core resource and a commodity in the production and consumption at the heart of the economic system. We intend to relate methodically three different dimensions of communication to the processing of information as commodities. IE has been born in the process of transformation of the industrial economy into post-taylorist forms of production, centered in the changing relations between organization of labour and forms of production, as well as the promotion of innovation and creativity in mediated cultural and artistic experiences.

Social communication processes are appropriated, 'processed' in multiple forms and transformed into commodities through ICT mediation devices and displays capable of registering and resending merely data and information through algorithmic programs, or transformed into messages, media products, propaganda, etc. ICT's are capable of recreating actions and operations circulating in new scales of time and space (both physical and virtual). In the growing (IE), work and production of goods and objects need not be physical any more (it is mostly the consuming process of a good in the market place which 'materializes' the value and the 'reality' of a product, not its intrinsic ontological nature, as virtual objects are obviously real even if not material). Their 'nature' can be made of digital binary signals, signs, icons, sounds, data, mathematical and logarithmic calculations and operations, etc. Any material object or commodity produced industrially can be re-produced unlimited number of times and at different scales through robotic or ICT processing techniques, programs and procedures. Any physical reality can be 'transformed' – or translated - into a digital or virtual one, producing an effect of verosimilitude. Practically the whole of the virtual economy and the financial markets rely on the application - and replication - of mathematical programs, algorithms and probability calculations through devices capable of networking in a global market place. The velocity and the leverage of stock markets grow due to computer programs that 'decide' when to buy or sell stocks automatically at predetermined prices, multiplying the circulation and speculation in the stock markets. In this case, would this allow us to claim the circulation process by itself is capable of producing value, divorced from any kind of

human work or intervention?

On the Internet, search engines and devices allow looking for specific information over any kind of objects, products, people, events and anything circulating in the social networks. The processing of data can be specifically programmed to search for strategic information over individuals, groups, political parties, governments and any kind of situations. From a sociological point of view, is this simply 'spying', or a normal technical process of information gathering? In other words, naturalization of the process eliminates human responsibility and 'morals'. And mediatization of society tends to deepen awareness of this conflict, which since Assange's revelations an 'era of ingenuity' has ended.

Besides individuals and scientists interested in the gathering of information, there are two kinds of social agents that represent the most huge and powerful institutions of our times: government and corporations. The first gathers information for the administration and centralization of power and control, constructing what we may widely call 'political commodities', or a kind of 'metacapital' (in the words of Nick Couldry, following Bourdieu's original proposition of field theory, 2003/04). The 'political metacapital' is produced collecting data and information mostly associated – or useful to –overwhelmingly powerful public institutions (such as justice, the military or police)². This kind of 'commodities' may represent an exchange value, but their specificity is mostly related to power³, control and social regulation. In this paper we are interested in the second system: the economy. What 'dimensions' of communication are relevant, and how does information transform into a commodity?

A tridimensional scheme of communication.

We have presented in books and papers (2003, 2007, 2012) a 'model' articulating different dimensions of communication in the construction of meaning. Its purpose is to have a conceptual scheme of communication to approach broad and different social practices methodically, such as value and commodity creation.

"We can consider at least three logical constitutive dimensions of any communicative action: referencial, inter referencial and self referencial" (Vizer, 2006:114) . The first as a human and mostly linguistic capacity to construct discursive 'symbolic realities' (the 'contents', or what we are speaking about). The second (inter referencial) is the implicit construction of relations between social agents that intentionally 'refer' to each other, building a context through their actions (or the question of how do actors create a shared context through their interactions). Social life is 'constructed' through relations with others to whom we direct our attention and of whom we expect mutual correspondence.

Finally, self reference approaches eminently socio subjective processes, for instance the self conscience we have of being observed by an Other that is also conscious of his being observed. Self reference is also a metaphor for the symbolic creation of identities and personality: who am I to myself, who I am in the eyes of others, who are the others to me, etc. This processes apply not only to individuals, but as they are socio symbolic and institutionalized by language and images, they function as socio cultural collective processes as well (publicity and political advertising aim to construct identifiable marks and values related to economic or political identities, in order to produce social and semiotic recognition associated to values and decision making towards them).

It's the construction of an entity as both an individual and a social agent looking for recognition (who is speaking).

We can take as an example the 'magic' of sports – football above all -. The magic lays in the fact that the physical divorce from the passivity of the viewer and the activity of the subjects on the screen, gives place to a fascinating and magical bond between both through the absolute identification of the viewers with the players and among themselves in an imaginary collective communion with each viewers team. The stillness of the attention to the movements of the players on the screen is suddenly broke by an explosion of shouts and emotions. Imaginary identification happens by the recognition of symbols and the empathy of shared emotions. The subjective process is fed by an imaginary inter-referenciation with the team players (the viewer as a member of a club or an organization, shouting and encouraging the screen players with which the viewer identifies himself). This phenomenon is the predecessor of computer games, in which the players establish a mediated and real exchange and inter referenciation process between themselves. The computer screen presents all the elements of the game digitally in a virtual space, but the game and the time spend in it is real. The actors establish authentic bonds between them as the devices are operated by themselves. The referenciation process is essentially virtual even if the signs and sounds are real and accesible to the participants of a network. ICT achieve an authentic and revolutionary impact in the mediatization of social relations. Considering two levels of human computer interrelations, one 'technical' and a second of meaning – or semiotic - we can see that the technical and operational devices have gained a fundamental relevance, and the construction of meaning processes depends mostly on the sharing of adequate information and operational tools, codes and programs. Technological culture has established itself as a hegemonic referential system of mediated social relations, as well as an instrument for self reference and recreation of values and identity, both in social and virtual realities. When tackling the 'digital divide', these questions have turned the most relevant democratic and educational target for all peoples and nations over the world, the strategic relevance of technological culture know-how has turned universally evident.

From the perspective of a strictly socio communicational and relational analysis, the logic of referencial dimension is generally expressed through language, gestures, drawings, use of metaphors and symbols, and referring to discursive construction and information devices for constructing object representations. The inter-referencial dimension refers to the logical fact that when we speak we speak to someone, to somebody that can be physically present or not – as in the case of technical devices of mediation -. It is this dimension to which we refer as dialogic, and I prefer the notion of inter-reference to the classical and empiristic notion of interaction. While this last word is significantly familiar to 'connectivity' when some researchers and engineers compare mediated society to a connected web, the first notion refers to a human subject as an observing and observed active social actor, as an agent in a relation of co-construction of an habitus (Bourdeiu), or a shared and commonly cultivated environment (Vizer, 2003, 2006: 250, auth. transl.)⁵

In advertising - central to the IE markets - the tridimensional scheme opens the possibility to articulate different sets of communication situations and problems relating them to their meaning: the referential dimension pointing to questions related to what is said, what is constructed as valuable; the inter-referential to how actions and interrelations between actors are realized, and how meaningful texts or object-messages are socially constructed. And the self-referential dimension points to questions related to who the participants are and how they construct themselves and

their identities in the process. So, three kinds of generic problem-questions can be proposed relating communication to kinds and types of information value construction: who is communicating, how do they communicate, and about what they communicate on. The distinction between them is a fundamental input for the construction of information campaigns, propaganda, education, health and symbolic commodities circulating in society. Its results are imbued in all social media messages, activities and processes. Information and data about who is communicating, how and through which channels and media, and what are the contents about the different people communicate on, are the most valuable resources for the proper “buyer” of the information product. Collecting data about any kind of circulating messages in social media is like fishing in a pond. Worthless everyday communications can be collected and transformed into valuable resources of information for economic reasons or political, administrative or control purposes.

Communication, mediatization and commoditization in Information Economy

The emergence of ICT inaugurated the digital manipulation, control and circulation of signs, information, cultural products, physical operations and movement regardless space, distance or time. This process gave a premature birth to the ‘new economy’ (which collapsed in the 2.000). A central characteristic of present post-industrial economy is the production and circulation of digital information and symbolic goods⁷. Circulation of data, information, know how, learning kits, teleworking activities have become fundamental user value activities. A central issue for Political Economy is the complex articulation between material production and immaterial economy, in which the circulation process - and unlimited reproduction - diminishes the value of an original product. The circulation of replicas tend to promote creation of new degraded forms of value. In financial markets this new ‘values’ are just mathematical and information figures (as in the case of financial derivatives, inflating or devaluing leveraged speculative bonds in market bubbles). Classical economy will have to redefine the concept of production, as creating value tends to be associated to the process of reproduction inside the circulation process in itself.

The traditional discussions about forms and levels of control in the markets also correspond to a discussion about intervention over the circulation of information. A real free market would require a corresponding free circulation and access to information, which doesn’t exist anywhere else than in the books of some economists and ideologists. Classic economy was founded over concepts related to value of production, cost of labor, capital, exchange, etc. With the growth of the information sector of the economy and the inclusion of knowledge and information processes imbued in the production of goods, information has become an invaluable commodity. And the word invaluable is here used literally. Information and circulation are almost impossible to measure directly, evaluating them in relation to their cost of production (some authors use concepts as ‘symbolic analysis’ and ‘immaterial work’ related to a marxist perspective). The 2008 crisis probably would have never taken place if the global market financial system wouldn’t have used and abused uncontrolled speculation with derivatives (which one could ask naively from where are they ‘derived’). ICT played a fundamental role not only in the fastness and the scale of the crisis, but also in the internal logic of re-feeding it, as the whole banking system depends on computer programs and communication devices. Related to this we have the example of the implosion of the dot.com companies that flourished until the 2.000. Some years later, we experienced the overexpansion of the bank credits and unlimited speculative operations that led to the junkbonds and the real estate market explosion in september 2008.

Cognitive or information economy can produce for either segmented and limited niches

of the market, or for massive demands of virtual goods, information and symbolic products and values. The post-industrial economy is growingly based in the construction of communicative relations of production and consuming, which we need to interpret in its complex articulations between different dimensions in the construction of meaning and their transformation into commodities (more specifically market commodities). We can mention as a specific example the marriage between culture and economy through the traditional concept of cultural industries, which is being replaced now days by the term 'creative industries' and creative economy. If cultural industries correspond to the early XX th. century stage of massive media and massive consumption, creative and content industries correspond to the present stage of articulation between digital and convergent platforms, added to the multiplication of communication devices and the world wide web (the creative production of media services and products for cell phones is already considered the 'fifth generation' of the production of contents, evolving from the first texts in printed media, the spoken word in radio, the moving images in cinema and television, and now the production of contents for cell phones).

In IE, communication as well as education, can be considered an abstract or immaterial form of labor (for instance in the formation of human capital). The production and circulation of information and accumulation of knowledge not only requires years of investment in formation of intellectual workers, but also learning of information processing and communication skills. So let us now summarize aspects of our socio-communicational scheme and some of their implications:

a) Due to ICT, a growing process of mediatization of society is taking place, which means creation of goods – values – which are produced and appropriated through circulation. An unlimited universe of objects and messages are produced, consumed, processed and stored as referential user values (in the form of semio linguistic resources and operations, acts, texts, images and information). ICT's – as the infrastructure of cyber culture - are a fundamental mean of production and circulation of symbolic values and goods. Our quantitative and qualitative growth of referenced (both real and virtual) worlds become an indispensable set of 'stored metacapital' experiences. They are indispensable for our lifeworlds (if associated or dependent from physical capital, they become an infinite set of commodities).

b) We live in human - and technically - cultivated physical and social environments. In inter referential relations (whether face to face or mediated) the interplay of social interaction assumes the form of emotional sharing, and sometimes mutual intervention and appropriation among subjects – or even deliberate manipulation -. Political and economic propaganda feeds itself with permanent recollection of strategic information about socio cultural patterns of interaction and networking. When politics or social relations are consciously intended to bring advantages for only one part, we can consider the other part is being used as a social commodity.

c) Finally, communication implies the capacity to cultivate self reference. This is to say: expression of subjective emotions, attitudes and intentions through different ways of verbalization, gestures, linguistic terms, body language, etc. Communication implies the capacity to refer (externalize) the 'internal dialogue' – as Max Scheler suggested –. There exists a subjective form of work from which innovative ideas, messages, information and products can be created. Creativity is a key concept when economists refer to creative industries and to post-industrial forms of labor and production. Media mass production for different global publics is unconceivable without knowledge of psychological, social and cultural models of identities and character creation.

Communication permanently recreates our life worlds, our symbolic environments. It is also the inexhaustible and richest resource for the creation of cultural values and goods, always in risk of being transformed into commodities. More than an information society, we have to admit that 'reflexivity', permanent innovation, and the paradigm of an information economy should be referred to as a 'communication' paradigm of production and society, or a communication society⁸. The process of production and circulation is a communication process, mostly when the products are objects which the public and the market perceive and internalize as significant information, presented to the public by the media, publicity, and cultural representations.

Post industrial production requires all of these sophisticated communication skills to be able to compete in a market where services, attention to the client, creativity and imagination, immediate response, understanding and interpretation of unexpected situations and problems are a fundamental part of the image and the value of a product, a company, a name in the market. New forms of labor, and new jobs have appeared: pollsters, publicists, journalists, market researchers and planners, developers, the growth of tele education and so on. The information and communication process imbued in any product adds value to it. Henry Ford didn't understand this new economy when he insisted in making only black cars. As an engineer, his creativity was for serial processes and chain production for the masses, not for specific publics and symbolic values, as required for the present 'niche' markets, where uncertainty and opportunities go hand in hand with creativity and the design of new products.

Finally, we have to remember again that anything that exists or happens in any order of reality can be transformed and translated into data, into bits of information which in themselves can be reversed again into multiple languages and texts circulating in different platforms and media screens. In terms of our communication scheme: anything can be transformed into an object of exchange and referenciation, a resource for communications commodity production.

On the other hand, circulation of information and communication commodities not only affects human interaction and human machine interaction (virtual inter referenciation), but the psychological and mental conformation of humans, their self image and identity, expressed obviously in what we name as self referenciation. In the circulation of images and texts in the cyber world and in advertizing and propaganda, identity is probably the most valuable psychological asset of communication practices. Different models and paradigms of identity are built as referencial consumer brands of personality: in partner search, in work, in leisure, lifestyles and education.⁹ As Richard Hall argues "inside the University, the deployment of technologies, technical services and techniques enables education and academic labor to be co-opted for value-production". And continues

"As a result, academics and students are defined as entrepreneurial subjects with limited power-to produce a world beyond value. A question is the extent to which pedagogical and transitional alternatives might be described, and whether in the process it is possible to uncover ways in which education might be used for co-operation rather than competition, as a form of resistance" (Hall, 2015:).

Commodity production and consuming has become almost a transcendent religious practice of contemporary capitalist technological culture mode of production. We will resort to the above mentioned conference, Hall (2015) once again

“In the Grundrisse, Marx argued that the circulation of productive capital was ‘a process of transformation, a qualitative process of value’. As capitalists sought to overcome the barriers to this transformative process, they worked to revolutionize both the means of production via organisational and technological change, and circulation time via transportation and communication changes. Reducing friction in the production and circulation of capital is critical to the extraction of surplus value, and Marx argued that in this transformation ... the annihilation of space by time becomes an extraordinary necessity for it, [and]... ‘Capital by its nature drives beyond every spatial barrier (Hall, 2015:)

ICT’s surely represent the most ingenious and powerful resource created by man to conquer space, creating new forms of virtual space and a limitless expansion of the present through time manipulation.

A great discussion of our days is whether the purpose in this unlimited growth of technologies remains as a possibility for the expansion of human values of liberty, personal expression, welfare, etc., or if it has to be subdued and subject to market values. On the visible landscape of economy, the purpose is the obvious production, circulation and consumption of goods, and the less visible landscape is that of production of a marginal growth of the original capital invested in resources, work, time, etc. Digital economy diminishes the cost of the latter, and when the purpose is to construct virtual goods such as in culture and creative industries, in education and leisure, its costs are practically reduced to a minimum. The most valuable resources are data and information, which are mostly circulating in the web, in social networks or saved in the cloud. Most of the actual work required corresponds to search, analysis, recombination, etc., which is to say intellectual and cognitive work, up to now practically impossible to be measured in ‘objective’ numbers. This means there is a conflict between the actual production of information and communication goods (values) and their market value. In other words (or from a political economy perspective), a conflict arises from a user value communication – which is free and unlimited – and an exchange value communication which is constrained and subject to conditions imposed by the economic system and market rules. Exchange value is abstract value corresponding to commodity construction in the market of the capitalist system or mode of production, - which in itself can be considered an ideological exchange value presented as a user value for political purposes -. According to Postone, value is “abstract, general, homogeneous”, whereas use-value is “concrete, particular, material” (Postone 2003:90).

The commodity logic fetishises the concrete and veils the value as abstract social relation that underlies the commodity. In commodity fetishism, the abstract dimension appears as natural and endless, the concrete dimension as thing without social relations Capitalism requires for its existence both money and commodities, value and use-value, abstract and concrete labour. Money mediates commodity-exchange, so money cannot exist without the logic of commodities. Commodities are made for being exchanged. Money is the general equivalent of this exchange of commodities. So commodities cannot exist without exchange-value and a general equivalent. Another way of expressing the dialectic of commodity and money is to say that the sphere of commodity production exists in relation to the sphere of circulation and vice-versa. (Postone 2003: 91).

Now we can take a look from the perspective of the three dimensions of communication we

have above-mentioned: referenciation of information, messages and products, inter referenciation or interaction between people and the practices of self referenciation. For the first dimension we can refer to a permanent growth in the production of objects and symbolic values (knowledge, cultural metacapital, etc.). For the second dimension we are thinking about circulation and interaction in terms of a permanent present time that flows and not only cannot be stopped, but stopping it wouldn't have any sense. And secondly of an unlimited virtual space, all possibilities brought up by digital Information and Communication Technologies. The third dimension in actual capitalist society is realized in the consumption process, in which consumption, ego and personality building are indivisible. If for the second dimension we think about social interaction and social networking as typical examples of mediated interaction, for the self referential dimension we think about personal exposition and personal expressions in Internet, media and television shows. In these cases, money and social values creation seem to go hand in hand and combined to a mutual feedback process.

Finally, we can state that if human communication is conceived as a three dimensional process regarding expression, interaction and self expression construction (production of messages, circulation through exchange, and consumption as interpretation), when communication is reduced to a commodity or an object of exchange in the market, the social dimensions of human interrelation and the construction of individuals and their subjectivity, degrade or even disappear in the process. They are subdued to the commodity and exchange value circulation processes which permeate human relations and personality in the present capitalist mode of production. The fetishism of communication as a commodity object is established in the minds and the social representations of the whole social system. All we can see is the final 'product message', not the social interrelations and the subjectivity revealed in self referenciation. Of course, we can see the objections that can rise to this questioning. For ex., superficially any consumption of cultural goods could be considered a fetishist practice because we don't take into account the social aspects (as in leisure time for instance), but the abyssal difference arises from the difference in social practices: consuming of goods is a normal 'economic' practice in modern societies, and social communication an anthropologic biosocial and natural conduct of all humans. Of course we refer to the latter. We can also post the argument this way: consuming is 'internalizing' a needed object, as for being 'used by others benefit', is a way of being 'consumed' and transformed into an object by others. The citizen is being transformed into an object of use, an exchangeable value in the market.

It is interesting to remark that intelligent cellphones open a great possibility of recombining the three dimensions in the hands of each user with a greater autonomy in regards to the economic market constraints. Everybody, at any time or place, is theoretically able to produce any message value, interact with others and express its personal needs and opinions regardless external opinions. Collaboration between people through technology opens an extraordinary set of possibilities (of course, this collaboration can be a creative work of research by scientists or students, but it can also be a joint project of sabotage, of terrorism or criminality, as technology is never neutral). But the price of this freedom and independence is a permanent control of the individual through 'connectedness'¹⁰. Using a cellphone is equalled to declaring all the time where I am, where I go, or what do I say and to whom. So we can say the bond with an external system is overwhelming, and this system is not only economical, but political. In Communication terms we can say that if the media system of the Twentieth Century can be represented as a "one to many" model, the modern ICT's have opened the growing possibility of a democratic "all to all" model of communication, but have also deepened the loss of privacy, and the danger of a permanent and omnipresent control

model of “all to One”, whoever this One is.

Notes

1. Hereafter referred to as IE Information Economy.
 2. Nick Couldry, *Metacapital: The Incompleteness of the Media Field* “There is little doubt that, as a sphere of cultural production, the media can prima facie be analysed as a single field, or a collection of fields, (each) with a distinctive pattern of prestige and status, its own values. Indeed, according to Bourdieu, the media’s intermediate position between the cultural and economic poles of the wider cultural field gives it a particular interest as a field. This section notes the positive contribution of field theory to media analysis, before identifying a key tension in its treatment of media power” (2003/04).
 3. In “El ojo de Dios: conectados y vigilados. Los medios como ecología del poder” (The eye of God: connected and watched. Media as ecology of power, author transl.). In this paper we have outlined a short historic periodization of the relations between media, power and social control. (Vizer, E. & Carvalho, 2014).
 4. According to Peirce “the three conceptions of reference: to a fundamental principle, the reference to an object and the reference to an interpretant are fundamental to at least one universal science, logic. It is said logic deals with the second intentions as applied to the first ones” (Peirce 27, 2001).
- According to Nick Couldry: “Reference for a philosopher, or for a linguist, is a relation between an element in a language, like the word John and something in the world (its ‘referent’), such as the flesh-and-blood person John. One half of the relation is a bit of language; the other half of the relation is not. (For some philosophers, but not all, this relation is mediated by a psychological entity, a person’s mental image, or concept, of the thing referred to.)” (p.83)
5. Vizer, Eduardo A., translation of *La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2ª. Ed. 2006, p.250.
 6. Including the growing markets of ‘personal experiences’ such as tourism, pornography, self promotion, participation in virtual communities, etc.
 7. This is a central problem dealing with the political economy of information society (Informational Capitalism). The ways of calculating the value of work has separated from the measurement of time spend in its production, and the velocity and appropriation of information by the public through the circulation process favors the generation (production) of social and economic values separated from physical work.
 8. In several papers (Vizer, 2003, 2008, 2012) we maintained that the concept of information society should refer mostly to the technological ‘infrastructure’ of hardware and ICT operations, mostly due to expert systems, but a ‘soft paradigm’ of communication society is more adequate to describe the dynamics of sociocommunicative practices that characterize our hyper mediated social relations in present societies. The ‘communication society paradigm’ connotes images of libertarian, emotional, sensitive and more democratic social processes.
 9. For instance, education can be viewed as a practice centered in the formation and enrichment of the students, or merely as busyness. The students are prepared according to the ‘ideology’ of the institution, that is to say, prepared for cooperation or for competition in order to confront a competitive market.
 10. Connected. The digital panopticum. “We want to show how the convergence between multiple

systems and networks through which all the information that is produced in any place of the world circulates, and the development of elaborated search programs and the processing of that information, enables and promotes processes of concentration of information in superorganisms". Vizer, translation of the auth. in *Lo que McLuhan no predijo*, La Crujía, Buenos Aires 2014 (288/290).

References

CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris, Nathan p.5-25. 1997.

COULDRY Nick . *Media meta-capital : extending the range of Bourdieu's field theory*. Published in *Theory and Society* 2003/4. http://eprints.lse.ac.uk/17655/1/Couldry_Media_meta_capital_2003.pdf

GORZ, André. *L'Immatériel*. Galiléé, Paris, 2003.

GIDDENS A., BECK U. & LASH S. *Modernização Reflexiva. Política, Tradição e Estética na Ordem Social Moderna*. Ed. UNESP, Sao Paulo, Brazil 1995.

HALL, Richard *Against Educational Technology in the Neoliberal University* CAMRI Seminar Univ. of Westminster Harrow. <http://www.westminster.ac.uk/camri/research-seminars/richard-hall-against-educational-technology-in-the-neoliberal-university> access...

JENKINS, Henry. *Convergence culture*. Aleph, NYU, New York, 2006.

LASH S. & URRY J. *Economías de signos y espacio*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires. Argentina, 1998.

MOSCO, V. "La economía política de la comunicación: una actualización de diez años". *Anuario Ininco* v.17 n.2 . ISSN 0798-2992. Caracas jul. 2005

MOUTIER-BOUTANG Yan: *A bioprodução. O capitalismo cognitivo produz conhecimentos por meio de conhecimento e vida por meio de vida*. IHU No. 216. Humanitas. Unisinos, 23/4/2007.

NEGRI A., & LAZZARATO, M. *Trabalho imaterial, formas de vida e prod. de subjetividade* R. de Janeiro DP&A, 2001.

POSTONE, Moishe. 2003. *The Holocaust and the trajectory of the twentieth century*. In *Catastrophe and Meaning. The Holocaust and the Twentieth Century*, edited by Moishe Postone and Eric Santner, 81–114. Chicago, IL: University of Chicago Press.

SOHN-RETHEL A. *Intellectual and Manual Labour. A Critique of Epistemology*. London, Macmillan, 1976.

VIZER, Eduardo A., *La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2ª. Ed. 2006.
..., *Comunicación y Socioanálisis. Estrategias de investigación e intervención social*. LAP

Lambert Academic Publishing. EAE Saarbrucken, Amazon, Leipzig, 2012.

..., “Comunicación, trabajo y subjetividad. Notas sobre economía política y comunicación en el capitalismo informacional”. www.perspectivalatin.com.ar. En *Perspectiva Latinoamericana* No.1, 2007

..., *Mediatização e (trans)subjetividade na Cultura Tecnológica. A dupla face da sociedade mediatizada*”, Ed. Paulus, São Paulo 2008.

... The challenges of developing a technological culture. Conference, United Nations, New York. 1987

... *Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica*. En *Sociedad Mediatizada* (coord. Denis de Moraes). Gedisa, 2007, Barcelona.

VIZER, Eduardo & CARVALHO, Helenice, “El ojo de Dios: conectados y vigilados. Los medios como ecología del poder”. In *Lo que McLuhan no predijo*. La Crujía, Buenos Aires 2014.

Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina

Prof^a. Dr^a. Daniela Osvald Ramos

Professora de Jornalismo Online e Laboratório de Jornalismo Impresso II no Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE) na USP. Email: dosvald@gmail.com

Prof^a. Dr^a. Egle Müller Spinelli

Professora do curso de jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). E-mail: egle.spinelli@gmail.com

Resumo

A rapidez das transformações tecnológicas altera os processos de se produzir e consumir jornalismo em diversos fluxos midiáticos digitais. Estas mudanças estão gerando uma situação de crise em muitas empresas de comunicação, resultando em demissões em massa. Para reinventar novas frentes de trabalho fora das corporações midiáticas, jornalistas estão criando estratégias de negócio auto sustentáveis que reforcem os princípios investigativos da profissão ao informar sobre questões ligadas aos direitos dos cidadãos e tentar fortalecer a democracia na sociedade. Este artigo pretende discorrer sobre alguns projetos empreendedores que exemplificam estes modelos no jornalismo tanto no Brasil, representados pela Agência Pública e Ponte, como na Argentina, pelas iniciativas do El Puercoespín e Chequeado.

Palavras-chave: Jornalismo independente; jornalismo investigativo; jornalismo brasileiro; jornalismo argentino.

Abstract

The fast changes in the field of technology alter the processes of producing and consuming journalism in various digital media streams. These changes are generating a crisis in many media companies, resulting in massive layoffs. To reinvent new work fronts out of media corporations, journalists are creating self sustainable business strategies that strengthen the investigative principles of the profession to report on issues related to the rights of citizens and try to strengthen democracy in society. This paper aims to discuss some entrepreneurial projects that exemplify these models in journalism in Brazil, represented by the Agência Pública and Ponte, as in Argentina, El Puercoespín and Chequeado.

Keywords: Independent journalism; investigative journalism; brazilian journalism; argentine journalism.

Resumen

Los rápidos cambios en la tecnología alteran los procesos de producción y consumo de periodismo en diversos flujos de medios digitales. Estos cambios están generando una crisis en muchas empresas de medios de comunicación, dando lugar a despidos masivos. Para reinventar nuevos frentes de trabajo de las empresas de medios de comunicación, los periodistas independientes están creando estrategias de negocio sostenibles que fortalecen los principios de investigación de la profesión de informar sobre cuestiones relacionadas con los derechos de los ciudadanos y tratar de fortalecer la democracia en la sociedad. Este trabajo tiene como objetivo discutir algunos proyectos empresariales que ejemplifican estos modelos en el periodismo en Brasil, representada por la Agência Pública y Ponte, como en Argentina, las iniciativas de El Puercoespín y Chequeado.

Palabras clave: Periodismo independiente; periodismo investigativo; periodismo brasileño; periodismo argentino.

1. Introdução: O cenário brasileiro: investigação e independência

Desde o final do século XX, a imprensa vem passando por drásticas mudanças e transformações em diversos setores. Em geral, a equação é a mesma: o acesso às informações pelos meios

digitais tem resultado na diminuição das assinaturas impressas e da compra direta de jornais nas bancas, o que influencia na queda da inserção dos anúncios publicitários, uma das principais fontes de renda das empresas jornalísticas por diversas décadas. Neste cenário, a imprensa jornalística precisa se reinventar e encontrar soluções para capitalizar nas plataformas digitais em virtude das diferentes demandas e públicos diferenciados.

Para se ter uma ideia, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC Brasil), principal referência do país em auditoria multiplataforma de mídia, mesmo com uma pequena queda da circulação dos jornais impressos brasileiros entre 2013 e 2014 (de 4.393.434 exemplares para 4.392.567), as vendas avulsas diminuíram 7,6%, as assinaturas digitais cresceram 7,5% e as edições digitais mais que dobraram de um ano para outro, 118% (500.370 no ano passado, ante 228.944 no ano anterior). Esses números mostram como é cada vez maior a participação das edições digitais no total de circulação. Outro dado a ser levado em consideração é o volume de acesso às páginas de notícias via dispositivos móveis (tablets e smartphones), que em janeiro de 2014 representava 13% do total e, em dezembro já era 27%, mais que o dobro, considerando que o consumidor passou a substituir os tablets pelos smartphones devido ao aumento das telas dos celulares.

Os dados mostram que as plataformas digitais são o futuro da notícia, mas muitas empresas jornalísticas ainda não conseguiram desenvolver estratégias para gerar receitas nos meios digitais e criar modelos de negócio diferenciados daquele que perduraram por décadas: estrutura organizacional vertical e centralizada em grandes conglomerados de empresas privadas de mídia, que visam a produção de notícias em grande escala para um público heterogêneo e abrangente, cuja a maior fonte de rendimentos sempre foi indireta e privada, vinda dos anunciantes. Segundo um relatório divulgado pela Associação Mundial de Jornais e Publishers de Jornais (WAN-IFRA), pela primeira vez, as receitas provenientes da circulação dos jornais no mundo superaram as da publicidade (LORES, 2015). Isto não quer dizer que as pessoas estão comprando mais jornais impressos, mas que a audiência começa a pagar pelo conteúdo digital, seja por meio da compra de assinaturas digitais, paywall ou visualização de publicidade digital. No mercado digital, as empresas de comunicação precisam investir em tecnologia e apostar em novos modelos de negócio, o que nem sempre apresenta resultados imediatos. Neste período de transição e adaptabilidade, uma das práticas mais comuns encontradas pelas empresas para diminuir os gastos é a demissão dos profissionais mais experientes e caros por mais jovens e baratos.

No Brasil, em pouco mais de três anos (2012 a junho de 2015), foram contabilizadas pelo menos 1084 demissões de jornalistas em cerca de 50 redações, incluindo as principais empresas de comunicação, a grande maioria por cortes de custos, de acordo com levantamento feito pelo Volt - agência de jornalismo de banco de dados (SPAGNUOLO, 2015). A Editora Abril foi a que mais demitiu: 163 jornalistas em diversas redações. O Grupo Estado e o Grupo Folha ficaram empatados em segundo lugar no ranking das demissões em redações, com pelo menos 65 jornalistas dispensados. Na sequência vêm o Grupo RBS (54), o portal Terra (50) e o jornal Valor Econômico (50).

Este panorama de demissões e dificuldade de gerar novas receitas coloca o jornalismo tradicional em declínio, e soluções como integrar redações e sobrecarregar profissionais, muitas vezes sem muita experiência, em diversas funções podem gerar o “empacotamento das notícias, ou seja o reaproveitamento de conteúdo inicialmente produzido para um meio em outros meios, o que coloca em risco a credibilidade e a qualidade do jornalismo.

Na busca por um jornalismo sem fins lucrativos e apartidário, muitos jornalistas empreendedores vieram da grande mídia e por algum motivo, demissão, falta de identidade com o veículo, motivação para empreender em seu próprio negócio, saíram de seus empregos e tentam consolidar projetos independentes. “Sobreviver autonomamente é, ao mesmo tempo, um mérito e uma imposição de sua condição, que impõe características peculiares na definição de todos os âmbitos de sua atividade, da escolha de conteúdos até a abordagem de público-alvo, passando pelo tamanho dos custos de pessoal e infraestrutura” (SERVA, p. 21).

Neste panorama, surgem empresas de conteúdo digitais nativas no Brasil, como a Agência Pública, Ponte, BRIO, Think Olga e Jota, que produzem e distribuem conteúdos em plataformas digitais e que nos fazem refletir sobre o papel do jornalismo como formador de opinião pública e porta voz de uma comunicação democrática, pluralista e renovadora. São projetos que produzem jornalismo investigativo e, para isto, precisam de tempo e investimento, fatores que resultam em informação que garanta a circulação do conhecimento atrelado ao interesse público e a renovação social. Como ressalta Sousa (2002, p. 119), “As notícias, ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam da realidade social existente, configuram referentes coletivos e geram determinados processos modificadores dessa realidade”.

O jornalismo empreendedor começa a se instituir no Brasil. Grupos de jornalistas se unem à equipes multidisciplinares formadas por designer, programadores, administradores entre outros para dar aos brasileiros acesso à informações de qualidade e formadora de opinião pública que fortaleça os princípios de uma sociedade mais justa e igualitária. Cabe agora a sociedade civil, empresas, fundações e até incentivos provenientes de políticas públicas apoiarem, colaborarem e fortalecerem estas iniciativas para que consigam se manter em um espaço distinto das corporações midiáticas, que sempre monopolizaram as receitas e as informações disponibilizadas nos meios de comunicação no país.

O cenário argentino: conflitos entre jornalismo e liberdade de expressão

Enquanto no Brasil a preocupação mais urgente entre a classe jornalística são as demissões em massa, a perda de poder econômico das grandes empresas de comunicação que até então empregavam a maior parte dos jornalistas, e a busca por alternativas independentes, na Argentina o debate maior gira em torno das consequências do fim da aliança entre o governo presidencial de Nestor Kirchner com o grupo Clarín e o começo de um ciclo de franca disputa e restrições de leis que regulam e afetam diretamente o grupo midiático, iniciado no mandato de Cristina Kirchner. Este fato, aliado à crise mundial na prática e financiamento do jornalismo fez emergir uma preocupação central entre a classe jornalística na Argentina: a liberdade de expressão.

La evaluación que hicieron los periodistas argentinos de su trabajo consignaba como principal circunstancia la de estar “Condicionado” (55,7%) o ser “Complaciente” (31,6%) (Foro de Periodismo Argentino & Giacobbe y Asoc., 2005). La encuesta posterior confirmaba estos porcentajes agregando el dato de que solo un 2% de los periodistas entrevistados calificaban a la profesión como independiente (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2011). (AMADO, 2013, p. 158).

O contexto argentino não é um fenômeno isolado na América Latina, muito pelo contrário. Equador e Venezuela também são exemplos de governos que intensificaram os meios de comunicação como plataformas de publicização das suas agendas. No Brasil, a cobertura jornalística sobre Extraprensa (USP)

a relação entre o governo e o grupo Clarín tende a entender as ações de Kirchner como restrição ao trabalho jornalístico independente. O jornal O Estado de São Paulo, desde 2011, referencia a disputa como uma “cruzada”. A Editora Abril, na figura do colunista da Veja e um dos ex-diretores editoriais do grupo, Ricardo Setti, assume a posição de que a liberdade de expressão do jornalismo argentino está em perigo. Já Rodrigo Vianna, em coluna da Revista Fórum, considera que Kirchner foi corajosa ao enfrentar o conglomerado midiático do Clarín. Como coloca Amado (2013, p. 161) o maior desafio é entender quais são as reais pressões pelas quais os jornalistas e o jornalismo estão submetidos, que não são iguais em todos os países. A autora ainda elenca questões que não dizem respeito só ao contexto argentino, mas também de toda a América Latina: a divisão entre “jornalismo militante” e “jornalismo profissional” e o fato dos países latinos terem vivido ditaduras militares, regimes políticos nos quais a relação entre governo e liberdade de imprensa foi comprometida historicamente.

O Foro de Periodismo Argentino (<http://www.fopea.org/>), criado em 2008 e financiado por seus membros e outras entidades que não ligadas ao governo, se propõe a melhorar a qualidade do jornalismo “(...) a través de la capacitación profesional, la elevación de los estándares éticos y la defensa de la libertad de expresión”. Seu diagnóstico da situação no país guarda similaridades com o contexto brasileiro, salvo a falta de dados estatísticos: a ausência de consenso ético e de qualidade na profissão, que podem causar danos à qualidade do jornalismo e consequentemente na democracia; a precarização da profissão, causada em parte pelas dificuldades econômicas dos meios tradicionais; a crise da relação com a audiência, que tem preferido o “infotimento”, o que também causa flexibilizações perigosas na conduta jornalística. Somente em um ponto o Brasil guarda certa vantagem: a aprovação recente, em 2011, da Lei de Acesso à Informação (LAI) que ao menos salvaguarda o direito dos jornalistas de pedirem acesso a qualquer tipo de informação que seja pública, mesmo que o retorno não seja, na maioria das vezes, rápido e eficiente. No mapa das leis de acesso à informação pública na América Latina publicado pelo Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, vemos que a Argentina ainda aprovou uma lei que “regulamente o acesso a informações em âmbito nacional e em todos os níveis da administração pública, embora diversos projetos tramitem no Congresso”.

Neste rápido panorama será que é possível criar projetos inovadores, que atendam a demanda de um nicho de mercado, estabelecendo novos modelos de produção e distribuição, com gêneros alternativos de conteúdo, uma relação diferenciada entre produtores e público e, somado a tudo isto, um jornalismo auto sustentável, apartidário, que mantenha os parâmetros éticos e a preocupação em formar uma opinião pública esclarecida quanto aos direitos e deveres dos cidadão? Mapeamos quatro iniciativas chamadas de “jornalismo independente” no Brasil e na Argentina, que apresentamos a seguir.

Iniciativas do jornalismo independente no Brasil e Argentina

No Brasil existem projetos jornalísticos independentes que começam a se consolidar, como a Agência Pública e a Ponte.

A **Agência Pública** (<http://apublica.org/>) foi fundada em 2011 pela jornalista Marina Amaral, que trabalhou em grandes veículos como Folha de São Paulo, TV Record e Revista Caros Amigos, e por Natália Viana, que foi repórter do Terra e do Caros Amigos e já colaborou com diversas publicações nacionais e internacionais. O projeto tem como proposta praticar um jornalismo investigativo, sem fins lucrativos e voltado para a produção de grandes reportagens com

temáticas que despertem o interesse público para questões que promovam uma sociedade informada e ativa na luta pelos direitos humanos. O projeto vem se destacando pelo modelo de negócio que desenvolve para se monetizar: financiamento por meio de fundações, doações de pessoas físicas ou instituições, e recursos provenientes de campanhas de crowdfunding. Nesta última, o capital arrecadado é investido em um concurso de bolsas para jornalistas que queiram realizar grandes reportagens.

Em 2015, a meta de arrecadação pela plataforma de financiamento coletivo Catarse foi de R\$ 50.000,00. Após 45 dias de campanha, 963 pessoas doaram e foi atingido o valor de R\$ 70.224,00, quantia destinada a produzir 14 reportagens. As pautas são propostas por jornalistas independentes, disponibilizadas no site da Pública e selecionadas pelos leitores/doadores, que conforme a quantia doada tem determinado tipo de envolvimento com o processo de produção da notícia e com o próprio fazer jornalismo. Por exemplo, quem contribui com até 35 reais pode acompanhar a apuração dos repórteres e participar de discussões sobre o desenvolvimento de pautas em um grupo fechado no Facebook. Quem doa mais que 35 reais participa de hangouts com os repórteres e após a publicação da reportagem podem compartilhar curiosidades e experiências com os jornalistas. Quem contribuir com mais de 135 reais podem participar de encontros na redação da Pública e fazer workshops sobre a prática da realização de uma reportagem investigativa.

Além das bolsas para produção de reportagens a Pública desenvolve programas de desenvolvimento profissional para capacitar jovens jornalistas, além de funcionar como uma incubadora de projetos que apresentem inovação para o jornalismo brasileiro. Foi o que ocorreu em março de 2014 ao ceder espaço e apoiar um coletivo de jornalistas interessados em desenvolver um site independente voltado para os direitos humanos, justiça e segurança pública, chamado Ponte.

A **Ponte** (<http://ponte.org/>) é outro exemplo de jornalismo independente. O Projeto começou a ser concebido em 2013 por três jornalistas que já tinham experiência no mercado tradicional jornalístico e queriam desenvolver um jornalismo que tivesse importância no contexto social: Andre Caramante, que trabalhou em diversos veículos como Folha de São Paulo, Diário Popular e Agora SP; Bruno Paes Manso, que foi repórter do Estadão e revista Veja entre outros; e Claudia Belfort, que atuou como repórter da Gazeta do Povo, Jornal da Tarde e editora-chefe de conteúdo digital do Estadão. Oficialmente o site estreou em 26 de junho de 2014 e hoje conta com 11 jornalistas fixos e muitos colaboradores, que ainda apostam no projeto sem ganhar pelas publicações. O objetivo é monitorar o sistema punitivo no Brasil com o intuito de investigar e denunciar casos de opressão, violência e impunidade cometidos contra a dignidade dos cidadãos.

Desenvolver um trabalho com a finalidade de prover informações e esclarecer sobre os direitos e deveres de minorias desfavorecidas é utilizar o jornalismo como ferramenta para que as pessoas possam compreender o sistema de regras que regem um país e se mobilizem para reivindicar por mudanças que garantam uma sociedade mais democrática.

Como se trata de um segmento específico de jornalismo um outro desafio é conseguir desenvolver um modelo de negócio que consiga gerar receitas para o pagamento dos profissionais e tecnologias envolvidas. Em decorrência desta instabilidade financeira, a grande maioria dos jornalistas da Ponte mantém outros empregos, em empresas ou setores da comunicação pública e/ou privada, mas com a transparência e permissão de poderem conciliar as tarefas e terem liberdade de

não precisarem ter exclusividade com determinado veículo.

Neste primeiro ano, a Ponte esteve muito mais preocupada com reuniões para discutir as pautas, as produções das reportagens jornalísticas e o desenvolvimento do site, etapas que tiveram muito mais investimento dos jornalistas do que retorno financeiro. Caramante (2015) coloca que “hoje estão dedicando muito mais tempo a discutir um modelo de negócio para viabilizar financeiramente a Ponte”. Até o momento, tiveram ajuda da Agência Pública, conseguiram negociar algumas matérias, mesmo recebendo pouco por isso. Segundo Fausto Salvadori, jornalista da Ponte, valores agregados e possíveis monetizações começaram a aparecer a partir de várias frentes interessadas na temática segurança pública, justiça e direitos humanos como: apresentação de seminários, desenvolvimento e treinamento para projetos especiais que envolvem técnicas de pesquisa, apuração, levantamento de dados, relatórios, produção e distribuição de conteúdo especializado. O material produzido posteriormente também alimenta o site da Ponte.

Na Argentina, há um importante projeto que foi precursor do jornalismo independente na América Latina, o **El Puercoespín** (<http://www.elpuercoespín.com.ar/>), revista digital sobre cultura e política, como se definiam, foi fundado pela jornalista Graciela Mochkofsky e seu marido, Gabriel Pasquini, em 2010. Fechou suas portas por falta de financiamento no final de 2014. Em julho do mesmo ano, Graciela ainda esteve no Festival Literário em Paraty (Flip), falando sobre sua iniciativa e do seu livro Estação Terminal, livro que conta a história do acidente de trem em Buenos Aires, que matou 51 pessoas em fevereiro de 2012. Com uma bem sucedida carreira no jornalismo autoral de livros reportagem, Graciela e família moram atualmente em Nova Iorque, onde ela é pesquisadora visitante na New York University. É autora também de Pecado Original – Clarín, lós Kirchner y la lucha por El poder.

Em entrevista à revista Brasileiros, ela resume a trajetória da iniciativa digital da seguinte maneira (BENEVIDES, sem p., 2014):

Desde 2003, eu e meu marido, Gabriel Pasquini, que também é jornalista e escritor, além de meu editor, tínhamos abandonado as redações, frustrados com o panorama do jornalismo argentino. Decidimos, então, tentar algo em que nos reconheçêssemos. Foi assim que criamos o Puercoespín, que agregava os melhores artigos que líamos no mundo, os quais traduzíamos para o espanhol. Também aproveitávamos uma rede de amigos jornalistas e fotógrafos espalhados pelo mundo para publicar suas histórias, além das nossas próprias. Começou como um experimento, mas foi logo adquirindo uma identidade clara, com textos ou posts longos, de histórias do mundo que não se encontrava em outros lugares. Mas quando tivemos um filho, vimos que era impossível continuar, pois era preciso pagar as contas. Lançamos uma campanha de assinaturas, mas o governo limitou muito o poder de compra por cartão de crédito e isso dificultou bastante. Então, decidimos deixá-lo em pausa. Gosto de pensar que em quatro anos o Puercoespín virou uma referência. De qualquer forma, os cerca de 2.500 posts estão lá para quem quiser ler.

Sem um mecenas ou financiadores regulares, o El Puercoespín, apesar da qualidade do seu conteúdo, não teve longevidade. Criar projetos inovadores é possível, mas sustentá-los a longo prazo é o ponto crucial para o jornalismo. Citamos aqui esta iniciativa seguindo a recomendação dos nativos do sistema digital: os programadores. É comum em fóruns comunitários de programadores de várias linguagens compartilharem seus erros em códigos para que outros não venham a cometer os mesmos erros. Assim, parece claro, em 2015, que iniciar um projeto jornalístico digital

sem um planejamento de financiamento a médio prazo é a certeza de que, mais dia menos dia, seus fundadores não poderão mais realizar trabalho voluntário – como é o caso da Ponte.org, que está buscando seu modelo um ano após seu lançamento.

No Relatório de Jornalismo Pós Industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012), uma das recomendações dos autores em relação ao trabalho jornalístico enquanto instituição é criar “guias para novos projetos”, ou seja, que os empreendedores bem sucedidos documentem (p. 66), com o auxílio de fundações, uma “metareflexão” sobre o seu processo, criando, assim, guias para os próximos.

Outro projeto independente na Argentina, o Chequeado (<http://chequeado.com/>), la verificación del discurso público, nasceu em 2009 na esteira da constatação de que a crise jornalística deu espaço ao “jornalismo feito de declarações” – normalmente, o político declara o que ele quer e fica por isso mesmo, já que não há contingente nas redações para a verificação e apuração. O Chequeado foi inspirado no site FactCheck.org, criado em 2003 com a mesma função e, por sua vez, inspirou o colombiano La Silla Vacía (<http://lasillavacia.com/>). A tradição americana chama esta prática de Watchdog, ou “cão de guarda”, que assume um papel de controle do poder (AMADO, p. 162, 2013). O projeto é o principal da Fundación La Voz Pública, sem fins lucrativos, que tem como missão melhorar o debate público e a qualidade de democracia na Argentina.

No próprio site é possível doar, individualmente, todos os meses ou uma única vez, de 50 a 1.800 pesos, cerca 16 a 600 reais. Além das doações, o Chequeado também promove cursos, como o disponível atualmente de jornalismo de dados, e vários projetos financiados por diferentes tipos de entidade, como Justiciapedia, patrocinado pela National Endowment for Democracy, organização americana privada, dedicada a promover condições para a melhoria da democracia.

Tendo como principal porta voz a editora executiva, Laura Zommer, o processo de verificação de discurso de políticos, empresários e jornalistas é feito da seguinte maneira (REVISTA, sem p., 2014):

(...) selecionar uma declaração pública, ponderar sua relevância, consultar a fonte original, consultar uma fonte oficial, consultar fontes alternativas, entender o contexto, confirmar, relativizar ou desmentir a afirmação e qualificar entre uma das nove categorias (verdadeiro; verdadeiro +; verdadeiro, porém; discutível; apressado; exagerado; enganoso; insustentável e falso).

Contando também com a ajuda dos seus seguidores, em um sistema de verificação colaborativo, o Chequeado acompanha os principais jornais do país: Clarín, La Nación, Página/12 e Tiempo Argentino e responde positivamente à nossa pergunta: sim, é possível criar projetos inovadores, com novos modelos de produção e distribuição, relação diferenciada entre produtores e público e jornalismo autosustentável, apartidário, que mantenha os parâmetros éticos e a preocupação em formar uma opinião pública esclarecida quanto aos direitos e deveres dos cidadãos.

Apontamentos conclusivos

Com este artigo, pretendemos dar início a uma pesquisa mais ampla sobre jornalismo, democracia e iniciativas digitais empreendedoras na América Latina. A relação entre jornalismo de qualidade, orientado ao interesse do cidadão regimes democráticos é inquestionável. McChesney (2013) investiga esta relação traçando linhas de compreensão entre a relação entre internet, jor-

nalismo, capitalismo e democracia e chega à conclusão de que (p. 181-182) estamos vivendo uma era do “jornalismo de retrospectiva”, analogia ao “jornalismo de declarações” – por conta da crise de financiamento no setor, não há mais investigação. Os problemas sociais passam a existir somente depois que um desastre acontece; também, as versões oficiais se tornam mais frequentes. A Agência Pública e a Ponte são iniciativas investigativas, e o Chequeado dá conta de ajudar o setor e o público a terem informações mais repercutidas, de forma crítica, do que a publicação de fontes oficiais sem nenhum questionamento.

A visão do autor não é muito otimista em relação à capacidade de iniciativas independentes darem conta da demanda de informação que antes era provida pelas empresas de comunicação, ao contrário dos autores do relatório de Jornalismo Pós Industrial. McChesney defende que (p. 201) é preciso um volume significativo de jornalistas sendo pagos para fazerem jornalismo, e que a preocupação na criação de modelos de negócio para financiamento tira o foco do trabalho que é preciso fazer. Esta foi uma das causas do fim do El Puercoespín. Ele defende, ainda, que a solução ideal seria o financiamento público, apartidário, no qual os cidadãos decidissem qual iniciativa financiar.

Enquanto a crise não chega a um limite no qual soluções como esta terão que ser pensadas em vários países, conjuntamente entre cidadãos e governos, é fundamental mapearmos e entendermos como os jornalistas de países da América Latina, que guardam similaridades culturais e políticas, estão lidando e se preocupando com a qualidade da informação divulgada, principalmente as de cobertura políticas de governos. Talvez, também, e isso cada vez se torna mais plausível, não há uma só solução para a crise do financiamento no jornalismo, mas vários caminhos e possíveis combinações, como nos mostram os projetos CIPER (Chile) <http://ciperchile.cl/>; La Silla Vacía, na Colômbia (<http://lasillavacia.com/>); IDL Reporteros (<https://idl-reporteros.pe/>), no Peru e Animal Político, <http://www.animalpolitico.com/>, no México, todos voltados ao jornalismo investigativo.

O advento das mídias digitais e da internet, ao mesmo tempo que oferecem alternativas para um jornalismo independente e investigativo, fortalecem a concentração e o poder de corporações midiáticas que, em sua grande maioria, representam interesses políticos e ideológicos de determinados grupos dominantes. Na urgência em seguir a velocidade de publicações de seus concorrentes, a produção da informação acaba sendo precarizada e para angariar mais audiência o jornalismo se confunde com entretenimento. Quanto maior o fluxo de notícias, se não existe investimento no setor, menor é a qualidade da informação e mais alienada se torna a sociedade.

Tanto na Argentina como no Brasil vivemos a lógica capitalista dos meios de comunicação. A formação de uma cultura que apoie projetos de jornalismo independente, como ocorre nos Estados Unidos por meio de recursos provenientes de fundações, doações de empresas e do próprio cidadão que paga por um conteúdo de qualidade, ainda precisa ser instituída nos países da América Latina. Sem que haja consciência da importância de um jornalismo comprometido com os interesses dos cidadãos, o acesso à uma informação de qualidade se manterá restrito e os jornalistas continuarão a sofrer a precarização pela redução de salário e perda de postos de trabalho.

O desafio é criar valor para o jornalismo independente, para que se torne auto sustentável, com alternativas de se auto gerir com recursos de financiamentos mistos e sem fins lucrativos, que pode ser realizado pela implantação de financiamentos coletivos, vendas de assinaturas mensais ou pagamento por artigo/reportagem, paywall, mecenato, native adds entre outros. A busca é pela

sobrevivência por um jornalismo comprometido com a sociedade, com qualidade formal e conteúdo, que saiba utilizar das ferramentas digitais para falar com um nicho da sociedade interessado em saber sobre assuntos que envolvem o contexto em que vivem com qualidade de apuração, investigação e seriedade.

Referências bibliográficas

AJURIS. Especialistas avaliam regulação da mídia argentina. Disponível em: < <http://goo.gl/64ysR2>>. Acesso em: 02/07/2015.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Post Industrial Journalism. Adapting to the Present. Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism: 2012. Disponível em: <http://towcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/TOWCenter-Post_Industrial_Journalism.pdf>. Acesso em: 03/03/2013.

AMADO, Adriana. Periodistas_argentinos_entre_la_militancia_y_la_circunstancia. In: O Jornalismo político nos processos eleitorais. 2003. Disponível em: < <https://goo.gl/OoNxBB>>. Acesso em: 3/7/2015.

BENEVIDES, Daniel. Em busca do jornalismo perdido. A argentina Graciela Mochkofsky foi destaque na FLIP 2014. Com um estilo literário e investigativo, ela lançou Estação Terminal, em que conta uma das maiores tragédias em seu país. 2014. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2014/07/em-busca-do-jornalismo-perdido/>>. Acesso em: 06/07/2015.

CARAMANTE, A. André Caramante: depoimento [abril. 2015]. Entrevistadoras: Daniela Oswald Ramos e Egle Müller Spinelli. São Paulo: 2015.

GONÇALVES, Vanessa. “Vivemos a crise do jornalismo declaratório”, declara Laura Zommer do argentino Chequeado. Disponível em: <<http://goo.gl/ncNjm5>>. Acesso em: 03/07/2015.

McCHESNEY, Robert. W. Digital Disconnect. How capitalism is turning the internet against democracy. The New Press, New York: 2013.

MOCHKOFKY, Graciela. Ilusões perdidas. Uma repórter narra a sua trajetória, da glória à agonia dos grandes jornais. Revista Piauí, Flip, 2014. Disponível em: < <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-80/anais-do-jornalismo/ilusoes-perdidas>>. Acesso em: 04/07/2015.

LORES, Raul Juste. Circulação se torna principal fonte de receita para jornais. Folha de São Paulo, 2 de junho de 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/221292-circulacao-se-torna-principal-fonte-de-receita-para-jornais.shtml>>. Acesso em: 10/06/2015.

REDAÇÃO Portal Imprensa. Portal argentino checa declarações de políticos, empresários e jornalistas: 2014. Disponível em: <http://www.portalimprensa.com.br/noticias/internacional/69238/portal+argentino+checa+declaracoes+de+politicos+empresarios++jornalistas>. Acesso em: 05/07/2015.

REVISTA Piauí. Laura Zommer, do Chequeado – Argentina, 2014. Disponível em: < <http://>

revistapiaui.estadao.com.br/blogs/festivalpiaui/geral/laura-zommer-do-chequeado-argentina>. Acesso em: 02/07/2015.

SERVA, Leão. A desintegração dos jornais. São Paulo: Editora Reflexão: 2014.

SPAGNUOLO, Sérgio. A conta dos passaralhos - Um panorama sobre as demissões de jornalistas brasileiros desde 2012. Volt Data Lab, junho de 2015. Disponível em: <<http://www.voltdata.info/projetos/2015/interativo-passaralhos>>. Acesso em: 28/06/2015.

SOUSA, Jorge Pedro. Teorias do jornalismo e da notícia. Chapecó, Argos: 2002.

Em busca do tesouro: rock e juventude em dois momentos do cinema musical brasileiro

Profa. Dra. Sandra Straccialano Coelho

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, Membro do Laboratório de Análise Fílmica e investigadora associada ao Centro de Estudos das migrações e das relações interculturais da Universidade Aberta de Lisboa.

Prof. Dr. Guilherme Maia

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, Mestre em Música pela UNIRIO. Professor da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Póscom) da UFBA.

Resumo

Ação de uma investigação que visa a um mapeamento crítico de filmes musicais latino-americanos que deixaram marcas importantes na História do Cinema da América Latina¹, este artigo dedica-se a falar brevemente sobre a chegada do rock 'n' roll ao cinema lusófono e hispanohablante das Américas e a refletir sobre dois momentos nos quais o rock e outros gêneros abrigados sob o manto da então chamada "música jovem" dominaram trilhas sonoras de musicais brasileiro.

Palavras-chave: Cinema Musical Latino-americano, Cinema Brasileiro, Jovem Guarda, Rock Brasileiro.

Abstract

Action of an investigation aimed at a critical mapping of Latin American musical films that have left important marks in the History of Cinema of Latin America, this article is dedicated to talk briefly about the coming of rock 'n' roll to the Portuguese- and Spanish-speaking cinema in the Americas and to reflect on two moments in which rock and other genres sheltered under the cloak of so called "youth music" mastered soundtracks of Brazilian musical films.

Keywords: Latin American Musical Films; Brazilian Cinema; Youth Front; Brazilian Rock.

Resumen

Acción de una investigación dirigida a un mapeo crítico de películas musicales latinoamericanas que han dejado marcas importantes en la historia del cine de América Latina, este artículo se dedica a hablar brevemente acerca de la llegada de rock 'n' roll al cine de habla portuguesa y hispánica de las Américas, y para reflexionar sobre dos momentos en los que el rock y otros géneros abrigados bajo el manto de la llamada "música de la juventud" dominaron las bandas sonoras de las películas musicales brasileñas.

Palabras clave: Cine Musical Latinoamericano; Cine Brasileño, Joven Guardia, Rock Brasileño.

Como sabemos, na década de 1960, em contingência de forças dos campos da política, da economia, da cultura e dos costumes, os mercados do cinema e da canção popular sofreram importantes transformações em vários países do mundo e não foi diferente nos países líderes na produção cinematográfica latino-americana. Embora não de modo absolutamente sincrônico, tanto na Argentina como no México e no Brasil, a década marca, entre muitas outras coisas, o fim dos ciclos das comédias rancheiras e melodramas cabareteros mexicanos, das películas tangueras argentinas e da comédia musical brasileira, espécies que dominaram o mercado exibidor da América Latina durante as décadas anteriores, fruto de um trabalho de intensa sinergia entre as indústrias fonográfica, cinematográfica e a radiodifusão.

Em um esforço para manter viva a produção de filmes populares com bom desempenho nas registradoras, o veio do musical continuou a ser explorado na década de 1960 na América

Latina, mas, ao contrário das comédias e melodramas “paratodos” das tradições anteriores, alguns musicais, sob forte influência da indústria do entretenimento dos Estados Unidos e da Inglaterra, passaram a ter um determinado público consumidor jovem e urbano como alvo. A flecha, foi o rock. O arco, a televisão. No México, talvez por conta do alto grau de contiguidade geopolítica com os EUA, o rock’n roll já tem presença dominante, em filmes e em seus títulos, no final da década de 1950, como pode ser observado em 3 películas lançadas em 1957: *Los chiflados del rock’n roll* (José Díaz Morales), *El compás del rock’n roll*, ambos dirigidos por José Díaz Morales e *La locura del rock’n roll*, de Fernando Méndez.



Na Argentina, o fenômeno se manifesta com vigor no início dos anos 1960, protagonizado por um grupo de jovens cantores, cantoras e grupos reunidos no programa televisivo *El club del clan* (1963) - um grande fenômeno de audiência - e ligados à 'Nueva Ola', marca cunhada pela gravadora RCA, no final dos 1950, como ação estratégica para disputar o público juvenil com o então hegemônico rock anglófono de Elvis, o twist de Chubby Checker e outras “ondas” e estrelas dos EUA. A 'Neuva Ola' chega ao cinema em 1964 e inaugura uma série de musicais juvenis, comédias românticas com pitadas de aventura, peripécia e confusão. Nas telas, se destacam dois cantores-atores que também atuaram no cinema em áreas como direção, roteiro e produção: Palito Ortega, “el chico triste de las canciones alegres” protagonista de filmes como *El club del clan* (Enrique Carreras, 1964), *Amor en el aire* (Luis César Amadori, 1967) e *Quiere casarse conmigo...?!* (Enrique Carreras 1967)², e Sandro, que, estreia no cinema em 1965, no filme *Convención de vagabundos* (Rubén W. Cavalloti) e segue trabalhando com o gênero musical, em bases regulares, durante as duas décadas seguintes.



A música jovem em musicais brasileiros: a Jovem Guarda

No cinema brasileiro, o rock chega aos poucos, se infiltrando nas famosas chanchadas da Atlântida e de outras produtoras. Em 1957, no filme *De vento em popa* (Carlos Manga), é famosa imitação que Oscarito faz de Elvis Presley no número musical final, apresentado como Melvis Prestes. Em *Minha sogra é da polícia* (Aloísio de Carvalho, 1958) há um número musical em que Cauby Peixoto canta “That’s rock”, acompanhado por uma banda com Carlos Imperial e Roberto Carlos, ainda desconhecidos do grande público, nas guitarras. Em *Vai que é mole* (J. B. Tanko, 1960), Ankito e Anilza Leoni cantam o rock “Você é de morte”.

De modo bastante semelhante ao que ocorreu na Argentina, aqui também foi gerada uma série de filmes a partir de um programa de televisão: o *Jovem Guarda*, programa de auditório exibido pela TV Record, nas tardes de domingo, entre 1965 e 1968. Em torno da santíssima trindade - Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa -, orbitaram no espaço da *Jovem Guarda* intérpretes e grupos como Renato e seus Blue Caps, Wanderley Cardoso, Ronnie Cord, Reynaldo Rayol, Jerry Adriani, Ronnie Von, Demétrius, Os Incríveis, Deni e Dino, Os Vips, Leno e Línian, Martinha, Rosemary, Eduardo Araújo, The Pops, Agnaldo Rayol, Vanusa, Wanderley Cardoso, Jerry Adriani, Waldirene, Renato e seus Blue Caps, Brazilian Bitles, The Fevers, The Jordans, The Clevers, Ed Wilson, Golden Boys, Trio Esperança, Trio Ternura, Trio Esperança, Sérgio Reis e Sérgio Murilo. Os altos índices de audiência do programa e o sucesso de vendas dos long-plays e compactos de intérpretes e grupos que nele se apresentavam levaram rapidamente às grandes telas o rock em português e as baladas românticas que constituíam a matéria prima musical da *Jovem Guarda*. (FRÓES, 2000).

A princípio dividindo espaço com outras manifestações presentes na paisagem radiofônica - e agora também televisiva - da época, no mesmo ano da estreia do programa, o rock entra em cartaz em um filme com a marca registrada dos jovemguardistas no título: *Na onda do ié, ié, ié* (Aurélio Teixeira, 1965). *Rio, verão e amor* (Alcino Diniz, 1967) e *Jovens pra frente* (Alcino Diniz, 1968), também são bons testemunhos de que, na tentativa de sobreviver como indústria, o cinema brasileiro manteve a aposta na canção popular massiva e, muitas vezes, atirou para todos os lados. No primeiro, ao lado de representantes da chamada “música jovem”, como a dupla Os Vips, Wanderley Cardoso e Rosemary, estão, entre outros, Sylvio César - um romântico tangente à bossa-nova -, o samba-soul de Wilson Simonal e a sambista Clara Nunes. No segundo - *Rio, verão e amor* -, temos um compositor de samba como protagonista enquanto a abertura e o primeiro número musical ficam a cargo da bossa-nova ‘Balanço Zona Sul’, introduzida e acompanhada pelo conjunto de bossa-jazz Zumba 5, com direito a extenso improvisado de piano. Ao longo do filme há números musicais com os grupos Renato e seus Blue Caps, Brazilian Bitles e a cantora Lílían (da dupla Leno e Lílían). Já *Jovens pra frente*, mistura no elenco o Rei da Chanchada, Oscarito, com cantores da *Jovem Guarda*, como Rosemary, e do mundo do samba, como Jair Rodrigues e Clara Nunes.

No epicentro do fenômeno, entre 1967 e 1969, surge uma série de musicais nos quais o rock passa a ser a música dominante e os filmes a ter os “ídolos da juventude” esculpidos pela indústria do entretenimento de massa no âmbito do programa *Jovem Guarda* como protagonistas: Jerry, a grande parada e *Em busca do tesouro*, estrelados por Jerry Adriani³; Os Incríveis nesse mundo louco, com o conjunto Os Incríveis; *Juventude e ternura*, com Wanderléa - a “Ternurinha” - no papel principal; Roberto Carlos em ritmo de aventura e Roberto Carlos e o Diamante Cor de Rosa; Agnaldo - perigo à vista, com Agnaldo Rayol e *Pobre príncipe encantado*, estrelado por

Wanderley Cardoso.



Vistos em bloco, esses filmes são comédias românticas aventurescas de trama ingênua, nas quais qualquer análise imanente apontará muito mais problemas do que delícias nos níveis narrativo, dramaturgico, plástico, de encenação e técnico. Em sua maioria, são filmes que interessam mais em uma dimensão contextual: documentos do papel da sinergia com o rádio, o disco e, agora, a televisão, na luta do nosso cinema comercial por sobrevivência em um momento de esgotamento da fórmula do musical carnavalesco, do estrangulamento dos canais de distribuição e exibição, dos orçamentos minguantes, da necessidade de produzir às pressas e da concorrência com a TV. Interessam também do ponto de vista da relação com as nossas tradições cinemusicais anteriores e com a influência dos filmes de Elvis e, principalmente, dos Beatles. Por fim, interessam por permitir colocar em discussão a noção de “público jovem” e de “juventude” neles inscrita. Um dos caminhos para observar alguns dos aspectos mencionados, é atentar para a dinâmica dos números musicais.

Observa-se, em primeiro lugar, a permanência da nossa forte tradição de musicais de bastidores, mas, ao contrário das comédias musicais anteriores, esses filmes passam a alternar com maior frequência performances de palco, números integrados e canções operando também no plano extradiegético, muitas vezes como “protovideoclipes”, a exemplo do que acontece em musicais dos Beatles como Os reis do ié-ié-ié e Help. A dimensão “espetacular” das danças dos musicais da nossa chamada “Era de Ouro” é aniquilada, não há mais performances com elencos, figurinos, coreografias e cenários exuberantes. Em lugar de quadris livres que rebolam, dançam agora na tela plateias compostas por jovens urbanos de classe média, ou cantores e vocalistas com dancinhas de gestual mínimo e contido, mostradas em um regime bem próximo do padrão televisivo de enquadramentos da época. Adeus batucada, coreografias em grandes planos gerais, turbantes, escadarias, frutas e signos audiovisuais de latinoamericanidade. Há também nestes filmes uma espécie de anestesia da malícia erótica afro-latina dos números musicais, elemento chave nas chanchadas. Se os anos sessenta foram palco de uma liberação sexual, os números musicais dos filmes da Jovem Guarda, em geral, parecem ir na direção contrária, bem mais pra Beatles de terninho, do que pra Elvis, the pelvis.

O jovem e a juventude que os filmes da Jovem Guarda configuram em seu tecido audiovis-

ual podem não ser *ipsis litteris* os “rapazes direitos” conformistas descritos criticamente por Arnaldo Jabor, em 1967, no célebre documentário sociológico (BERNADET, 2003) *Opinião Pública*⁴, mas, sem dúvida, as moças e rapazes inscritos nesses filmes refletem muito mais um bom-mocismo moralista e um corpo censurado do que a marca de rebeldia associada ao rock e a alguns filmes de rock da década anterior, como *Sementes da Violência* (Blackboard jungle, Richard Brooks, 1955) e *Juventude transviada* (Rebel without a cause, Nicolas Ray, 1955); assim como em nada se parecem com o jovem lisérgico e libertário que explodiu em som, cores e corpos nus no famoso Festival de Woodstock, em 1969.

Nesse conjunto de filmes, contudo uma obra se destaca em flagrante relevo:



“Não posso, amar, não posso beijar, não posso sofrer”. Segundo depoimento do diretor Roberto Farias⁵, foram estas as condições impostas por Roberto Carlos para estrear o primeiro filme da sua trilogia⁶. Sem sofrimento e sem o beijo que consagra o amor, ou seja, sem peças fundamentais para o funcionamento da engrenagem do sistema melodramático, Farias optou por jogar o jogo da metalinguagem e criou um produto raro na nossa cinematografia. Talvez nenhum filme exponha com tanta clareza o intrincado jogo de forças em ação no campo do cinema brasileiro da época. Parodiando aqui a célebre fala de Alan Williams (1992) acerca de *O cantor de jazz*, podemos dizer que se Roberto Carlos em ritmo de aventura não existisse, ele teria que ser inventado.

Como apontaram negativamente alguns críticos no calor da hora, é inegável que o filme opera como palco para desfile dos sucessos do disco homônimo, lançado um ano antes, e se apropria claramente elementos do musical *Help*, dos Beatles. No entanto, talvez em contingência dos conflitos que então permeavam a prática e o discurso de Roberto Farias - entre um desejo de alinhamento com o chamado filme sério, de tintas neorrealistas, e os vínculos com um cinema popular e comercial (FREIRE, 2012) -, nasceu um filme dentro de um filme, que falam o tempo todo de si mesmos e de outros filmes. Em um regime autoconsciente e intertextual no qual convivem, em boa consonância, paródia, sátira e pastiche, ali estão a chanchada, os novos cinemas, o nosso cinema novo e a televisão. Tudo junto e misturado com grafismo, Beatles, idolatria, ditadura militar, James Bond, cibernética, astronáutica, nonsense e merchandising. Isso tudo, é claro, tendo como ponto de articulação o desfile de alguns dos maiores superhits da história da canção popular brasileira, mostrados, muitas vezes, com uma escrita cinematográfica bastante saborosa, como é o caso do jogo de luz, sombra, enquadramentos e montagem no momento em que o protagonista é mostrado, por meio de planos fechados e em preto e branco, cantando o hit “Negro Gato”.

A recepção crítica da época até reconheceu a qualidade técnica do filme, mas não poupou mais nada. A trilogia de Roberto Carlos, como um todo, soou nas vozes legitimadoras do cam-

po do cinema como filmes oportunistas, escapistas, alienados, politicamente equivocados, meras cópias de filmes estrangeiros, panfletos turísticos ou apenas plataformas para potencializar as vendas de long-plays e compactos. (DIAS Jr., 2012) Reação compreensível, tendo em vista o panorama extremamente politizado e polarizado da época. Autores contemporâneos, como Zeca Kahale e Jocimar Dias Jr, contudo, reunidos no livro Os múltiplos lugares de Roberto Farias, flagram em Roberto Carlos em ritmo de aventura muitas das virtudes detectadas pela nossa análise imanente da obra.

Chamando atenção para o fato de que o musical pode ser considerado o gênero mais explorado pelo diretor Roberto Farias ao longo de sua carreira⁷, Dias Jr. (2012) não vê somente pastiche nas apropriações que o filme faz das chanchadas, dos Beatles e de Elvis. Ao contrário, vê com bons olhos a chave de paródia explorada pelo diretor: “Tal apropriação, se por um lado demonstra o desejo de equiparação com a qualidade técnica do cinema hegemônico, por outro torna claro o gesto paródico de Farias em relação a este mesmo cinema.” – e dá valor de crítica à relação satírica que o filme estabelece com as forças simbolicamente mais potentes do campo do cinema brasileiro da época:

A associação entre paródia e metalinguagem adquire um caráter de crítica ao próprio cinema brasileiro em RC em ritmo de aventura, sobretudo na personagem caricata do “diretor genial” interpretado por Reginaldo Farias, que julga ter poder completo sobre o “filme dentro do filme”. (...) O personagem do diretor, irritado com a perda de controle sobre a obra, esbraveja “Desapareça!” girando com um rifle na mão, numa clara citação ao Corisco de Deus e o Diabo na terra do sol (Glauber Rocha, 1964). (Id., p. 202, aspas do autor).

Mesmo pensando em consonância com vários aspectos das críticas negativas que o filme recebeu, Dias Jr. diz ainda:

Apesar de todos esses pontos de vista serem válidos para a reflexão do filme em questão, é importante salientar a relevância do trabalho de Roberto Farias, principalmente através da utilização de uma série de estratégias menos usuais de decupagem e encenação, como a montagem fragmentada e a metalinguagem explícita no contexto do cinema brasileiro comercial da época.

No mesmo diapasão, Zeca Kahale (2008), talvez um tanto hiperbolicamente, mas, decerto, também com algum grau de justiça, compara a estrutura de Roberto Carlos em ritmo de aventura à do cultuado *8 1/2*, de Fellini (1963). Nossa análise não está sozinha, portanto, quando detecta nesse filme uma aposta ousada de narrativa e encenação, que gerou uma obra que dialogou com as forças simbólicas da época e cumpriu seu destino nas bilheterias. Segundo Paulo César de Araújo (2014), Roberto Carlos em ritmo de aventura foi assistido por 4 milhões de espectadores. Considerando que os dois filmes seguintes da trilogia também fizeram boas bilheterias, ambos com cerca de 2.700.000 espectadores, segundo dados da Ancine, cabe perguntar por que este veio do musical dirigido à juventude deixou de ser explorado na década seguinte, ao contrário do que aconteceu na Argentina com os filmes de Palito Ortega e Sandro, que continuaram a ser produzidos ao longo das décadas de 1970-80. Musicais brasileiros com a chamada “música jovem” como gênero musical dominante só voltariam às telas em meados dos anos 1980, com uma feição bem distinta dos da Jovem Guarda.

BRock e cinema na década de 1980

Atentas a um fenômeno que se manifesta inicialmente em de casas de show, como Noites Cariocas e Circo Voador, no Rio; e Aeroanta, em São Paulo, e, ao mesmo tempo, em contingência da crise que a atinge a partir do início da década de 1980, as indústria fonográfica, em grande parte por conta de um regime de contenção de custos, volta a investir massivamente em bandas de música jovem, produtos que podem ser gravados com um investimento financeiro substancialmente menor. Segundo Eduardo Vicente (2008), no final da década de 1970 prenunciava-se a crise que iria interromper a trajetória ascendente da indústria do disco. Ainda na primeira metade da década seguinte, observa-se nas majors um processo de redução de elenco e a busca por novos mercados e a nichos específicos, como o segmento da música para crianças e para o público jovem. Na área do rock, isso implicou a prospecção de novos artistas e a sua preparação para o mercado fonográfico, ação que viria a gerar o fenômeno que se tornou conhecido como BRock, o rock brasileiro dos anos 1980. (DAPIEVE, 2004; VICENTE, 2008).

A programação da emissoras de rádio e de televisão, assim como as prateleiras das lojas de disco, passaram a ser, pouco a pouco, massivamente ocupadas por grupos como Blitz, João Penca e seus Miquinhos Amestrados, Os Paralamas do Sucesso, Engenheiros do Hawaii, Legião Urbana, Barão Vermelho, Sempre Livre, Gang 90 e as Absurdettes, Biquini Cavado, Hanói Hanói, Hojerizah, Iral, Ultraje a Rigor, Lobão e os Ronaldos, Metrô, Magazine, Grafitti, e cantores como Léo Jaime, Kid Vinil, Lulu Santos, Lobão e Ritchie.

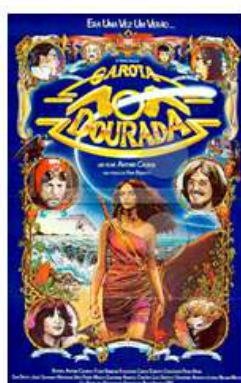
No campo do cinema, a estratégia de explorar um potencial mercado jovem no Brasil, asentada na estratégia que une práticas de produção, distribuição e exibição cinematográficas às dinâmicas do mercado fonográfico e da televisão, tomou um novo fôlego no período. A compreensão desse momento, assim como sua inserção numa possível história do cinema musical em nosso país requer um esforço de análise que seja capaz de articular aspectos sociais, econômicos, políticos e culturais de um determinado momento histórico à consideração de elementos das próprias obras considerados sob a luz do paradigma musical.

De acordo com esse esforço necessário, e considerando que esse artigo trilha um caminho cujas pistas já tem sido levantadas por alguns autores (destacamos, aqui, o trabalho fundamental de Artur Autran sobre o pensamento industrial no cinema brasileiro e, mais especificamente, a análise sociológica de Zuleika Bueno sobre o cinema juvenil no Brasil), o que se pretende agora é delinear uma primeira análise da sinergia particular entre o cinema nacional e o fenômeno da música popular massiva batizado pelo crítico e pesquisador Artur Dapieve (2004) como BRock, dentro da pesquisa mais ampla sobre o cinema musical no Brasil e na América Latina que estamos realizando.

Do ponto de vista das dificuldades de implementação de uma indústria cinematográfica nacional, é sabido que o grande desafio entre nós tem sido, segundo as palavras de Artur Autran, que “para chegar à industrialização era necessário além de produzir filmes, também distribuir e exibi-los. Porém, estas duas atividades já possuíam uma estruturação econômica que não apenas prescindia do produto brasileiro, como este ainda provocava turbulências na sua forma padrão de funcionamento.” (2004, p. 171). Nossa cultura industrial cinematográfica, assim, parece ter centrado suas forças na produção e enfrentado sucessivas dificuldades na proposição de saídas para a consolidação de uma cadeia bem articulada com as etapas fundamentais da distribuição e exibição.

Historicamente, a criação da Embrafilme em 1969, em pleno regime militar, apresentou uma determinada resposta a essa dificuldade – ainda que temporária e com todos os problemas que não cabem aqui e agora discutir.

Contudo, é sabido que mesmo no interior da Embrafilme persistiu uma disparidade considerável entre a produção e a distribuição do produto cinematográfico brasileiro. Os filmes BRock, que aqui nos interessam, foram produzidos dentro desse contexto e contaram majoritariamente com o apoio da Embrafilme durante a década de 1980, delineando um corpus que vai de *Menino do Rio* (realizado por Antonio Calmon em 1981) a *Rádio Pirata* (dirigido por Lael Rodrigues em 1987), passando por títulos como *Garota Dourada*, *Beth Balanço*, *Tropclip*, *Rock Estrela* e *Areias Escaldantes*.



É preciso considerar, ainda, que se tratava de um período que, se por um lado pode ser considerado como o de uma “boa fase” do cinema nacional – marcado pelo lançamento e consagração de títulos como *Pixote*, a lei do mais fraco (Babenco, 1980); *Gaijin*, caminhos da liberdade (Tizuka Yamazaki, 1980); *Eu te amo* (Jabor, 1981) e *O homem que virou suco* (João Batista de Andrade, 1981) –, por outro lado foi aquele a partir do qual se verificou um acelerado processo de desestruturação do campo cinematográfico brasileiro devido, principalmente, a um contexto de crise econômica que veio a culminar na extinção da Embrafilme em 1990.

Esse é, em linhas gerais, o cenário em relação ao qual esses filmes foram ao mesmo tempo fruto e resposta, ao apostarem na exploração de um determinado público consumidor juvenil que vinha sendo articulada simultaneamente em diferentes partes do país nos anos de 1980. Se em São Paulo e na região Sul as propostas dessa exploração foram mais alternativas, tais como o Cinema de Vila ou o movimento do super 8 nos Pampas, a resposta carioca se viu moldada para o consumo e representação de uma juventude burguesa zona sul que tinha como referência o espaço do Circo Voador – palco em que artistas de uma cultura jovem e alternativa já há alguns anos consagrada

no meio carioca pela atuação do grupo teatral Asdrúbal trouxe o trombone, se reunia a bandas de pop-rock que emergiam no mesmo período. Como bem pontua Zuleika Bueno (2008, p.57), “Diferentemente dos grupos paulistas e gaúchos (...), os grupos juvenis cariocas não possuíam um projeto cinematográfico articulado;” porém, “as expressões estéticas e criativas dos grupos juvenis reunidos no Circo foram absorvidas de forma selecionada e fragmentada por um cinema juvenil realizado, principalmente, por profissionais experientes e consagrados.” Dentre esses profissionais figuraram nomes como os da família Barreto, Tizuka Yamazaki e Nelson Motta, por exemplo. Ao apostarem numa equação que reuniu cinema, público jovem e rock nacional, esses agentes formularam, assim, uma tentativa particular de responder às dificuldades do mercado cinematográfico nacional, acionando outros agentes culturais de época, notadamente aqueles de um cenário musical que se encontrava em plena ascensão no período.

Concluindo essas breves considerações contextuais, o que se quis destacar até aqui é o interesse, para a análise desse cinema BRock, de se levar em conta a configuração de um tipo específico de produto cinematográfico que necessariamente deve ser considerado segundo sua inserção em determinadas dinâmicas do campo cultural em um momento específico da história do cinema nacional. Contudo, ao passo que essas dinâmicas e contextos se apresentam a nós como complexos e instigantes em termos de pesquisa, o mesmo não se pode dizer quando nosso olhar de pesquisadores se vê direcionado para cada um dos filmes desse corpus isoladamente, num esforço de análise interna.

Apresentados muitas vezes como algo inovador no panorama do cinema nacional, os filmes BRock, de um modo geral, apostaram em fórmulas e esquemas narrativos que eram velhos conhecidos do público e cujo sucesso instantâneo era esperado nas bilheteiras. Os Beach movies dos anos de 1960, protagonizados por Frankie Avalon, tiveram assim sua releitura carioca anos 80 em *Menino do Rio* e na continuação *Garota Dourada*, por exemplo, incorporando ao mundo do surf outros esportes do momento como a asa delta; outra grande aposta dessa cinematografia foi o clássico tema da busca pela fama por um personagem recém-chegado à “cidade grande”; aqui temos como maior exemplo a jovem Beth que vai de Governador Valadares para o Rio tentar uma chance em uma gravadora ou ainda suas pseudo-cópias de *Tropclip*, filme que inclusive faz questão de explicitar para o espectador sua filiação à Beth Balanço – um dos protagonistas, Emiliano, não só é de Governador Valadares como, em uma das cenas do filme, tenta sem sucesso contatar Beth que, agora como personagem virtual de *Tropclip*, já teria encontrado a fama na cena carioca e poderia ajudá-lo em sua própria trajetória rumo ao sucesso.

Outra grande aposta desse conjunto de filmes também foi a comédia; e comédia de um tipo específico que, se por um lado teve como origem a irreverente geração do Asdrúbal, por outro lado acabou por desembarcar e se estabelecer na Rede Globo, local onde de fato se consagraram nomes como Andréa Beltrão, Diogo Vilela, Débora Bloch e Luiz Fernando Guimarães, dentre outros atores de uma “geração TV Pirata” que atuaram em grande parte dos elencos dos filmes aqui em questão – numa demonstração da tal absorção “selecionada e fragmentada das expressões estéticas e criativas juvenis” por agentes consagrados da indústria cultural.

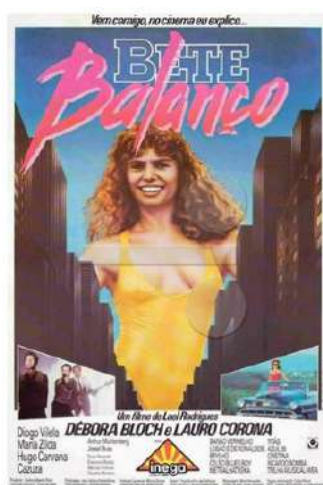
Finalmente, do ponto de vista específico de uma análise da performance musical nesses filmes se observa uma mesma fórmula, com poucas variações, que parece se repetir na maior parte deles. Longe de elaborações cenográficas ou coreográficas sofisticadas, características do musical hollywoodiano ou mesmo de produções brasileiras anteriores, o número musical se vê quase

sempre inserido nos filmes BRock como a performance de palco de diferentes bandas que serão motivadas narrativamente pela presença dos personagens do filme seja como parte do público seja como integrantes do próprio show; em muitos casos, ainda, essa performance musical vai se justificar pelo simples estabelecimento de relações, de modo geral óbvias, entre a letra das canções que são executadas no palco e o momento que é vivido pelos protagonistas na trama.

De um modo geral, é possível dizer que a maior parte das performances de palco que configuram a presença do número musical nesses filmes funcionou como vitrine para bandas do momento, tais como Barão Vermelho, Titãs, Tokyo e Metrô, segundo uma estratégia que respondia diretamente aos anseios do mercado fonográfico. Houve ainda casos menos frequentes, mas bastante característicos das dinâmicas que costumam ser estabelecidas entre os campos do cinema e da música, em que um ídolo da música jovem foi também intérprete de um dos personagens da trama (nesse caso, o exemplo mais bem-sucedido é o de Léo Jaime em *Rock Estrela*).

Apenas em uma ou outra exceção ao que parece ser a regra da performance musical no cinema BRock dos anos de 1980, é que o número musical irá se inserir como ilustração de um desejo ou sonho dos personagens, numa estratégia bastante comum ao gênero musical e que tem como principal efeito opor à realidade difícil vivida pelo protagonista a irrealdade espetacular e sedutora concretizada pelo número musical. Contudo, mesmo nesses momentos, um espectador minimamente conhecedor do gênero musical não pode deixar de notar a pobreza de recursos de cena e de coreografia característicos dessa produção, o que se justifica, ao nosso ver, tanto por uma evidente escassez de recursos como pela tentativa de consolidação de um produto de retorno financeiro alto e de consumo rápido (muitos desses filmes, inclusive, foram anunciados como “filmes de verão”).

Apesar dessa relativa homogeneidade, que permite e justifica uma análise conjunta de tais filmes como parte de uma história do desenvolvimento específico do gênero musical no Brasil, é preciso também chamar a atenção, mesmo que telegraficamente, para a existência de distinções entre os filmes desse corpus. Sob esse ponto de vista, é evidente o protagonismo de *Bete Balanço* nessa produção, justificando a consideração dos demais filmes BRock como seus equivalentes funcionais (BUENO, 2008).



Como nos mostra Bueno (2008, p. 61), citando material de divulgação,

Bete Balanço pareceu para grande parte da opinião pública um cinema completamente inovador. A reação da imprensa demonstrava a eficácia das estratégias de marketing da fita, as quais divulgavam o oferecimento de um produto supostamente inédito no cinema brasileiro: “um filme para um segmento do público jovem que nunca foi visto, sequer ouvido e jamais viu sua imagem em cinema”.

Ainda segundo a mesma autora (p. 62), o filme foi realizado em poucas semanas, com um orçamento de US\$ 60 mil e obteve um bom retorno nas bilheterias: “Conforme os relatos da época, na estreia do filme a avenida Nossa Senhora de Copacabana ficou tomada pelos jovens, que formavam uma fila imensa em frente aos cinemas.” De acordo com dados na Ancine⁸, 1.327.377 espectadores pagaram ingresso para ver Bete Balanço.

Entre as hipérboles do discurso vendedor da obra, as reflexões de Bueno e o afluxo de mais de um milhão de jovens às salas cinema, existe, de fato, um filme do qual se pode dizer que é um produto vitorioso não só do ponto de vista de um momento privilegiado de sinergia entre as indústrias do audiovisual e do jornalismo cultural, mas também sob a perspectiva do filme em si mesmo. A narrativa utiliza como motor principal um dos mais tradicionais do cinema musical: uma cantora em busca de sucesso no ramo do show business, fórmula intensamente explorada no musical clássico de Hollywood e nas comédias musicais brasileiras, por exemplo. Além disso, decerto em decorrência do ritmo de produção e do baixo orçamento, o filme, apesar da fotografia competente e das canções que deixaram marcas profundas na memória de uma geração, está longe de poder ser considerado um obra técnica e artisticamente sofisticada. No entanto, o filme tem a virtude ter levado às telas, talvez pela primeira vez no mundo do cinema comercial brasileiro dirigido ao público juvenil, uma protagonista jovem transgressora, de uma cidade do interior do Brasil, que fuma maconha e vive sua sexualidade sem os freios do moralismo judaico-cristão. Indo da personagem à atriz, não se pode deixar de mencionar o fato de que o trabalho de Débora Bloch, com o suporte de um elenco formado por nomes como Diogo Vilela, Hugo Carvana e Andréa Beltrão, recebeu dos jurados do Prêmio Air France e da Associação Paulista de Críticos de Arte os troféus de melhor atriz. Além disso, o filme faz com que, em seu caminho na luta pelo sucesso, a jovem Bete se depare com os últimos ecos da ditadura militar e com o jogo sujo que se dá nos subterrâneos da indústria do entretenimento. Em Bete Balanço, isso é mostrado não na chave satírica como acontecia na tradição das comédias carnavalescas, mas em regime realista, a exemplo do que acontece em filmes com Rio Zona Norte (Nelson Pereira dos Santos, 1957) e O prisioneiro do rock (Jailhouse Rock. Richard Thorpe, 1957).

O exame dos dois contextos aqui examinados, nos mostra, em primeiro lugar, que o cinema musical brasileiro buscou caminhos de sobrevivência mesmo após o ciclo das chanchadas musicais. Não foi somente esse, é claro, o veio do musical explorado nas décadas investigadas. Nos anos de 1960, os filmes da Jovem Guarda conviveram com comédias musicais nos moldes da chamada “chanchada” como Um candango na Belacap (Roberto Farias, 1961); Briga, mulher e samba (Sanin Cherques, 1961); Virou bagunça (Watson Macedo, 1961); Bom mesmo é carnaval (J. B. Tanko, 1962); Quero morrer no carnaval (Fernando Cortés, 1962); Tio Samba (A. A. A. de Carvalho, 1963) e Carnaval barra limpa (J. B. Tanko, 1967). Na década seguinte, na qual não foi possível encontrar filmes voltados para o público juvenil, o veio do musical passou a ser explorado por diretores ligados, em variados graus, ao contexto que Ismail Xavier (2006) chamou de Cinema Brasileiro Moderno, como É Simonal (Domingos de Oliveira, 1970); Quando o carnaval chegar (Carlos Diegues, 1972); A noite do espantalho (Sergio Ricardo, 1974); Morte e Vida Severina (Zeli-

to Viana, 1977) e Assuntina das Américas (Luiz Rosemberg Filho, 1976). Os filmes do BRock, na década de 1980, chegam às salas de cinema em um contexto no qual estão presentes filmes como Cabaret Mineiro (Carlos Alberto Prates Correia, 1980), Tabu (Júlio Bressane, 1982), A estrada da vida (Nélson Pereira dos Santos, 1983), Ópera do malandro (Ruy Guerra, 1986) e Um Trem para as Estrelas (Carlos Diegues, 1987), provas incontestáveis de que o veio do musical de ficção continuou a ser explorado no âmbito de uma cinematografia com ambição artística e voltada para o público adulto.

Nos dois momentos do nosso cinema musical aqui discutidos, por fim, percebe-se uma dinâmica que buscou a conquista e consolidação de um determinado nicho de mercado juvenil como alternativa viável para a sobrevivência do cinema comercial nacional. Nos dois casos, o elo entre os filmes e o jovem é o rock, o que pode nos levar à inferência de que, ao menos naquela época, para as instâncias responsáveis pela existência desses filmes, no universo da canção popular massiva somente o rock teria potência de atração de jovens brasileiros às salas de cinema para assistir a um musical. A análise dos filmes da Jovem Guarda e do BRock, nos mostra, ademais, que esses filmes são importantes, especialmente, por operarem como registro de um cinema em busca do tesouro e de duas representações da juventude brasileira que dançam, sempre em el compás del rock'n roll, entre os “símbolos do triunfo do rapaz direito” nos filmes dos nossos reis do ié-ié-ié e a delicada nudez transgressora e drogada de Bete Balanço.

Notas

(1) Este artigo foi desenvolvido no âmbito dos estudos preliminares dos projetos de pesquisa “O Cinema Musical na América Latina: ficção, documentários e novos formatos”, apoiado pelo edital FAPESB 11/2013 de Apoio à Formação e Articulação de Redes de Pesquisa no Estado da Bahia, e “Os musicais no Brasil: cinema e televisão”, apoiado pelo edital Universal MCTI/CNPq Nº 14/2013.

(2) Palito Ortega estreia como protagonista de musicais em 1964, em *El club del clan* e segue estrelando filmes do gênero até *Cosa de Locos* (Enrique Dawi, 1981).

(3) O título desse filme deriva também de um programa televisivo: *A Grande Parada*, apresentado por Jerry Adriani e exibido na TV Tupi.

(4) Sobre imagens de jovens de classe média nas ruas e com a canção “Good day Sunshine”, interpretada pelos Beatles, ao fundo, a voz no narrador diz: “A indústria vende aos jovens todos os sonhos. Os principais produtos são o sucesso e a felicidade. O universo dessa moderna indústria é conformista e totalmente isento de angústia. Qualquer traço de revolta é logo vulgarizado em moda. O que surgiu como protesto social, vira estilo de roupa ou corte de cabelo. Os novos uniformes da obediência. Sem dúvida são bons exemplos os ídolos da música jovem, símbolos do triunfo do rapaz direito.”

(5) Em depoimento concedido a esta pesquisa, realizada no dia 03/09/2015, no Rio de Janeiro. Trecho editado contendo a fala disponível em <http://lafposcom.com.br/entrevista-com-rob-erto-farias/>

(6) Roberto Carlos em ritmo de aventura (1968); Roberto Carlos e o diamante cor-de-rosa

(1968); Roberto Carlos a 300 km por hora (1971), todos dirigidos por Roberto Farias. O último filme da trilogia não faz parte do nosso corpus por não ser uma obra enquadrável da chave dos musicais.

(7) Roberto Farias começou a carreira na Atlântida, como assistente de diretores como José Carlos Burle e Watson Macedo. Função na qual trabalhou em muitas comédias musicais. Como director, assinou 3 obras do gênero: Rico ri à toa (1957), No mundo da lua (1958) e Um candango na Belacap (1961).

(8) Disponível em http://www.ancine.gov.br/media/SAM/2008/filmes/por_publico_1.pdf. Acesso 22/10/2015.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Paulo César de. O réu e o Rei. São Paulo: Companhia das Letras, 2014

AUTRAN, A. O pensamento industrial cinematográfico brasileiro, tese apresentada para obtenção do título de doutor em Multimeios no Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004,

BERNARDET, Jean-Claude. Cineastas e Imagens do Povo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

BUENO, Z. As harmonias padronizadas da juventude: a produção de um cinema juvenil brasileiro, Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, vol. 5, n.13, jul. 2008, p. 41-69.

DAPIEVE, Arthur. BRock: o rock brasileiro dos anos 80. São Paulo: Editora 34, 2004.

DIAS Jr., Jocimar. Dois Robertos em ritmo de musical. In. CHALIPE, Hadija e NETO, Simplício. Os múltiplos lugares de Roberto Farias. Rio de Janeiro: Jurubeba Produções, 2012, p. 200-203.

FREIRE, Rafael de Luna. In. CHALIPE, Hadija e NETO, Simplício. Os múltiplos lugares de Roberto Farias. Rio de Janeiro: Jurubeba Produções, 2012, p. 108-119.

FRÓES, Marcelo. Jovem Guarda: em ritmo de aventura. São Paulo: Editora 34, 2000.

KAHALE, Zeca. Roberto Carlos em ritmo de aventura, o 7 ½ de Farias. In. CHALIPE, Hadija e NETO, Simplício. Os múltiplos lugares de Roberto Farias. Rio de Janeiro: Jurubeba Produções, 2012, p. 158-162.

VICENTE, Eduardo. Segmentação e consumo: a produção fonográfica brasileira – 1965/1999. ArtCultura, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 103-121, jan.-jun. 2008.

WILLIAMS, Alan. Historical and theoretic issues in the coming of recorded sound to cinema. In. ALTMAN, Rick. (Org.). Sound theory, sound practice. Nova Iorque: Routledge, 1992.

XAVIER, Ismail. Cinema Brasileiro Moderno. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

Filmografia referida

A estrada da vida (Nélson Pereira dos Santos, 1983)
A noite do espantalho (Sergio Ricardo, 1974)
Agnaldo – perigo à vista (Reynaldo Paes de Barros, 1969)
Amor en el aire (Luis César Amadori, 1967)
Areias Escaldantes (Francisco de Paula, 1985)
Assuntina das Américas (Luiz Rosemberg Filho, 1976)
Bete Balanço (Lael Rodrigues, 1984)
Bom mesmo é carnaval (J. B. Tanko, 1962)
Briga, mulher e samba (Sanin Cherques, 1961)V
Cabaret Mineiro (Carlos Alberto Prates Correia, 1980)
Carnaval barra limpa (J. B. Tanko, 1967).
Convención de vagabundos (Rubén W. Cavalloti, 1965)
De vento em popa (Carlos Manga, 1957),
É Simonal (Domingos de Oliveira, 1970)
El club del clan (Enrique Carreras, 1964)
El compás del rock'n roll, (José Díaz Morales, 1957)
Em busca do tesouro (Carlos Alberto de Souza Barros, 1967)
Eu te amo (Arnaldo Jabor, 1981)
Gaijin, caminhos da liberdade (Tizuka Yamazaki, 1980)
Garota Dourada (Antonio Calmon, 1984)
Help! (Richard Lester, 1965)
irou bagunça (Watson Macedo, 1961)
Jerry, a grande parada (Carlos Alberto de Souza Barros, 1967)
Jovens pra frente (Alcino Diniz, 1968),
Juventude e ternura (Aurélio Teixeira, 1968)
Juventude transviada (Rebel without a cause, Nicolas Ray, 1955)
La locura del rock'n roll (Fernando Méndez, 1957)
Los chiflados del rock'n roll (José Díaz Morales, 1957),
Menino do Rio (Antonio Calmon, 1981)
Minha sogra é da polícia (Aloísio de Carvalho, 1958)
Morte e Vida Severina (Zelito Viana, 1977)
Na onda do ié, ié, ié (Aurélio Teixeira, 1965)
O homem que virou suco (João Batista de Andrade, 1981)
O prisioneiro do rock (Jailhouse Rock. Richard Thorpe, 1957).
Ópera do malandro (Ruy Guerra, 1986)
Opinião Pública (Arnaldo Jabor, 1967)
Os incríveis nesse mundo louco (Brancato Junior, 1967)
Os reis do ié-ié-ié (A hard day's night. Richard Lester, 1964)
Pixote, a lei do mais fraco (Babenco, 1980)
Pobre príncipe encantado (Daniel Filho, 1969)
Quando o carnaval chegar (Carlos Diegues, 1972)
Quero morrer no carnaval (Fernando Cortés, 1962)
Quiere casarse conmigo...?! (Enrique Carreras 1967)

Rádio Pirata (Lael Rodrigues em 1987)
Rio Zona Norte (Nelson Pereira dos Santos, 1957)
Rio, verão e amor (Alcino Diniz, 1967)
Roberto Carlos e o Diamante Cor de Rosa (Roberto Farias, 1968)
Roberto Carlos em ritmo de aventura (Roberto Farias, 1968)
Rock Estrela (Lael Rodrigues, 1986)
Sementes da Violência (Blackboard jungle, Richard Brooks, 1955)
Tabu (Júlio Bressane, 1982)
Tio Samba (A. A. A. de Carvalho, 1963)
Tropclip (Luiz Fernando Goulart, 1985)
Um candango na Belacap (Roberto Farias, 1961)
Um Trem para as Estrelas (Carlos Diegues, 1987)
Vai que é mole (J. B. Tanko, 1960)

Publicidade on-line: comunicação interativa

Lucilene dos Santos Gonzales

Profa. Dra. Do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp de Bauru. Orientadora da iniciação científica Convergência Midiática e Internet: uma proposta de ampliação da estratégia de comunicação da Agência Propagação e das propagandas do Minuto Consciente, realizada por Daniele Ferreira Seridório. Financiamento Fapesp 2012/13. lucilenegonzales@uol.com.br.

Daniele Ferreira Seridório

Graduada em Jornalismo, FAAC, Unesp de Bauru, 2013. Mestranda do programa de pós-graduação stricto sensu Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp de Bauru. Orientanda da iniciação científica Convergência Midiática e Internet: uma proposta de ampliação da estratégia de comunicação da Agência Propagação e das propagandas do Minuto Consciente. Financiamento Fapesp 2012/13. daniseridorio@gmail.com

Resumo

A publicidade na era digital reconfigurou-se; seus tradicionais paradigmas estão obsoletos, principalmente no que diz respeito à interação com seu público-alvo. Antes considerada uma comunicação em um só sentido, em que o fabricante e o anunciante se dirigem a um público que não podiam responder à comunicação emitida, agora o consumidor tem voz opina sobre a marca e é também co-produtor de marcas e produtos. As plataformas e estratégias dessa publicidade online interativa são objeto de reflexão deste artigo.

Palavras-chave: Publicidade online, Interatividade, Marketing digital.

Abstract

In digital era advertising had suffer a transformation, the traditional methods are now obsolete, especially when it comes to interaction with the target public. Before this, advertising was considered as a one way communication, where the brand talks to the public, who only received the message, with no power to respond to it. Now a days, with digital platform, the consumer have ways to interact with advertising by responding to messages and acting like co-producers. This way, the digital platforms and the strategies of online advertising are the objects of this article discussion.

Keywords: Online advertising; Interaction; Digital marketing.

Resumen

La publicidad sufrió una revolución en la era digital, sus métodos tradicionales están obsoletos ahora, especialmente en la interacción con el público. Antes, la publicidad era considerada una forma de comunicación en un solo sentido, en que la marca se dirigía al público, y el no podía responder al mensaje. Hoy día, con los medios digitales, el consumidor tiene voz y puede opinar sobre la marca y actuar como agente productor de marcas, productos y mensajes. Las plataformas y las estrategias de la publicidad online y interactiva son los objetos de la reflexión del ensayo.

Palabras clave: Publicidad online; Interactividad; Marketing digital.

1. Introdução

Nossa sociedade vive um novo fenômeno técnico, social, político, mercadológico: a cultura de convergência em que o potencial das novas mídias digitais e comunidades virtuais possibilitam formas de comunicação interativas e colaborativas.

Denominada cibercultura, esse cotidiano contemporâneo imerge o homem pós-moderno

num ambiente online e digital, meio imaterial dominado por bits e códigos binários que começou a nascer, após a Segunda Guerra Mundial. Este novo sistema técnico - a energia nuclear, informática e engenharia genética- afetou o cotidiano de forma radical com a instauração da sociedade do consumo e do espetáculo.

Essa reestruturação social e cultural potencializou-se com o fenômeno da globalização, impulsionado em grande escala pela Internet, tecnologia que permitiu o desenvolvimento de novas formas digitais de comunicação midiáticas que passou a utilizar a web como uma plataforma de transmissão.

Nesse ambiente online contemporâneo, a circulação de informações não obedece ao esquema da difusão centralizada da informação massiva um-todos; a mídia digital permite a interação todos-todos. No universo da web, pessoas que não tinham acesso à produção de conteúdo agora podem consumi-lo e produzi-lo, afetando diretamente as marcas.

Engrenagem da cultura da sociedade, a publicidade agora também está online nesse novo paradigma comunicacional, explorando nos novos media a interatividade com o consumidor.

A primeira aparição da publicidade online interativa foi a publicação de banners na internet, imitando a mídia tradicional; nesta forma de publicidade, a interatividade resumia-se a um click do consumidor para ir à página do anunciante. Mas a interação do público com as marcas não parou por aí.

Na era das redes sociais, a publicidade online utiliza-se de estratégias de marketing digital como o marketing de conteúdo, mídias sociais – blogs, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram-, interagindo em graus diferentes com seus consumidores para a gestão das marcas.

Trata-se do conhecimento compartilhado, um processo social que ocorre nas redes sociais, onde cada indivíduo contribui com um fragmento do conhecimento - inteligência coletiva-, expondo sua opinião e compartilhando sua experiência com outros internautas em escala digital e global.

Essas formas de comunicação interativa da publicidade online com seus públicos são objeto de estudo deste artigo que pretende descrever as plataformas e estratégias dessas mensagens mercadológico-interativas na cultura de convergência.

2. A reconfiguração da publicidade na era digital

A convergência cultural é um fenômeno contemporâneo em que ocorrem transformações culturais, sociais, tecnológicas e mercadológicas.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

Diferente de contexto contemporâneo, Gonzales (2003, p. 14) definiu, na era analógica, o

texto publicitário como uma comunicação em um só sentido, em que o “o fabricante e o anunciante se dirigem a um público que não pode responder à comunicação emitida; nesse sentido, o discurso publicitário é autoritário (Citelli, 1995, p.46), pois não há como o receptor do anúncio manifestar sua opinião sobre a mensagem recebida”.

Existiam, nessa época, raras possibilidades de interatividade na publicidade. Em 1908, um anúncio da Casa Mangueira, com o desenho de um chapéu de um lado e de uma cabeça de um homem de outro, separados por uma linha vertical, convidava o leitor a aproximar seu nariz no centro do anúncio para ver o chapéu, produto propagado, se acomodar na cabeça do homem (CARRASCOZA, 1999, p. 166-8).

Aparecem também anúncios interativos a partir de 1990, utilizando aroma, ‘facas especiais’, em 3D ou apenas títulos que visam quebrar a leitura passiva do receptor, levando-o a ser ativo na decodificação da informação. Essa interatividade, alerta Carrascoza (1999), não era tão usada pelo custo elevado.

Podemos inferir também que a manifestação máxima do consumidor, na era analógica dos meios de comunicação de massa, era não atender ao pedido do anunciante e não comprar o produto ou serviço ou não acatar a ideia proposta na mensagem.

O advento da internet, porém, quebrou esse paradigma de quase total unilateralidade da comunicação publicitária e contemporaneamente a comunicação com o público-alvo da mensagem tornou-se uma comunicação de todos para todos, já que o fabricante/anunciante, agência e público dialogam, na mídia digital, e este último expõe sua opinião sobre a mensagem recebida, ou sobre produtos e serviços nas diversas plataformas digitais. Dizemos, então, que, na era digital, há interação em diversos níveis com a finalidade também de persuadir, seduzir esse consumidor, incitá-lo ao consumo e fortalecer a marca da organização.

3. A publicidade digital na era da convergência midiática

Contemporaneamente, vivemos o fenômeno da possibilidade total de interação e fluxo de comunicação dentro das mais variadas esferas comunicacionais; a sociedade tem a seu dispor a comunicação multidirecional, na qual o público é parte fundamentalmente integrante do fenômeno digital, o chamado multiprotagonismo da sociedade, agora colaborativa, participativa e com conteúdo descentralizado.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

Quando falamos em mídias na Internet, temos de levar em consideração que sua característica multimídia e que o formato e estrutura de cada site cria uma forma diferente de veiculação da mensagem. Antes da existência da banda larga não havia como utilizar de forma eficiente o vídeo e a animação com o Youtube que literalmente criaram uma nova mídia, permitindo a veiculação de vídeos na internet. Com o aumento da capacidade dos computadores surgiu o Java e o

Flash, e com eles a possibilidade de criação de animação e jogos on-line, novamente criando uma nova mídia na Internet (TORRES, 2009, p. 242).

A interatividade, antes pouco explorada nas mídias tradicionais, na era digital é sua principal estratégia de comunicação.

A internet é um meio de comunicação bidirecional, interativo. As pessoas sempre sentiram falta de se expressar na mídia, seja pela televisão, pela mídia impressa ou pelo rádio. Esses meios sempre significaram alguma forma de interação, mas em, em geral, com um volume e destaque muito inferior ao que se dá em uma matéria ou à publicidade. Assim, o consumidor podia enviar uma carta para o jornal ou ligar para o rádio, mas ficava em um canto chamado “palavra do leitor” ou algo assim (TORRES, 2009, p.36).

E a interatividade não é apenas um fenômeno técnico. Após o advento das mídias digitais, que modificou hábitos diários das pessoas, revolucionou a informação, estabeleceu parâmetros de comportamento e impôs profundas mudanças nos relacionamentos, principalmente após o surgimento das mídias sociais, verificamos que o marketing e a publicidade on-line reconfiguraram-se.

Agora a interação deve ser percebida como uma questão de base e não apenas como uma característica intrínseca que não exige reflexão. Há gradações de intensidade e variações qualitativas que se encontram nas interações em ambientes informáticos. Ainda existe a interação construída durante o processo de relação entre os interagentes, que vai além da interação reativa programada por antecedência (PRIMO, 1998).

Silva (2000, p. 11), no mesmo sentido, reflete sobre a interatividade na contemporaneidade:

Emerge como a instauração de uma nova configuração tecnológica (no sentido das tecnologias informáticas conversacionais), e de uma nova dimensão mercadológica (no sentido da busca do diálogo entre produtor-produto-cliente). Mas isso ocorre imbricado em transformações que se dão na esfera social, onde se pode observar não mais a pregnância da passividade da recepção diante da emissão do produto acabado, mas uma crescente autonomia de busca onde cada indivíduo faz por si mesmo, num ambiente polifônico, polissêmico que vem à tona quando ocorre o enfraquecimento dos grandes referentes que determinavam significações ou verdades acabadas para o consumo passivo das massas (SILVA, 2000, p. 11).

Esse autor reforça a ideia de criação conjunta, em que o receptor ‘passivo’ torna-se “co-autor, co-criador, verdadeiro conceitor”, estando a noção de interatividade assentada nos binômios participação-intervenção, bidirecionalidade-hibridação e permutabilidade-potencialidade (SILVA, 2000, p. 12).

A internet tornou-se, dessa forma, um ambiente que afeta o marketing da empresa de diversas formas, seja na comunicação corporativa, seja na publicidade, e continuará afetando o marketing mesmo que a organização não invista um centavo nela. Ao contrário da mídia tradicional, em que o controle é dos grupos empresariais, na internet o controle é do consumidor. Assim, mesmo que a organização não participe dela, os consumidores estarão lá, falando sobre os produtos e serviços, comprando a empresa com as dos concorrentes, e, finalmente, buscando formas de se relacionar com sua marca (TORRES, 2009, p. 61).

4. Formas de publicidade online interativa

Como a publicidade é uma ferramenta do marketing digital, focada na promoção/comunicação de produtos, serviços e ideias, a Internet apresenta-se como uma mídia de infinitas possibilidades para a veiculação publicitária.

Nessa nova fase midiática, a internet vem dando novos moldes à publicidade que pode lançar mão de recursos tradicionais muitas vezes como a divulgação de panfletos em vias públicas, ou a poluição visual nas ruas. A internet viabiliza um acervo de publicidade em um clique, de uma forma mais simples e rentável, especialmente quando se refere aos banners como forma de publicidade online.

Os banners são, sem dúvida alguma, a forma mais simples e direta de publicidade na Internet. Podem ter diversos formatos e são apresentados em posições definidas no site. O conceito do banner é simples e similar ao do anúncio em revistas e jornais. O consumidor está acessando a página, vê o banner e recebe a mensagem publicitária. Em geral, um clique sobre o banner leva ao site do anunciante, mas existem banners que apresentam somente o endereço do anunciante (TORRES, 2009, p. 245).

A publicidade online, porém, expandiu-se para muito além dos tradicionais banners. Hoje as alternativas são inúmeras, e as tecnologias que podem ser empregadas também. O mais importante é entender que se trata de um modelo diferente de veiculação publicitária na televisão, no rádio, na mídia impressa ou na mídia exterior, e copiar peças dessas mídias para a publicidade on-line pode não ser a melhor alternativa (TORRES, 2009, p.78).

Segundo esse autor, para desenvolver estratégias de marketing e publicidade digital, deve-se levar em consideração o comportamento, a intenção, o desejo e as necessidades das pessoas usuárias da Internet que buscam essa mídia para interagir em quatro atividades básicas: relacionamento, informação, comunicação, diversão.

O grande uso pelos internautas de redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram, Myspace fez com que os profissionais de marketing logo se apropriassem do uso desse terreno fértil digitalizado, incorporando-as para as organizações de forma mercadológica, rentável e viável. O uso dessas mídias permitiu e fez com que tablets, smartphones e notebooks deixassem as pessoas mais tempo conectadas, tendo assim uma maior vulnerabilidade diária para publicidade.

Com a publicidade na internet se tornando a nova mídia central no mundo atual, uma das vantagens é a facilidade de uma campanha alcançar um público extremamente segmentado, contando com a interatividade que o consumidor conquistou nessa era do marketing digital.

O uso do modelo (comunicação, informação, relacionamento e diversão) permite entender que o consumidor usa o Google principalmente para buscar informações e não para encontrar sites, portanto, dará mais atenção ao conteúdo do que a qualquer publicidade. Surge então a necessidade de se criar uma estratégia de marketing baseada em conteúdo (TORRES, 2009, p. 66).

Essa nova estratégia de comunicação mercadológica, o marketing de conteúdo

é o uso do conteúdo em volume e qualidade suficientes para permitir que o consumidor encontre, goste e se relacione com uma marca, empresa ou produto [...] Trata-se de aproveitar a dinâmica já criada na Internet, entre consumidores e ferramentas de busca, e utilizar isso a seu favor. A ideia é gerar conteúdo genuíno, útil e relevante para o consumidor, isento de interferência comercial (TORRES, 200, p. 87).

Ações efetivas de marketing de conteúdo oferecem informações relacionadas ao produto ou marca e atingem o mesmo público-alvo. As mídias e redes sociais também auxiliam na divulgação e difusão do conteúdo que é produzido para a mídia tradicional e digital. O Facebook, por exemplo, é um grande aliado nas publicações no blog e no canal do You Tube, já que poucas pessoas acessam todas as suas redes sociais. Por isso, é preciso integrá-las com estratégias de divulgação constante, explorando o marketing de mídias sociais para veicular conteúdo.

O ponto mais importante na mídia social é a possibilidade de relacionamento, assim, a marca passa a fazer parte do dia-a-dia dos públicos e passa a entender melhor seus gostos e comportamento.

O marketing de relacionamento consiste em uma estratégia que visa construir ativamente relacionamentos duradouros entre a empresa e seus clientes, contribuindo para garantir resultados sustentáveis. O objetivo maior é manter o cliente por meio da confiança, credibilidade e sensação de segurança transmitidas pela empresa (TORRES, 2009, p. 117).

As redes sociais devem promover divulgação do conteúdo produzido em seu blog e site institucional, e estabelecer comunicação e relacionamento com o internauta consumidor.

Outra maneira de explorar a produção de conteúdo é pela criação de peças virais. O chamado marketing viral é a versão digital do antigo boca-a-boca.

a ideia (do marketing viral) é criar uma mensagem que se comporte na Internet como se fosse um vírus e se espalhe pela rede espontaneamente, de consumidor em consumidor. Aqui a palavra vírus nada tem a ver com os vírus que infectam computadores, mas sim com o ato espontâneo de um consumidor enviar a mensagem para vários outros (TORRES, 2009, p. 191).

O formato mais comum de produção viral são os vídeos, mas imagens também são utilizadas com essa finalidade. Uma ação de marketing viral, como qualquer outra ação, deve ter público-alvo, objetivo e mensagem a ser passada.

A peça viral é o elemento de transporte da sua mensagem. Pode ser um vídeo, um widget¹, um jogo em Flash, uma música ou qualquer outro tipo de serviço ou produtos que você cria para ser distribuído livremente e propagar sua mensagem. A peça viral é o elemento visível do marketing viral, mas não é o único. É importante porque é o que dará o impulso e criará o interesse necessário para que siga em frente de mão em mão, de boca em boca [...] A rede de distribuição, ou qualquer propagação, é a rede social ou meio pelo qual a peça viral será transmitida. É o suporte físico da peça viral, e muitas vezes é também a rede pela qual os consumidores passarão a mensagem adiante (TORRES, 2009, p. 194).

A publicidade nas mídias sociais, assim como os conceitos de marketing nas mídias sociais, está ligada à produção de conteúdo colaborativo, publicação de vídeos, fotos e artes gráficas virais. No caso de redes sociais, como, por exemplo, o Facebook, as possibilidades são restritas, pois a rede

é fechada e controlada por uma empresa. Para Torres (2009, p. 243), é mais adequado publicar com banners, aplicativos e widgets sociais.

O podcast também pode ser utilizado como publicidade online.

o podcast é a transmissão de áudio on-line. Ele pode ser utilizado para transmitir uma entrevista ou explicação, ou ainda para criar um verdadeiro programa de rádio na Internet. O podcast teve ciclos de sucesso e fracasso no Brasil e, nos últimos anos, voltou com força. Tecnicamente, o podcasting permite a transmissão de qualquer arquivo de áudio ou vídeo, mas aqui nos referimos somente ao podcast de áudio (TORRES, 2009, p. 244).

A Internet utilizada como meio de publicidade inova também a relação tradicional cliente-agência-mídia, já que agora a própria agência mantém a suas plataformas de mídia no meio digital. E o próprio cliente pode propor ações em hotspots e em suas páginas nas redes sociais e em seu site.

A Internet quebrou o paradigma da relação cliente-agência-mídia. Tradicionalmente, o cliente contrata uma agência de publicidade, que elabora um planejamento de mídia que cria uma peça publicitária e veicula nos veículos de comunicação existentes. Assim, o cliente, a agência e a mídia são sempre três entidades diferentes (TORRES, 2009, p. 267).

A produção de conteúdo e abordagem das estratégias nas mídias sociais não surte efeito sem a devida divulgação, por isso o mailing entra como ferramenta para atingir um público que ainda não tem o costume de acessar a página em questão.

A pesquisa e o monitoramento entram como estratégias para conhecer o público-alvo e pensar em maneiras de melhorar a produção de conteúdo e o relacionamento com o internauta.

A estruturação de uma pesquisa online inicia-se pela formulação das perguntas que a pesquisa deve responder, depois as mídias e as fontes, por fim, é preciso definir as palavras-chave para implementar a pesquisa.

A pesquisa online também auxilia a determinar a relevância de conteúdo no ciberespaço. Utilizando as ferramentas de busca é possível obter resultados da colocação do site na pesquisa do Google, quantas citações em outros sites e quais palavras-chave estão relacionadas ao site da empresa e marca. A pesquisa de mídia online consiste em buscar na internet as mídias que se adaptam a seu público-alvo e classificá-las de acordo com sua importância, permitindo o uso do futuro da informação na tomada de decisão da veiculação de propaganda (TORRES, 2009, p. 226).

O monitoramento das ações e mídias digitais é, para Torres (2009), a ação central que regula uma atividade de marketing digital integrada. Ele também permite obter diversas informações referentes ao seu público-alvo, é justamente a configuração de códigos da Internet que possibilita o rastreamento e documentação destes dados.

Quando o usuário seleciona um site, seu navegador envia uma série de mensagens pela rede, primeiro localizando onde está o site e depois solicitando ao servidor onde o site é hospedado qual a página inicial. Para solicitar essa página, o navegador abre uma seção de comunicação com o servidor, e depois solicita os arquivos relacionados à página. Se a página contém figuras e outros elementos, o navegador vai solicitando cada um dos elementos até que a página esteja completa (TORRES, 2009, p. 275).

Compreendendo essas etapas técnicas de navegação, é possível entender as estatísticas de monitoramento e relacioná-las a cada momento em que o usuário passou em determinado site.

5. Considerações Finais

Recentemente, Eric Schmidt, chairman executivo do Google, fez uma projeção de que “o mundo inteiro estará online até 2020”. Tendenciosa ou não, tal proeminência afeta o cotidiano de todos, conectados ou não às redes atuais.

Mesmo na América Latina, marcada historicamente por desigualdades no acesso à informação e à internet, é possível destacar políticas públicas de inclusão neste sentido. No Brasil, por exemplo, foi instituído em maio de 2010, o Programa Nacional de Banda Larga, pelo decreto nº 7.1175/2010, com o objetivo de fomentar e difundir o uso e o fornecimento de bens de serviços de conexão à Internet em banda larga, promovendo, portanto, a inclusão digital.

Em um meio à grande expansão da banda larga, a próxima tendência será a implementação de banda larga através de fibra e a implantação do 4G, já que a sociedade está habituada com a sua participação nas novas mídias, interagindo com pessoas e marcas. A publicidade online consequentemente insere-se nessa dinâmica social, apresentado aos públicos produtos e serviços em diferentes plataformas digitais cuja maior modernidade é a possibilidade de interação entre marcas e consumidores.

Na sociedade contemporânea, essa revolução social, cultural, tecnológica, mercadológica, reconfigurou a comunicação midiática com seus públicos, incluindo a reformatação da publicidade, agora com novos paradigmas para atender às necessidades desse novo público da cibercultura, interativo e colaborativo.

Na era do relacionamento com os consumidores, a interatividade na Internet abriu possibilidades infinitas de as marcas informarem, se comunicarem e divertir seu público-alvo, estreitando relações com o consumidor para agregar valor às marcas.

O banner, primeira aparição da publicidade na era digital, permanece como estratégia de publicidade online; agora o marketing digital gera conteúdo nas novas plataformas digitais, em sites de busca, nas mídias sociais, Facebook, blogs, Twitter, Instagram, assim como o marketing viral e o podcast atraem os consumidores mais informados, exigentes e interativos.

A publicidade, com o advento da internet e consequente mudança de percepção e relação dos públicos – agora muito interativos - com as novas mídias, consequentemente inseriu-se nas novas plataformas de comunicação implementadas na web, convergindo suas estratégias digitais com os meios tradicionais da comunicação mercadológica.

Notas

1. O widget é um aplicativo interativo, que pode ser utilizado em diversas plataformas, por exemplo, em um site, no desktop de um computador, dependendo da maneira como foi programado.

Referências bibliográficas

- CARRASCOZA, J. A. A evolução do texto publicitário. São Paulo: Editora Futura, 1999.
- CITELLI, A. O. Linguagem e persuasão. São Paulo: Ática, 2003.
- GONZALES, L. Linguagem publicitária: análise e produção. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.
- JENKINS, H. Cultura da Convergência: Tradução Susana Alexandrina. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KOTLER, P. Marketing de A a Z. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- _____. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Ediouro, 2009.
- _____. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. São Paulo: Campus, 2010.
- LEMOS, A. Cibercultura: tecnologia e vida na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura: Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3 ed. São Paulo: Editora 24, 2010.
- LIMA, V. Regulação das comunicações: história, poder e direitos. São Paulo: Palas, 2011.
- MACLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MIDDLETON, Clarke. Marketing de turismo: teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- MORIN, E. Cultura de massa no século XX – o espírito do tempo- neurose. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1987.
- PINHO, J. B. Comunicação em Marketing: Princípios da Comunicação Mercadológica. Campinas: Papyrus, 2001.
- PRIMO, A. Interação mediada por computador. Porto Alegre: Editora Sulina. 2007.
- _____. A Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. In: XXI Congresso da Intercom, 1998, Recife. Anais do GT de Teoria da Comunicação. 1998.

RECUERO, R. A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTOS, F. Movimento e interatividade na web. Publish, São Paulo, v. 8 n.55, p. 24-25, jul-ago. 2001.

SILVA, M. A Sala de aula interativa. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

TORRES, C. A Bíblia do Marketing Digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

Referências eletrônicas

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet: considerações Iniciais. Intercom, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/121985795651418859729998795470196200751.pdf>, Acessado em outubro de 2012.

**Perfil do PPPGCOM em Comunicação Midiática da UNESP:
Análise de dissertações - Biênio 2013/2014**

Relatório de Pesquisa

Daira Martins Botelho

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP.

Henrique Perazzi de Aquino

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UNESP.

Maria Cristina Gobbi

Profª. Adj. no Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação da UNESP.

Laís Modelli

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UNESP.

Camila Fenandes de Oliveira

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UNESP.

Aline Ferreira Pádua

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UNESP.

Juliano Ferreira de Souza

Mestre em Comunicação Midiática pela UNESP.

Resumo

O artigo traz a proposta do mapeamento das dissertações produzidas pelos discentes da Linha 1 – Processos midiáticos e práticas socioculturais, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Faac) of Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (Unesp), campus de Bauru, com o objetivo de delinear questões importantes que remetessem à identidade do Programa. Foram analisados, entre outros aspectos, o uso de autores, o tipo de material usado pelos discentes, além das teorias que serviram para embasar suas pesquisas. Trata-se do resultado da proposta de trabalho indicada pela Profª. Drª. Maria Cristina Gobbi, na disciplina ministrada no segundo semestre de 2014, Pensamento Comunicacional Latino-americano.

Palavras-chave: Comunicação; Dissertações; PPGCom Unesp.

Abstract

This paper proposes a mapping of master dissertations produced by students of Research Line 1 - Media processes and socio-cultural practices, of the Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática of Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Faac) of Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (Unesp), Bauru campus, in order to outline important issues connected with program identity. Among the analyzed aspects are the referenced authors, the type of material used by students, in addition to theories that served to support their research. This is the result of the work proposal indicated by Professor Maria Cristina Gobbi in the subject taught in the second

term of 2014, Latin American Communicational Thought.

Keywords: Communication; Dissertations; PPGCom Unesp.

Resumen

El artículo presenta la propuesta de la cartografía de disertaciones producidas por los estudiantes de la Línea 1 – Procesos de los medios de comunicación y las prácticas socioculturales, en el Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática de la Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Faac) of Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (Unesp), Bauru campus, con el fin de esbozar cuestiones importantes que remetessen a la identidad del Programa. Se analizaron, entre otras cosas, el uso de los autores, el tipo de material utilizado por los estudiantes, además de las teorías que sirvieron para apoyar sus investigaciones. Este es el resultado de la propuesta de trabajo indicada por el Prof^a. Dr^a. María Cristina Gobbi en el tema enseñado en la segunda mitad de 2014, Pensamiento Comunicacional en Latino America.

Palabras clave: Comunicación; Disertaciones; PPGCom Unesp.

Introdução

Este trabalho foi realizado para a disciplina Pensamento Comunicacional Latino-americano (PCLA), ministrada pela Prof^a. Dr^a. Maria Cristina Gobbi. Realizou-se a compilação de dados e referenciais teóricos de projetos acadêmico-científicos. Foram selecionadas 16 dissertações, apresentadas junto ao Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação no biênio 2013/2014.

Todas as pesquisas analisadas são vinculadas à Linha 1 - Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais. Deste conjunto, catorze trabalhos estavam disponíveis no site do programa e os demais foram obtidos por contato direto com os pesquisadores. As pesquisas tratam de questões que travam diálogos entre cultura e comunicação e colocam em cena diversas possibilidades para reflexão.

O grupo que realizou a presente análise foi composto por seis alunos, e o material foi dividido entre os membros para análise quantitativa e qualitativa. Estabeleceu-se uma metodologia a ser seguida por todos. A ferramenta comum foi uma ficha de dissertação na qual cada um preencheria alguns itens. O instrumento considerou bases teóricas, autores de referências para citações (incluindo os considerados secundários) e datas das publicações de referência. Foram também ressaltadas referências aos orientadores e pesquisadores do programa. Ao final, houve um cruzamento das análises em grupo e os dados foram compilados em formato de gráficos e tabelas.

Tem-se, como desdobramento, a possibilidade de que o resultado final possa ser uma espécie de guia para os futuros pesquisadores, que se beneficiarão com informações acerca da trajetória e dos rumos científicos da referida linha de pesquisa.

Amostragem e metodologia

O corpus da pesquisa é composto por 16 dissertações defendidas no biênio 2013/2014 dentro da Linha 1 – Processos midiáticos e práticas socioculturais – do Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da Unesp (PPGCom). Essa linha de pesquisa tem como foco de investigação as dimensões socioculturais dos processos de produção, veiculação e recepção da comunicação midiática.

As dissertações analisadas não pertencem ao mesmo eixo temático, com as discussões levantadas pelos alunos e professores abrangendo um amplo leque de temas em torno da comunicação e das práticas socioculturais. Os trabalhos que debatem cultura e/ ou comunicação e cultura ganham certo destaque dentro da linha. Entre as teorias utilizadas nas pesquisas, as mais utilizadas são Estudos Culturais e Estudos Latino-americanos. Em relação aos métodos de análise ganham destaque: levantamento bibliográfico e documental; análise de enquadramento; análise de conteúdo.

Para a análise das referidas dissertações realizou-se, inicialmente, uma análise exploratória dos materiais, observando bibliografias e tipo de material utilizado pelos alunos no desenvolvimento dos trabalhos. Na sequência, foi feita a análise quantitativa dos materiais. Nessa fase procurou-se catalogar informações que permitissem avaliar o tipo de pesquisa desenvolvida pelo grupo e, assim, traçar o perfil de pesquisa acadêmica da linha 1 do PPGCom da Unesp. Para tanto, foi desenvolvida uma tabulação padrão, com título da dissertação, autor, orientador, palavras-chave, mídia estudada, temática, teoria de base, metodologia, referências e tipo de material consultado. Esses dois últimos itens foram desdobrados nos seguintes tópicos:

1. Em referências: autor, origem, aparição em referências, título da obra, ano de publicação, citação direta, citação indireta, citado por outro autor, organizador de livro;

2. Em tipo de material consultado: livro, capítulo de livro, dissertação, tese, artigo científico – anais de congresso, artigo científico – revista científica, jornal, sites, entrevistas, revistas, acervo digital (jornal, revista), manuscritos, dicionários, etc.

A partir dos dados levantados foi possível tabular e organizar índices e frequências e, por meio da análise qualitativa, delinear o perfil de pesquisa acadêmica desenvolvida dentro da linha 1 do programa e, assim, verificar como se dá a difusão dos paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação. A seguir, as dissertações analisadas e, posteriormente, a discussão dos dados e os resultados alcançados.

Tabela 01 – Dissertações pesquisadas, autores e orientadores – Autoria própria

Ano	Dissertação	Aluno	Orientador
2013	Representação do Corpo Masculino: relações de imagem, identidade e cultura sobre o corpo masculino no jornal Lâmpião da Esquina e na revista Junior	Muriel Emídio Pessoa do Amaral	Cláudio Bertolli Filho
2013	Identidade, comunicação e cidadania no Facebook: uma análise do diário de classe de Isadora Faber	Silvia Regina Ferreira	Cláudio Bertolli Filho
2014	Jovens Conectados: A comunicação da Igreja Católica no contexto da Jornada Mundial da Juventude	Aline Maria Mendes Mola Sávio	Maria Cristina Gobbi
2013	Demochargia: Dilma Rousseff e seu primeiro ano de mandato pelas charges jornalísticas	Cristiane dos Santos Parnaíba	Maria Cristina Gobbi
2014	Telejornalismo na TVD: interatividade e mudanças na rotina da redação.	Selma Miranda dos Prazeres	Maria Cristina Gobbi
2013	Consumir e descartar: Análise da cobertura da Folha de S. Paulo e Jornal da Cidade no caso da proibição da distribuição das sacolas plásticas nos supermercados do Estado de São Paulo	Ana Carolina Milo Britto	Mauro de Souza Ventura

<i>Ano</i>	<i>Dissertação</i>	<i>Aluno</i>	<i>Orientador</i>
2014	“Sou Atleta, Sou Mulher”: A Representação Feminina Sob Análise Das Modalidades Mais Noticiadas Nas Olimpíadas De Londres 2012	Carolina Bortoleto Firmino	Mauro de Souza Ventura
2014	Jornal ‘Coração’, o Porta-Voz da Torcida Corintiana: Uma aventura na Imprensa Esportiva Paulista (1976/1977)	Fábio Camargo Fleury de Oliveira	Mauro de Souza Ventura
2013	Jornalismo e Cultura de Consumo: Uma análise da Revista Rolling Stone - Brasil	Thaís Helena Paixão	Mauro de Souza Ventura
2013	A representação do caipira na UNESP FM	Wellington César Martins Leite	Mauro de Souza Ventura
2013	Interação Comunitária: O Cidadão em Sintonia Radiofônica	Aline Meneguini de Oliveira	Maximiliano Martin Vicente
2014	O semanário Bundas e o jornalismo econômico	Caroline Gonçalves Taveira	Maximiliano Martin Vicente
2013	Os processos de comunicação interna das organizações no contexto das tecnologias da comunicação digital: Reflexões a partir das práticas de interatividade da geração y	Fernanda Terezinha de Almeida	Maximiliano Martin Vicente
2014	A participação das mulheres nos movimentos agroecológico e feminista e a contribuição do jornal Brasil de Fato	Suelyn Cristina Carneiro da Luz	Maximiliano Martin Vicente
2014	Os eventos como estratégia de Comunicação em Movimentos Sociais: Um Estudo de Caso sobre a Parada da Diversidade de Bauru	Elaine Cristina Gomes de Moraes	Murilo Cesar Soares
2014	Das ideias de Roland Barthes à teoria do enquadramento: análise de uma cobertura política	João Guilherme da Costa Franco Silva D’Arcadia	Murilo Cesar Soares

Discussão dos dados e resultados

Materiais usados nas pesquisa

A pesquisa nas dissertações de mestrado também abordou os materiais utilizados pelos discentes, com o objetivo de conhecer o meio pelo qual se constroem o referencial teórico, as metodologias e toda a análise em si.

Entre as publicações desenvolvidas na linha 1 do programa, pode-se notar uma predominância do uso de livros como material de base para as consultas e construção de pensamento. Esse item foi encontrado com maioria expressiva em praticamente todas as dissertações consultadas. Isso leva a crer que, mesmo com a disseminação de informação por meio de artigos e demais publicações científicas, o livro ainda é o grande referencial buscado pelos alunos pertencentes a essa linha de pesquisa.

Em segundo lugar, no que tange aos números, os capítulos de livros são os que aparecem em maior número, reiterando o que foi dito acima sobre a predominância dos livros – mesmo que em capítulos – na hora de compor o quadro de referências das dissertações.

Os artigos científicos entram nessa tríade para fechar os mais utilizados para a pesquisa enquanto um objeto é analisado. Dessa maneira, fica evidente que, apesar da grande quantidade de periódicos online assinados pela instituição, congressos, da produção e divulgação de anais e publicações dos eventos, os pesquisadores da linha 1 não possuem o hábito de procurar em periódicos as bases para suas análises ou recorrer a eles como parte de seu referencial.

O mesmo ocorre com a consulta a produções acadêmicas. A partir da pesquisa, foi possível perceber que não é comum a prática do uso desse tipo de estudo como arcabouço teórico. Dentre

todos os materiais vistos no quadro de referência dos autores, encontraram-se duas monografias, 14 dissertações de mestrado e 13 teses de doutorado. De maneira comparativa, as publicações acadêmicas estão em minoria em relação aos artigos publicados em anais de congressos, contabilizados em 37, e em artigos de periódicos, que somam 93.

O que está especificado como “outros” no gráfico a seguir deve ser compreendido como uma enorme gama de materiais que colaboraram para a produção das dissertações, mas que aparecem em menor número, como jornal online, entrevista ao autor, revista, acervo digital de jornal impresso, manuscrito, posfácio, documentário, programa de TV e rádio, relatório de pesquisa, documentos públicos, pesquisas de institutos, documentos de eventos científicos (dossiê, carta política), sites em geral (com links em notas de rodapé, mas não nas referências finais), dicionários, documentos religiosos oficiais e palestras. Todos esses itens compõem os 14% existentes no quesito outros, que pode ser conferido no gráfico que segue e que traz, em porcentagem, todos os materiais encontrados nas dissertações pesquisadas.

Em relação ao tipo de publicações, foi encontrado o número de 1120 itens que colaboraram para a conclusão das pesquisas propostas ao Programa de Pós-graduação em Comunicação.

Gráfico 01 – Referências consultadas – Autoria própria



Atualização de pensamento

Os dados quantitativos também foram recolhidos para verificar qual a idade dos estudos realizados pelos alunos da linha 1. E, nesse quesito, pode-se comprovar que se trata de uma linha com pensamentos relativamente novos, pois dentre todos os títulos encontrados nas referências, houve uma predominância da década de 1990 para os materiais pesquisados.

Para comparação, nas décadas que vão de 1950 até 1980, o número de itens somados chega a 98. Já no espaço de dez anos da década de 1990, as obras utilizadas somam 145. Mas a partir dos anos 2000, o referencial teórico se torna consideravelmente expressivo, com uma marca de 750 itens, distribuídos entre os anos de 2000 e 2014, como pode ser melhor analisado de acordo com os números dispostos na tabela.

Tabela 02 – Referencial teórico por ano – Autoria própria

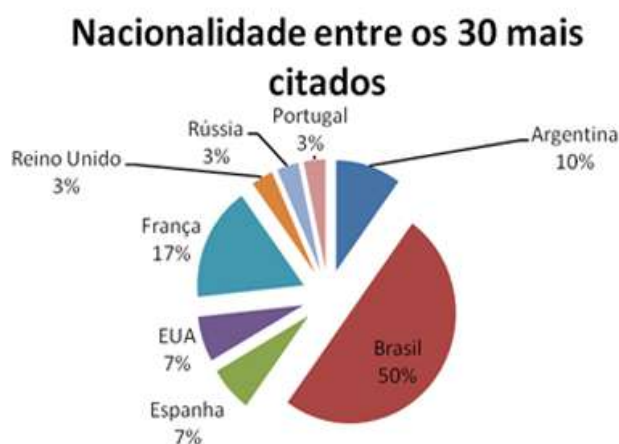
<i>Período</i>	<i>Títulos</i>
Década de 50	1
Década de 60	11
Década de 70	21
Década de 80	65
Década de 90	145
2000	24
2001	45
2002	50
2003	50
2004	43
2005	48
2006	55
2007	52
2008	47
2009	92
2010	63
2011	86
2012	61
2013	31
2014	3

Nacionalidades dos autores

A nacionalidade dos autores utilizados nas referências dos trabalhos também foi pesquisado, para buscar compreender se, de alguma maneira, isso teria influenciado nas dissertações, sobretudo em âmbito da América Latina, já que o que se buscou durante a disciplina foi trabalhar as Matrizes comunicacionais existentes nessa região e seus impactos na comunicação em geral, por isso, dimensionar o uso dos autores latino americanos foi uma intervenção necessária para observar como os discentes estariam trabalhando com os autores mais próximos do Brasil e, conseqüentemente, com maior afinidade em relação ao enfrentamento de problemas e realidades socioeconômicas e históricas.

Dessa maneira, foram buscadas as nacionalidades de todos os autores citados nas referências utilizadas pelos mestrandos do PPGCom e, assim, foi encontrado o resultado mostrado no gráfico.

Gráfico 02 – Nacionalidade dos autores mais citados – Autoria própria



Após a coleta de dados e o cruzamento dos números para a confecção dos gráficos, pode-se perceber que na produção da linha é expressivo o número de autores brasileiros, que somam 50% do total dos 30 autores mais citados nas referências dos trabalhos. A América Latina chega, também com expressividade, contabilizando 10% da nacionalidade desses 30 autores, representados aqui, por autores argentinos.

Grande parte do restante das fatias dispostas no gráfico diz respeito a autores europeus, que se dividem entre Espanha, Reino Unido, Rússia, Portugal e França, sendo que, esta última possui maior número de autores, 17%. Isso se deve à força dos estudos de autores como Pierre Bourdieu, Roland Barthes, Manuel Castells e Laurence Bardin, por exemplo, que fazem parte de teorias que serão abordadas em outro ponto deste trabalho. Ainda com uma fatia de 7%, aparecem os Estados Unidos, com números significativos para os trabalhos de Henry Jenkins.

Quando se trata dos números em relação à citação – tanto direta, quanto indireta –, o encontrado foi um pouco diferente do que pôde ser visto no gráfico anterior, no entanto, essa alteração não difere a questão proporcional dos números no que tange às nacionalidades mais utilizadas.

Uma das diferenças é uma ligeira queda no uso dos autores dos Estados Unidos e o aumento de sete pontos percentuais no uso de autores de nacionalidade francesa. Há também uma troca de números entre Brasil, que perde 8% e a Argentina, que cresce 4%.

Gráfico 03 – Presença em citações e nacionalidade dos mais citados – Autoria própria

Citação entre nacionalidade dos 30



Entre os 30 autores mais citados, foi encontrado o número de 887 citações. Sendo 123 de argentinos, 369 de brasileiros, 54 de espanhóis, 35 de norte-americanos, 211 de franceses, 47 de autores do Reino Unido, 23 de russos e 22 de portugueses.

Autores

Diante da proposta de pesquisa, um dos temas a serem verificados foi a ocorrência dos autores mais utilizados pelos discentes da linha em suas dissertações de mestrado. Os dados coletados mostraram as influências que as pesquisas trazem por meio da escolha do referencial teórico – representado por maior uso de determinado autor –, essa informação é de grande importância para se pensar na unidade do pensamento do que poderia ser chamado de “Escola de Comunicação de Unesp”.

Os números levaram a uma relação dos 30 autores com maior ocorrência de citações dentro das dissertações do PPGCom. O mais citado entre todos os autores foi o francês Roland Barthes, com uma quantidade expressiva de 119 citações. Em seguida aparece o argentino Néstor Garcia Canclini, que aparece em praticamente todas as pesquisas do mestrado, com um total de 65 citações. Figurando entre 40 citações no total de dissertações analisadas, aparecem José Marques de Melo (48), Mike Featherstone (47) e Beatriz Sarlo (40). Mais brasileiros aparecem entre os dez primeiros autores, são eles Margarida Maria Krohling Kunsch (36), Joaquim da Fonseca (31) e Marlene Marchiori (30).

Em seguida aparecem Laurence Bardin, com 29 citações, Lucia Santaella e Bernardo Kucinski, com 28, Manuel Castells e Jesús-Matín Barbero, ambos com 27 citações. Ainda representando os brasileiros aparecem Raquel Recuero e Nelson Traquina com 24 citações. Dulcilia Helena Schroeder Buitoni aparece 23 vezes, assim como Mikhail Bakhtin. Pierre Lévy chega a 22 citações, mesmo número de Paulo Freire. Já Henry Jenkins tem 21 citações e Patrick Charaudeau, 19.

No restante dos autores mais citados, encontra-se Mário Kaplún e Joana T. Puntel, ambos com 18 referências, Lúcia Avelar, Gaudêncio Torquato, Emma Siliprandi e David Kirkpatrick com 17 citações no total dos trabalhos. Para fechar a lista dos mais citados, aparecem Amadeu Amaral

e Pierre Bourdieu, os dois com 16 citações cada.

De acordo com a coleta de dados, foi possível conhecer os autores brasileiros anteriormente representados nos gráficos. Com isso, reitera-se a importância e aparição de autores brasileiros, com destaque para José Marques de Melo e para Néstor Garcia Canclini que, juntos, apareceram significativamente como representantes do pensamento cultural e comunicacional da América Latina.

Durante a análise dos dados quantitativos, um dos assuntos chamou a atenção foi a predominância do uso de um autor em um número pequeno de dissertações, o que fez com que tal autor possuísse um grande percentual em relação a outros. No entanto, isso quer dizer que tais autores foram usados em pesquisas isoladas, e, não necessariamente, representem o total pensamento da linha ou do programa.

O autor mais citado entre os 30 foi Roland Barthes, com 119 citações, no entanto, foram três dissertações que utilizaram seus estudos, com destaque para a pesquisa de João Guilherme da Costa Franco Silva D'Arcadia, que possui mais da metade do número de citações apenas nessa publicação.

Outro exemplo pode ser visto a partir da aparição de Mike Featherstone, autor que tem mais da metade das citações usadas na dissertação de Thaís Helena Paixão além de aparecer em duas das pesquisas do PPGCom.

Apesar desse tipo de situação, existem autores que não possuem predominância em nenhum trabalho específico, ou seja, permeiam todas as dissertações produzidas pelos discentes da linha 1, entre eles estão: Néstor Garcia Canclini, José Marques de Melo, Laurence Bardin, Manuel Castells e Pierre Bourdieu.

Os outros autores que aparecem mais e suas respectivas posições entre as dissertações podem ser conferidas na tabela:

Tabela 03 – Predominância de autores nas dissertações – Autoria própria

<i>Autor</i>	<i>Total de citações</i>	<i>Dissertações que citam</i>	<i>Dissertação com mais da metade das citações</i>	<i>Quantas citações</i>	<i>Quantas referências</i>
Roland Barthes	119	3	João Guilherme da Costa Franco Silva D'Arcadia	113	8
Nestor Garcia Canclini	65	Não há predominância	-	-	-
José Marques de Melo	48	Não há predominância	-	-	-
Mike Featherstone	47	2	Thais Helena Paixão	46	1
Beatriz Sarlo	40	1	Thais Helena Paixão	40	1
Margarida Maria Krohling Kunsch	36	2	Fernanda Terezi-nha de Almeida	34	3

<i>Autor</i>	<i>Total de citações</i>	<i>Dissertações que citam</i>	<i>Dissertação com mais da metade das citações</i>	<i>Quantas citações</i>	<i>Quantas referências</i>
Joaquim da Fonseca	31	2	Cristiano dos Santos Parnaíba	28	1
Marlene Marchiori	30	1	Fernanda Terezi- nha de Almeida	30	1
Laurence Bardin	29	Não há predominância	-	-	-
Manuel Castells	27	Não há predominância	-	-	-
Jesús Martín-Barbero	27	5	Wellington César Martins Leite	14	2
Lucia Santaella	28	1	Muriel Emídio Pessoa do Amaral	28	5
Raquel Recuero	24	1	Silvia Regina Ferreira	24	5
Nelson Traquina	24	4	Ana Carolina Milo Britto	13	2
Dulcília Helena Schroeder Buitoni	23	1	Cristiano dos Santos Parnaíba	23	1
Mikhail Bakhtin	23	2	Wellington César Martins Leite	22	1
Bernardo Kucinski	28	3	Caroline Gonçal- ves Taveira	22	3
Pierre Lévy	22	2	Fernanda Terezi- nha de Almeida	13	4
Paulo Freire	22	3	Suelyn Cristina Carneiro da Luz	20	3
Henry Jenkins	21	4	Fernanda Terezi- nha de Almeida	11	1
Patrick Charaudeau	19	2	Ana Carolina Milo Britto	14	1
Mário Kaplún	18	1	Wellington César Martins Leite	18	1
Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB)	18	1	Aline Maria Men- des Mola Sávio	18	3
Joana T. Puntel	18	1	Aline Maria Men- des Mola Sávio	18	3
Lúcia Avelar	17	1	Cristiano dos Santos Parnaíba	17	2
Gaudêncio Torquato	17	1	Fernanda Terezi- nha de Almeida	17	1
Emma Siliprandi	17	1	Suelyn Cristina Carneiro da Luz	17	2
David Kirkpatrick	17	1	Silvia Regina Ferreira	17	1
Amadeu Amaral	16	1	Wellington César Martins Leite	16	1
Pierre Bourdieu	16	Não há predominância	-	-	-

Teorias de base

A pesquisa nas dissertações de mestrado também abordou as teorias de base utilizadas pelos discentes, com a finalidade de verificar como se dá a difusão dos paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação na linha 1 do programa.

Pensando em América Latina e considerando somente a nacionalidade, vemos que, como foi apontado anteriormente, dos 30 autores mais citados e utilizados em toda a linha 1, 60% dos deles são latinos: 50% brasileiros e 10% argentinos. Se olharmos para os números pensando em toda a Escola Latino-Americana, contudo, vemos que há uma grande concentração em autores nacionais e não há exploração dos demais autores da Escola. Há de se considerar, ainda, que um dos autores de nacionalidade espanhola (a terceira nacionalidade de autores mais citados, 7%) é Jesús Martín-Barbero, que apesar de europeu, desenvolveu suas teorias na Colômbia e é grande representante da Escola Latino-Americana.

Com a grande presença dos autores nacionais, vemos que os Estudos Latino-americanos, seguido dos Estudos Culturais, são as teorias de base mais utilizadas pelos discentes da linha 1. A presença dessas duas escolas já era prevista, uma vez que muitos autores latino-americanos elaboraram suas teorias a partir de proposições dos Estudos Culturais. É o caso, mais uma vez, de Martín-Barbero, que “recusa as ideias difundidas pela Escola de Frankfurt e pelos teóricos marxistas da comunicação e elabora sua teoria a partir de algumas proposições dos Cultural Studies” (DANTAS, 2008).

Sobre a teoria de base mais utilizada, a Escola Latino-Americana de Comunicação, o autor brasileiro mais citado nas dissertações, José Marques de Melo, é um dos maiores representantes da Escola. Segundo Melo (1999), os estudos da escola latina de comunicação conseguiu espaço e reconhecimento nas academias da América do Sul somente no final do século XX.

Logo, se nosso corpus de análise fosse dissertações de períodos anteriores, como os primeiros anos do século XXI, poderíamos ter nos deparados com outros resultados. Outro fator a ser considerado foi a aplicação dessa teoria de base: assim como surgiu, nos meados das décadas de 50, preocupado com as análises dos “fenômenos de interação simbólica mediados pela mídia” (MELO, 1999) na América Latina, constatamos que os Estudos Latino-americanos nas dissertações analisadas serviram como base para se realizar, quase que em sua totalidade, a análise de coberturas midiáticas e a análise de construção de notícia em meios de comunicação brasileiros. Quanto à mídia analisada com o aporte dos estudos latinos, houve grande presença de meios de comunicação locais (ex: Rádio UNESP FM); e de resgate histórico de meios impressos (ex: Jornal ‘Coração’, o Porta-Voz da Torcida Corintiana).

Dos Estudos Culturais, vimos que autores da Escola Latino-Americana de comunicação citados nas dissertações analisadas, beberam na sua fonte dos Cultural Studies para desenvolver suas teorias. Além de Martín-Barbero, podemos citar também o argentino Nestor Garcia Canclini, segundo autor que mais apareceu nas dissertações da linha 1, e a utilização dos conceitos de hibridização e mediações culturais desenvolvida pelo autor latino.

O sociólogo Manuel Castells também bebeu dos Estudos Culturais para desenvolver seus estudos das redes também utilizados nas dissertações analisadas. Dos autores clássicos dos Estudos

Culturais, Stuart Hall aparece em algumas das dissertações, porém não chega a entrar para a tabela dos 30 mais utilizados e citados. Quanto à mídia analisada com o aporte dos Estudos Culturais, eles apareceram em dissertações que envolveram estudos de internet e cibercultura, como perfis de Twitter e páginas de Facebook (ex: página Diário de Classe).

A Teoria Crítica da Escola de Frankfurt também apareceu nos resultados das análises, porém com menos força. Seus autores principais, como Max Horkheimer, Theodor Wiesengründ Adorno, Herbert Marcuse e Walter Benjamim, por exemplo, não apareceram na tabela dos 30 autores mais utilizados e citados. Quanto à mídia analisada com o aporte dos estudos Teoria Crítica, os aportes da Teoria apareceram associados a dissertações que analisaram processos eleitorais brasileiros (ex: Charges sobre Dilma Rousseff).

Vale ainda apontar que dos autores norte-americanos mais utilizados, Henry Jenkins e David Kirkpatrick, desenvolvem estudos sobre internet e cibercultura. Um dos autores brasileiros mais utilizados, Raquel Recuero, também é referência em pesquisas de internet, meios digitais e redes sociais virtuais. O dado mostra como a linha 1 do programa tem se relacionado com o tema da comunicação mediada pelas novas tecnologias digitais.

Considerações finais

Observando-se os resultados, é possível afirmar que assuntos diversos foram discutidos no último biênio, evidenciando uma variedade temática significativa. Embora haja autores que predominaram no levantamento quantitativo, não existe nenhum nome que esteve presente, de maneira decisiva, em todas as dissertações da linha. Considera-se que o principal perfil da linha é a abrangência temática e a tendência de discutir os mais variados processos midiáticos e comunicacionais, nos mais diversos meios. Temas como os meios, comunicação rural, religiosidade, cultura digital e influência e estrutura das mídias estiveram entre os variados assuntos tratados.

Embora não fosse o objeto de análise central proposto, também realizou-se um levantamento de quais as metodologias mais frequentes utilizadas, a título de ampliação dos dados aqui analisados. O levantamento bibliográfico e documental, as análises de conteúdo e as análises de enquadramento tiveram destaque. Além disso, pode-se perceber uma tendência de fortalecimento de estudos ligados à internet, cultura digital e processos midiáticos mediados pelas tecnologias digitais, que contam com metodologias adaptadas para os referenciados contextos.

Ao analisar os autores e temas trabalhados, pode-se perceber que o eixo cultural tem forte apelo nas dissertações estudadas. Processos midiático-culturais foram trabalhados e autores com grande destaque de pesquisa no eixo comunicação e cultura estiveram presentes no levantamento feito. Tanto os autores latino-americanos quanto os de outras nacionalidades que predominam tangenciam os estudos sobre cultura e trazem para as dissertações do biênio uma característica específica do Programa.

Pode-se perceber ainda que, por mais que a internet tenha difundido e possibilitado o acesso a diversas bases de dados, revistas científicas e anais de importantes encontros científicos da área de comunicação, são os livros e os capítulos de livros as principais fontes consultadas. Outra característica marcante é que, embora exista a presença de autores “clássicos” em parte considerável das dissertações, a maioria das referências e citações trazem discussões relativamente

atuais, realizadas a partir dos anos de 1990. Essas tendências podem ser explicadas, provavelmente, pela predominância de temas atuais nas discussões.

Importante ressaltar também, que embora o perfil da linha deva levar em conta o todo das referências e citações, foi feito um trabalho para constatar quais autores realmente tem apelo teórico no todo e quais tem predominância nítida em apenas uma ou duas dissertações. Após se fazer esse trabalho, algumas constatações e análises se tornaram possíveis.

Nestor Garcia Canclini, José Marques de Melo, Laurence Bardin, Manuel Castells e, em menor escala, Jesus Martín-Barbero são alguns dos autores que aparecem em várias pesquisas diferentes e que tem destaque especial no perfil da linha 1, aqui analisado. Já outros autores como Roland Barthes, Mike Featherstone, Lucia Santaella e Mario Kaplún, embora muito citados e referenciados, aparecem especificamente em uma ou duas dissertações com grande presença, sendo importantes para o todo, mas não configurando tendência da linha pesquisada. Enfim, em uma análise global, percebe-se que o perfil da linha 1 do Programa de Pós-graduação em Comunicação ainda não passa verdadeiramente por diversos autores latino-americanos (principalmente fora do eixo Brasil-Argentina), tendo nomes específicos e predominância nítida para autores brasileiros diversos.

Como já referenciados anteriormente, os Estudos Culturais tem destaque considerável dentro das pesquisas analisadas, assim como autores clássicos da Escola Latino-americana de Comunicação. Porém, o que é mais perceptível é que há predominância nítida de autores brasileiros, seguidos por argentinos, mas que não há destaque para outros países da região. Não se nota nos pesquisadores da Linha 1 uma tendência a utilizar bibliografias de outros autores latino-americanos, fora do eixo citado.

Referências

DANTAS, José Guibson Delgado. Teoria das mediações culturais: Uma Proposta de Jesús Martín-Barbero para o Estudo de Recepção. In: INTERCOM, 10., 2008, São Luis. Papers. São Luis: Intercom, 2008. p. 1 - 10. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0015-1.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2015.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MELO, José Marques de. Paradigmas da escola latino-americana de comunicação. Comun. Inf., Goiânia, v. 2, n. 2, p.188-203, jul. 1999. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/viewFile/22854/13595>>. Acesso em: 01 maio 2015.