

SUMÁRIO

Futebol e identidade em Novo Hamburgo nas décadas de 1920 e 1930

Copyleft e “pirataria” na rede: a emergência de discursos sujeitados

A mágica da cultura de consumo no site “Pottermore”

A cultura organizacional de uma empresa brasileira internacionalizada: a construção da cenografia e do ethos discursivo corporativo

Mulheres hamburguenses e sua relação com o corpo encontrada em anúncios publicitários da revista do Globo da década de 40

Identidade nacional brasileira na narrativa do filme Rio

Glee na era da convergência: memória, interatividade e hipertextualidade

A difusão cultural feminina na revista *ELLE*

O movimento Slow Food Brasil: contra a homogeneização das tradições culturais através do Guaraná Nativo cultivado na tribo Sateré- Mawé

Nova York e Paris de Woody Allen: uma análise sobre a representação das cidades

Filme O Palhaço: uma análise sobre a identidade do sujeito pós-moderno

Cinquenta anos de cinema - memórias dos cines gaúcho e aloma em São Sebastião do Caí - RS

Refletindo sobre as questões da memória através do filme “Como se Fosse a Primeira Vez”

Manifestação cultural, televisão e identidade

Ciberativismo e discurso: um estudo de caso das construções discursivas da organização Wikileaks

Dança do ventre: um fenômeno da mídia. Influência da telenovela O Clone no mercado da dança do ventre no Brasil

Narradores de javé: entre agricultores e mercadores

Sassá Mutema: a construção de personagens protagonistas na teledramaturgia, a partir

da hermenêutica de profundidade

Carnaval uruguaianense: a cultura fluminense incorporada pelo gaudério e ressignificada na sociedade como agente modificador (pacificador) nas barrancas do rio Uruguai

Cultura, colonização e identidade nacional brasileira

A mídia ensina: um estudo sobre a relação mídia, consumo e infância

Identidade Cultural Regional: o estereótipo do gaúcho no site O Bairrista

Organizaciones sociales y acción colectiva. Poder de persuasión, visibilidad y latencia

Autos findos são também bens culturais?

FUTEBOL E IDENTIDADE EM NOVO HAMBURGO NAS DÉCADAS DE 1920 E 1930

Vinícius Moser¹

Palavras-chave: Futebol. Identidade. Novo Hamburgo.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho procurará compreender o futebol enquanto um elemento de formação de identidades dentro de um contexto local, mais especificamente a cidade sul-riograndense de Novo Hamburgo, localizada próxima a capital do estado, Porto Alegre, no período compreendido entre os anos de 1927 a 1931. Esse momento compreende os cinco primeiros anos de emancipação da cidade em relação a São Leopoldo e adquire grande importância para a formação de uma identidade local; ressaltando aqui a quase inexistência de estudos acadêmicos acerca dessa relação na conjuntura local.

Nesse sentido, será analisado de que maneira a atividade futebolística nessa cidade foi um elemento de construção da identidade dentro do período temporal delimitado, com base no referencial teórico pesquisado. Tal análise será levada a cabo através da imprensa hamburguesa, mais especificamente por meio das seções *Notas Sportivas* e *Noticiário* do periódico *O 5 de Abril*, semanário que foi fundado quando ocorreu a emancipação deste município, em 1927, e que circulou até o ano de 1962.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Oficialmente, o começo das atividades futebolísticas no Brasil deu-se com a criação dos primeiros clubes por ingleses que residiam em São Paulo e no Rio de Janeiro, a partir dos anos 1880 (JESUS, 2003). Nesse contexto, Charles Miller – nascido em São Paulo em 1874, mas de nacionalidade inglês por seus pais serem naturais desse país – é considerado o “pai” do futebol,

¹ Graduado em História e Mestrando, com bolsa Prosup/CAPES, em Processos e Manifestações Culturais – Universidade Feevale (RS). E-mail: moser@feevale.br.

quando trouxe da Inglaterra, vinte anos após o seu nascimento, as primeiras bolas e bombas para enchê-las (MURRAY, 2000).

Nos primeiros anos do esporte no Brasil, porém, todo o equipamento adequado para a prática do jogo tinha de ser importado (GUTERMAN, 2009). Embora com essa dificuldade imposta pelo custo dos equipamentos necessários ao jogo, e também por ter sido logo adotado pela elite brasileira como um esporte “fino” – apesar de na Inglaterra o futebol ter sido, desde o seu princípio um esporte ligado às massas populares – o futebol rapidamente popularizou-se, por meio dos operários das companhias férreas inglesas que trabalhavam no Brasil nesse período (PEREIRA, 2000).

Também cabe aqui salientar de que forma o futebol transcendeu o âmbito elitista e fortemente ligado ao conceito étnico para transformar-se no esporte nacional brasileiro por excelência, em especial a partir da década de 1930 (DRUMOND IN PRIORE; MELO, 2009). Durante o primeiro governo de Vargas, compreendido entre o período 1930-45, o futebol foi alçado à condição de um elemento de integração e disciplina das massas populares, ligando-se, assim, a um projeto nacional de criação de uma identidade brasileira (PRODANOV; MOSER, 2011). Nesse momento histórico, o futebol já tinha deixado de estar circunscrito às elites, locais ou nacionais, para ser praticado por pessoas de todas as classes sociais.

METODOLOGIA

A presente pesquisa possui como elemento principal de embasamento metodológico a realização de uma revisão bibliográfica. Essa revisão apoiou-se na leitura e fichamento de artigos e livros e outras produções acadêmicas que se encontram em consonância com o tema proposto. Também foi analisado como a atividade futebolística nessa cidade foi um elemento de construção da identidade dentro do período temporal delimitado, com base no referencial teórico pesquisado, mencionado acima.

Tal análise será levada a cabo através do embasamento em uma fonte impressa, mais especificamente por meio das seções *Notas Sportivas* e *Noticiário* do periódico *O 5 de Abril*, semanário que foi fundado quando ocorreu a emancipação deste município, em 1927, e que circulou até o ano de 1962.

ANÁLISE

As atividades esportivas ocorridas nessa cidade encontraram um espaço privilegiado, sobressaindo-se em suas páginas a crônica esportiva ligada ao futebol e o *faust-ball*, nome alemão ao jogo denominado como punhobol no Brasil. Os encontros festivos e atos administrativos das agremiações que promoviam a prática da primeira modalidade referida também possuíam espaço nas páginas do *Noticiário* e das *Notas Sportivas d'O 5 de Abril* entre os anos de 1927 a 1931.

Nesse sentido, dentro do recorte de análise estabelecido para este periódico, não há qualquer referência às atividades futebolísticas praticadas por outros grupos sociais ou étnicos na cidade de Novo Hamburgo, já que os negros e pessoas de menor poder aquisitivo não participavam desta rivalidade. Esses grupos ficavam “de fora” da crônica esportiva e dos eventos sociais que ocorriam em torno dos clubes esportivos de Novo Hamburgo nesse período (KERBER; SCHEMES; MAGALHÃES, 2008).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível inferir, no decorrer da presente pesquisa, que o processo de formação da identidade em Novo Hamburgo, que aparece com bastante consistência nas páginas do periódico que serviu de base para a análise deste trabalho, o semanário *O 5 de Abril*, possuía como bases, além da questão étnica e da germanidade, o expressivo crescimento industrial que se verificava na cidade desde antes a sua emancipação com seu município-mãe, São Leopoldo, ocorrida em 1927.

Dessa maneira, Novo Hamburgo, que desde a sua emancipação propugnava-se a ser uma cidade “moderna” e “progressista”, dentre outros epítetos encontrados durante a análise do referido periódico, não admitia, em especial dentro dos aspectos concernentes à sua formação identitária, que o “outro” pudesse interferir nesse processo de formação de um ideário moderno, de cidade industrializada e desenvolvida.

De tal modo, o futebol, manifestação cultural de grande impacto que teve a sua assunção “às avessas” do jogo popular e violento que se praticava na Inglaterra oitocentista, hibridizou-se e se adaptou à realidade brasileira, tornando-se, ao longo das primeiras décadas do século XX, em um dos principais vetores da formação da identidade do país.

REFERÊNCIAS

DRUMOND, Maurício. O esporte como política de estado: Vargas. In: PRIORE, Mary Del; MELO, Victor Andrade de (Orgs.). **História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais**. São Paulo: UNESP, 2009.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular no país**. São Paulo: Contexto, 2009.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. Futebol, globalização e identidade local no Brasil. **Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital**. Buenos Aires, ano 8, n.57, 2003.

KERBER, Alessandro Mario; SCHEMES, Claudia; MAGALHÃES, Magna Lima. O futebol e a identidade negra em um espaço germânico. **Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital**, Buenos Aires, ano 13, n.121, jun. 2008.

MURRAY, Bill. **Uma história do futebol**. São Paulo: Hedra, 2000.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. **Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro 1902-1938**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PRODANOV; Cleber Cristiano; MOSER, Vinícius. Marcas de uma história, marcas do futebol: o *Foot-Ball Club* Esperança. **Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital**. Buenos Aires, ano 15, n.152, jan. 2011.

COPYLEFT E “PIRATARIA” NA REDE: A EMERGÊNCIA DE DISCURSOS SUJEITADOS

Clarissa Corrêa Henning (PPGCom ECO/UFRJ)¹

Palavras-chave: Propriedade intelectual. Compartilhamento. Cibercultura.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho investiga a mudança no dispositivo de autoria na contemporaneidade através da análise das contribuições à consulta pública sobre a reforma da Lei de Direitos Autorais (LDA) no Brasil, promovido pelo Ministério da Cultura em 2010. As batalhas discursivas que aparecem no processo demonstram a emergência daquilo que Foucault chama de “discursos sujeitados”, e dão visibilidade ao uso cotidiano e massivo de práticas que questionam a legitimidade do direito exclusivo sobre a propriedade intelectual. Os dados da consulta pública também são cruzados com alguns índices sobre as práticas de compartilhamento online no Brasil, buscando um maior aprofundamento das relações entre o que é dito e o que é feito em termos de propriedade intelectual no país.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O combate entre as diferentes formas de conceituar determinado conteúdo efetiva um jogo de forças, e as forças marcam seu aparecimento na emergência do acontecimento (FOUCAULT, 2007). O jogo da dominação acaba por determinar direitos e deveres, e através de sua violência cria um sistema de regras. Por serem violentas, essas regras são em si mesmas vazias, direcionadas para servir a determinado estado de coisas que sempre pode ser subvertido.

Foucault (2007) explica que a arqueologia analisa as discursividades locais, e as genealogias são como anticiências no sentido de uma insurreição de saberes sujeitados. As forças dos saberes sujeitados são necessariamente heterogêneas, múltiplas; por isso, em vez de procurar unificá-las, o pesquisador deve destacar o que está em jogo na luta contra a discursividade hegemônica que busca sepultá-las – e da qual elas vazaram. É por isso que o poder se exerce, não se dá e nem se troca. E é, antes de tudo, relação de força. A partir desse entendimento, o poder político necessariamente é visto como aquele que instaura a paz por meio de uma guerra silenciosa.

No capitalismo flexível, a produção de conhecimento e informação é uma forma de riqueza que é convertida em valor econômico (HARDT e NEGRI, 2006). Assim, a criatividade que circula e é efetivada pelo conjunto da população na internet é explorada por práticas que procuram extrair

¹ Graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo na Feevale/RS. Mestranda do PPGCom da Escola de Comunicação da UFRJ. Bolsista Capes.

mais-valia dos produtos originados nas redes. Contudo, essas redes também podem ser fonte de resistência, na medida em que o virtual tem potencial para um espaço de luta *em e pelo* comum.

O *copyright* mantém fortes laços tanto com o direito natural quanto com a estética da originalidade. Contudo, no tempo da cibercultura o digital atinge na raiz a idéia de dependência entre armazenamento e distribuição (LEMOS, 2007), problematizando seriamente o conceito de original.

3. METODOLOGIA

A metodologia desta pesquisa é destacar excertos das contribuições à lei que são espaços estratégicos para a discussão da valoração do sujeito-autor e da fruição dos bens culturais, e aliar o método qualitativo (MINAIO, 1993 e LÜDKE e ANDRÉ, 1986) ao conceito de discurso em Foucault (2010). Este estudo também encontra suporte em uma recente pesquisa sobre as práticas da “pirataria” online no Brasil (IPEA, 2012). Assim, em um primeiro momento, destaco excertos do *corpus* que considero espaços estratégicos para a discussão da valoração do sujeito-autor e da fruição dos bens culturais. Em um segundo momento, esses excertos são cruzados com o referencial teórico e analisados de acordo com os conceitos previamente desenvolvidos. É importante lembrar que a pesquisa qualitativa assume plenamente a provisoriedade dos achados e resultados, não tendo a pretensão de apresentar uma verdade definitiva.

4. ANÁLISE

A luta dos saberes sujeitados contra os efeitos de poder de um discurso considerado científico (FOUCAULT, 2007) aparece em certas contribuições, que denunciam a ideia da propriedade intelectual como um direito natural.

[...] o direito de propriedade intelectual, tal qual o direito de propriedade real, constituem uma construção jurídica e não um “a priori”. [...] A função social do contrato e a função social da propriedade são valores fundamentais nessa nova ordem. (BRASIL, 2010).

O poder, para além de ser repressivo, é antes de qualquer coisa produtivo. A força dominante, aqui, se define como força de afetar outras forças – é um tipo de afeto ativo. A força mais fraca, que é induzida ou incitada, é um afeto reativo (DELEUZE, 2005). A insegurança com relação ao compartilhamento digital e à criação de obras derivadas aparece em algumas afirmações contidas na consulta pública, como “Alterar o artigo 1 da Lei 9.610 só vai desestimular a criação artística e tirar a liberdade de expressão, já que o autor perderá seu tempo criando uma obra que qualquer um poderá modificar” (BRASIL, 2010). Por outro lado, é importante lembrar que “a força afetada não deixa de ter uma capacidade de resistência” (Deleuze, 2005, p. 79). Ao atentar para as práticas criativas, o discurso *copyleft* marca o valor da autoria como construção coletiva do conhecimento, entendendo o estilhaçamento do sujeito contemporâneo como veículo de criação – é o deslocamento da rotilidade do autor em favor das trocas virais e da construção colaborativa do

conhecimento e da cultura.

Tudo o que eu criei, inventei, não é somente meu. O que inventei é fruto do conhecimento que a humanidade me deixou. A todos sou mais devedor que cobrador... Então o equilíbrio deve ser repensado sob essa ótica, para ser realmente chamado de equilíbrio (BRASIL, 2010).

Em maio de 2012, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) divulgou um estudo sobre a prática de download de músicas e filmes no Brasil. A conclusão foi de que 41% do total de internautas brasileiros baixam conteúdo protegido na rede. O Ipea classificou 81% desses usuários “baixadores” como *piratas*, ou seja, aqueles que baixaram músicas ou filmes nos três meses anteriores à realização da pesquisa, e que também não compraram nenhum conteúdo virtual na internet no último ano. Assim, os índices de “pirataria” apontam a realidade das práticas do *copyleft*. Contra o biopoder, o poder de vida da resistência: o lado de fora, incessantemente, subverte o estabelecido.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O entendimento do que estamos nos tornando passa por uma arqueologia das verdades que habitam nossos discursos. Assim, voltamos às perguntas norteadoras deste trabalho: que deslocamentos podem ser percebidos no dispositivo de autoria? Que idéias compõem nosso arquivo, idéias que por mais que estejam fora de nós, ainda limitam nosso pensamento? Por outro lado, onde nossa atualidade aparece nesses discursos? Onde podemos diagnosticar aquilo que ainda não podemos dizer? Como ensina Foucault (2010), o diagnóstico serve não para antecipar o futuro, mas para nos libertar das continuidades, do que não nos serve mais.

A análise do dispositivo de autoria hoje exige estudar de perto tanto o pós-fordismo quanto a cibercultura, e buscar compreender os efeitos de saber, poder e subjetivação de cada um deles no discurso do *copyright* e no discurso do *copyleft*. Tarefa espinhosa, sem dúvida, mas necessária. Se por um lado a cooperação produtiva pode ter sua potência capturada pelos fluxos do capitalismo financeiro, por outro lado o compartilhamento do comum aponta para práticas que evidenciam a resistência ao assujeitamento – e que demarcam a abertura de um novo caminho. Um caminho que, entre outras coisas, possibilitou a consulta pública sobre as iminentes mudanças nos direitos autorais brasileiros, fonte documental desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei n. 9610/98, atualizada com as mudanças da Minuta de Anteprojeto de Lei que ficou em consulta pública em junho de 2010.** Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em www.cultura.gov.br/consultadireitoautor/consulta Acesso em 5 de outubro de 2011.

DELEUZE, Gilles. **Foucault.** São Paulo: Brasiliense, 2005.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

_____. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império.** Rio de Janeiro: Record, 2006.

IPEA. **Comunicados do Ipea n° 147.** Download de músicas e filmes no Brasil: um perfil dos piratas online. Disponível em http://agencia.ipea.gov.br/images/stories/PDFs/comunicado/120510_comunicadoipea0147.pdf>

Acesso em 20 de maio de 2012.

LE MOS, André. **Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

LÜDKE, Menga e ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EDU, 1986.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social (org). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 1993.

A MÁGICA DA CULTURA DE CONSUMO NO SITE “POTTERMORE”

Luciane Pereira Viana – Feevale ¹
Saraí Patrícia Schmidt – Feevale ²

PALAVRAS-CHAVE: Cultura de consumo. Cultura da Convergência. Harry Potter.

1. INTRODUÇÃO

A cultura é a experiência construída na interação diária com as manifestações e práticas de vida e consumo cotidiano. A cultura é um processo que interliga as pessoas e, o consumo é um código social, motivador de significativas transformações históricas e sociais, de estilos de vida, valores, comportamentos, na sociedade. É importante notar que nestas transformações, especialmente o cinema, tornou-se, pouco a pouco, uma forma de busca de identificação para a juventude, fazendo com que filmes como “Harry Potter” representassem um sucesso de consumo, pois acompanham as mudanças da cultura da convergência.

Tendo uma perspectiva interdisciplinar, este artigo tem como problema: A obra cinematográfica “Harry Potter” é consumida e ampliada através do site “Pottermore”? Sendo o objetivo geral analisar a relação da cultura da convergência na obra “Harry Potter” a partir do consumo do site “Pottermore” pelos jovens. Complementarmente, apresenta como objetivos específicos: a) apresentar as características marcantes da cultura de consumo e cultura da convergência; b) relacionar as práticas de consumo do site “Pottermore”, com foco na análise da cultura jovem contemporânea.

A escolha metodológica deste estudo seguiu as recomendações de Prodanov e Freitas (2009), utilizou-se a pesquisa descritiva, sendo a abordagem qualitativa. Como procedimento de pesquisa escolheu-se a bibliográfica, que contou com as seguintes categorias: cultura de consumo e cultura da convergência tendo com base os estudos de Zygmunt Bauman (2008), Néstor García Canclini (2010) e Henry Jenkins (2009). Optou-se pela análise e interpretação dos dados através da análise de conteúdo, segundo Bardin (2004), sendo obedecidas as fases: a) Pré-análise com formulação dos objetivos, preparação do material e escolha do site “Pottermore”; b) Exploração do material: categorização sobre o corpus; c) Tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais na Universidade FEEVALE. Especialista em Gestão Estratégica de Marketing; Docente na Faculdade IENH e Coordenadora do Curso Técnico em Administração.

² Docente no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade FEEVALE. Jornalista, Mestre e Doutora em Educação na linha de pesquisa Estudos Culturais da UFRGS.

Este artigo integra uma pesquisa mais ampla que tem como objetivo central problematizar a relação entre as manifestações culturais cinematográficas e a cultura de consumo, principalmente analisando a juventude contemporânea.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Como aporte teórico essencial neste estudo, destaca-se que o consumo, segundo Canclini (2010, p. 60) é o “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Bauman (2008, p. 4) contribui com esta análise quando diz que o consumo é “basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos”. Assim, pode-se citar que o consumo revela os hábitos socioculturais da sociedade. Featherstone (1995, p. 121) descreve que a cultura de consumo

envolve um foco duplo: em primeiro lugar, na dimensão cultural da economia, a simbolização e o uso de bens materiais como ‘comunicadores’, não apenas como utilidades; em segundo lugar, na economia dos bens culturais, os princípios de mercado – oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização – que operam “dentro” da esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias.

Vale ressaltar a importante contribuição das manifestações culturais cinematográficas para a cultura de consumo que, além de propiciar entretenimento, envolvem os jovens em um processo de diferenciação e pertencimento. Garbin (2003 p. 128) considera ser “recorrente a afirmação de que a juventude atual substituiu os ideais mais amplos de mudança social e política por objetivos mais imediatistas, ligados ao prazer e ao consumo”.

Nesse sentido, tem-se um convívio de diversas experiências e interesses, cada história, imagem ou opiniões é transmitido pelo maior número possível de canais e utilizando-se de cruzamento entre as mídias. Jenkins (2009, p. 29) cita por convergência o

fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, 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.

A convergência busca desenhar um novo ponto de vista da relação entre sociedade e mídias; assim como, do acompanhamento das transformações tecnológicas, de consumo, culturais e sociais percebidas no cenário contemporâneo. O autor Jenkins (2009) observa que a sociedade está ainda experimentando esta relação com a cultura da convergência, atividade que fatalmente terá impacto nas transformações históricas e socioculturais dos próximos anos.

3. ANÁLISE DO SITE “POTTERMORE”

O primeiro livro “*Harry Potter e a Pedra Filosofal*” escrito pela britânica J. K. Rowling foi publicado em julho de 1997, após foram lançados outros seis livros, adaptados ao cinema e outras formas de convergências de mídias. Os 7,7 bilhões arrecadados em bilheteria tornou “Harry Potter” o maior sucesso de consumo de uma obra cinematográfica na história do cinema, (IMDb,

2012). Em julho de 2011, quando os fãs se “achavam órfãos” após o lançamento do último filme “*Harry Potter e as Relíquias da Morte – parte 2*”, a autora J.K. Rowling divulga o site “Pottermore” convidando o jovem a conhecer ainda mais o universo da história,

Pottermore é uma emocionante experiência de leitura on-line criada por J.K. Rowling e que se desenvolve em torno dos livros de Harry Potter. Poderás compartilhar histórias e participar em cada uma delas, experimentar com criatividade o mundo Potter e descobrir mais informações sobre o mundo de Harry Potter oferecido pela própria autora, (POTTERMORE, 2011, tradução nossa).

Esta era a frase apresentada na página inicial do novo *website*, instigando a interação entre o público consumidor e a obra, seguindo, portanto, as indicações de Jenkins (2009) sobre a expansão da experiência da cultura da convergência. O site possui curiosidades sobre a obra que não estão descritos nos filmes e livros, porém, é possível identificar o que o autor Jenkins (2009) aborda que na cultura da convergência cada canal deve ser autossuficiente em informações para que consumidor entenda a história sem depender de outros canais e, isto acontece de forma satisfatória na navegação pelo site. Segundo Canclini (2010), o consumo não deve ser caracterizado somente como uma compra de objetos ou bens isolados, mas também como “apropriação coletiva”.

Desta forma é possível identificar que as diversas formas de interação propiciadas pelo site, como descrito por Jenkins (2009), apresentam-se como um incentivo extra para que o jovem converse com seus amigos e até faça novas amizades, discuta as informações extraídas deste novo meio midiático, pois a cultura da convergência tem como característica a abertura de novas formas de expressão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou uma breve discussão sobre o tema cultura de consumo e cultura da convergência na obra “Harry Potter”. Pode-se destacar que as experiências, emoções, o envolvimento individual e coletivo, que motivam os jovens a consumir determinadas manifestações culturais cinematográficas tem relação com sua identificação com a convergência de mídias onde a obra está inserida. Ainda que somente analisado o site “Pottermore”, constatou-se interatividade entre os usuários, garantindo maior veracidade à amostra pesquisada. Verificou-se, então, a existência de um consumo e ampliação da obra cinematográfica “Harry Potter” através do site “Pottermore” com a utilização da cultura da convergência, mesmo após a exibição do último filme. Através deste estudo foi possível identificar que a cultura da convergência permite que a experiência do jovem consumidor de uma obra possa transcender o espaço de uma única mídia, através da construção de uma estreita relação entre a cultura de consumo e as transformações culturais na juventude.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004. 223p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. 199p.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. 228p.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995. 223p.
- GARBIN, Elisabete Maria. Cultur@s juvenis, identid@des e Internet: questões atuais. **Revista Brasileira de Educação**. maio/jun/jul/ago 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n23/n23a08.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2012.
- IMDb. **Harry Potter**. mar. 2012. Disponível em: <<http://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=harrypotter.htm>>. Acesso em: 12 mar. 2012.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009. 365p.
- POTTERMORE. **About Pottermore**. Disponível em: <<http://www.pottermore.com/en/about>>. Acesso em: 02 abr. 2012.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. 288p.

A CULTURA ORGANIZACIONAL DE UMA EMPRESA BRASILEIRA INTERNACIONALIZADA: A CONSTRUÇÃO DA CENOGRAFIA E DO ETHOS DISCURSIVO CORPORATIVO

André Luciano Viana, FEEVALE¹
Ernani Cesar de Freitas, FEEVALE²

PALAVRAS-CHAVE: Cultura organizacional. Cenografia. Ethos.

INTRODUÇÃO

Em um ambiente no qual as mudanças são eminentes, a cultura incute nas organizações suas crenças e valores e relaciona-se diretamente com os anseios corporativos. Entretanto, embora seja constante, esta dinamicidade nem sempre é aparente, sobretudo no que tange a imagem que as organizações fazem de si em sua relação com o mercado. Nesse sentido, a delimitação do tema desse estudo compreende os estudos sobre a inter-relação entre a cultura e a cultura organizacional na construção do ethos discursivo corporativo como imagem de si, alicerçadas em estereótipos culturais.

O texto escolhido para a análise trata-se da reportagem da Revista Exame de 28 de janeiro de 2012, cujo título é “Petrobrás, a empresa dos sonhos dos executivos” (AMORIM, 2012) e justifica-se sua escolha pela relevância que a relação entre a cultura e a cultura organizacional tem para o ambiente corporativo, principalmente em uma empresa de importância no mercado brasileiro.

Assim, o problema de pesquisa é o seguinte: como se apresentam os discursos que contribuem à concepção do ethos discursivo corporativo da empresa Petrobrás, correlacionados entre cultura e a cultura organizacional? Desse modo, o objetivo geral apresenta-se da seguinte maneira: analisar a construção do discurso corporativo de uma empresa brasileira internacionalizada, que contribui à concepção do ethos discursivo corporativo. Complementarmente, também se faz necessário conhecer os objetivos específicos, como: a) identificar a relação existente entre cultura e cultura organizacional; b) descrever a construção do ethos discursivo corporativo como imagem de si, por meio da cenografia amparada nos estereótipos e clichês sobre a internacionalização de empresas. Como procedimento metodológico, optou-se pela pesquisa descritiva e bibliográfica.

¹ Mestrando em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale; Especialista em Gestão Cultural e Bacharel em Administração de Empresas; Professor; E-mail: andreviana@feevale.br .

² Professor Doutor em Letras pela PUCRS, com pós-doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (PUC-SP/LAEL); E-mail: ernanic@feevale.br.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao ser pesquisado por Tyler em 1871 (apud LARAIA, 2001), o conceito relacionado à cultura também pode ter o significado de um estudo sistemático, pois trata-se de um fenômeno natural que possui causas e regularidades, permitindo um estudo objetivo e uma análise capazes de proporcionar a formação de leis sobre o processo cultural e também sua evolução.

Desse modo, pode-se perceber que a cultura gera resultados distintos, mas que imbuídos de um contexto social, possibilitam a criação de um ethos corporativo que revela uma densa relação entre “o dito” e o “mostrado”. Também se percebe que a cultura da organização desenvolve um ethos, criado e desenvolvido pelos processos sociais, as imagens, os símbolos e os rituais que existem dentro das organizações (MORGAN, 1996).

Assim, a cultura de um grupo poderá ser definida como um padrão de suposições básicas compartilhadas, que uma vez alcançado será considerado válido e, por conseguinte, ensinado aos novos membros como o modo correto de perceber, pensar e sentir-se em relação a essas suposições (SCHEIN, 2009).

Em seu estudo sobre semântica global Maingueneau (2008a), propõe uma metodologia que possibilita a análise dos discursos por meio dos planos constitutivos do discurso, conforme revelam-se a partir da intertextualidade, dos temas e vocabulário, do estatuto do enunciador e do destinatário, da dêixis enunciativa e o modo de enunciação e ainda, o modo de coesão.

Como exemplo, pode-se citar o discurso publicitário contemporâneo, esse mantém, por natureza, uma estreita relação com o ethos e, procura persuadir, associando os produtos que promove a um corpo em movimento, a uma maneira de habitar o mundo; como um discurso religioso, em particular, é por meio de sua própria enunciação que uma propaganda, apoiando-se em estereótipos pré-avaliados, deve encarnar o que o discurso prescreve (MAINGUENEAU, 2008b).

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho, foi utilizada a pesquisa descritiva e bibliográfica, com abordagem do problema de pesquisa de forma qualitativa. Utilizou-se como suporte a análise do discurso, de vertente francesa e base enunciativa para análise da comunicação e da interação verbal nas reportagens, amparada por categorias teóricas segundo os estudos sobre semântica global de cenografia e de ethos, de Dominique Maingueneau (2008a, 2008b) a partir dos princípios gerais da semântica global e de cenografia e ethos.

ANÁLISE

Ao mesmo tempo em que segmentos estudados e o próprio título indicam os atributos da

eficácia da cultura organizacional dessa instituição, há alguns indícios que incidem certo grau de influência externa no ambiente corporativo, tais como:

Fragmento : O passo seguinte é ir a campo, o que significa, em alguns casos, vestir um macacão alaranjado e passar semanas em alto-mar. Se tudo der certo, vem o convite para assumir um cargo executivo. Primeiro de coordenador, depois gerente, gerente executivo, diretor, presidente — no caminho, não custa lembrar que ter um bom padrinho no partido do governo será fundamental.

Verifica-se no fragmento estudado a relação espaço-tempo se dá por meio de uma cenografia de um executivo-trabalhador, que com o passar do tempo, coopera com a organização colocando, de fato, “mãos à obra” junto aos processos de trabalho da empresa. Maingueneau (2008b) comenta sobre os estereótipos culturais do mundo ético dos executivos, que nesse trecho apresenta-se como parte do trabalho braçal, que demanda tempo e dedicação, de experiência pessoal com as tarefas, já que ao dizer “vestir um macacão alaranjado” é incorporar a personagem “trabalhador ideal”.

Ao mesmo tempo em que há uma manifestação da cultura organizacional na frase que expõe: “se tudo der certo, vem o convite para assumir um cargo executivo. Primeiro de coordenador, depois gerente, gerente executivo, diretor, presidente”. Essa particularidade traz à tona as possibilidades de crescimento profissional de um trabalhador da Petrobrás e constrói uma cena, cuja imagem é contestada pelo próprio texto, ao dizer “no caminho, não custa lembrar que ter um bom padrinho no partido do governo será fundamental”. Logo, aqui existe uma nova imbricação entre a cultura da sociedade (externa) e a cultura organizacional (interna) como forte relação de influência, mostrando-se próxima ao tema dessa pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação entre cultura e cultura organizacional já fazem parte do contexto diário de cada indivíduo, seja na articulação entre as pessoas, consumo ou relações de trabalho. Nesse sentido, como possível resposta ao problema de pesquisa, o resultado aponta que os discursos apresentam um plano discursivo que pode ser analisado através da semântica global que, nessas primeiras reflexões do estudo – que compõe uma pesquisa mais ampla, que é a dissertação de mestrado – revelaram uma densa relação entre a cultura externa e a cultura organizacional de uma empresa brasileira internacionalizada. Todos esses elementos discursivos contribuem à concepção do ethos discursivo corporativo de empresas brasileiras internacionalizadas, correlacionados entre cultura e cultura organizacional.

Diante desse estudo, é possível compreender que a cultura tem relação profunda com a cultura organizacional e que o discurso corporativo organizacional constrói sua identidade pelo discurso, através de uma cenografia que lhe é própria ao modo de dizer.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, Lucas. Petrobrás, a empresa dos sonhos dos executivos. **Revista Exame**. São Paulo. V. 1, n. 1008, 28 jan. 2012. Disponível em:< <http://exame.abril.com.br/noticia/mais-seguranca-menos-ambicao/imprimir>>. Acesso em: 28 jan. 2012.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14 ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2001.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2008a.
- _____. **Cenas da enunciação**. Organização de Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-E-Silva. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2008b.
- MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. 1. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1996.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.
- SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. Tradução Ailton Bomfim Brandão; revisão técnica Humberto Mariotti. São Paulo: Atlas, 2009.

MULHERES HAMBURGUENSES E SUA RELAÇÃO COM O CORPO ENCONTRADA EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DA REVISTA DO GLOBO DA DÉCADA DE 40

Aldine Leonhardt¹
Denise Castilhos de Araujo²
Universidade Feevale

INTRODUÇÃO:

A presente pesquisa tem como temática as mulheres hamburguenses e a construção do feminino na cidade de Novo Hamburgo (RS) de acordo com a Revista do Globo, durante a década de 40. Com o intuito de identificar a relação da mulher com o seu corpo, através da análise de anúncios publicitários da Revista Do Globo, este estudo pretende, também, analisar a relação dessas mulheres, especificamente, com a Revista. Esse veículo possuía distribuição em todo o estado do Rio Grande do Sul, e era a principal publicação do período na região com abordagens a respeito de moda e beleza. Objetiva, ainda, avaliar a evolução dos anúncios voltados ao público feminino, bem como a periodicidade dos mesmos, além de diagnosticar a intensidade da influência europeia que os alcançava. A importância desta pesquisa se deve ao fato de que a relação mulher-corpo do público feminino hamburguense dos anos 40 é pouco estudada e, portanto, possui poucas referências bibliográficas. Também é relevante entender de qual forma e intensidade a Revista do Globo afetava esta relação. Este trabalho, que está em fase inicial, será concretizado por meio de uma análise de conteúdo, a começar por uma revisão teórica, a fim de produzir conceitos que auxiliarão nas etapas seguintes.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

Partindo pela menção de Queiroz (2000) em que “um vasto conjunto de manifestações corporais [...] poderia ser atribuído a um substrato humano bastante genérico e profundo”, bem como tantas outras manifestações que sofrem alterações pelo tempo, pelo espaço e pela diversidade de costumes, podem estar relacionadas à cultura. Este corpo que se pretende estudar, que, de acordo com Soares

¹ Graduada em Moda, Universidade Feevale (2011). Pós-Graduada em Artes Visuais: Cultura e Criação, SENAC. Bolsista de Aperfeiçoamento Científico, Universidade Feevale, Grupo de Pesquisa: Memória e Cultura da Comunidade.

² Doutora em Comunicação Social, professora e pesquisadora do Grupo de Estudos Memória e Cultura da Comunidade, da Universidade Feevale.

(2006), “pertence a mundo sensível, ocupa uma extensão no espaço, tem um peso e seria” passivo e inerte, não fosse a espiritualidade. E, conforme Romero (1995), ainda encontra seus poderes nos detalhes, como chapéu e batom, bem como na sua sensualidade, ressaltando que as teorias produzidas em torno da mulher envolvem a anatomia, a cumplicidade feminina, coadjuvante da história de opressão, e a necessidade de superação na sociedade capitalista, que manteve a desigualdade de gêneros sufocada pelos pressupostos do feminismo da lei e do direito. Partindo destas referências, entre outras, que se faz um estudo da população feminina de Novo Hamburgo e sua relação com o corpo a partir da análise da revista mencionada.

METODOLOGIA:

A metodologia a ser trabalhada denomina-se “análise qualitativa de conteúdo”, baseada em Laurence Bardin (2004), e propõem: a leitura das revistas para identificar as informações a serem analisadas e a codificação dos materiais; a definição de tema e contexto; a categorização construída ao longo do processo de análise; a descrição das categorias analisadas; e, por fim, a interpretação por meio da produção teórica alcançada a partir dos materiais em análise. A abordagem básica de análise a ser desenvolvida será indutiva, gerativa, construtiva e subjetiva, que espera visar à compreensão dos fenômenos investigados e não generalizações probabilísticas.

ANÁLISE:

A Revista do Globo surgiu em 1929 e perdurou por aproximadamente quatro décadas, sendo produzida em Porto Alegre, mas abrangendo outras cidades do Rio Grande do Sul e fora dele. As publicações foram quinzenais ou semanais por todos os anos e, exclusivamente na década de 40, distribuiu-se 233 revistas, numa média de 23 publicações por ano. Este trabalho foi feito com base nos CD's onde estão todas as revistas digitalizadas. Logo no início do primeiro exemplar da Revista do Globo de 1940, encontramos dados que confirmam a circulação da mesma fora de Porto Alegre. Como Novo Hamburgo compõe da região metropolitana, seria provável que hamburguenses fizessem parte do grupo de leitores da Revista do Globo, o que é comprovado em exemplares seguintes onde mulheres de Novo Hamburgo enviam breves relatos de suas vidas para a edição da revista. A Revista do Globo era um periódico de cultura e vida social destinado ao público em geral, que divulgava arte, literatura, moda, ambiente social e político, esportes, cinema, etc. O crescimento e evolução dos anúncios voltados à mulher promovidos pela década de 30 (LEONHARDT, 2010), mantiveram nos anos seguintes esta valorização do público feminino, sustentando a publicação de anúncios voltados a este e comprovando a descrição de Pinto (2003) como uma época marcada por uma participação mais ativa da mulher brasileira nos programas feministas e sua reivindicação por

direitos políticos e sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

É possível realizar uma conclusão parcial de que os exemplares da Revista do Globo distribuídos entre 1940 a 1949 ostentaram anúncios publicitários voltados ao público feminino abordando moda e beleza, e conseqüentemente, a relação da mulher com seu corpo. É plausível notar, previamente, que as publicações entravam em contato com as mulheres hamburguenses e fizeram parte da construção do feminino na cidade gaúcha. De antemão, se percebe certa transformação dos anúncios voltados ao público tratado neste trabalho, além da influência europeia que estes sofriam. Por fim, verifica-se que os anúncios publicitários voltados ao público feminino da Revista do Globo divulgados durante a década de 40, expunham a relação da mulher com o corpo e chegavam a atingir o público hamburguense.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher. Corpo. Novo Hamburgo (RS). Revista do Globo. Década de 40.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004. 223 p.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher**: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000. 108 p.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo, SP: Thomson, 2005. xxi, 167 p.

HISTÓRIA do corpo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 3 v.

LEONHARDT, Aldine. **A moda na década de 30 no Rio Grande do Sul e a Revista do Globo**. 2010. 66 f. Monografia (Conclusão do Curso de Design de Moda e Tecnologia) - Feevale, Novo Hamburgo-RS, 2010 Disponível em: <<http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaAldineLeonhardt.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

PAIVA, Sergio Rosa de (Org.). **Mulheres do Rio Grande do Sul**: diversidade. Porto Alegre, RS: SFERASRP, 2006. 338 p.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. 119 p.

PRIORE, Mary Del (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo, SP: Contexto, 2001. 678 p.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. 288 p.

QUEIROZ, Renato da Silva. **O corpo do brasileiro**: estudos de estética e beleza. São Paulo, SP: Editora Senac São Paulo, 2000. 181p.

REVISTA DO GLOBO: catálogo e texto. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1929-. 1 CD-ROM.

ROMERO, Elaine (Org.). **Corpo, mulher e sociedade**. Campinas, SP: Papyrus, 1995. 308 p.

SCHÜTZ, Liene M. Martins. **Novo Hamburgo**: sua história, sua gente. [S. l.]: [s.n.], [19--].

SOARES, Carmen (Org.). **Corpo e história**. Campinas, SP: Autores Associados, 2006. 180 p.

IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA NA NARRATIVA DO FILME RIO

Bernardo Mondin Guedes¹

Universidade Feevale.

Palavras chave:

Brasil. Identidade Nacional. Cinema. Filme RIO.

No presente artigo é abordada a história do Brasil, a história da narrativa e a história do cinema para discutir como corpus deste trabalho o filme RIO (2011) através da metodologia da Hermenêutica de Profundidade proposta por THOMPSON (1995), demonstrando assim a interdisciplinaridade entre os estudos dos autores ligados ao tema: BOSI (1996), DAMATTA (1998), KERBER (2005), LUNARDELLI (1996), SILVEIRA e OLMOS (2007), TURNER (1988), entre outros autores e algumas características apontadas no filme que ajudem a explicar e ilustrar tais idéias. O problema de pesquisa: é possível reconhecer características de identidade nacional brasileira no filme RIO que instituem a imagem do Brasil? O objetivo do trabalho é identificar características da nacionalidade brasileira em textos fílmicos, para refletir sobre as representações do Brasil. E como objetivos específicos, analisa-se os traços de brasilidade representados, discute-se a idéia de identidade analisado com estudos de escritores que detêm o tema nacionalidade, e identifica-se semelhanças entre representações de características brasileiras em filmes, fundamentando-se a importância da cultura e suas manifestações.

Desde os tempos pré-históricos, o Brasil era habitado por povos indígenas, quando Pedro Álvares Cabral em 1500, em uma expedição portuguesa a caminho das Índias, descobriu o país. Da terra saíam: cana de açúcar, o pau-brasil e ouro. O Brasil era então uma colônia de Portugal, e como tal, deveria seguir as ordens e normas da coroa. As regras e condutas, escravidão dos índios, disseminação da natureza estão enraizadas na história do país e são refletidas na nossa cultura. Como certidão de nascimento do Brasil, por assim dizer, a carta escrita para o rei D. Manuel I por Pero Vaz de Caminha, seria considerada a primeira narrativa da história do país, fazendo uma

¹ Pós-graduado em Cinema, Unisinos 2010, graduado em Jornalismo, Unisinos 2007, Cursando Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Feevale.

descrição da riqueza das terras e dos índios. Assim como Colombo também o fez ao descobrir a América.

Colombo fala dos homens que vê unicamente porque estes, afinal, também fazem parte da paisagem. Suas menções aos habitantes das ilhas aparecem sempre no meio de anotações sobre a Natureza, em algum lugar entre os pássaros e as árvores. (TODOROV, 1999, p. 33)

A narrativa dos filmes nos traz elementos ricos para análise, tanto de imagens, quanto da própria narrativa em si e também reflexões sobre os temas abordados, por isso, pode-se dizer que é um estudo interdisciplinar.

Para ilustrar tal afirmação e refletir sobre as questões de identidade nacional brasileira será utilizado o filme RIO (2011) para nortear a discussão. A obra escolhida é do gênero animação, com direção de Carlos Saldanha, indicado e ganhador do prêmio *Annie Awards 2012* como melhor filme longa-metragem de animação na categoria. As representações do Brasil ganham sentido e materialidade na linguagem e imagens da obra. Esses sentidos podem ser construídos socialmente e compartilhados pelos espectadores.

O filme começa mostrando vários cenários conhecidos internacionalmente como cartões postais do Brasil em um grande plano geral de câmera: o Pão de Açúcar e o Corcovado, para ambientar o espectador seguindo o modelo hollywoodiano de cinema.

Neste modelo, os personagens e ações desenvolvem-se a partir de um padrão facilmente reconhecido. Esse padrão é universal e foi identificado através dos estudos do folclorista russo Vladimir Propp (1975 apud TURNER, 1997).

O cinema se apropriou dessa fórmula e, em geral, um filme de narrativa clássica conta a história de um herói, que busca um objetivo e tem que sair de sua cidade, numa jornada para procurar aquilo que necessita. Nesta jornada, ele vai fazer aliados, encontrar com seu mentor e lutar contra seu inimigo, transformando algo dentro de si mesmo, buscando o que precisava e voltando para sua terra, onde será reconhecido.

Não importam os vários perigos pelos quais o herói deverá passar ao longo da jornada. Com certeza ele será um vencedor. Este conhecimento antecipa o prazer e mune o espectador do poder de saber o destino dos personagens. (LUNARDELLI, 1996, p. 53)

O primeiro cenário a ser apresentado é onde se passa a ação. É mostrada uma floresta na cidade do Rio de Janeiro, onde vários pássaros de espécies diferentes da fauna brasileira estão felizes cantando e dançando entre as árvores, e as flores. O filme retrata bem a riqueza de espécies de pássaros em um colorido belíssimo na cena.

Mas não foi a primeira vez que o Brasil foi representado cinematograficamente através de um pássaro. O passarinho como personagem de desenho animado teve origem na década de 40 quando Walt Disney, em visita aos países da América latina em missão política, buscando apoio aos EUA durante a Segunda Guerra Mundial, criou o Zé Carioca (vestindo terno e gravata coloridos, um chapéu de palha e carregando um guarda-chuva, assumindo uma paródia a alta sociedade americana onde os homens vestiam-se de terno e gravata pretos e carregavam bengalas). O papagaio festeiro e malandro apareceu no filme ‘Alô Amigos’ (1943) e posteriormente em ‘Você já foi a Bahia?’ (1945) onde o personagem apresenta o país para seu amigo Pato Donald, combinando imagens reais de Aurora Miranda (a irmã de Carmem Miranda, outro ícone da cinematografia brasileira no exterior) com desenhos animados. O filme RIO (2011) faz refletir sobre a imagem construída e difundida mundialmente sobre o Brasil. A representação do país pode ser pensada através de símbolos como o malandro, o futebol e o carnaval do Rio de Janeiro.

A malandragem [...] trata-se mesmo de um modo – jeito ou estilo – profundamente original e brasileiro de viver, e às vezes sobreviver, num sistema em que a casa nem sempre fala com a rua e as leis formais da vida pública nada tem a ver com as boas regras da moralidade costumeira que governam a nossa honra, o respeito e sobretudo a lealdade que devemos aos amigos, aos parentes e aos cumpadres. Num mundo tão profundamente dividido, a malandragem e o ‘jeitinho’ promovem uma esperança de tudo juntar numa totalidade harmoniosa e concreta. (DAMATTA, 1998, p.107)

No filme estudado são enaltecidas as belezas naturais do país através de cenários mundialmente conhecidos como o Pão de Açúcar, o Corcovado e a Calçada de Copacabana. E também a rica fauna brasileira, o afeto, importância da família e a preservação das espécies.

Observa-se, então que existe uma coerência entre o filme RIO (2011) e a história do Brasil estudada através da metodologia de pesquisa Hermenêutica de Profundidade. A narrativa estudada é pertinente e se enquadra no modelo proposto por Turner de modelo clássico hollywoodiano cinematográfico. E os elementos contidos no filme como: cores, personagens, figurinos e paisagens remetem a características da identidade nacional brasileira que enaltecem o país e suas riquezas naturais. Em nenhum momento é proposto analisar se essas características resumem o país, ou se as características de estereótipo, como o malandro, por exemplo, definem a sociedade brasileira. Contudo é válido o estudo através de outras obras que também tratam o assunto sobre a mesma perspectiva para fundamentar a importância da cultura e suas manifestações culturais, no caso analisado: o filme RIO (2011) para a formação da identidade do sujeito.

Referências Bibliográficas:

AGRUPAMENTO BRICS. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/temas/mecanismos-inter-regionais/agrupamento-brics> . Acessado em: 01 jun. 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CONRAD, Joseph. **O coração das trevas**. São Paulo: Abril, 2010.

DAMATTA, Roberto da. **Que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

DILMA. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/posse-de-dilma/noticia/2011/01/dilma-e-empossada-presidente-da-republica.html> . Acessado em: 01 jun. 2012.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2011.

KERBER, Alessander. **Carmem Miranda entre representações da identidade nacional e de identidades regionais**. ArtCultura, Uberlândia, v.7, n.10, jan-jun 2005.

LUNARDELLI, Fatimarlei. **Ô Psit!** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1996.

MONTEIRO LOBATO. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/11/impedimento-da-distribuicao-de-livro-de-monteiro-lobato-em-escolas-e-revisto.html> . Acessado em: 01 jun. 2012.

PRODANOV, Cléber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisa do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo, RS: FEEVALE, 2009.

PROJETO ARARA AZUL. Disponível em: <http://www.projetoararaazul.org.br> . Acessado em: 23 jun. 2012 .

PUHL, Paula. **Hamlet: um estudo hermenêutico da pós-modernidade**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/puhl-paula-hamlet-posmodernidade.pdf> . Acessado em: 17 maio 2012.

SILVEIRA, Luis Fábio; OLMOS, Fábio. **Quantas espécies de aves existem no Brasil?** Revista Brasileira de Ornitologia n.15 jun 2007. Disponível em: http://www.ib.usp.br/~lfsilveira/pdf/a_2007_especiesbrasil.pdf Acessado em: 23 jun. 2012

SILVERMAN, David. **Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995

TODOROV, Tzvetan. **A descoberta da América**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

TURNER, Graemer. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1988.

Anexo:

RIO the Movie	RIO
Direção:	Carlos Saldanha
Produção:	Chris Jenkins Bruce Anderson
Roteiro:	Don Rhymer
Elenco:	Jesse Eisenberg, Anne Hathaway, George Lopez, Will.i.am, Jamie Foxx, Tracy Morgan, Rodrigo Santoro
Gênero:	Animação
Idioma original:	Inglês, Português
Música:	John Powell
Cinematografia:	Renato Falcão
Edição:	Harry Hitner
Estúdio:	Blue Sky Studios
Distribuição:	20 th Century Fox
Lançamento:	08 de abril de 2011

<<http://www.imdb.com/title/tt1436562/>> acessado em 10 de junho de 2012

GLEE NA ERA DA CONVERGÊNCIA: MEMÓRIA, INTERATIVIDADE E HIPERTEXTUALIDADE

Aline Streck Donato¹
Universidade Feevale

Palavras-chave: Convergência. Glee. Memória. Interatividade. Hipertextualidade.

Introdução

A convergência midiática já não é novidade na sociedade. Hoje é comum que a televisão transmita vídeos retirados da internet e que produtos televisivos sejam disponibilizados na rede. Sob o viés da convergência televisão/internet, o presente trabalho realizará suas considerações a partir de um produto cultural transmitido por essa fusão, tendo como objetivo geral compreender como se dá a apropriação e os usos que os usuários fazem a partir dos textos transmitidos, apreciando as possibilidades de interação, hipertextualidade e preservação da memória social de grupo.

Assim, será analisado o canal da série de televisão americana Glee transmitido e suportado pelo site da TV online da emissora Fox. Foi escolhida a análise empírica de caráter teórico-prático para ser aplicada no corpus.

Fundamentação teórica

Jenkins (2009) designa convergência como fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas das mídias, assim como à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento “migratório” dos públicos dos meios de comunicação. Segundo ele, o usuário, hoje, vai a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

O poder destinado ao receptor não se limita a apenas escolher o horário e o produto midiático que irá consumir na convergência. Ele pode opinar, orientar e formar laços sociais com consumidores iguais a ele, além de estabelecer uma relação de mão-dupla com os produtores de mídia. A convergência não se concretiza sem a participação dos atores sociais. Para Jenkins, é como se a função de “curador da convergência” fosse atribuída ao usuário, sendo que é para ele e através dele que a fusão dos meios se configura e alcança o êxito pretendido pelos conglomerados midiáticos.

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, graduada em Jornalismo pela Unipampa, bolsista CAPES/PROSUP, bolsista de Aperfeiçoamento Científico da Universidade Feevale.

Quando se aborda o tema da convergência entre a televisão e internet, estabelecem-se como ferramentas a interatividade, a democratização dos produtores, os conteúdos colaborativos, horários de programação a escolha do usuário e as ferramentas para que os receptores se expressem. Tais aparatos permitem que exista, através da relação produtor/receptor, uma maior eficácia na recepção do conteúdo veiculado.

Carlos Tourinho (2009, p. 140) comenta que a audiência da televisão começa a ver de perto o perigo do crescimento da Internet. “O horário em que os jovens mais acessam a rede (das 18 horas às 20 horas, segundo os institutos de pesquisa) já está afetando a audiência de alguns programas de televisão aberta”. A convergência surge como uma alternativa para que a televisão eleve sua audiência, mesmo que os produtos sejam exibidos pela plataforma web. Dessa maneira, ela não perde seus telespectadores e consegue com a web, além das grandes audiências genéricas, atingir um público cada vez mais segmentado.

Interatividade, hipertextualidade e memória na convergência

De acordo com Lévy (2003), interatividade são as conexões e reinterpretações produzidas ao longo de zonas de contato pelos agenciamentos e bricolagens de novos dispositivos que uma multiplicidade de atores realizam; e Primo (2008) acredita que os intercâmbios mantidos entre dois ou mais integrantes (seres vivos ou não) serão sempre considerados como formas de interação.

Cannito (2010) entende a interatividade como a interferência direta que causa no espectador a impressão de que está no comando de um jogo. Já nos seus primórdios, a televisão se empenhava em criar tal sensação e, hoje, a interatividade do ambiente digital ajuda a potencializá-la, ou seja, a efetivar o caráter da televisão.

Como abordado anteriormente, a interatividade é uma das principais características resultantes da convergência midiática entre televisão e internet. No produto convergente entre os dois meios, observa-se que a interatividade se dá por intermédio de ferramentas como “comentários”, “dê sua sugestão”, enquetes e as possibilidades de compartilhamento e comentários através das redes sociais. O produto cultural passa a agregar outro significado para o usuário, sendo que este tem “voz” frente aos produtores de conteúdo e atores sociais que, como ele, consomem o que é emitido.

Por hipertextualidade, Bittencourt (1996) fala que é a significação de um texto que está dispersa ao longo da cadeia de significantes; um significante me conduz a outro e este a um terceiro e assim sucessivamente; assim significações anteriores são modificadas por outros posteriores.

Conforme Fachinetto (2005), o hipertexto é um processo de leitura/escrita não-linear e não

hierarquizada que permite o acesso ilimitado a outros textos de forma instantânea. Possibilita ainda que se realize uma trama, ou rede, de acessos sem seguir, necessariamente, seqüências ou regras.

Para Pierre Lévy (1993), um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Do ponto de vista funcional, o autor afirma que um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação.

Em produtos da convergência midiática, a importância do hipertexto se dá pela possibilidade de guiar o usuário através de conteúdos fornecidos pela mídia, além de se fazer ser visto por ele. Dessa forma, quanto mais completo for o produto no quesito de conteúdo, maior será sua popularidade frente aos consumidores.

Quando se aborda o tema da construção da memória social, Halbwachs (2006) argumenta que a primeira fonte de informação provém de nossas próprias concepções sobre o acontecimento, mas, em outro lado, sempre seremos influenciados pela coletividade. De acordo com o autor, nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trata de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isto acontece, conforme ele, porque jamais estamos sós (2006, p. 30).

Em contraposição à ideia de Halbwachs, Pollak (1992), fala que a construção da memória se dá através de um fenômeno individual, algo relativamente íntimo, próprio da pessoa. Porém, de uma forma similar, ele aproxima sua teoria com a de Halbwachs quando diz que os elementos constitutivos da memória são aqueles vividos pessoalmente ou por tabela; pessoas/ personagens; e lugares.

A coletividade, então, se faz a partir do resultado de reflexos das experiências passadas por outras pessoas aos quais tivemos contato. Com a convergência dos meios, tem-se um elemento que pode propiciar tal fenômeno: as ferramentas de interatividade. A partir delas, os usuários que consomem o produto midiático (entende-se aqui como um grupo ou coletividade aproximados por um interesse em comum), podem estabelecer as relações necessárias para a constituição de uma memória social de grupo, seja por intermédio de seus comentários, opiniões e sugestões que são deixadas no produto convergente.

Metodologia e análise

Como corpus do presente trabalho, foi escolhido o canal de vídeos da série Glee suportados pela TV online² da emissora Fox. No site são retransmitidos todos os episódios que passaram na TV, além de exibir enquetes, informações, fotos, vídeos extras, descrição dos personagens, testes, walpapers, avatares da série, clipes e a aba sugestões, local onde o usuário pode dar sua opinião acerca da série e do site.

De acordo com Junckes (2011), Glee é uma comédia musical que retrata o dia-a-dia de uma escola pública americana. A série retrata a vida de adolescentes do ensino médio que se encontram em fase de descobrimento e que constantemente estão em situações de preconceito, baixa estima, busca constante pela popularidade, exclusão e outras situações.

A série de TV Glee é exibida nos Estados Unidos e no Brasil pela emissora de TV por assinatura FOX, sendo produzida por Ryan Murphy Television em associação com a 20th Century Fox Television. Já ganhou importantes prêmios da indústria televisiva, tais como o Golden Globe Awards e People's Choice Awards em 2010 por melhor série de comédia, e em 2009, em sua estréia no Emmy, recebeu 19 indicações de prêmios.

O canal Glee na TV online da emissora Fox apresenta por meio de suas funções e ferramentas, diversas possibilidades de interação entre produtores/ receptores de conteúdo, assim como entre receptores/receptores. Na página inicial do canal, uma enquete já comprova tal assertiva. No dia 20 de agosto de 2011, a pergunta para debate era: “Qual foi o momento mais emotivo da série?”, apresentando logo abaixo as opções “Quando Kurt visitou seu pai no hospital”; “Quando a irmã de Sue morreu” ou “A derrota nas regionais”. Quando se clica na opção “veja resultados”, é mostrado ao usuário a estimativa dos votos já efetuados, sendo que nesse dia a opção “Quando a irmã da Sue morreu” estava em vantagem, com 5.599 votos, seguida por “A derrota nas regionais” com 2.155 votos e, por último, “Quando Kurt visitou seu pai no hospital”, com 1.605 cliques. Por intermédio da enquete, os produtores ficam sabendo a opinião dos usuários e, ao ter contato com a prévia de resultado, os usuários conhecem a opinião de outros participantes como ele.

Na aba vídeos, a interatividade se dá através do compartilhamento do link do vídeo assistido, assim como na possibilidade de twittar³ ou curtir pelo Facebook⁴. Os testes como “Com qual personagem você se parece”, “Teste seu estilo musical” e “Crie seu estilo Glee” também

² <http://www.mundofox.com/glee>

³ Utilizando o twitter (rede de relacionamento de mensagens com até 140 caracteres).

⁴ Rede de relacionamento da internet.

denotam a interatividade do canal. Outra importante forma de participação do usuário se encontra no link sugestões, que, de acordo com o próprio site, “É um fórum de feedback para que você nos conte o que tem em mente. Vá lá e seja ouvido!”.

Quando ao hipertexto, pode-se dizer que praticamente toda função dentro do canal remete a um link que direciona para outro conteúdo. Alguns exemplos de hipertextualidade podem ser percebidos pelos links “veja mais”, “assista outros vídeos”, “confira agora”, “destaques”, “outras fotos”, etc.

Por intermédio do compartilhamento de conteúdo, opiniões, sugestões, enquetes, fóruns e outras ferramentas, há a possibilidade de uma preservação da memória de grupo (neste caso formado pelos usuários do canal), quando se leva em conta que o contato entre eles estabelece uma relação de pertença, consolidando uma aproximação entre os membros.

Por se tratar de uma plataforma onde os comentários e compartilhamentos não são perdidos e, sim, ficam armazenados em códigos da internet, fica fácil e acessível aos membros do grupo uma aproximação constante daquilo que fica entendido como a memória social do mesmo.

Finalmente, percebe-se nesse tipo de plataforma digital a potencialidade para abrigar ferramentas que possuem tamanha importância no desenvolvimento de um novo sistema cultural, sendo que elas estabelecem um novo padrão no consumo de vídeos, pois dão ao usuário a possibilidade de também ser inserido no processo criado. Se com a televisão o usuário era passivo, hoje, com a internet, ele “vira o jogo” e passa a ser também um formador de opinião.

Considerações finais

A convergência, ao contrário dos meios de comunicação, é democrática. Os receptores tem a possibilidade de se comunicar melhor, e conseqüentemente, diminuir os vazios informativos, possibilitando uma melhor convivência social. A inovação que se dá através dessas práticas quebram fronteiras, mostrando práticas que diariamente se renovam e aperfeiçoam em uma seqüência cada vez mais veloz.

O ciberespaço adquiriu o status de espaço da convergência, pois consegue abarcar todas as demais mídias. Se transformou, assim, em um lugar de evolução, sendo que as inovações de seu contexto proporcionam respostas úteis e diversas para o futuro modelo do consumo de produtos culturais.

Observou-se pela análise que a convergência se faz eficiente para o consumo de produtos culturais. Mesmo que a primeira vista pareça que se está assistindo um produto televisivo em outra plataforma, as possibilidades de interação quebram essa percepção. A interação que se dá através

das ferramentas dispostas pela interface do site fazem com que se perceba que estamos em uma nova era, onde a opinião do público é importante.

Na análise realizada acerca do canal Glee na TV online da emissora Fox, nota-se que há uma constituição de grupo de usuários que possuem a mesma identificação e, conseqüentemente, no futuro, terão a mesma construção de passado. As memórias que tais membros terão serão baseadas também em perspectivas de outros membros, apoiando-se mutuamente em suas recordações.

A hipertextualidade e a interatividade presentes na plataforma web diferenciam do conteúdo transmitido pela televisão. Ali o usuário tem voz e opinião, é ouvido pelos produtores de conteúdo e pode escolher quando e como vai consumir o produto cultural. Nasce, assim, uma era de democracia midiática.

Referências bibliográficas

AQUINO, Maria Clara. **Redes Sociais como ambientes convergentes: tensionando o conceito de convergência midiática a partir do valor visibilidade.** Artigo científico apresentado ao eixo temático “Redes Sociais, Comunidades Virtuais e Sociabilidade”, do IV Simpósio Nacional da ABCiber em 2010.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio.** São Paulo: Summus, 2010.

FACHINETTO, Eliane. **O hipertexto e as práticas de leitura.** Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura - Ano 02- n.03. ISSN 1807-5193, 2005

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Centauro, 2006, p. 29-70.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JUNCKES, Rafael. **Glee e a cultura da mídia: a ideologia do produto cultural.** Trabalho apresentado no “XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul” em Londrina, de 26 a 28 de maio de 2011, no GT Jornalismo.

KIELING, Alexandre. **A performance como referente nos gêneros televisuais.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Televisão do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão: normas práticas.** Porto Alegre: Sagra: DCLuzzato, 1995.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação online.** São Paulo: Summus, 2003.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 03, p. 03-15, 1989.

PRIMO, Alex. **Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia**. Trabalho apresentado no “VII Seminário Internacional da Comunicação, na PUC/RS, em 25 de agosto de 2003, no GT “Tecnologia do Imaginário e Cibercultura”.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. 2ª ed, Porto Alegre: Sulina, 2008.

SILVA, Marco. **Sala de Aula Interativa**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Quartet, 2007.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir**. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

A DIFUSÃO CULTURAL FEMININA NA REVISTA *ELLE*

Stefanelo, Camila Marquetti; Universidade Feevale¹
De Araujo, Denise Castilhos; Universidade Feevale²

Palavras Chave: Moda. Cultura. Identidade

INTRODUÇÃO

O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel de maior importância na construção social da identidade, além de uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero. Desse modo, partindo de uma pesquisa bibliográfica e de uma análise descritiva da revista *Elle*, para descrever e comparar a mulher e a moda na revista *Elle* nas épocas de 1989 e 2011, e como a mesma difunde culturalmente a mulher, as modificações do vestuário e nos discursos acerca dele indicam mudanças nas relações sociais.

Diante disso, a evolução dos meios de comunicação, a constante mutação das práticas discursivas e as diferentes maneiras das revistas femininas retratarem a mulher, através da identidade e da representação, são fatores que instigam a esta pesquisa, e nos levam a analisar os editoriais de moda da revista *Elle*, a mulher, a moda, a cultura feminina no meio impresso – revista.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A moda sempre estabeleceu uma pauta social para as mulheres, e as maneiras de vestir-se são sempre motivadas socialmente. Procuramos identidade no corpo, e as roupas são uma continuação imediata dele. Nossa percepção do corpo humano é influente numa medida assombrosa pelas modas prevalentes na época. Em períodos em quem espartilhos eram amplamente usados, podemos vê-lo ausente, moldando o corpo nu mais do que poderia ser explicado pela influência puramente fisiológica que essa peça poderia ter exercido sobre a forma do corpo. As roupas reescrevem o corpo, dão-lhe uma forma e uma expressão diferente. Isto se aplica não só ao corpo vestido, mas também ao despido, ou, mais precisamente, o corpo despido está sempre também vestido. Nossa percepção do corpo humano é sempre dependente das modas dominantes da época, e

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais, Feevale/RS, Graduada em Comunicação Social- Publicidade e Propaganda pela Unifra/RS.

² Doutora em Comunicação Social, Professora da Universidade Feevale/RS.

nossa percepção das modas é por sua vez dependente de como são representadas visualmente em pinturas, fotografias, e outros meios, como os editoriais de moda.

De acordo com Ortiz (1994), o estudo da identidade nos remete a distinção entre movimentos sociais e manifestações culturais. A cultura enquanto fenômeno de linguagem é sempre passível de interpretação, mas em última instância são os interesses que definem os grupos sociais e decidem sobre o sentido da reelaboração simbólica de determinada manifestação. Pode-se pensar na moda como um código, ou linguagem que nos ajuda a decifrar significados. Porém, ao contrário da linguagem, a moda depende de um contexto, pois um mesmo item pode ser interpretado de forma diferente por diferentes consumidores. Desse modo, associamos a representação dos editoriais de moda à identidade feminina, através do modo como os produtos que as pessoas compram são vistos, por elas e pelos outros, pelos significados pessoais e sociais. As pessoas fazem uma relação direta de moda com o produto e suas formas de divulgação, sendo os desfiles, a passarela, as revistas de moda, o local de apreciação desse produto.

METODOLOGIA

Partindo de uma revisão bibliográfica sobre identidade através da representação da mulher nos editoriais de moda, realizamos, inicialmente, uma análise exploratória da revista *Elle*, para então, identificarmos e compararmos a representação do perfil feminino na revista e as diferentes maneiras de como a mulher é retratada nesses editoriais, nas edições de maio dos anos 1989 e 2011.

ANÁLISE

Lançada no Brasil há 23 anos, a revista *Elle* é publicada no Brasil pela Editora Abril. Pode-se dizer que, a partir dos anos 80 a história de *Elle* confunde-se com a da moda. Uma explosão de exageros marca o início da década de 80, tanto na moda quanto nas páginas da revista no Brasil. Na moda, as cores são destacadas, os cabelos arrepiam-se e o *jeans* ganha espaço, como peça principal no vestuário. E, em 1988, o título chega ao Brasil. Lançada em Maio deste ano, “com alta qualidade gráfica, mantendo seu nome original, como ocorre em todos os países em que é publicada, é uma revista diferenciada por seu tratamento gráfico – diagramação, paginação bem trabalhada e a qualidade do papel empregado” (SCHMITZ, 2007, p.40).

Diante dessas características, referentes à moda dos anos 80, a revista *Elle*, interpretou toda essa evolução, principalmente, em seus editoriais de moda. De olho no futuro, a revista de Maio de 1989, retratava a mulher através das formas físicas, nessa década ter um corpo bonito e saudável era essencial para o sucesso. Com uma tendência de corpo marcado, a moda da época trazia a mistura

de tecidos e couros e a cartela de cores era vibrante, prezando por tons fortes e fluorescentes, com jogos de tons e contrastes. Nos editoriais de *Elle*, podemos também perceber que a ambiguidade foi um traço marcante desta moda: estampas de oncinha, cores cítricas, ombros largos, pernas longas, cortes de cabelo assimétricos conviviam com discretos *tailleurs* e com roupas de moletom e *lycra* recém-saídas das academias.

A *Elle* do século XXI evolui juntamente com as mulheres. Duas décadas se passaram e a revista teve significantes remodelações, a principal delas, é que *Elle* interage cada vez mais com suas leitoras, através de mais páginas de moda e beleza. Tornando-se, a maior revista de moda do Brasil e do mundo⁶, além de concentrar leitoras com maior potencial de compra. Diante dessa evolução, identificamos que os editoriais de moda também se desenvolveram, e oferecem à leitora muito mais moda e informação. Além disso, eles servem como referências ao trazerem sugestões de uso das principais tendências, servindo também para dar ideias, como por exemplo, de como usar um acessório, como combinar peças de roupa. Os editoriais de moda não utilizam mais o vestuário como uma das únicas formas de manifestação da mulher perante a sociedade. Na edição do mês de Maio de 2011, a modelo que estampa a capa e comemora o aniversário da revista é Gisele Bündchen, “*a top das tops, o exemplo da mulher brasileira pela beleza, garra e determinação*” , conforme afirma Lenita Assef, editora chefe da revista *Elle*. Essa é mais uma representação da mulher e exemplo de identidade entre a leitora e o conteúdo da revista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção da mulher na revista se dá por meio da inter-relação de várias mensagens presentes nos editoriais. A mulher midiaticizada em *Elle* também seduz pela aparência, segue os padrões de magreza das *tops models*, os quais Lipovetsky (2000) diz que são criados para o consumo das próprias mulheres. A identidade feminina, retratada nesta pesquisa como “um sistema de representação cultural” (HALL, 2005), é acionada no processo de recepção dos editoriais de moda da revista para estabelecer relações, identificação e produção simbólica de feminilidade na moda.

A difusão cultural feminina na revista *Elle*, através da moda, do vestuário e dos editoriais de moda, segundo Crane (2006) oferecem pistas para desvendar as ligações entre estrutura social e cultura. Na sociedade cada vez mais multicultural do século XXI, os códigos de vestuário, representados nos editoriais de moda, continuarão a criar identidades e a retratar o perfil das mulheres, por meio da moda e da beleza feminina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade de roupas**. São Paulo: Editora Senac, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LEHNERT, Gertrud. **História da Moda do Século XX**. Konemann, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Terceira Mulher**. Permanência e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
_____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 1 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

SCHMITZ, Daniela Maria. **Mulher na moda: recepção e identidade feminina nos editoriais de moda da revista Elle**. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, UNISINOS, 2007.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

O Movimento Slow Food Brasil: contra a homogeneização das tradições culturais através do Guaraná Nativo cultivado na tribo Sateré- Mawé

Aline Ramos Barros Shimoda¹

Palavras-chave: cultura, gastronomia, tradição.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo propor uma compreensão da gastronomia como processo integrante da cultura de uma determinada sociedade, cuja evolução histórica molda a comida e o alimento. Sinaliza para o fato de que a indústria alimentícia globalizada modifica hábitos dos consumidores, padronizando culturas, além de refletir, na forma de um contraponto, sobre os princípios do Movimento Slow Food na busca da preservação de tradições culinárias regionais, através de seus programas culturais como o projeto da tribo Sateré-Mawé.

ALIMENTO E COMIDA

O alimento, essência vital para qualquer tipo de ser vivo, esteve e está presente na história da humanidade, e nos conduz a explicações que vão muito além da função biológica: ele permite entender um povo, respeitar tradições e valorizar riquezas agrícolas locais. Apesar de a alimentação, neste caso a comida, parecer um processo exclusivamente orgânico, ou seja, instintivo, ela tem características de abrangência social. Da Matta (1998) deixa bem clara a capacidade simbólica do código da comida que permeia os encontros sociais, explicando que “o alimento é como uma grande moldura; mas a comida é o quadro, aquilo que foi valorizado e escolhido dentre os alimentos” (MATTÁ, 1998, p.55). Alimento e comida reforçam a importância da ligação direta com a identidade humana, pois o que “comemos é sempre um produto cultural” (PETRINI, 2009, p.44).

O cardápio das indústrias alimentícias globalizadas de refeições rápidas (Fast Food) tem como aliada a publicidade como sua produtora de desejos sociais. Ela transporta os consumidores para um mundo em que o alimento adapta-se ao estilo de vida e no qual o agendamento de produtos se harmoniza com as tendências e atitudes do

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais – Universidade Feevale-RS, graduada em Relações Públicas (Universidade Feevale-RS).

consumidor. Se a tendência social é a de uma alimentação saudável, ameniza-se o problema quando se colocam “dois hambúrgueres, alface, queijo, molho especial, cebola, picles num pão com gergelim”². Um cardápio tipicamente americano, com o acréscimo da alface, faz com que o problema de alimento não nutritivo seja resolvido. Fontonelle (2002, p.280) aponta para um processo de transmutação quando a “marca usa elementos da realidade social para construir sua imagem” e em outro momento se utiliza desta realidade para “definir a si mesma”, ou seja, os lanches rápidos que em muitos países são digeridos em pé, simbolizam um estilo de vida turbulento, referenciando a forma econômica capitalista de vida.

2. O MOVIMENTO SLOW FOOD BRASIL

No portal virtual do movimento Slow Food Brasil encontram-se dezenas de programas e projetos focados na preservação de técnicas e métodos locais, mais especificamente em tradições culinárias regionais. A preocupação norteadora perpassa pela alimentação, agricultura e tradição que são palavras-chave para uma possível aversão ao ritmo de vida frenética que a sociedade industrializada proporciona.

O objetivo inicial do movimento era valorizar o prazer gastronômico, que decorreria de um ritmo de degustação lento, mas, em num segundo momento, esse passou a ficar mais abrangente e alguns aspectos ligados à sustentabilidade foram se destacando nas ações do grupo, como a qualidade de vida, com consequências de proteção e relações harmoniosas com o planeta Terra, surgindo, também, para dar respostas aos efeitos padronizantes do fast food. São vários os programas envolvidos no reconhecimento e proteção do pequeno agricultor como, por exemplo, o programa *Fortaleza* que está preocupado com a perda de tradição das culinárias locais e tem como objetivo preservar processos culturais de alimento e também preservar virtudes e técnicas de processamento, assim como as significações que o alimento traz para cada povo e região.

3. GUARANÁ NATIVO SATERÉ-MAWÉ

Na Fortaleza do Guaraná Nativo Sateré-Mawé, através do cultivo e da preservação do guaraná nativo autêntico (produzido na terra onde ele nasce e cresce naturalmente) é

² Jingle da propaganda da rede de fast food Mc Donald's, quando passa a acrescentar verduras, com a intenção de obter mais valores nutritivos, neste caso alface no Big Mac, que é um dos hambúrgueres mais vendido e mais conhecido do cardápio.

que se representa a luta pela preservação dos valores culturais tradicionais. Localizada na Amazônia, em uma região próxima ao Rio Tapajós e ao Rio Madeira, a tribo indígena Sateré-Mawé desenvolve e domina as técnicas do plantio e do processamento da planta, descoberto pelos seus ancestrais, sistema pertencente a um patrimônio cultural, que imbrica no fortalecimento das tradições indígenas.

A base do projeto Sateré-Mawé é preservar uma herança gastronômica que está diretamente ligada à herança cultural. O guaraná, para a tribo, representa muito além de uma fruta, pois ele expressa representações simbólicas que o tornam parte integrante de suas crenças. Os índios Sateré-Mawé acreditam na lenda segundo a qual a fruta, quando madura, se parece com um olho aberto e que está ligada à “uma criança assassinada, cujos olhos, enterrados como sementes, deram origem à planta do guaraná” (Slow Food Brasil, online).

A questão do beneficiamento do guaraná torna-se um processo demorado e lento, desde a sua colheita até a fase final:

O guaraná é colhido imediatamente antes de madurecerem. Após a remoção da polpa das frutas maduras, as sementes são torradas por três dias em fornos de barro tradicionais. As sementes são então descascadas, trituradas em pilão, moldadas em bastões que pesam entre 100g e 2kg. Estes bastões são embalados em sacos de algodão e colocados nos fumeiros, onde são defumados com madeira aromática. Para ser consumido, rala-se os bastões usando pedras ásperas de basalto (Slow Food Brasil, online).

O culto por esses processos são evidências de valores que orientam a conduta dos integrantes da tribo, que se situam na história e na invocação de uma memória coletiva, sendo “fontes de legitimidade” conforme Ortiz (2000), enquanto a indústria da alimentação fútil, apressada e padronizada, compromete a legitimidade dos antigos modos de vida regionais. Dessa forma, a rearticulação dos processos tradicionais locais transporta alguns povos para uma “crise de legitimidades das culturas populares” (ORTIZ, 2000, p.183).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aldeia Sateré-Mawé pode se utilizar de uma tradição e costumes locais gastronômicos, mas o fato é local, são tradições populares fragmentadas. O raio de ação é curto e está circundado pelo Estado-Nação e pelas indústrias culturais, conforme Ortiz (2000, p.184) muito bem define quando afirma que a tradição é “penetrada, e modificada, nos seus elementos essenciais”.

Se essa reorganização na esfera cultural é o reflexo de uma modernização, mesmo com seus esforços em seguir tradições populares, ela já se faz fragmentada. O Movimento Slow Food Brasil não consegue proporcionar muito além de uma ressemantização das tradições locais, pois são culturas sincretizadas e Ortiz (2000, p.185), entende que “difícilmente elas poderiam ser reivindicadas como sendo as únicas tradições das classes populares”. São culturas expostas pelo descentramento da modernidade, são pluralidades que envolvem essas comunidades e trazem um quadro social fragmentado, objetivando a não continuidade de uma tradição.

Entre os índios Sateré-Mawé há um conflito que se adapta à cultura predominante; contempla-se a tradição como permanência do passado, com suas características históricas compostas por sociedades tradicionais. Nesse caso, o processo gastronômico cultural, em paralelo com a modernidade, exige que o sentido de tempo seja reestruturado, enquanto a educação pelo gosto deve ser trocada pela rapidez e agilidade do preparo (padronização alimentar).

Apesar de o Movimento Slow Food contribuir, através de seus projetos, para uma visão mais humana quanto à relação da gastronomia e cultura, sabe-se que a mola mestra está na globalização, da qual surgem variáveis gigantescas que anulam uma maior preservação de uma cultura local.

REFERÊNCIAS

CASCUDO, Luis da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo, SP: Global Editora, 2004. 955p.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O Nome da Marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável**. São Paulo, SP: Boitempo Editorial, 2002. 363p.

IRVING, John. **O Manual Slow Food**. San Mauro, Torino: Stargrafica, 2008. 50p. Disponível em: <http://www.slowfood.com/about_us/img_sito/pdf/companion2008_POR.pdf>. Acesso em 07 jun. 2012.

MATTA, Roberto da. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 1998, 126p.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo, SP: Brasiliense, 2000. 235p.

PETRINI, Carlo. **Slow Food: Princípios da nova gastronomia**. São Paulo, SP: Editora Senac, 2009. 245p.

SLOW FOOD. **Site do movimento Slow Food nos EUA**. Disponível em: <<http://www.slowfood.com>>. Acesso em 07 jun. 2012.

SLOW FOOD BRASIL. **Site do movimento Slow Food no Brasil**. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com>>. Acesso em 06 jun. 2012.

NOVA YORK E PARIS DE WOODY ALLEN: UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DAS CIDADES ¹

GABRIEL DAUDT ²

Palavras-Chave: Cinema; Woody Allen; Imaginário; Cidade.

INTRODUÇÃO

Quando pensamos a cidade e o cinema de forma interligada, as fraturas de uma cultura urbana moderna e pós-moderna se apresentam inflacionadas por imagens e seus respectivos significados. Um olhar mais atento permitirá estabelecer certas conexões entre os mitos que instrumentam a cultura, mais especificamente, a partir das representações e construção do discurso fílmico. Este artigo tem como objetivo analisar os filmes *Manhattan* (1979) e *Meia-Noite em Paris* (2010) – ambos escritos e dirigidos por Woody Allen – debruçando-se, especialmente, na questão da construção do imaginário das cidades de Nova York e Paris e as representações que elas estabelecem. O trabalho concentra-se na análise fílmica, a partir de uma interpretação crítica da sequência inicial dos dois filmes, que apresentam um grau de semelhança na montagem (edição), onde uma série de imagens configura uma síntese da representação das duas metrópoles ao longo das narrativas.

METODOLOGIA

A proposta concentra-se na análise fílmica a partir de uma interpretação crítica da sequência inicial dos dois filmes. Assim, foi extraído de *Manhattan* e *Meia-Noite em Paris* o segmento de cenas que compõem a primeira sequência de cada obra – formadas por cenas quintessenciais de cada cidade – relacionando-as a partir de conceitos de representação da linguagem de Bakhtin, do espaço por Bachelard, por Beatriz Sarlo e por Maria Helena Costa, e de identidade, por Stuart Hall.

¹ Produção para a disciplina Literatura, Cinema e História: Interdiscursividade, do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale.

² Mestrando em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os meios de comunicação de massa, especialmente o cinema, fizeram do sujeito pós-moderno um consumidor de imagens. Segundo Bakhtin (2004), toda imagem artístico-simbólica carrega em si um produto ideológico. E tudo que é ideológico, possui um significado que remete para fora de si mesmo. Portanto, parece claro que estamos pisando no terreno dos signos e, se todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica, ele possui valor semiótico. Para Bachelard (1998), ao estudar o verdadeiro ponto de partida da imagem, fenomenologicamente falando, podemos descobrir os valores do espaço habitado, ou como ele mesmo define, o não-eu que protege o eu. O espaço chama a ação e, antes da ação, a imaginação trabalha, produzindo um número maior de símbolos e representações. Ou seja, o sonho e o devaneio requerem um espaço habitado.

Stuart Hall afirma que, desde o início do século XX, vivemos um domínio das atividades e práticas relacionadas à expressão ou comunicação de significados. Elas são de tal forma marcadas pela mídia, que a vida local e cotidiana não se separaria das imagens que habitam as telas da TV e do cinema. Por isso, Hall defende que todas as formas de produção de sentido (linguagem, práticas de representação, discursos, imagens) devem ser pensadas articulando culturalmente os elementos materiais e simbólicos, visto que toda prática social tem seu caráter discursivo, devendo-se buscar nela a sua dimensão cultural (HALL, 2006).

Em seu artigo *A cidade como cinema existencial*, Maria Helena Costa afirma que os filmes, ao mesmo tempo que buscam representar o meio num sentido universal, ao escolherem determinada cidade para cenário, recriam espaços e tempos que singularizam esta cidade diante (e em relação) das outras. Ou seja, “não é a cidade em si, mas o olhar do cineasta, da câmera que se apresenta enquanto ‘documento’. E, sem dúvida, a cidade também emerge, por inferência, deste olhar” (COSTA, 2006: 37). Beatriz Sarlo é outra autora que estabelece um diálogo entre o espaço urbano e a cultura, ao discutir a padronização das grandes metrópoles. Para Sarlo, a representação fílmica do espaço não pode ter uma perspectiva realista rígida, pois “não se trata sempre de controlar se a cidade real foi adequadamente captada pela cidade escrita, senão entender o que significam os desvios entre uma e outra” (SARLO, 2009: 147).

ANÁLISE

Manhattan, produzido em 1979, em Nova York, conta a história de Isaac Davis (interpretado pelo próprio Woody Allen), roteirista de televisão de 42 anos em crise pessoal e profissional. A sequência de abertura, como todo o filme, é fotografada em Preto & Branco e

acompanhada pela música *Rhapsody in Blue*, de George Gershwin. Durante os três minutos e quarenta e cinco segundos é apresentada uma série de curtas tomadas de Nova York dando uma compreensão de um dia inteiro, num ciclo constante de uma cidade que produz um imaginário de excessos: de prédios, de gentes e de acontecimentos. A voz de Allen em locução descreve aquele que é para ser o primeiro capítulo de um livro em que o autor descreve sua visão sobre a cidade. Ele se vale de uma mescla entre o elogio e a crítica para se estabelecer o espaço, refletindo a identidade urbana de uma sociedade pós-moderna, a partir de um ponto de vista muito íntimo do espaço, que só um habitante oriundo seria capaz de ter.

Produzido em 2010, *Meia-Noite em Paris* é integrante da recente fase europeia de Woody Allen. Conta a história de Gil Pender (interpretado por Owen Wilson), um americano de férias na capital francesa, que encontra uma espécie de máquina do tempo que o leva todas as noites a Paris dos anos vinte. A sequência de abertura de *Meia-Noite em Paris* obedece à mesma lógica de *Manhattan*: uma coletânea de tomadas da cidade compreendendo um dia inteiro. A fotografia é colorida e levemente saturada, como uma pintura, referenciando a cidade como uma obra de arte. Diferente de *Manhattan*, não há uma locução sob as cenas, apenas o clarinete de Sidney Bechet, com *Si Tu Vois Ma Mere*, um jazz melódico, nostálgico e até mesmo bucólico, bem oposto à grandiloquência da sinfonia proposta no filme sobre Nova York. Paris parece menor, mais tranquila, organizada, tão limpa que parece asséptica. Não há nas imagens pobreza, nem violência, nenhuma poluição ou o caos das megalópoles que são as maiores capitais do mundo. Assim, a Paris que vemos é de um novaiorquino e, por mais que conheça e elogie a capital francesa, representa a cidade através de um olhar forasteiro, estrangeiro, indo ao encontro do imaginário da Cidade Luz em sua plenitude.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tanto *Manhattan* quanto *Meia-Noite em Paris* foram tratados pela mídia como “declarações de amor” de Woody Allen às cidades. Nova York é aquele amor íntimo, profundo, de longa data, capaz de se até encantar (ou ao menos conviver) inclusive com os defeitos. No caso de Paris, o amor é platônico, distante, idealizado, porque a falta da intimidade impede de enxergar os defeitos. Fica, assim, estabelecida a desigualdade do ponto de vista: do novaiorquino sobre Nova York e um não parisiense sobre Paris. Seja qual for o tratamento dado ao espaço, no cinema, a câmera está a serviço de uma construção imaginária e não da representação da realidade. Assim é possível afirmar que toda cidade é uma outra cidade no imaginário.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Woody. *Manhattan*. In: Four Films From Woody Allen. Nova York: Random House, 1982.

_____. *Manhattan* [DVD]. Rio de Janeiro: MGM Distribuidora; 2001.

_____. *Meia-Noite em Paris* [DVD]. São Paulo: Paris Filmes; 2011.

BACHELARD, G. *A Casa. Do Porão ao Sótão. O Sentido da Cabana*. In: A Poética do Espaço. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BAKHTIN, M. *Estudos das ideologias e filosofia da linguagem*. In: Marxismo e Filosofia da Linguagem. São Paulo: Hucitec, 2004.

BOYER, M. Christine. *The City of Collective Memory*. Londres: MIT Press, 1994.

COSTA, Maria Helena, *A cidade como cinema existencial*. In: RUA – Revista de Urbanismo e Arquitetura, Vol.7, nº2, UFBA, 2006.

HALL, Stuart. 2006. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A, 11ª ed., 104p.

LAX, Eric. *Conversas com Woody Allen*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna - intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

_____. *La ciudad vista: mercancías y cultura urbana*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2009.

FILME O PALHAÇO: UMA ANÁLISE SOBRE A IDENTIDADE DO SUJEITO PÓS-MODERNO ¹

GABRIEL DAUDT ²

Palavras-Chave: Cinema; Identidade; Sociedade de Consumo; O Palhaço.

INTRODUÇÃO

O cinema é um comunicador de mitos entendidos como narrativos e, talvez, sua linguagem seja a mais próxima das representações pictóricas da vida mental, social e cultural. Dificilmente um filme não veicula mitos, sejam individuais ou coletivos. Um olhar mais atento permitirá estabelecer certas conexões entre os mitos que instrumentam a cultura de uma época, na qual algumas tragédias modernas ganham maior transparência. Este artigo tem como objetivo analisar o filme *O Palhaço* (2011), do diretor brasileiro Selton Melo, como uma obra cinematográfica capaz de representar alguns elementos da realidade pós-moderna, debruçando-se, especialmente, na questão da identidade, que é também o tema central da obra.

METODOLOGIA

Este trabalho concentra-se na análise fílmica, a partir de uma interpretação crítica entre o argumento da obra e as características da sociedade pós-moderna a partir dos conceitos de identidade e pós-modernidade de Stuart Hall, de sociedade de consumo de Zigmunt Bauman, de cultura de Clifford Geertz e de cultura brasileira, de Roberto DaMatta e Alfredo Bosi.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pós-modernidade é o período caracterizado pelo fim da modernidade, quando o conhecimento científico, a consolidação do sistema capitalista, a formação de um pensamento ideológico estão por nortear a vida dos homens. Segundo Hall (1999), as velhas identidades que estabilizavam o mundo social estão em declínio, fazendo surgir novas identidades. A globalização, neste aspecto, tem forte impacto sobre a identidade cultural, já que torna as coletivas mais

¹ Produção para a disciplina Concepções e Fundamentos da Cultura, do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, ministrado pelas Professoras Dra. Juracy Assmann Saraiva e Dra. Saraí Schmidt

² Mestrando em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale.

homogêneas. A “crise de identidade” é parte de um processo mais amplo de mudanças que está abalando os quadros referenciais que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

Uma das características mais evidentes desta pós-modernidade é analisada por Zygmunt Bauman (2007): a sociedade de consumidores. O sociólogo avalia os efeitos contrastantes da transformação de uma sociedade de produtores, moderna e sólida, em que a relação do homem com o trabalho e os bens adquiridos permanecia como vínculo indissociável, pela sociedade de consumidores, pós-moderna e líquida, que converteu o trabalho e o ser humano em produtos que devem ser avaliados como mercadorias, fomentando através das práticas comerciais a ideia de escolhas em estado permanente de troca. Assim, homens e mulheres, especialmente seus trabalhos, são objetos de consumo e cultura. Ao atribuir valores mercadológicos oriundos do marketing, a sociedade de consumo ampliou ainda mais o conceito Semiótico de Cultura de Clifford Geertz (1989), acreditando que o homem é um ser amarrado às teias do significado que ele mesmo teceu. A cultura e sua análise é uma ciência interpretativa, em busca de significados, e não uma ciência experimental que busca leis e padrões. Para Geertz, a cultura é dinâmica, com um sistema de signos interpretáveis. A cultura não é um poder que possa ser atribuído a acontecimentos, comportamentos e processos. É um contexto.

A partir deste viés voltamos o olhar para o Brasil. Segundo Roberto Da Matta (1986), as questões relativas à cultura e identidade do brasileiro são muito complexas, pois transcendem a geografia e os limites territoriais. Onde quer que haja um brasileiro adulto, existe com ele o Brasil e, no entanto, será preciso produzir ou provocar a sua manifestação para que se possa sentir sua concretude. Reafirmando Bosi (2008) e seu conceito de pluralidade brasileira, trata-se, sempre, da questão da identidade, de saber quem somos, como somos e de saber por que somos.

ANALISANDO O PALHAÇO

O Palhaço conta a trajetória da personagem Benjamin Gomes Savalla, o palhaço Pangaré, um brasileiro, com aproximados 30 anos de idade, vivendo uma crise existencial, ilustrada na relação com sua profissão. Benjamin também é o administrador de um típico circo mambembe que viaja pelos confins do Brasil sem dinheiro algum. A situação é precária, os figurinos estão puídos, os veículos que transportam a troupe são velhos demais, a fome faz parte da equipe. O conflito se estabelece no dia que Benjamin não consegue comprar um simples ventilador. Ele não tem carteira de identidade e também não possui residência fixa, o que o impede de ter crédito em qualquer loja.

A crise aqui é reveladora, pois ela não é vocacional. É, sim, de identidade consumista, de adequação a uma sociedade de consumo, como explica Bauman:

Bombardeados de todos os lados por sugestões de que precisam se equipar com um ou com outro produto fornecido pelas lojas se quiserem ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam, desempenhar suas obrigações sociais e proteger a autoestima – assim como serem vistos e reconhecidos por fazerem tudo isso - consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão, a não ser que respondam com prontidão a esses apelos. (BAUMAN, 2007, p.74)

Benjamin abandona a profissão. Torna-se vendedor de eletrodomésticos, mas, ao adquirir o almejado ventilador, volta ao circo para ser palhaço. Ao longo do filme, em momento algum Benjamin expõe qualquer diferença ou desgosto com a arte de fazer rir. Ele não questiona o fato de ser um artista, sua capacidade, sua função social e cultural. A questão é o seu valor econômico, presentificando Bauman (2007), que afirma vivermos em uma sociedade de consumo onde deixamos de ser seres produtivos para adquirirmos *status* de produto. O sujeito pós-moderno é resultado de práticas consumistas. Consumimos relações, produzimos em série, vendemos nosso tempo. Em uma cultura consumidora, comprar acaba sendo paliativo. Por isso, ao adquirir o ventilador, Benjamin restabelece a paz consigo mesmo para ser aquilo que sempre foi: um indivíduo inserido em uma sociedade de consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre as manifestações culturais, a arte talvez seja aquela que, com maiores possibilidades, consegue refletir os aspectos uma sociedade. Ela é discurso, registro, documento e, também, compreensão. O filme *O Palhaço* é exemplo disso, mostrando que as angústias do sujeito pós-moderno inserido em uma sociedade de consumo e as consequências de suas práticas, diretrizes e valores, que passaram a integrar a identidade do homem e seu contexto, desconstróem as relações de trabalho e identidade. A escolha daquilo que se faz (a vocação) parece cada vez mais atrelada a uma escolha daquilo que se pode ter, visto que, em práticas consumistas, a satisfação pessoal está desvalorizada devido à sua fugacidade. Concordo com Bauman quando diz que a incerteza é uma poderosa ferramenta individualizadora e, e procuramos soluções individuais para problemas coletivos. Faz-se necessário, entretanto, lançar o olhar sobre estas questões, pois além de proporcionar condições de conviver, adaptar e, quiçá, transformar a sociedade de consumo, ao serem discutidas, têm a capacidade de nos integrar.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998
- _____. 2001. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 171p.
- _____. 2003. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 171p.
- _____. 2005. Introdução e Identidade. IN: *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, p.07 a p.38.
- _____. 2007. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 200p.
- BOSI, Alfredo. Plural, mas não caótico. IN: *Cultura Brasileira: Temas e Situações*. São Paulo: Ática, 2008, p.07 a p.15.
- CANCLINI, Néstor G. *A Globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2010, 224p.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989, 323p.
- HALL, Stuart. 1999. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 104p.
- MATTA, Roberto Da. *O que faz o brasil, Brasil?* São Paulo: Ed.Rocco, 1986, 126p.
- MELO, Selton. *O Palhaço* [DVD]. Rio de Janeiro: Imagem Filmes/Bananeira Filmes; 2011.

CINQUENTA ANOS DE CINEMA - MEMÓRIAS DOS CINES GAÚCHO E ALOMA EM SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ - RS¹

Janice Roberta Schroder² - Universidade FEEVALE
Cláudia Gisele Masiero³ - Universidade FEEVALE

PALAVRAS-CHAVE: Cinema. Memórias. Identidades.

1) INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca reconstruir as memórias dos Cines Gaúcho e Aloma, salas de cinema da cidade de São Sebastião do Caí, como também, analisar a relevância desses cinemas para a constituição das identidades dos indivíduos que os frequentaram entre as décadas de 30 a 80 do século XX. Busca-se assim, uma interdiscursividade entre autores do estudo da memória como: Catroga (2001), Halbwachs (2006), Le Goff (1996) e Pollak (1992). O trabalho dialoga também, com outros autores que se debruçam sobre a memória e identidade como Hall (2002) e Silva (2000). A respeito de cinema são utilizados autores como Costa (1989) e Turner (1997). Trata-se de uma pesquisa qualitativa e a fundamentação metodológica para o trabalho será a História oral, através de entrevistas, baseadas em Thompson(1992) e Prins(1992). Justifica-se o presente estudo pela carência de registros escritos na história caiense, mas que através de testemunhos vivos, que podem narrar suas memórias, podem contribuir para a reconstrução de parte dessa história.

2) FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em relação ao cinema, Costa (1989, p. 23) destaca: “O cinema é, simultaneamente, narração e representação”. Turner (1997), enfatiza que o cinema é uma prática social e que a compreensão de sua produção, seu consumo, seus prazeres e significados, está inserida no estudo do funcionamento da própria cultura. O autor ainda salienta que “em suas narrativas e significados podemos identificar evidências do modo como nossa cultura dá sentido a si própria” (TURNER, 1997, p. 13). Geertz propõe: “que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em

¹ Trabalho orientado pelo professor Doutor Luiz Antonio Gloger Maroneze, professor do curso de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais.

² Esp. em Patrimônio Cultural e Identidades, Mestranda em Processos e Manifestações Culturais – Universidade FEEVALE.

³ Esp. em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo, Mestranda em Processos e Manifestações Culturais – Universidade FEEVALE, Bolsista PROSUP/CAPES.

busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado" (GEERTZ, 2008, p. 4).

Le Goff destaca que memória é a "...propriedade de conservar certas informações, remetendo-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas"(LE GOFF, 1996, p. 423). Essa propriedade de conservar certas informações é importante e útil para a reconstrução de histórias de comunidades e espaços como os cinemas.

A memória não é apenas individual, é também coletiva. As recordações dos entrevistados remetem a coletividade. Silva destaca que "[...] a memória coletiva, composta pelas lembranças vividas pelo indivíduo ou que lhe foram repassadas, mas que não lhe pertencem somente, são entendidas como propriedade de uma comunidade, de um grupo" (SILVA, 2005, p. 276). Em concordância, Halbwachs enfatiza "Para que nossa memória se aproveite da memória dos outros, não basta que estes nos apresentem seus testemunhos[...]" (HALBWACHS, 2006, p 39). Para que uma memória coletiva seja mantida viva, é necessário que a pessoa concorde com as memórias do grupo e que existam muitos pontos de contato entre uma e outras para que a lembrança que nos fazem recordar venha a ser reconstruída sobre uma base comum. O Cines Gaúcho e Aloma eram espaços públicos que proporcionavam experiências individuais e sociais. No momento em que as memórias dos entrevistados estão sendo externadas, através de suas narrativas, elas passam a ser coletivas pois várias pessoas podem se identificar com trechos das narrativas.

Le Goff, destaca que "A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje" (LE GOFF, 1996, p. 476). A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual quanto coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (POLLAK, 1992). De acordo com Hall, a identidade se transforma constantemente de acordo com os "sistemas culturais que nos rodeiam". Ela é "definida historicamente, e não biologicamente" (HALL, 2002, p. 13). Portanto, a memória é essencial para a constituição da identidade do indivíduo e, de acordo com o autor, "[...] é formada na interação entre o eu e a sociedade" (HALL, 2002, p. 11).

3) METODOLOGIA

Como se busca significados ou representações do cinema caiense, pesquisa-se as memórias de quatro caienses, dois homens e duas mulheres. Os entrevistados têm entre 78 e 86 anos de idade e frequentaram o Cine Gaúcho e o Aloma, nas décadas de 30 a 80 do século XX. O Cine Gaúcho

esteve em atividade da década de 30 até 50 do século XX e o Cine Aloma da década de 50 até 80 do século XX. Desenvolve-se uma pesquisa qualitativa que, de acordo com Prodanov e Freitas (2009, p. 81) é uma pesquisa em que "o processo e seu significado são os focos principais da abordagem".

Em síntese, a pesquisa é exploratória em relação aos objetivos, qualitativa em relação à abordagem do problema e pesquisa de campo em relação aos procedimentos. As técnicas de coleta de dados serão: pesquisa bibliográfica e história oral, com base em entrevistas.

4) ANÁLISE

O objetivo dessa pesquisa é coletar e analisar as memórias do cinema em São Sebastião do Caí, entre as décadas de 30 e 80 do século XX. Depois de se pesquisar sobre cinema e seus frequentadores, selecionou-se os quatro entrevistados. As entrevistadas Dona Eny e Dona Elisabeth relataram com emoção suas vivências. Os aspectos culturais de valorização da família, da situação das mulheres no contexto histórico da época são evidenciadas nas entrevistas, um dos exemplos é o fato de irem ao cinema sempre acompanhadas, o que reflete aspectos culturais vigentes na época.

Os entrevistados Senhor Carlos e Senhor Wallace também falaram com entusiasmo das memórias dos cinemas Gaúcho e Aloma. Suas falas também apresentaram aspectos relacionados à família, como frequentar o cinema com a esposa, por exemplo. Carlos, um dos entrevistados, destaca o fato peculiar do concurso para definição do nome do futuro Aloma, o qual foi sugerido pela cunhada de Wallace, o outro entrevistado, senhora Inésia Dill Adams. No entanto, outros aspectos sociais foram ressaltados relacionados com a classe social a qual pertenciam. Wallace comentou, por exemplo, que fez a palestra de inauguração do cinema.

5) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trabalhar com História oral é uma tarefa complexa por exigir muito trabalho do pesquisador. Por outro lado, é uma tarefa prazerosa, pois lidamos com as lembranças e emoções dos entrevistados. Tais memórias ajudam a reconstituir partes da História de uma comunidade em determinada época. Algumas lembranças do cinema Gaúcho e Aloma foram registradas e podem ser transformadas em memórias da comunidade caiense, como de fato o são. O registro dessas memórias pode ressignificar a História dessa comunidade afinal, traz a tona memórias que ainda não haviam sido registradas.

Através das entrevistas pode-se perceber que o cinema foi muito importante em São Sebastião do Caí, além de ter proporcionado lazer e diversão, era ponto de encontro e de socialização. Também promovia o acesso a outras culturas e realidades, propiciando a ampliação de conceitos e visões de mundo. Os Cines, Gaúcho e Aloma, contribuíram na formação de identidades de cidadãos caienses que os frequentaram pois tinham relevância na vida deles.

REFERÊNCIAS

CATROGA, Fernando. Memória e História. In. **Fronteiras do Milênio**. PESAVENTO, Sandra Jatahy (org.). Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 2001, p. 43-69.

COSTA, Antonio. **Compreender o cinema**. São Paulo: Globo, 1989.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008. 323 p.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. SP: Centauro, 2006, 222 p.

HALL, Stuart. **A identidade em questão. A identidade cultural na pós-modernidade**. 7ed. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2002, p. 07-22.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas, SP: UNICAMP, 1996, 476 p.

POLLAK, Michael. Memória e Identidade Social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 5, n.10, 1992, p. 200-212.

PRINS, Gwyn. História oral. In: **A Escrita da História: Novas Perspectivas**. Peter Burke(org) São Paulo: UNESP, 1992, p. 163-198.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009, 288 p.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 73-102.

SILVA, Karina V. **Dicionário de conceitos históricos**. São Paulo: Contexto, 2005.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado: História oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, p. 254-278.

TURNER, Graeme. **O cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997, 176 p.

REFLETINDO SOBRE AS QUESTÕES DA MEMÓRIA ATRAVÉS DO FILME “COMO SE FOSSE A PRIMEIRA VEZ”¹

Cláudia Gisele Masiero – Universidade Feevale²
Janice Roberta Schröder – Universidade Feevale³

PALAVRAS-CHAVE: Memória. Identidade. Cinema.

1) INTRODUÇÃO

Este estudo procura fazer uma reflexão sobre os conceitos e questões relativas à memória, segundo alguns de seus principais autores, tais como Catroga (2001), Halbwachs (1990), Le Goff (1996) e Pollak (1992). Assim, para tornar essas ideias mais inteligíveis e ao mesmo tempo refletir sobre elas, procuramos exemplificá-las através de situações concretas. Para tanto optamos por utilizar algumas situações vividas pelas personagens do filme “Como se fosse a primeira vez” (2004), que através de sua narrativa, trabalha com memória.

O filme “Como se Fosse a Primeira Vez” (“50 First Dates”, título original em Inglês), segundo informações do site IMDb e AdoroCinema, é um longa metragem, classificado como comédia romântica, lançado em 2004 e distribuído pela Columbia Pictures. A narrativa se passa no Havaí e conta a história de amor entre Henry e Lucy. Ela sofre da síndrome de Goldfield. (síndrome fictícia, criada para a trama), sequela de um acidente de automóvel e em decorrência disso perdeu a capacidade de reter informações novas. Por esse motivo, Henry, precisa conquistá-la novamente todos os dias.

O filme em questão não se trata de um clássico do cinema mundial, mas podemos dizer que tem uma interessante história e que, através de sua análise teremos a amostra de que uma comédia romântica pode dialogar com questões teóricas e proporcionar melhor entendimento do assunto abordado.

2) FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Primeiramente podemos dizer “que a memória é um fenômeno construído social e individualmente” (POLLAK, 1992, p. 5). Le Goff (19005) escreve que a memória remete-nos em

¹ Trabalho orientado pela professora Dr^a Cristina Ennes da Silva, professora no curso de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais.

² Esp. em História Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo, Mestranda em Processos e Manifestações Culturais – Universidade FEEVALE, Bolsista PROSUP/CAPES.

³ Esp. em Patrimônio Cultural e Identidades, Mestranda em Processos e Manifestações Culturais – Universidade FEEVALE.

primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas graças as quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas. Mas, além disso, a memória é, segundo o autor, um elemento essencial da identidade, individual ou coletiva. Ainda segundo Pollak, “a memória, essa operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar, se integra, como vimos, em tentativas mais ou menos conscientes de definir e de reforçar sentimentos de pertencimento” (1989, p.7).

Como explica Catroga (2001), ninguém se recorda exclusivamente de si mesmo, e a exigência de fidelidade, que é inerente a recordação, incita ao testemunho do outro. Muitas vezes são as recordações relatadas por outros que dão sentido e reaviavam as memórias individuais. Por isso a memória não é somente individual, ela também precisa do coletivo⁴. Halbwachs (1990), diz que para que nossa memória se auxilie com a dos outros, não basta que nos tragam seus depoimentos, mas é necessário ainda que haja bastante pontos de contato entre uma e as outras para que a lembrança de que nos recordam possa ser construída sobre um fundamento comum.

3) METODOLOGIA

Pretendemos utilizar o modelo de análise fílmica proposto por Nova (1996), assim, seguindo os passos de análise por ela propostos, primeiramente faremos uma leitura da crítica externa do filme, ou seja, resgate de aspectos externos: cronologia, levantamento da equipe técnica e público alvo, entre outros aspectos. A segunda parte consiste em uma crítica interna, que é a análise de todos os elementos que são colocados de forma explícita: diálogos e enredo, por exemplo. É, segundo Nova, “extrair dele o que é dito de forma direta” (1996, p5). Ainda nessa etapa, se faz uma análise do conteúdo implícito do filme, o conteúdo existente nas entrelinhas. É necessário dizer que essas duas etapas estão intimamente ligadas às intenções (objetivos conscientes) dos produtores em relação à película. E a terceira e última etapa busca dar conta dos elementos inconscientes existentes no filme, tudo aquilo que não está entre as intenções de quem produziu o filme. Nessa última etapa, especificamente nesse estudo, buscamos uma interdiscursividade entre os conceitos de memória e algumas situações vividas pela personagem do filme. Em síntese, esta é uma pesquisa básica, que procura gerar novos conhecimentos, mas sem a intenção de aplicação dos mesmos. Considerando os seus objetivos é uma pesquisa exploratória. Quanto aos procedimentos é uma pesquisa bibliográfica e documental. É fundamentalmente um estudo qualitativo.

4) ANÁLISE

Percebemos que no filme, Lucy não tem a capacidade de atualizar as informações sobre a

⁴ Não estamos aqui falando de memória coletiva, que é um outro conceito, que pode ser melhor compreendido através da leitura de Le Goff (1990) e Halbwachs (1990), mas que não cabe nesse estudo. O que poderíamos acrescentar para ilustrar essa questão é que o próprio acidente sofrido por ela e seu pai faz parte da memória da comunidade na qual vivem, fato que fica claro porque todos sabem desse fato e ajudam Lucy com seu problema.

sua própria história, pois se esquece durante o sono do que viveu ao longo do dia. Por esse motivo, quando ela percebe que o tempo passou, sente-se deslocada e perdida. Diferentemente do que ocorre com uma pessoa na qual a memória opera normalmente e que entende o contexto no qual está inserida porque este é atualizado por sua memória. Dessa forma, vemos que a memória nos ajuda a entender o presente porque organiza os acontecimentos passados e assim o torna inteligível. Presente esse que, no filme, Lucy não é capaz de ler, e por isso é estranho para ela.

Podemos dizer que ela não se reconheceu como namorada de Henry, não conseguiu assumir essa identidade, isso porque sua memória não a completou e nem a atualizou. Acerca dessa relação ainda podemos dizer, segundo Pollak (1992) que a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, na medida em que ela é também um fator importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si.

A memória não registra a totalidade de nossas vivências e experiências, ela é seletiva. Como diz Pollak, “nem tudo fica gravado e nem tudo fica registrado” (1992, p.4). Portanto, em determinado momento do filme, Henry grava uma fita VHS com momentos da vida de Lucy para ajudar na reconstituição de sua memória e, conseqüentemente de sua identidade. No entanto, ele fazia uma seleção de eventos, que não tinham sentido completo para Lucy, que então, decidiu iniciar a escrita de um diário, para ter sua história escrita por si mesma, sem recortes de outros.

5) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fundamentalmente, nesse filme, temos implícita a importância da memória na vida do sujeito, vista através de todas as complicações que vive a personagem principal por não tê-la em perfeito funcionamento. Vemos a tentativa de fazer com que Lucy não se dê conta de que não é capaz de armazenar informações novas em sua memória permanente, uma vez que sem isso ela se sente deslocada, não se reconhece, não organiza sentimentos de pertencimento e não constrói sua identidade, como vimos anteriormente. A memória não tem, então, somente uma função psíquica, mas tem uma função social.

Debates como esse acerca da memória são pertinentes, assim cremos que o são, porque esclarecem o processo de formação das identidades e de pertencimento que constituem o sujeito. Possibilitando assim, que possamos refletir sobre a nossa própria construção enquanto sujeitos, entendendo nossas lembranças, o que elas significam, porque determinado fato, lugar ou fala nos são significativos, como são arquivados e viram nossas lembranças. Não para controlarmos nossa memória, porque isso nem mesmo possível é, mas para que tenhamos consciência desse processo, muitas vezes inconsciente e que acaba por nos formar.

REFERÊNCIAS

ADOROCINEMA. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com>>. Acesso em: 05 jun. 2012.

BACHELARD, G. **A Poética do Espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

CATROGA, Fernando. Memória e História. In: **Fronteiras do Milênio**. PESAVENTO, Sandra Jatahy (org.). Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 2001.

CASSIRER, E. **A Palavra Mágica**. In: Linguagem e Mito. São Paulo: Perspectiva, 2006.

COMO SE FOSSE A PRIMEIRA VEZ. Direção: Peter Segal. Columbia Pictures. DVD (1h e 39 min.) 2004.

IMDB, The Internet Movie Database. Disponível em: <<http://www.imdb.com>>. Acesso em: 05 jun. 2012.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo, SP: Editora Vertice, 1990. Tradução: Laurent Léon Schaffter

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas, SP: UNICAMP, 1990.

NOVA, Cristiane. **O cinema e o Conhecimento da História**. In: O Olho da História: revista de contemporânea. Salvador, v.2, n.3.1996.

POLLAK, Michael. **Memória, Esquecimento e Silêncio**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 2, n.3, 1989, p. 3-15.

POLLAK, Michael. **Memória e Identidade Social**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n.10, 1992, p. 200-212.

SILVA, Karina V. **Dicionário de conceitos históricos**. São Paulo: Context

MANIFESTAÇÃO CULTURAL, TELEVISÃO E IDENTIDADE

Priscila Mathias Rosa¹

Universidade Feevale.

Palavras chave:

Cultura. Televisão. Dança

Este artigo trata da dança da Chula como uma manifestação cultural. O Corpus analisado é o Programa *Por Dentro da Arte*, um programete veiculado na TV Cultura do Vale, uma TV pública, educativa e cultural e que tem por objetivo levar até o público telespectador assuntos como arte e cultura dentro da sua programação. A manifestação cultural da dança da chula será relacionada com os conceitos de cultura, identidade e hibridismo cultural. Ao tratar de uma manifestação cultural como a chula em um programa de televisão, o problema de pesquisa é: em um mundo globalizado e de uma sociedade pós moderna, hábitos e culturas ligados à tradição ainda tem o seu espaço? O público receptor reconhece ela como uma manifestação cultural do Rio Grande do Sul? A metodologia deste estudo será a Hermenêutica de Profundidade, HP, segundo Thompson, (1990).

Quotidianamente recebemos centenas de informações, muitas delas tornam-se novos conhecimentos, conhecimentos esses que vão nos modificando e nos transformando enquanto pessoas. Muitas dessas informações, esses conhecimentos são passados de gerações para gerações. São inerentes ao meio onde estamos inseridos e tem haver com nossa vida, nosso lugar, nossa família. Esses conhecimentos são muitas vezes essenciais para formação da nossa cultura. Nesse sentido, Bosi (1992) conceitua cultura, como: “o conjunto de práticas, das técnicas, dos símbolos, e dos valores que se devem transmitir as novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social. A educação é o momento institucional marcado do processo” (BOSI, 1992, p 16).

¹ Jornalista. Coord. Geral de programação TV Cultura do Vale. Cursando Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Feevale. Bolsista PROSUP/CAPES.

Bosi (1992) aponta a educação como parte do processo cultural. Desde a infância o gaúcho sabe que o chimarrão é um hábito cultural do povo do Rio Grande do Sul. Por mais que esse não seja um hábito comum em todas as casas, o “mate” faz parte das rodas de conversas de muitas famílias e é uma bebida símbolo do estado. O chimarrão e a pilcha, por exemplo, são marcas identitárias do gaúcho. Segundo Hall (2001) “a identidade, então, costura o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis” (HALL, 2001, P.12). Ou seja, mesmo que um gaúcho não tome chimarrão e não tenha hábito de usar pilcha, o chimarrão e a pilcha fazem parte da cultura dele, do lugar onde ele nasceu. São roupas e hábitos característicos de um povo, o povo gaúcho.

Assim como a pilcha é reconhecida como a roupa típica do gaúcho e o chimarrão a bebida, neste ensaio vamos usar como exemplo a chula, que assim como a roupa e a bebida citadas, é uma dança praticada no Rio Grande do Sul, de pilcha, e uma manifestação cultural reconhecida pelo povo gaúcho, e de acordo com Côrtes (2000) uma dança praticada apenas por homens e que se tornou popular na metade do século XX. A dança de acordo com o autor é praticada apenas por homens e tem influências de outros países como Moçambique e Portugal.

Mesmo com influências de outros países, no Brasil a chula é reconhecida como uma dança do povo gaúcho. O gaúcho, sabendo ou não da existência dela também em outros lugares e com outras características, reconhece ela, com as características locais, como uma manifestação cultural típica da sua região. A relação entre culturas, presente na manifestação cultural da dança da Chula é cada vez mais comum na formação da identidade do sujeito sociológico. Segundo Hall (2001) o sujeito é formado pelo seu núcleo interior e também pela relação com outras pessoas e com o mundo.

O programete analisado, o *Chula Show*, foi apresentado dentro de uma série do Quadro Por dentro da Arte, um programete exibido semanalmente na TV Cultura do Vale, dentro do seu telejornal do horário do almoço, o Jornal do Meio Dia. O Por Dentro da Arte é um projeto que tem o objetivo de levar ao público telespectador da TV Cultura do Vale, que tem sua sede na cidade de Montenegro, conhecimentos culturais específicos sobre determinados assuntos através de um programa de TV. Através de edital público, a emissora abriu espaço para que grupos da região apresentassem seus trabalhos no programa. De todos inscritos foram selecionados sete projetos, entre eles o *Chula Show*. De acordo com a direção da Fundarte, a ideia de realizar uma série de programetes com grupos locais foi valorizar e divulgar o trabalho artístico realizado localmente por grupos distintos. A iniciativa, segundo a direção da emissora e artistas, teve boa aceitação, uma vez

que mostrou um trabalho local, de um grupo local para um público local.

O programa analisado contou com 5 min e 4 seg de duração e iniciou tratando da história da dança Chula e a influência direta da Chula açoriana na Chula gaúcha. A apresentadora ao relacionar a Chula dançada nos CTG'S do Rio Grande do Sul com a Chula dançada em Portugal, por exemplo, define uma influência da chula portuguesa na chula gaúcha. A chula dançada no Sul é diferente da chula açoriana, mas tem como base a chula portuguesa. Sendo o Brasil um país colonizado por portugueses pode-se estabelecer uma relação de hibridização de identidades. Bhabha (1995) não separa a construção da identidade do colonizado da construção da identidade do colonizador, para ele existe uma identidade híbrida em ambos. Além do hibridismo cultural de identidade, Bhabha também trata do hibridismo de cultura: “A cultura precisa ser vista como a “produção desigual e incompleta de significação e valores muitas vezes compostos por demandas e práticas incomensuráveis produzidas no ato de sobrevivência cultural”. (BHABHA, 1995 *apud* SOUZA 2004). Segundo o autor ainda, vivemos hoje um processo pós-colonial onde “[...] a cultura passa a ser vista como algo híbrido, produtivo, dinâmico, aberto, em constante transformação [...]” (BHABHA, 1995 *apud* SOUZA, 2004).

A Chula dançada e cultivada no Rio Grande do Sul pelos tradicionalistas é uma Chula “hibridizada”, uma dança praticada em outros países, mas que, dançada no sul, tem aspectos que a relacionam com a cultura local.

Possivelmente a maior parte dos telespectadores que assistiram o *Chula Show* na TV reconheceu a dança como gaúcha, houve então uma identificação entre público e produto televisivo. De acordo com os artistas que participaram dos programas e, especialmente os dançarinos que participaram do *Chula Show*, o retorno dado pelos telespectadores sobre a arte apresentada na Tv foi muito bom. Mesmo em uma sociedade pós moderna e de mudança rápida, aqui no Rio Grande do Sul ainda existe uma identificação direta do público com as tradições. Mesmo hoje as tradições tendo espaço em um programa de TV, como o *Por Dentro da Arte*, não existe um distanciamento entre produto apresentado e público receptor.

Referências Bibliográficas:

BOSI, Alfredo. **Colônia Culto e Cultura**. In: *Dialética da Colonização*. São Paulo. Cia das letras. 1992, p. 11-63.

CÔRTEZ, Gustavo. **Dança Brasil!** Festas e danças populares. Belo Horizonte. Editora Leitura, 2000.187 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**, 2001.

Souza, Lynn M.T.M. de. **Hibridismo e tradução cultural em Bhabha**. In: ABDALA JR., Benjamin (Org). *Margens da Cultura: Mestiçagem, hibridismo e outras culturas*. São Paulo: Boitempo, 2004, p. 113-133.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Teoria Social na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990, 427 p.

CIBERATIVISMO E DISCURSO: UM ESTUDO DE CASO DAS CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS DA ORGANIZAÇÃO WIKILEAKS

Willian Fernandes Araújo¹

Palavras-chave: ciberativismo, WikiLeaks, discurso, semiolinguística, análise de discurso.

1. INTRODUÇÃO

Esta comunicação científica visa apresentar os resultados parciais da pesquisa de mestrado deste discente e tem como objetivo analisar a página inicial do sítio da organização ciberativista WikiLeaks², a fim de identificar as estratégias usadas na construção do seu discurso. Estes vestígios são fundamentais para compreensão das práticas de grupos ciberativistas, que, como aponta Castells (2001), são essencialmente engajados em disputas simbólicas.

A origem da organização sem fins lucrativos WikiLeaks está baseada na figura do ativista australiano Julian Assange. Em 2007, Assange colocou o site no ar com a proposta de ser um instrumento de mídia independente onde documentos censurados por governos ou grandes corporações seriam publicados sem a revelação da fonte de origem. Atualmente, a Wikileaks define-se com uma organização de mídia que utiliza a combinação de profundos conhecimentos técnicos, com os princípios do jornalismo investigativo, para vazar dados sigilosos que apontem ações consideradas antiéticas praticadas por governos, grandes corporações ou instituições (WIKILEAKS, 2011).

Este estudo está metodologicamente organizado através de uma pesquisa descritiva e bibliográfica, valendo-se da abordagem qualitativa para realização da análise do discurso das produções da WikiLeaks na página de seu sítio. Assim, usa-se a análise do discurso de base Semiolinguística, calcada na obra do linguista francês Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010). Esta metodologia empírico-qualitativa considera o ato de linguagem como uma encenação, um jogo comunicativo. Nessa perspectiva, a linguagem é considerada como veículo social de comunicação e, diante disto, o dito é compreendido não como algo individual, mas como um arranjo entre vozes sociais e intencionalidade individual, “pois os aspectos psicossocial e situacional lhe garantem uma individualidade. O discurso é, então, considerado como um ato

¹ Aluno do Mestrado interdisciplinar em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale (bolsista Prosup/CAPES Cursos novos). E-mail: willianfaraujo@gmail.com

² Disponível em: <<http://www.wikileaks.org>>.

interativo de fala, pleno de intencionalidade, entre dois parceiros – os sujeitos do ato de linguagem” (BARBISAN *et al.*, 2010, p. 177).

Antes da análise de discurso propriamente dita, faz-se reflexão crítica sobre o conceito de ciberativismo e sobre os aspectos da internet como ambiente das práticas deste fenômeno social imanente a esta tecnologia.

2. CIBERATIVISMO: FENÔMENO IMANENTE À REDE

A definição sobre que práticas designa o termo ciberativismo não encontra construção teórica consolidada no campo de estudos da cibercultura. Apesar do crescente número de trabalhos sobre este tema (AMARAL, MONTARDO, 2012), são poucos os autores que se detêm de alguma forma na discussão do que consideram como ativismo em rede, *webativismo*, *netativismo* ou *ciberativismo* (termos, neste estudo, adotados como sinônimos). Este fato foi constatado em levantamento do estado da arte da arte da pesquisa em ciberativismo no Brasil (ARAÚJO, 2011).

É possível considerar que um dos entendimentos sobre ciberativismo mais difundido é o encontrado na obra de McCaughey e Ayers (2003 apud RIGITANO, 2005), que o consideram como a presença do ativismo político na internet. Entretanto, como assevera Silveira (2010), com a expansão do acesso à internet e abertura do polo de emissão em rede, o leque de causas que se utilizam de maneira ativista das potencialidades da internet é grande. Desta forma, consideramos que a compreensão do ciberativismo como a manifestação do ativismo político em rede é limitada para o atual contexto complexo.

Silveira (2010, p. 31) conceitua o ciberativismo de maneira mais ampla, como “um conjunto de práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sociotecnológicas e culturais, realizadas nas redes cibernéticas, principalmente na Internet”. Esta compreensão ampla do que é o ciberativismo permite a Silveira (2010) fazer uma constatação importante no contexto dos estudos do ativismo em rede: as práticas que compõem o que se identifica como ciberativismo, segundo o entendimento de Silveira (2010), têm origem na própria gênese da tecnologia que lhe dá suporte. Isto é, esta prática sociotécnica de defesa de causas específicas surge na própria esfera de definição de padrões das tecnologias que tornaram a internet o que conhecemos hoje. “O ciberativismo [...] influenciou decisivamente grande parte da dinâmica e das definições sobre os principais protocolos de comunicação utilizados na conformação da Internet” (SILVEIRA, 2010, p. 31).

Desta forma, baseado em diversos autores sobre ciberativismo (SILVEIRA, 2009, 2010, 2011; ANTOUN, MALINI, 2010; CASTELLS, 1999, 2001, 2003; UGARTE, 2008; MARZOCHI, 2009), consideramos este fenômeno social imanente à internet como o conjunto de práticas

realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas. Trata-se de uma nova cultura de ligação com os assuntos de uma cidadania em contexto global.

3. ANÁLISE

Para este estudo, realizemos análise da página inicial do sítio da organização WikiLeaks de acordo com o seguinte roteiro: primeiramente, realizaremos a descrição desse *corpus* para melhor sistematização da análise. Posteriormente, apresentamos pressupostos teóricos sobre a ‘página de *web*’ como ato de linguagem. Já ingressando na análise propriamente dita, iniciamos a definição dos sujeitos da linguagem buscando identificar: identidade social do comunicante (EUc), identidade social do interpretante (TUi), identidade discursiva do enunciador (EUe) e identidade discursiva do destinatário (TUD).

Posteriormente, definimos os elementos do circuito externo ao ato de linguagem, o nível situacional, mediante a descrição das seguintes características: físicas, identitária dos parceiros, contratuais, finalidade do ato de linguagem e a natureza do saber transacionado. Por fim, remetemo-nos ao nível discursivo, na busca de identificar as estratégias enunciativas, através de atitudes enunciativas como os atos locutivos e as modalidades enunciativas. Também é descrito o *mise-en-scène* enunciativo elaborado a partir das estratégias argumentativas que se verificam no dispositivo argumentativo (formado por proposta, proposição e persuasão), além dos procedimentos discursivos encenados. Para melhor dispor esse esquema de análise, elaboramos o Quadro 1.

Objeto de análise	Corpus de pesquisa	Níveis de análise	Categorias de análise
WikiLeaks	Página de <i>web</i> inicial do sítio da organização WikiLeaks	Situacional	Características físicas; características identitária dos parceiros; características contratuais; finalidade do ato de linguagem; natureza do saber transacionado
		Discursivo	Enunciativo: Atos locutivos; modalidades enunciativas
			Argumentativo: dispositivo argumentativo (proposta, proposição e persuasão); procedimentos discursivos de argumentação

Quadro 1 – Dispositivo de análise
Fonte: Elaborado pelo autor

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Podemos afirmar que o material analisado é rico em estratégias discursivas, evidenciando a busca por persuasão pelo enunciador em seu projeto de fala, o qual foi identificado na finalidade de incitação, ou seja, buscar persuadir o enunciatário que ao realizar determinada ação terá benefícios.

Para isto, vê-se que, ao construir seu discurso, o enunciador esforça-se para que haja identificação entre a imagem criada por ele e o indivíduo psicossocial que acessa o sítio. Ou seja, busca construir uma identidade fortemente baseada nas opiniões da WikiLeaks, em relação ao mundo, que faça com que os indivíduos que ingressarem em seu ato de linguagem, identificando-se com a imagem criada, passem a engajar-se de alguma maneira no projeto de ação proposto por esta organização.

Essa constatação vai ao encontro da percepção de Castells (1999, 2001, 2003) e de Ugarte (2008) que apontam as construções identitárias como fator importante do ciberativismo, já que é uma prática que emerge através do ambiente horizontal de comunicação distribuída e em um momento de fragmentação identitária (HALL, 1999). Desta maneira, buscando responder parcialmente ao questionamento que dá origem ao objetivo deste estudo, acreditamos que as construções discursivas, no caso analisado, são usadas para moldagem de uma identidade a ser reconhecida pelos indivíduos que partilham dos seus valores sociais e, a partir disto, fazer com que se engajem em determinada ação: no caso da página de *web* analisada, a ação de contribuir financeiramente para manutenção da WikiLeaks. Ou seja, no referido *corpus* de análise, observou-se a orientação das estratégias discursivas para a relação entre organização ciberativista e indivíduos usuários da rede, na busca por persuadi-los a tornarem-se apoiadores. Da mesma forma, nota-se na análise realizada a disputa simbólica entre vozes sociais realizada pela organização ciberativista através da construção do seu discurso. Acreditamos residir neste fato mais um apontamento possível sobre como estratégias discursivas são usadas no desenvolvimento de ações ciberativistas. Consideramos esta disputa simbólica a partir da construção de um projeto de influência social pelo enunciador, que visa colocar sua ‘voz social’ em evidências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, A. R. et al.. **Métodos de Pesquisa para Internet**. 1ª ed. Porto Alegre, Sulina, 2011. 239 p.
- AMARAL, A., MONTARDO, S. **Mapeamento Temático da História da Cibercultura no Brasil**. In: BARBOSA E SACRAMENTO. NO PRELO. 2012.
- ANTOUN, H.; MALINI, F. **Ontologia da Liberdade na Rede**: as multi-mídias e os dilemas da narrativa coletiva dos acontecimentos. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XIX, Rio de Janeiro, 2010. Anais... Rio de Janeiro, RJ. 1:1-14.
- ARAÚJO, W. F. **Ciberativismo**: levantamento do estado da arte na pesquisa no Brasil. In: Simpósio Nacional da ABCiber, V, Florianópolis, 2011. Anais... Florianópolis, SC. 1:1-14.
- BARBISAN, L. B. et al. Perspectivas discursivo-enunciativas de abordagem do texto. In. A. c. BENTES; M. Q. LEITE (orgs.), **Linguística de texto e análise da conversação**. São Paulo, Editora Cortez, 2010. 171-224.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, 1999. 617 p.
- _____. **O Poder da identidade**. 3ª ed. São Paulo, Paz e Terra, 2001. 530 p.
- _____. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003. 243 p.
- CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso, In : M. A. L. PAULIUKONIS; S. GAVAZZI (orgs.) **Da língua ao discurso**: reflexões para o ensino, Rio de Janeiro, Lucerna, 2005. p. 11-27.
- _____. **Discurso das mídias**. São Paulo, Contexto, 2006. 285 p.
- _____. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo, Contexto, 2008. 256 p.
- _____. **Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos**. Revista Signos, 2010. 43(supl.1):77-90.
- DELEUZE, G. **Conversações: 1972-1990**. 1ª ed., São Paulo, Editora 34, 1992.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3ª ed, Rio de Janeiro, DP&A, 1999. 102 p.
- MARZOCHI, S. F. **Metamodernidade e Política**: a ONG Greenpeace. Campinas, SP. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, 2009. 509p.
- RIGITANO, M. E. C. . Ciberativismo: definições, origens e possíveis classificações. In: André Lemos. (Org.). **Cibercidade II**: Ciberurbe. A cidade na sociedade da informação. Rio de Janeiro: E-papers, 2005, v. , p. 249-276.

SILVEIRA, S. A. **Redes cibernéticas e tecnologias do anonimato**: confrontos na sociedade do controle. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XVIII, Belo Horizonte, 2009. Anais... Belo Horizonte, MG, 1:1-15

_____. **Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo**. Revista USP, 2010. 86:28-39.

_____. **O fenômeno Wikileaks e as redes de poder**. Contemporanea, 2011. v. 9(2):06-21.

UGARTE, D. **O poder das redes**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2008. 116p.

WIKILEAKS. Disponível em: <<http://www.wikileaks.org>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

DANÇA DO VENTRE: UM FENÔMENO DA MÍDIA

Influência da telenovela *O Clone* no mercado da Dança do Ventre no Brasil

Universidade FEEVALE

Mestranda: Cátia Davoglio Ribas¹

Orientador: Dr. Ernani César de Freitas²

Palavras chaves: cultura; hibridização cultural; identidade cultural; telenovelas; dança do ventre.

INTRODUÇÃO

Considerando a indústria cultural televisiva como fonte produtora de imagens da identidade e da diferença, e ainda como fonte mediadora de processos de hibridização cultural, temos como objetivo, neste estudo, analisar as influências da telenovela *O Clone* na propagação da Dança do Ventre no Brasil. Para isso, serão analisados, através de pesquisa bibliográfica, os fatores envolvidos no objeto do estudo. Nesse sentido, estabelecemos a seguinte questão norteadora desta investigação: a partir da exibição da telenovela *O Clone*, houve um crescente interesse pela Dança do Ventre, impulsionando o seu desenvolvimento no Brasil.

A Dança do Ventre, uma manifestação cultural árabe, era pouco explorada pela mídia antes da exibição da telenovela *O Clone*, e após tornou-se bastante popular no país.

A telenovela *O Clone*, foi exibido entre 1º de outubro de 2001 e 15 de junho de 2002, tendo como temas centrais, a cultura muçulmana, clonagem humana e dependência química. O fio condutor da trama foi a história de amor entre a muçulmana Jade (representada pela atriz Giovanna Antonelli) e o brasileiro Lucas (papel do ator Murilo Benício).

Nesse percurso, investigaremos como esse produto midiático é visualizado como um denso artefato sociocultural, fiel a uma memória coletiva e capaz de revelar traços expressivos da cultura do país onde é produzido.

A partir desse estudo, serão lançadas proposições com base nos referenciais teóricos que darão sustentação à pesquisa de campo que será realizada num segundo momento.

O tema aqui proposto compõe um dos objetivos da pesquisa sobre a Dança do Ventre no Rio Grande do Sul, assunto escolhido para a dissertação do Mestrado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Através do estudo da telenovela *O Clone*, percebemos de forma marcante a hibridização entre as culturas árabes e brasileira, impulsionada pelas características identitárias do povo brasileiro, que é muito receptivo a novas culturas, bem como pela influência da mídia, representada pela telenovela, que é capaz de lançar modismos e criar necessidades, despertando o interesse dos espectadores para novos produtos.

¹ Pós-graduada em Dança e Marketing (PUC-RS); Bacharel em Relações Públicas (PUC-RS); Mestranda em Processos e Manifestações Culturais pela FEEVALE.

² Pós-doutorado (PUC-SP/LAEL); Doutor em Letras (PUCRS); Mestrado em Linguística Aplicada na UNISINOS.

Para fundamentarmos este estudo, utilizaremos os conceitos de Stuart Hall (2006) sobre hibridização cultural e identidade. Segundo Hall (2006), a hibridização pode ser entendida como a fusão de diferentes tradições culturais, produzindo novas formas de cultura.

Para entendermos como as culturas se fundem, tornando-se híbridas, é necessário compreendermos a cultura como uma forma muito particular de cada povo enxergar o mundo.

Para isso, trabalharemos com conceitos de cultura a partir de Roque de Barros Larraia. De acordo com Larraia (2001), o modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural, ou seja, o resultado da operação de uma determinada cultura.

Nossa herança cultural permite-nos avaliar rituais típicos de nossa raça e achá-los normais, mas olhar com ressalva e preconceito alguns comportamentos daqueles que agem de forma diferente ao que estamos acostumados.

Na telenovela *O Clone*, a fusão das culturas árabe e brasileira apareceu em diferentes momentos. Desde as primeiras cenas ficou evidente que haveria essa hibridização, já que a novela, inserida no universo da cidade do Rio de Janeiro, apresentou as particularidades e exotismos da cultura árabe, aparentemente tão distanciada da brasileira; porém, ambas as culturas dialogaram na trama fictícia, mantendo esse diálogo também na realidade.

Segundo Calza (1996), pelo fato de ser vista por milhões de pessoas e reconhecidamente poder interferir no comportamento dos telespectadores, dialogando com as mudanças do seu tempo, a telenovela foi se transformando rapidamente, o que lhe conferiu cada vez mais sucesso de público e garantia de comercialização, tornando-se um investimento economicamente promissor, chamado de indústria cultural.

Malcher (2009) reforça a ideia de que as telenovelas recarregam o espectador de potencialidades culturais, modificando mesmo de forma sutil a maneira desse espectador interpretar sua vida e compreender sua relação com o meio que o cerca.

As novelas como produtos de consumo de massa, assim como a maioria das mercadorias oferecidas no mercado de consumo, devem sua atração e seu poder de recrutar consumidores ávidos a seu valor de “investimento”, seja ele genuíno ou suposto, anunciado de forma explícita ou indireta, é o que sugere Baumann (2007).

A partir da realidade demonstrada pelos autores, de que as telenovelas influenciam no comportamento dos telespectadores, e que são capazes de criar modismos e inserir novos hábitos, investigaremos de que forma a Dança do Ventre possivelmente tenha se desenvolvido a partir da novela *O Clone*.

Serão abordados também conceitos sobre a formação da identidade do povo brasileiro a partir de Bosi (2008) e Da Matta (1986). De acordo com Da Matta (1986), é preciso levar em conta diferentes fatores para podermos construir a identidade cultural do Brasil. Para isso, podemos fazer um inventário de identidades sociais e da sociedade. Para o autor, cultura exprime um estilo, um modo e um jeito de fazer as coisas.

A diversidade cultural do Brasil é uma das grandes marcas do País e há uma grande influência da cultura árabe no cotidiano das pessoas. Ao observarmos as construções da época da colonização, casarões com corredores imensos, cheios de portas compridas e com pátios internos, perceberemos a influência da arquitetura árabe.

A formação da identidade do povo brasileiro, segundo Bosi (2008), é fruto de uma multiplicidade de outras culturas migrantes, tanto externas (italiana, alemã, síria, judaica, japonesa) quanto internas (gaúcha, nordestina, paulista), o que poderia, conforme o autor, criar um aparente caos. Porém, essa pluralidade cultural típica do brasileiro permite que sejamos abertos e receptivos às influências de todas essas vertentes, tendo como consequência a diversidade cultural brasileira.

Para entendermos como a Dança do Ventre apresentada na novela *O Clone* despertou o interesse nas mulheres e a admiração dos homens, aprofundaremos a história dessa dança e sua importância dentro da cultura árabe, a partir de autores nacionais e internacionais.

METODOLOGIA

Para constatar o crescimento do número de praticantes de Dança do Ventre, em decorrência da influência da novela, será realizada uma pesquisa de campo qualitativa, e de caráter descritivo, tendo como universo do estudo 21 cidades do Rio Grande do Sul onde a Dança do Ventre é praticada. A escolha das cidades se deu pelas regiões que compõem o Estado - Região Metropolitana, Noroeste, Centro-Oeste, Centro-Sul, Sudoeste, Nordeste -, representando a abrangência da atividade no Rio Grande do Sul. Com isso, obteremos um recorte do mercado nacional a partir da realidade dessa dança no Estado.

Em cada cidade serão entrevistadas mulheres praticantes de Dança do Ventre (1 professora e 1 aluna adultas, acima de 21 anos, com tempo mínimo de 5 anos de prática), constituindo a amostra de pesquisa. Esse tempo foi determinado para que as entrevistadas tenham conhecimento suficiente para responderem as questões que compõem a entrevista.

A análise de conteúdo segundo Bardin (1997) servirá de suporte metodológico aos procedimentos analíticos dos dados coletados nas entrevistas realizadas.

Destacamos que, a partir do presente estudo, com base nos autores, já podemos sinalizar a interferência de produtos midiáticos, como a telenovela *O Clone*, no comportamento dos telespectadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da novela *O Clone*, a população passou a conhecer e a apreciar a dança e a música árabes. Foram mostrados ao público aspectos culturais e familiares árabes, inserindo a dança no contexto que lhe é próprio, agregando o caráter folclórico e histórico dessa dança, até então pouco conhecidos do público.

De acordo com Málika (2002), o “efeito Clone” popularizou a Dança do Ventre no Brasil. Para ela, houve um crescimento espantoso no interesse de conhecer o estilo dessa dança, ocasionando um aumento substancial de cursos e bailarinas de Dança do Ventre.

No final da década de 1990, segundo Málika (2002), estimava-se que houvesse em torno de cinco mil praticantes de Dança do Ventre no País. Esse número multiplicou-se a partir da exibição da novela *O Clone*, justificando a vinda de professores, bailarinas, coreógrafos e músicos americanos, egípcios, turcos e libaneses para ensinar as brasileiras e aperfeiçoar as profissionais do segmento.

Há uma estimativa de que o Brasil é, junto com os Estados Unidos, um dos países ocidentais com o maior número de praticantes do mundo.

A partir desse estudo, defende-se a ideia de que a telenovela *O Clone*, um produto da mídia que apresentou no seu enredo a cultura árabe e, especificamente dentro dessa cultura, a Dança do Ventre despertou o interesse do público brasileiro, proporcionando um crescimento dessa modalidade de dança, até então menos popular entre os brasileiros, restringindo-se aos descendentes árabes residentes no Brasil.

Acredita-se que isso ocorreu justamente porque houve uma identificação com os simbolismos e representações que a Dança do Ventre tem para a cultura árabe.

REFERÊNCIAS:

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMANN, Zygmunt. **Vida para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BOSI, Alfredo. **Plural mas não caótico**. In __. Cultura brasileira. Temas e situações. São Paulo: Ática, 2008.

CALZA, Rose. **O que é Telenovela**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

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

LARRAIA, Roque de Barros. **Cultura um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001

MALIKA. **“Mulher na definição do infinito”**. Artigo publicado na Antologia no. 3. AJEB – Associação de Escritores e Jornalistas do Brasil. São Paulo, 2002.

MALCHER, Maria Ataíde. **Teledramaturgia: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira**. São Paulo: INTERCOM, 2009.

NARRADORES DE JAVÉ: ENTRE AGRICULTORES E MERCADORES

Elisabeth Cristina Drumm¹,
Marines Andrea Kunz²

Palavras-chave: narrador, cinema, Narradores de Javé

1 INTRODUÇÃO

O cinema é uma fonte de consulta para responder questões em torno de manifestações culturais e de identificação, pois o espectador interage com as imagens e produz significações únicas e em constante movimento. Nele, a figura do narrador fílmico orienta a atenção do espectador, para que este ingresse em um universo que lhe permita significar a narrativa e construir interpretações em torno de suas próprias questões, construídas a partir de experiências individuais ou coletivas. Este narrador fílmico pode instituir, ainda, no universo diegético, um ou mais narradores a relatarem fatos vivenciados por eles ou por outrem.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é analisar o papel dos narradores na reconstrução de histórias marcadas pela ausência de registros que não a história oral, no filme **Narradores de Javé** (2004), dirigido por Eliane Caffé. O filme conta a história do povo de Javé, que resolve registrar suas memórias, uma vez que a cidade será submersa em virtude da construção de uma represa. Esses diversos narradores e suas narrativas constituem o fundamento para o registro ou a manutenção da memória coletiva.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em relação à ficção, Ricoeur (1997, p. 329) parte da hipótese de que a narrativa imita a narrativa histórica, uma vez que “entrar em leitura é incluir, no pacto entre o leitor e o autor, a crença de que os acontecimentos relatados pela voz narrativa pertencem ao passado dessa voz”, ou seja, a narrativa de ficção é quase histórica, pois os fatos irreais são passados para a voz narrativa que se dirige ao leitor; assim como a história é quase fictícia, pois uma vez que a quase-presença dos acontecimentos é narrada ao leitor, são ilustrados pelos paradoxos da representância. Destaca a relação circular, na qual “[...] poderíamos dizer que é como quase história que a ficção confere ao

¹Mestranda em Processos e Manifestações Culturais (Feevale), Especialista em Gestão Empresarial (UFRGS) e em Poéticas Visuais (Feevale) e Graduada em Administração de Empresas (Feevale).

²Graduada em Letras Português-Alemão e Mestre em Comunicação(Unisinos). Doutora em Linguística e Letras (PUCRS). Professora no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais e do Curso de Letras, da Feevale.

passado essa vivacidade de evocação que faz de um grande livro de história uma obra-prima literária” (p. 330), e apresenta a voz narrativa do texto ficcional como aquela que traz ao leitor a quase-presença de fatos e acontecimentos de maneira a aproximá-lo de uma história-ficção.

Ao pensar no narrador é possível refletir sobre o seu papel e Benjamin (1994) apresenta a fragilidade deste devido ao fato de as pessoas terem perdido a capacidade de trocar experiências, uma vez que estão em crise. O narrador benjaminiano é, de um lado, aquele que traz alguma novidade de longe (o mercador) e, de outro, aquele que está enraizado em seu país e que, portanto, conhece as suas histórias e tradições (agricultor). Para o autor, “a extensão real do mundo das narrativas, na sua plena dimensão histórica, é impensável sem uma interpenetração profunda daqueles dois arquétipos” (BENJAMIN, 1994, p. 29).

A verdadeira essência da narrativa contém, ainda, uma dimensão utilitária, na qual o narrador é sempre alguém capaz de dar conselhos, pois “[...] tecido na substância da vida vivida, é sabedoria” (BENJAMIN, 1994, p. 31). E se isso é percebido como antiquado, é devido ao fato de a experiência ser cada vez menos comunicada e compartilhada.

3 METODOLOGIA

A pesquisa, quanto à abordagem do problema, foi qualitativa, essencialmente baseada na interpretação de um fenômeno, neste caso, é o papel do narrador na reconstrução de histórias, no filme **Narradores de Javé**. Os dados foram levantados em fontes de documentação indireta, ou seja, pesquisa documental (fonte primária) do filme definido na amostragem, a partir de observação direta intensiva e sistemática, por meio das categorias e variáveis definidas a partir do referencial teórico. Em relação às cenas do filme, a proposta é refletir sobre a narrativa fílmica, especialmente sobre o ponto de vista dos personagens, nos momentos em que trazem o olhar do personagem sobre a realidade por ele percebida.

4 ANÁLISE

A narrativa do filme é desenrolada entre o presente e o passado: o presente, para o espectador, é narrado por Zaqueu, sentado à mesa de um bar; o passado do Vale de Javé, narrado por meio das histórias contadas pelo seu povo, durante as entrevistas feitas por Antônio Biá, na época em que a população estava em processo de recuperação de sua memória, no livro de Javé; e, por fim, o tempo da memória do povo de Javé, ao procurar recuperar as memórias da fundação de Javé. Esse passado é relatado e apresentado no tempo presente, com interpretações e representações individuais e coletivas, em busca de uma verdade sobre eles mesmos, no entanto sem a certeza da

diferença entre o que eram mentiras, construções ou fatos concretos.

Todos os narradores de Javé, ao serem entrevistados, buscaram trazer a quase-presença de sua história (RICOUER, 1997), o que resulta, contudo, em certo conflito acerca da verdade ou das mentiras, de maneira que o resultado final é um livro com páginas em branco.

Ao pensar nos entrevistados, enquanto narradores, destaca-se que o papel destes é frágil (BENJAMIM, 1994) devido ao fato de as pessoas não terem valorizado a capacidade de trocar experiências e histórias. A crise instalada – a invasão das águas –, talvez a última desse povo, nessa cidade, gerou uma incapacidade de reunir suas histórias.

O agricultor Vicente, ao relatar suas histórias, assume a condição de narrador que conta sua história a partir do que vivenciou no local em que vive, enquanto Antônio Biá assume o arquétipo do mercador (BENJAMIN, 1994), pois traz elementos externos, que, de certa forma, traduzem a realidade em uma nova versão, recheada de outras possibilidades. Sendo o único adulto letrado da cidade, Antônio Biá havia escrito cartas narrando mentiras e exageros sobre a população de Javé, o que possibilitou uma interpenetração entre os fatos narrados por este (mercador) e as histórias e tradições (povo de Javé). Por esse motivo, ele era *persona non grata*, mas diante da nova situação, é em torno dele que gira a possibilidade de registro da memória coletiva do local.

Porém, sem a disposição de reunir esses dois arquétipos - o mercador e o agricultor -, o povo de Javé fica sem uma história, sua história, que garanta a sua continuidade. E o Vale de Javé é, pois, inundado pelas águas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os narradores do Vale de Javé (o mercador e o agricultor) desempenhavam o papel central de desvendar a memória coletiva necessária para a reconstrução da sua história-ficção. No entanto, a impossibilidade de reunir suas narrativas, principalmente pela fragilidade das relações de troca de experiências entre os moradores, os impossibilitou de manter sua função utilitária, que, ao ser descartada pela população, impede que persista a existência de uma história.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **O narrador**. In: _____. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 197-221.

RICOEUR, Paul. **O entrecruzamento da História e da ficção**. In: _____. Tempo e narrativa. Tomo III. Campinas, SP: Papyrus, 1997. p. 315 – 333.

FILMOGRAFIA

NARRADORES DE JAVÉ. **Direção:** Carla Caffé. **Produção Executiva:** Vânia Catani e Bananeira Filmes, **2004**.

SASSÁ MUTEA: A CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS PROTAGONISTAS NA TELEDRAMATURGIA, A PARTIR DA HERMENÊUTICA DE PROFUNDIDADE

Poliana Lopes¹

PALAVRAS-CHAVE

Teledramaturgia. Personagem. Hermenêutica de Profundidade. Rede Globo.

INTRODUÇÃO

Operando no Brasil desde 1950, a televisão atualmente chega a 94% dos lares brasileiros, segundo o Midia Dados 2010. A TV torna-se um elemento agregador social, oferecendo às pessoas informação, educação e entretenimento (MALCHER, 2009). Entre as emissoras, a Rede Globo se destaca, chegando a 98,4% dos municípios e 99,6% dos domicílios com TV. A emissora tem a inserção comercial mais cara: 30 segundos no horário da novela das 21h custa US\$ 218 mil (MIDIA DADOS, 2010).

Esta pesquisa visa analisar a personagem Sassá Mutema, da telenovela *O Salvador da Pátria*, produzida e exibida em 1989, a partir da Hermenêutica de Profundidade. Relacionar as telenovelas e suas personagens com o contexto histórico em que são produzidas e transmitidas é uma forma de buscar a compreensão da importância das produções da chamada cultura de massa² para a formação do pensamento do público.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A telenovela é o principal produto de entretenimento da TV brasileira. Desde 1950, quando a TV Tupi iniciou suas atividades, até hoje, as novelas trabalham o imaginário do receptor, que se identifica com as tramas apresentadas, podendo compreendê-las como reflexo do real. Isto porque, como cita Fernandes (1997, p.X), “os problemas imaginários do elegante protagonista tornaram-se

¹ Mestre em Processos e Manifestações Culturais (Universidade Feevale, 2011), jornalista (Unisinos, 2011) especialista em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo (Universidade Feevale, 2007).

² Simmel (apud WOLF, 1999, p.22) entende massa como um grupo homogêneo de pessoas, “que não se baseia na personalidade dos membros, mas naquelas partes que põem um membro em comum com os outros todos”. Assim, entende-se cultura de massa como a produção cultural deste – e para este – grupo.

incomparavelmente mais prementes do que os dos próprios telespectadores. [...] a realidade vem se tornando ficção e a ficção tornando-se realidade”.

Hoje, a principal responsável pela produção de telenovelas no Brasil é a Rede Globo, pensamento que é reforçado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes:

Falar de telenovela brasileira é falar das novelas da TV Globo. São elas, sem dúvida, as principais responsáveis pela especificidade alcançada pela teleficção brasileira. [...] Por isso, é possível atribuir às novelas da Globo um papel protagônico na construção de uma teledramaturgia nacional (LOPES, 2009, p.4).

O roteiro-base de uma telenovela conta, segundo Fernandes (1997), com alguns elementos básicos: a grande história de amor, com conflitos familiares; um mistério ou segredo; atos do passado que influenciam no presente; o paralelo entre os sonhos e realizações de uns contra a decadência e tristeza de outros; e o choque de classes sociais, na relação entre ricos e pobres.

Os elementos da telenovela preveem as ações das personagens. As personagens são um dos elementos constitutivos da produção da ficção televisiva e entendidas por Figueiredo (2003) como peça fundamental, pois amarram a história. É o entrelaçamento das personagens em um enredo que retém a atenção do espectador pela trama. Já Reuter (1996) afirma que entre as características da personagem destaca-se a possibilidade de transformar-se entre o começo e o final do romance, pois passam a contar com uma espessura psicológica que não existia anteriormente.

METODOLOGIA

Neste trabalho, será usada a metodologia Hermenêutica de Profundidade, desenvolvida por John B. Thompson (2000). Optou-se por esta metodologia porque o objeto de análise – a personagem protagonista e suas ações – faz parte de uma construção de formas simbólicas³ significativas, que merecem interpretação.

Esta pesquisa tem caráter exploratório bibliográfico e documental, com abordagem qualitativa. A pesquisa exploratória visa proporcionar mais informações sobre o assunto investigado, permitindo sua definição e delineamento (PRODANOV, FREITAS, 2009). Em geral, ela pressupõe levantamento bibliográfico e análise de exemplos que estimulem a compreensão como formas de análise do tema proposto.

A Hermenêutica de Profundidade considera que as formas simbólicas estão inseridas em contextos sociais e históricos de diferentes tipos, o que permite – ou exige – o uso de diferentes métodos de análise para a completa contextualização social e compreensão das formas simbólicas.

³“construções significativas que merecem interpretação; elas são ações, falas, textos que, por serem construções significativas, podem ser compreendidas” (THOMPSON, 2000, p.357).

Segundo Thompson (2000), a Hermenêutica de Profundidade divide-se em três etapas: análise sócio-histórica (compreende que as formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas em condições sociais e históricas específicas; o pesquisador busca reconstruir as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas), análise formal ou discursiva (as formas simbólicas são construções através das quais se diz ou expressa algo; têm capacidade, e têm por objetivo, dizer alguma coisa sobre algo) e a interpretação/re-interpretação (explicação interpretativa do que está representado ou do que é dito).

ANÁLISE

De Lauro César Muniz, *O Salvador da Pátria* foi transmitida pela Rede Globo de 9 de janeiro a 12 de agosto de 1989. Foi baseada no *Caso Especial O Crime do Zé Bigorna*, de Lauro César Muniz, exibido em 1974. Segundo Muniz, a

Intenção era mostrar um homem do povo evoluindo, tomando consciência da realidade até tornar-se senhor de suas ações, libertando-se de todos os cordéis que o manipulavam, deixando de ser um títere, um boneco na mão daquela gente. Ele, então, se libertava, se emancipava, e iria fazer um governo popular e forte. (BASBAUM, 2010, p. 227).

A partir da Hermenêutica de Profundidade, chega-se as seguintes considerações:

Sintetizando a análise sócio-histórica, a segunda metade da década de 1980 foi um momento de abertura política, quando os brasileiros votariam para Presidente pela primeira vez desde a instauração do Regime Militar de 1964, e também de caos na economia, com inflação galopante, desemprego e condições sub-humanas de trabalho.

A análise formal-discursiva foi feita a partir de duas sequências de cena. A primeira apresenta o primeiro encontro entre Sassá Mutema e seu antagonista, Severo, que marca o início da história principal de *O Salvador da Pátria*: o casamento de Sassá com Marlene, que é assassinada junto com Juca Pirama - crime pelo qual Sassá é incriminado. É a partir de sua prisão e luta para provar a inocência que a personagem dá sua virada⁴ na narrativa. Na sequência, fica claro que Sassá Mutema é o protagonista, pois é em torno e a partir dele que a trama se desenvolve. Suas falas e atitudes inferiores indicam que ele se encaixa no conceito de anti-herói, aquele que mesmo sem ter competência para tanto é o herói da história (GANCHO, 2000).

⁴ Esta virada é definida por Field (2001) como o *plot point*, ou ponto de virada: um incidente ou evento que “engancha” na ação e a reverte em outra direção; é o que move a história adiante.

Na segunda sequência analisada, Sassá denuncia a organização de tráfico de drogas coordenada por Bárbara (Lúcia Veríssimo) em um programa de televisão⁵. É a partir da denúncia que o destino de todas as personagens, inclusive Sassá, é definido. Ela é fundamental por mostrar que, apesar de ter mudado o estilo de vestir e o modo de falar e de se posicionar perante as pessoas, Sassá Mutema manteve características que lhe eram essenciais, como inocência e hombridade.

Para a interpretação/re-interpretação, leva-se em consideração inicialmente o nome da personagem. A personagem chama-se Salvador da Silva. Um salvador é aquele que salva; salvar é “por a salvo, livrar da morte, tirar do perigo”⁶. Salvador também é um nome de origem religiosa, ligado a Jesus Cristo, também chamado de salvador por ter sido enviado à Terra para redimir a raça humana⁷. O nome da personagem remete ao seu destino na novela: ele seria o enviado para salvar as pessoas, o que cumpre no último capítulo, quando livra a comunidade do tráfico. O nome também aparece no título *O Salvador da Pátria*. Pode-se entender, por analogia, que ao ser o Salvador da Pátria, o protagonista salvará não somente o Brasil, mas sim a todos os brasileiros.

Também é possível relacionar a personagem Sassá à questão política. A identificação da população brasileira com o protagonista era possível, visto que este vivia em difícil situação econômica e social, além de ser manipulado pelas pessoas que estavam no poder. Os brasileiros que assistiram à telenovela viviam a primeira eleição direta para presidente desde 1964; a partir da abertura política, as pessoas poderiam deixar ter suas vidas manipuladas pelos militares políticos, que decidiam quem assumiria o poder sem consultar a população.

Neste sentido, pode-se concordar com Lopes (2010, p.9/10), para quem a teleficção é “um espaço estratégico de construções de identidades que tem na nação o seu ponto de inflexão, tanto como instrumento privilegiado de análise das estratégias de captura da audiência e de auto-reconhecimento (‘a ficção fala de nós’)”. Em *O Salvador da Pátria*, a nação pode se reconhecer nas personagens, assim como nos assuntos abordados, o que reforça a validade cultural de uma telenovela.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da tripla análise da Hermenêutica de Profundidade, foi possível verificar que há relação entre protagonistas de teledramaturgia e o contexto histórico em que eles são apresentados

⁵ Transcrição verbal e não-verbal da sequência de cenas do DVD 29, de 3’36” a 4’12” e de 5’21” a 6’47”.

⁶ O conceito de salvar foi extraído do dicionário Melhoramentos (1997, p.465)

⁷ Definição apresentada por Nelson Oliver no Dicionário de Nomes (2009).

ao público telespectador. No caso de Sassá Mutema, esta relação dá-se desde o nome escolhido para a personagem até sua evolução na narrativa.

A personagem chama-se Salvador da Silva, o que permite a interpretação de que o protagonista é aquele que salva, que tira do perigo, que no enredo da telenovela seria o enviado à cidade de Tangará para salvar as pessoas, o que acontece no último capítulo, quando ele salva a comunidade da organização de tráfico de drogas. Sassá Mutema também dá título à telenovela: ao ser o Salvador da Pátria, salvará aqueles que compõem a pátria, os brasileiros. Ao falar em pátria e, conseqüentemente de nação, o termo é entendido como um repertório de recursos identitários, assim como a carga simbólica e emocional que o termo carrega (LOPES, 2010).

Durante a narrativa, a personagem Sassá Mutema apresenta evolução psicológica: de um homem simples, dominado e facilmente manipulável, ganha um novo perfil, modificando desde seu modo simplório e incorreto de falar e portar-se até seu entendimento de mundo e de política.

Outro ponto verificado na tripla análise é que o poder político e econômico também têm destaque na trama e na evolução da personagem, assim como acontecia na vida real dos telespectadores. A importância da política na vida das pessoas é enfatizada pelas demonstrações de poder ou pelo fato de haver uma eleição na trama. Esta ter sido colocada em segundo plano pelo autor após intervenção da emissora reforça que as telenovelas, apesar de serem ficcionais, geram discussão sobre os temas apresentados.

Entende-se, por fim, que a teledramaturgia enquanto produto ficcional incorpora em suas narrativas elementos do real, o que dá às narrativas mais verossimilhança – pois há, segundo Hamburger (2005) a apropriação de elementos da história e da cultura do Brasil.

Ao apresentar a evolução de Sassá Mutema, a narrativa indicou que todos os brasileiros podem evoluir e crescer, modificar seus destinos e suas vidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BASBAUM, Hersch W. Lauro César Muniz solta o verbo. SP: Imprensa Oficial, 2010. Coleção Aplauso.
- CALZA, Rosa. O que é telenovela. SP: Brasiliense, 1996. (coleção Primeiros Passos)
- CÂNDIDO, Antônio (org). A personagem de ficção. 9. ed. SP: Perspectiva, 1999. 119 p. (Coleção debates Literatura; 1.)
- FERNANDES, Ismael. Memória da Televisão brasileira. SP: Brasiliense, 1997. 4ª ed.
- FIELD, Syd. Manual do roteiro – os fundamentos do texto cinematográfico. RJ: Objetiva, 2001. 14ª Ed.
- FIGUEIREDO, Ana Maria C. Teledramaturgia brasileira: arte ou espetáculo? SP: Paulus, 2003.
- GANCHO, Cândida Vilares. Como analisar narrativas. SP: Ática, 2000. 7ª Ed. Série Princípios.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela e direitos humanos: a narrativa de ficção como recurso comunicativo. IN: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Curitiba, PR, set.2009.
- MALCHER, Maria Ataíde. Teledramaturgia: agente estratégico da TV aberta brasileira. SP: Intercom, 2009. 272 p.
- MÍDIA Dados Brasil 2010. SP: Grupo de Mídia, 2010. 773p.
- OLIVER, Nelson. Dicionário de Nomes – todos os nomes do mundo. RJ: Best Bolso, 2009.
- PRODANOV, Cleber; FREITAS, Ernani. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. RS: Feevale, 2009. 3ª reimpressão.
- REUTER, Yves. Introdução à análise do romance. SP: Martins Fontes, 1996
- THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. RJ: Vozes, 2000. 5ª Ed.

Carnaval uruguaianense: a cultura fluminense incorporada pelo gaudério e ressignificada na sociedade como agente modificador (pacificador) nas barrancas do rio Uruguai

Marina Lopes Corrêa¹ - Feevale

Palavras-chave: Carnaval. Aculturação. Diálogo entre culturas.

Introdução:

O estudo do presente trabalho pretende articular duas temáticas: a incorporação dos moldes do carnaval carioca por parte de determinada parcela da sociedade tipicamente arraigada às tradições gaúchas e a transformação social que gerou tal adoção em uma específica comunidade de Uruguaiana, RS. Ambas se relacionam na medida em que uma é consequente da outra e tem como fato basilar a mobilização de uma coletividade em busca do bem estar , articulando pressupostos sociais, culturais, históricos e de globalização.

No extremo Oeste do Estado, onde o Rio Grande do Sul faz fronteira com Argentina, na cidade de Uruguaiana, pouco importa se os moradores são colorados ou gremistas. Quando março aponta no calendário², as camisetas que o uruguaianense veste são as da Ilha do Marduque, da Cova da Onça ou dos Rouxinóis, escolas de samba criadas a partir de um modelo fluminense chegado na cidade nos anos 50 junto com os barcos de fuzileiros navais cariocas que ancoraram no antigo porto do município, que até então só conhecia os costumes advindos da cultura tradicionalista gaúcha, comuns, em especial, ao interior do Estado. A cultura popularizada no Brasil pelo modelo das escolas de samba do Rio de Janeiro, seja por fator histórico ou por consequência da globalização, criou um espetáculo que fomentou a economia, o cenário político, a cultura _ que se encaminhou para pluralização devido ao forte envolvimento da comunidade até então com o movimento tradicionalista_ mas, principalmente, ao impulso de transformações sociais. O reflexo mais acentuado deste fenômeno se deu em uma comunidade em específico: a Ilha do Marduque, nosso objeto de estudo.

Instigada pelos relatos dos entrevistados em trabalhos jornalísticos da autora do presente artigo, que em alguns casos apontaram para uma relação estreita e potencializadora entre o carnaval

¹ Mestranda da Feevale, no curso de Processos e Manifestações Culturais. Graduada em Comunicação Social , Habilitação Jornalismo pela Universidade da Região da Campanha.

² Desde 2000, o carnaval de Uruguaiana é organizado fora da época do carnaval comum. Já que o modelo das escolas é copiado do Rio de Janeiro, muitos envolvidos no carnaval carioca participam da festa em Uruguaiana. A festa ocorrendo fora do período oficial proporciona esta participação.

e a desmarginalização, a questão principal da pesquisa configura-se da seguinte maneira: Quando verificada a articulação entre a incorporação de uma cultura externa à tradicional do ambiente e um resultado significativo de mudança social advindo dessa incorporação, o que potencializou essa mudança e de que maneira ela se deu. Para tanto, a metodologia adotada é qualitativa, com estudo de caso e coleta de dados através de observação participante, tendo em vista a atuação jornalística da autora no local.

Fundamentação Teórica

Nessa perspectiva, são oportunas as propostas de Emmanuel Ladurie (1979) e Mikhail Bakhtin (1987) sobre o carnaval. Afirma o primeiro que o carnaval não é somente inversão dualista e momentânea do social, destinada a justificar de maneira “objetivamente” conservadora o mundo como ele é. Sobretudo, ele é um instrumento de conhecimento satírico, lírico e épico, para os grupos, na sua complexidade; um instrumento de ação, eventualmente modificadora, no sentido de uma mudança social e de um progresso possível, quanto à sociedade no seu conjunto. Enquanto isso, Bakhtin (1987) aponta a abundância, a alegria e o relacionamento superior entre os indivíduos no carnaval, abolindo-se “todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus”, características próprias da cultura cômica popular, que poderiam predominar, não apenas no carnaval, mas também na vida comum. Constituir-se-ia, segundo o autor, uma sociedade em que o riso, privilégio da humanidade, inacessível a outras criaturas, fosse a marca; reconhecendo-se sua significação positiva, regeneradora criadora, em contraposição às teorias e filosofias que acentuam sua função maculadora.

Em inúmeros momentos, Roberto DaMatta (1997) enfatiza a força dessa festividade junto aos populares que, segundo ele, nunca se organizam para reclamar ou reivindicar, embora o façam para brincar. Assegura que o carnaval reproduz o mundo, com muitos auto reflexos, circularidades, nichos, dimensões e planos, concluindo que, precisamente por causa disso, a sociedade pode mudar. Também é oportuno usarmos conceitos de aculturação moderna, usados por Roque Laraia (2007), devido à incorporação da cultura carioca por parte dos gaúchos da fronteira, sem causar dano a cultura já existente, típico do que é descrito pelo autor como aculturação moderna.

Metodologia:

A pesquisa constitui-se como bibliográfica, qualitativa contemplando assim a análise de como e porque se constroem as interações entre a adoção de uma nova cultura e a consequente modificação social que essa adoção instalou em uma comunidade, capturando as lógicas que justificam estas relações. Nesta perspectiva, ambicionamos auferir caráter explanatório para a mesma e como escolha metodológica elegemos o estudo de caso. Desta forma, neste projeto, a unidade de análise é

delimitada a partir de uma comunidade em específico. No caso, a comunidade moradora do bairro Mascarenhas de Moraes, que recebe a alcunha de Ilha do Marduque, em Uruguaiana, RS. Como técnica de coleta de dados, deve-se conciliar a observação participante com entrevistas individuais semi-estruturadas.

Análise:

Em fase de construção da pesquisa, os primeiros dados coletados verificam a afirmação da hipótese de que o carnaval foi um agente modificador e pacificador dentro da comunidade. O fator basilar para tal modificação se dá através da aculturação moderna, descrita por Laraia (2007), já que foi através dos moldes cariocas de carnaval incorporados por uma comunidade tipicamente campeira e arraigada às tradições gaúchas que se conseguiu o efeito modificador.

Se nos anos 1990 os índices de criminalidade somente no bairro em questão eram tão grandes quanto os da Capital, a comunidade percebe a modificação de seu cotidiano através do envolvimento dos integrantes com o carnaval. Traficantes viraram membros da bateria, ladrões se transformaram em mestre salas e porta bandeiras, prostitutas viraram musas da bateria. Essa sociabilização através da cultura fez com que essas pessoas se sentissem com determinado papel e importância dentro da sociedade e acabaram se afastando do crime. Essa transformação se deu aos poucos, com o passar dos anos e a medida que a escola atingia êxito em suas apresentações. Para participar do mundo do carnaval, era necessário estar longe de confusões com a polícia. Há relatos de moradores antigos no bairro, que narram o antes e o depois da atuação da agremiação na comunidade. Esse processo avança as teorias do carnaval como agente modificador da sociedade, aventadas por Laudurie e DaMatta. O processo também transparece um diálogo entre culturas, descrito por Bakhtin já que, ainda que tenha havido o processo de aculturação, onde a cultura do carnaval carioca se sobrepôs à cultura tradicionalista, esta última não morreu por completo, só cedeu espaço para o carnaval. Para se ter ideia deste diálogo, ensaios da escola chegam a acontecer dentro de um centro de tradições gaúchas e muitas das pessoas que desfilam no carnaval também participam do desfile de 20 de setembro, tipicamente gaúcho.

Considerações finais:

Tendo em vista que a problemática do trabalho é: Quando verificada a articulação entre a incorporação de uma cultura externa à tradicional do ambiente e um resultado significativo de mudança social advindo dessa incorporação, o que potencializou essa mudança e de que maneira ela se deu, concluímos preliminarmente, em início de pesquisa, que:

-A potencialização dessa mudança se deu através do sucesso obtido pela escola durante o carnaval,

que ocorre em Uruguaiana fora de época e possui disputa muito acirrada entre as escolas. A competitividade e os bons resultados auxiliaram para o envolvimento dos participantes com a arte e deixassem de lado o mundo do crime.

-Essa mudança se deu de maneira gradual, na medida em que a comunidade foi percebendo sua potencialidade para criar fantasias, para produzir um desfile de qualidade, para dançar. A medida que a escola ia crescendo e conseguindo êxito, mais integrantes queriam estar inseridos dentro do contexto e serem vistos pelo restante da cidade como peças importantes do carnaval.

Referências Bibliográficas:

BAKHTIN, Mikhail, **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. O contexto de François Rabelais**, São Paulo, Hucitec, 1987.

DAMATTA, Roberto da, **Carnavais malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro**, Rio de Janeiro, Rocco, 1997.

FREITAS, Ernani Cesar de; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico**. Feevale. 2009.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura um conceito antropológico**. Rio de Janeiro. Zahar. 2007.

LAUDURIE, Emmanuel Le Roy, **Le Carnaval de Romans**, Paris, Gallimard, 1979

CULTURA, COLONIZAÇÃO E IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA

Cátia Silene Kupssinski¹

Juracy Assmann Saraiva²

Palavras chave: Cultura. Identidade nacional. Colonização.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo relacionar questões pertinentes à cultura e à identidade nacional brasileira com a experiência vivida pela fotógrafa Claudia Andujar, na tribo indígena brasileira Xikrin, na década de 1970. O referencial teórico deste artigo decorre de pesquisa bibliográfica sobre a conceituação de cultura e de identidade e tem o intuito de estabelecer vínculos entre marcas identitárias da nação brasileira na contemporaneidade com as que originariamente foram estabelecidas.

CULTURA E IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA

Os constructos acerca dos conceitos de cultura têm uma longa história, mas sua sistematização surgiu a partir do momento em que antropólogos a tomaram como objeto de estudo, com objetivo de compreender povos por meio da diversidade de manifestações culturais.

Laraia (1986) afirma que, para o antropólogo Claude Lévi-Strauss, a cultura surgiu a partir do momento em que o homem estabeleceu a primeira regra para a vida em sociedade, diferenciando o ser humano do animal. A ampliação da concepção de cultura, contemporaneamente “[...] inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, costumes, ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (LARAIA, 1986, p. 25). O comportamento dos indivíduos se forma por meio de processo de aprendizagem cultural, chamado endoculturação, no qual, permanentemente, valores de uma sociedade são transmitidos, sendo estabelecidos padrões estruturais de comportamento. Este sistema instala, também, símbolos e significados mediante os quais os seres humanos se sentem inseridos em comunidades imaginadas: as nações,

A ideia de participar dessa narrativa compartilhada, que é a nação, gera um sentimento de lealdade e de identificação, pois “[...] ela dá significado e importância à nossa monótona existência,

¹ Graduada em Moda pela Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). Mestranda, com bolsa FAPERGS/CAPES em Processos e Manifestações Culturais na mesma instituição. *E-mail:* catiask@terra.com.br.

² Professora e pesquisadora da Universidade Feevale e bolsista de produtividade do CNPq.

conectando nossas vidas cotidianas com um destino nacional que preexiste a nós e continua existindo após nossa morte” (HALL, 2006, p. 52). Esta sensação de pertencimento influencia as ações dos indivíduos e as concepções que eles têm de si mesmos, estabelecendo, assim, laços de identificação.

Segundo Said (1995), uma das estratégias para a interpretação do presente é a invocação do passado. A partir deste contexto, Bosi (2008) afirma que não se pode defender a existência de uma cultura nacional brasileira homogênea, já que o país foi formado por “[...] culturas separadas, que só foram unificadas por um longo processo de conquista violenta – isto é, pela supressão forçada da diferença cultural” (HALL, 2006, p. 59).

Fausto (2010) afirma que o processo de miscigenação no Brasil teve início a partir do momento em que os homens brancos portugueses chegaram ao país contatando com os índios e perpetuou-se com a chegada dos escravos negros. Este fator, juntamente com a imposição de uma nova cultura aos índios e negros, resultou na perda de contornos culturais, raciais e identitários.

COLONIZAÇÃO ÀS AVESSAS

Cláudia Andujar nasceu na Suíça, em 1931. Assim como Pedro Alvares Cabral, “[...] um fidalgo de pouco mais de 30 anos” (FAUSTO, 2010, p. 14), ela também era jovem e curiosa. Ambos vieram rumo ao Brasil, uma terra até então desconhecida para os dois: ele, em 1500, comandando uma frota de treze navios; ela, em 1955, sozinha, de avião.

Os portugueses buscavam ouro e especiarias, além da expansão de suas terras. O objetivo de Cláudia era mais singelo: estava a procura de algo que pudesse completá-la, assim como fez Colombo para o mundo, ao descobrir a América, pois, neste momento, “[...] os homens descobriram a totalidade de que faziam parte. Até então formavam uma parte sem todo” (TODOROV, 2003, p. 7).

Em busca de seu objetivo, Cláudia, ao chegar ao Brasil, decidiu aceitar a sugestão de Darcy Ribeiro: conhecer uma tribo indígena. A recepção afetiva dos índios Carajás despertou o interesse em conhecer outras tribos, e movida pelo desejo de encontrar a si e ao outro, Cláudia morou, por anos, na tribo indígena Yanomami, registrando sua cultura e lutando pela sua preservação e demarcação de suas terras, naturalizando-se brasileira em 1975.

Assim como os portugueses que vieram com Cabral, Cláudia não falava nem entendia a língua indígena, mas utilizou, como linguagem, a fotografia, com a intenção de interagir com as várias tribos indígenas com que conviveu e de compreender sua cultura. Neste período, uma de suas marcantes experiências foi o editorial de moda *Eterno Retorno*, feito na década de 1970, com a tribo

Xikrin, publicada originalmente na revista *Setenta* e republicada na revista de moda *ffw MAG!* no ano de 2007.

A tribo Xikrin tem suas aldeias no estado do Pará, e seu primeiro contato com os brancos foi no final de 1959, mas muitos índios acabaram morrendo, vítimas de doenças transmitidas pela civilização e o povo Xikrin passou a recusar a proximidade com o não índio, tornando-se conhecidos, até a década de 60, como povo extremamente hostil.

Durante as duas semanas em que os integrantes da equipe permaneceram dentro da tribo, produzindo as fotos, passaram pela experiência de transculturação, vivendo com os índios, conhecendo e experimentando sua cultura. As imagens produzidas parecem contar a história de uma colonização às avessas, história de vida da própria fotógrafa Claudia Andujar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Claudia Andujar, por meio do caráter humanitário do seu trabalho, buscou aproximar-se das pessoas e de suas identidades por meio da fotografia, compreendendo culturas através de uma veia instintivamente antropológica: a alteridade.

No editorial *Eterno Retorno*, Claudia voltou simbolicamente às origens do Brasil, permitindo uma experiência inversa a que aconteceu no país há mais de 500 anos atrás, momento em que os índios passaram pelo processo de transformação de sua condição original, sendo civilizados pelos colonizadores. Nesse movimento inverso, Claudia buscou o distanciamento de suas próprias origens, o que causou a perda de delimitação de sua identidade e a miscigenação de sua cultura com a dos indígenas.

A representação da valorização do índio, no editorial mostra que, mesmo sendo muitas vezes imaginados pela população urbana como integrantes do passado, os índios constituem, na atualidade, parte importante dos diversos componentes culturais das raças, que integram a diversidade étnica do país.

O resultado final deste editorial simboliza, portanto, traços marcantes da identidade nacional brasileira, que foi escrita em três cores, miscigenando raças e culturas e deixando como herança a pluralidade e a hibridização. Mesmo que as diferenças sociais e econômicas sejam contrastantes, é impossível dizer que a cultura brasileira viva às margens da pobreza. O Brasil possui admirável riqueza cultural, em que as diferenças constroem nossa unidade.

REFERÊNCIAS

BOSI, Alfredo. **Cultura brasileira**: temas e situações. São Paulo: Ática, 2008.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FAUSTO, Boris. **História concisa do Brasil**. São Paulo: EDUSP, 2010.

FFW MAG! **Editorial**. São Paulo, 2007.

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

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SAID, Edward W.. **Cultura e Imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

TODOROV, Tzvetan. **A conquista da América**: a questão do outro. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

A MÍDIA ENSINA: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO MÍDIA, CONSUMO E INFANCIA

Marta Oliveira Santos¹
Feevale

Palavras-chave: Consumo, criança, publicidade, regulação.

O estudo discute a relação criança, consumo e publicidade, apontando limites e possibilidades da regulamentação da publicidade infantil no Brasil e seu efetivo cumprimento. A proposta coloca em pauta questionamentos sobre o crescimento do marketing infantil nos últimos anos, o tempo de exposição das crianças aos meios de comunicação e a forma como a criança vem sendo representada na publicidade brasileira. Este artigo integra uma pesquisa mais ampla que tem como objetivo central problematizar os ensinamentos da mídia sobre a infância, estabelecendo uma política cultural que demarca o que significa ser criança na contemporaneidade. Na primeira etapa da pesquisa foi feito o mapeamento, descrição e análise de um conjunto de anúncios voltado para o público infantil veiculados na mídia brasileira. Foram analisadas cerca de 300 propagandas e organizadas em categorias, buscando estabelecer recorrências. Na segunda etapa selecionamos as peças que se dirigiam aos meninos e as meninas, por fim optamos por trabalhar, neste estudo, com as peças voltadas ao público infantil feminino. O estudo contempla uma análise do Código de Autorregulamentação Publicitária. A partir do cruzamento destes dados, analisamos semelhanças e diferenças entre os ensinamentos veiculados nas propagandas analisadas e as diretrizes da regulamentação publicitária brasileira. Este estudo terá como referência teórica os estudos de Zigmunt Baumann, a fim de trazer elementos que possam potencializar a discussão sobre o status da criança na economia do consumo. O sociólogo polonês (2001) lembra que, na modernidade líquida, os indivíduos foram libertados de algumas algemas para serem aprisionados por outras. O autor argumenta que a sociedade de consumidores é aquela que busca promover e encorajar o indivíduo à escolha de um estilo de vida. Essa sociedade concentra seus esforços na administração do espírito, por meio de pressões coercitivas que iniciam na infância.

¹ Bacharel em Publicidade e Propaganda e mestranda no curso de Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale – Novo Hamburgo – RS, onde é docente. Email: mosantos@feevale.br

As batalhas travadas sobre e em torno da cultura de consumo infantil não são menos do que batalhas sobre a natureza da pessoa e o escopo da individualidade no contexto do alcance sempre crescente do comércio. O envolvimento das crianças com as coisas materiais, a mídia, as imagens e os significados que surgem se referem e se emaranham com o mundo do comércio, são aspectos centrais na construção de pessoas e de posições morais na vida contemporânea. (Cook, apud Bauman, 2008, p. 73)

As contribuições dos estudos de Linn e Canclini possibilitam uma discussão sobre a relação consumo e cultura infantil contemporânea, bem como problematizar sua representação na mídia. Hall (1997) amplia nosso entendimento dizendo que a cultura se expande para a vida social, se reproduzindo em diferentes ambientes midiáticos, como as imagens da televisão, os anúncios publicitários ou produções cinematográficas. Segundo o autor, “ela é um elemento chave no modo como o meio ambiente doméstico é atrelado, pelo consumo, às tendências e modas mundiais” (HALL, 1997, p.5). Para ele “Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagem, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação, mais as identidades se tornam desvinculadas” (HALL, 2006, p.75). Os documentos e pesquisas produzidos pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância-ANDI e pelo projeto Criança e Consumo do Instituto Alana e ANDI contribuem para ampliar o debate e enriquecer as análises. O marketing infantil vem ocupando um espaço importante na vida das marcas que tem como alvo os pequenos consumidores. Desde muito cedo as crianças estão expostas as mídias que além de influenciar as preferências materiais deste público, condicionam comportamentos e definem valores nem sempre compatíveis com essa faixa etária. Segundo o IBOPE Media Workstation, no ano de 2008², o tempo médio de exposição de crianças entre 04 e 11 anos de idade das classes ABCDE à TV foi de 04h50min. Tendo em vista que a Televisão é um meio eficaz de atuação da publicidade, uma vez que detém 62,9% dos investimentos publicitários (Mídia Dados³ 2011⁴), torna-se preocupante essa exposição dos pequenos às estratégias publicitárias que carregam significativa capacidade persuasiva e apelam para a mudança de hábitos, para a recuperação de uma economia, para a criação de imagem, para a promoção do consumo entre outras funções. No Brasil, a regulação por parte do governo é limitada, cabendo ao Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (Conar) supervisionar a comunicação publicitária, inclusive a infantil. Mantido pela participação das principais entidades da publicidade brasileira e seus filiados (anunciantes, agências e veículos) tem como missão, principalmente, o atendimento a denúncias de consumidores, autoridades, associados ou formuladas pelos integrantes da própria

²Disponível em:

http://www.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/docs/biblioteca/artigos/Controle%20social%20e%20regula%C3%A7ao%20da%20publicidade%20infantil.pdf. Acesso em 20/07/2011.

³ Estudo de tendências do mercado publicitário brasileiro com informações demográficas, mercadológicas e comerciais do setor.

⁴ Disponível em: www.gm.org.br. Acesso em: 20/07/2011

diretoria⁵. No entanto, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBARP) não tem poder punitivo, já que se trata de um conjunto de normas disciplinadoras que atua somente quando a publicidade já está sendo veiculada. Considerando que um comercial precisa de apenas 30 segundos para influenciar uma criança e que atualmente as leis Brasileiras são auto-regulamentadas, as análises deste estudo colocam em relevo a relação do consumo e a constituição das identidades infantis contemporâneas. Como resultado inicial da pesquisa é possível evidenciar que a criança vem cada vez mais se tornando o foco das empresas publicitárias que compreendem a condição privilegiada delas no processo de fidelização das marcas e sua influência na decisão das compras familiares. A construção da imagem na livre criação publicitária traz reflexões sérias a respeito da infância. O que se quer apresentar para nossas crianças? Existe um reflexo na vida dos pequenos que assistem aos diferentes apelos da mídia sobre eles? Vivemos um tempo em que a mídia opera como um agente fundamental na construção das identidades infantis o que ratifica a importância de discutir e problematizar a relação da mídia e a construção da cultura infantil. É esta a proposta deste estudo: colocar em discussão aquilo que a mídia (publicidade) vem nos ensinando e naturalizando todos os dias sobre como deve ser a infância contemporânea. A produção de imagens direcionadas às crianças – seja por meio de anúncios, reportagens, propagandas televisivas - que enfatizam comportamentos e estilos de vida, produz uma cultura infantil que produz padrões a serem incorporados em uma sociedade. A cultura da mídia requer que as crianças desenvolvam e compreendam os meios pelos quais elas próprias consomem e constroem suas identidades. A partir das análises, o estudo pretende contribuir nesse processo de discussão que contempla a relação da cultura infantil e o desejo de consumo dos infantes.

⁵ Disponível em: <http://www.conar.org.br/html/quem/missao.htm>. Acesso em 10/09/2011.

Referências:

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA. Comunicação e Direitos. Disponível em: <http://www.andi.org.br>. Acesso em: 10/09/2011

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. Vida para o Consumo. A Transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

CANCLINI, Nestor Garcia. A globalização imaginada. São Paulo: Iluminuras, 2010.

_____. Consumidores Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. Código Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária. Disponível em: <http://www.conar.org.br>. Acesso em 10/09/2011.

GRUPO DE MÍDIA. Mídia Dados 2010. Disponível em: www.gm.org.br. Acesso em: 20/06/2010.

KAPFERER, Jean-Noël. A criança e a Publicidade. Porto: Rés, 1985.

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

IBGE. Estatuto da Criança e do Adolescente. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 20/06/2011.

INSTITUTO ALANA. Projeto Criança e Consumo.. Disponível em: <http://www.alana.org.br>. Acesso em: 10/07/2011.

LINN, Susan. Crianças do consumo: a infância roubada. Trad. Cristina Tognelli. São Paulo: Instituto Alana, 2006.

MONTIGNEAUX, Nicolas. Público-alvo: crianças: a força dos personagens e do marketing. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Identidade Cultural Regional: o estereótipo do gaúcho no site O Bairrista

Robson Francisco Nunes¹ – Universidade Feevale

Palavras-chave: Identidade. Gaúcho. Estereótipo.

Introdução

O site O Bairrista é, como os próprios autores intitulam, uma “enganação, um portal de mentira com conteúdo totalmente fictício”. No entanto, ele popularizou-se entre os nascidos no Rio Grande do Sul, sendo atualmente um portal noticioso que mescla a identidade do povo Gaúcho, com conteúdos midiáticos de todo o mundo, sempre realizando paródias humorísticas de assuntos reais que são trazidos pelos grandes veículos de imprensa que pautam a rotina dos habitantes do estado mais ao sul do Brasil.

Com esse contexto, assuntos e conteúdos até mesmo extraordinários passam a ser relacionados diretamente com a identidade gaúcha, vinculando contextos da História do Rio Grande do Sul, cultura, hábitos, jeito de falar e costumes gauchescos às mais diversas temáticas. Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa, bairrista é “o defensor dos interesses de seu bairro ou de sua terra, indivíduo que devota afeição especial ou exagerada ao seu próprio Estado ou cidade”².

O termo *bairrista* e a sua relação com os gaúchos pode ser explicado pela História. O Brasil, um país colonizado pelos portugueses em 1500, passou por várias fases e revoluções antes de chegar à sua atual situação e divisão geográfica política. Episódios como a Guerra dos Farrapos (1835-1845) e o separatismo da época ajudou a forjar o orgulho gaúcho.

Fundamentação Teórica

Para auxiliar na identificação da cultura gaúcha apresentada no site O Bairrista e a sua contribuição na manutenção dessa cultura nacional regional foram relacionados estudos propostos nos temas como identidade, cultura globalizada e regional brasileira, trazidas por autores como

¹ Bacharel em Jornalismo, mestrando em Processos e Manifestações Culturais – Universidade Feevale

² Definição obtida no Moderno Dicionário Michaelis de Língua Portuguesa.

Ortiz (2007), Fanon (1952), DaMatta (1986) e Flores (1996). Entre os principais conceitos está o de difusão cultural.

As matérias analisadas mostram por meio de uma paródia noticiosa inspirada em um conteúdo verdadeiro, aspectos identitários de fatos ocorridos no Rio Grande do Sul. Por meio dela, são reconhecidos termos e palavras utilizadas costumeiramente pelos gaúchos. Isso contribui ainda para a difusão da cultura autóctone gaúcha. Como propõe Ortiz (2007):

“A difusão é processo pelo qual os elementos ou sistemas de cultura de cultura se espalham. Obviamente ela está ligada à tradição, na medida em que a cultura material passa de um grupo para outro. Porém, como é usualmente entendida, a tradição se refere à transmissão de conteúdos culturais, de uma geração para outra (do mesmo grupo de população); a difusão, de uma população para outra. A tradição opera essencialmente em termos de tempo, a difusão em termos de espaço”. (Ortiz, 2007, p. 74)

A linguagem (língua) é também um dos traços de manutenção da identidade de uma cultura (Fanon, 1952). Conforme Fanon, a língua adotada é indicativo da inserção social e das posições do indivíduo. Por isso, utilizando-se de palavras oriundas de um território específico, como o utilizado no Rio Grande do Sul e mostrado pelo site O Bairrista, acaba-se fortalecendo e referenciando-se uma cultura.

Metodologia

Para mostrar a identidade regional do Gaúcho, o seu estereótipo e cultura, e como esses aspectos misturados às paródias humorísticas noticiosas auxiliam na manutenção da própria cultura regional, por meio da difusão, no site O Bairrista, optou-se pela análise de discurso, configurando como *corpus* do objeto as duas matérias mais lidas na editoria de Tecnologia do site no mês de julho de 2012. A análise de discurso é um método muito desenvolvido nos últimos 50 anos (conforme Moraes, 1999), e que tem como uma de suas principais formadoras a autora Laurence Bardin. Para ela, a análise de conteúdo consiste em:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977,p. 42).

Por meio destas análises e indicadores pode-se perceber que a memória e identidade da cultura popular-regional transformaram-se em um discurso potencializado pelo site. Entre as contagens de acessos, as matérias mais lidas relacionadas pelo próprio site possuem até mais de 50 mil visualizações (amostra retirada em julho de 2012).

Considerações Finais

Após a análise realizada por meio das duas matérias analisadas, percebe-se que há muitas relações entre o próprio título do site com a cultura do Rio Grande do Sul. O endereço eletrônico traz por meio de adaptações e regionalização de informações, itens e aspectos da cultura, memória e identidade do povo gaúcho que reforçam características por meio da difusão on-line.

No site podem-se constatar ainda mais referências quantitativas relativas ao separatismo e a imaginária República Rio-Grandense, como as citações de que a capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, é também a Capital Federal (CF), e a menção ao verso “Sirvam nossas façanhas de modelo à toda Terra...”, do Hino Rio-Grandense, no rodapé da página.

Todas essas condições encontradas, por mais que não seja o principal objetivo do portal, acabam por trazer a identificação entre os internautas gaúchos que buscam os conteúdos publicados. Estes, por sua vez, cada vez mais são remetidos aos textos produzidos intencionalmente para ressaltar vínculos e tradições gaúchas com as suas características próprias que remetem ao passado histórico, costumes e linguagem.

Referências Bibliográficas:

DAMATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

FLORES, Moacyr. **Historia do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, Nova Dimensão, 1996, 5ª edição.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, ed., 1986

MAICÁ, Junior. *O bairrista – As melhores notícias do país*. Rio Grande do Sul: Redes Editora, 2011.

MONTEBELLO, Nancy de Pilla e COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. **Gastronomia: Cortes & Recortes**. Brasília: Editora Senac, 2007.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SANTOS, Volnyr. *Antologia crítica do conto gaúcho*. Porto Alegre, RS: Sagra Luzzatto, 1998.

ZILBERMAN, Regina. *A literatura no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

ORGANIZACIONES SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA. PODER DE PERSUASIÓN, VISIBILIDAD Y LATENCIA

Rubén Díez García - UC3M¹

Acción colectiva. Movimientos sociales. Organizaciones sociales. Participación social.

INTRODUCCIÓN

El texto que aquí se presenta informa sobre algunos conceptos clave en el estudio de las formas de participación social y de las organizaciones sociales con capacidad para generar controversias, debates públicos y promover movilizaciones. Algunas de estas organizaciones constituyen formas de acción con un alto potencial para producir reformas o resistirse a ellas jugando un papel clave en los procesos de modernización y cambio social (Laraña 2007).

SUPUESTOS TEÓRICOS

A pesar de que los movimientos sociales son fenómenos diferentes a las organizaciones sociales (Laraña 1999), los ciudadanos vinculados a determinados grupos y organizaciones sociales con poder de persuasión colectiva ofrecen un alto potencial para integrarse y participar en movimientos sociales a través de redes de relaciones interpersonales presenciales y virtuales a través de internet. Estos grupos y organizaciones crean un tejido de relaciones sociales intra y extra grupales -latentes en unas ocasiones y visibles en otras- a través de redes sociales como Facebook, Twitter y foros en internet, reuniones presenciales o materialización de diversas actividades y acciones, que conforman su identidad colectiva en un proceso de reflexividad que les confiere capacidad para “crear significados colectivos” (Laraña 2004). Asimismo, ante situaciones de confrontación con determinadas políticas públicas, -percibidas como injustas-, o ante determinados fenómenos sociales, sobre los que se despliegan marcos de diagnóstico y propuestas de solución (Snow y Benford 1988), pueden llegar a promover y convocar acciones colectivas y movilizaciones. De este modo, los movimientos sociales construyen su identidad colectiva en actos públicos y actividades latentes, no menos importantes para sus objetivos, en las que sus integrantes no se expresan necesariamente a través de la acción colectiva (Melucci 1989).

¹ Licenciado y doctorando en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor adscrito al Grupo de Sociología Comparada del Departamento de Historia Económica e Instituciones, Universidad Carlos III de Madrid.

Estas redes ocultas, articuladas en torno a organizaciones y redes sociales durante las fases de latencia del movimiento, se hacen visibles cuando los actores entran en conflicto con una política pública determinada. Así, por ejemplo, es difícil entender el movimiento ecologista sin tener en cuenta la vitalidad de las redes sumergidas de ciudadanos vinculados a organizaciones ecologistas que promueven el cambio de actitudes y comportamientos respecto a cuestiones medioambientales o generan controversias respecto a dicha cuestión.

Por tanto, la *latencia* y la *visibilidad* son dos polos interrelacionados de los movimientos sociales. Aquellos científicos sociales que restringen sus observaciones exclusivamente a las concentraciones o movilizaciones visibles, así como a indicadores de pertenencia y participación en organizaciones sociales o acciones colectivas (Torcal y Montero 1998; Mota 1999; Morales 2005 y 2009; Morales y Geurts 2006; Morales y Mota 2006) deben tener en cuenta que los movimientos sociales se nutren de la producción diaria de marcos alternativos de significado en los que se articula su reflexividad e identidad colectiva y con los cuales construyen los *marcos de referencia* (Goffman 1986) que difunden entre la opinión pública². La no cuantificación o “invisibilidad” de ciertas formas de participación ciudadana no es sinónimo de inmovilidad, ni implica inactividad, puesto que el potencial para la acción directa es tejido en los procesos de interacción llevados a cabo en la vida cotidiana a través de redes y organizaciones de movimientos sociales.

METODOLOGÍA

El valor de los tres conceptos que dan título a este texto se explicitó a lo largo de diferentes estudios y proyectos de investigación en los que he estado involucrado desde 2005. Por un lado, en los datos y las conclusiones de una investigación dirigida por Enrique Laraña y en la que venimos trabajando desde entonces³. En el marco de esta investigación recurrimos a diferentes técnicas de investigación: i) una encuesta telefónica a una muestra de organizaciones sociales, ii) un estudio de casos mediante entrevistas en profundidad y trabajo de campo etnográfico basado en la observación directa, y iii) un estudio de datos de prensa sobre grandes manifestaciones. Por otro lado, en un trabajo más concreto acerca de las formas de participación social publicado recientemente (Díez 2011). En dicho trabajo, partiendo de los datos de una encuesta realizada en 2002 por el Centro de

² El concepto marco de referencia alude a “un esquema interpretativo que condensa el ‘mundo exterior’ al clasificar y dotar de significado a los objetos, situaciones, acontecimientos, experiencias y acciones que se suceden en el entorno presente o pasado del individuo” (Goffman en Snow y Benford 1992: 137)

³ Consta de cinco proyectos de investigación financiados por el CIS y realizados entre 2005 y 2010 en los que hemos estudiado las relaciones entre organizaciones sociales y el cambio social en España.

Investigaciones Sociológicas (CIS)⁴, analicé, mediante la técnica estadística del *análisis factorial*, las dimensiones empíricas que subyacen bajo 20 variables incluidas en dicho estudio relativas a actividades de participación que ciudadanos implicados en organizaciones sociales llevan a cabo para dar a conocer su opinión o protestar respecto de alguna cuestión social (Anexo I, de Díez 2011: 11).

ANÁLISIS

Entre otros aspectos, las investigaciones realizadas desde 2005 nos han permitido abordar y poner de manifiesto la relevancia de algunas organizaciones sociales y redes de ciudadanos con poder de persuasión colectiva en la vida pública española (Laraña 2007; Laraña y Díez 2010 y 2012). Para designar a estas organizaciones hemos empleado la expresión *organizaciones reflexivas* (Laraña 2007; Laraña y Díez 2010) con la que nos referimos a un tipo de organizaciones sociales que tienen la capacidad de actuar como agencias de significación colectiva y cauces de participación en controversias y debates públicos.

En cuanto a mi trabajo sobre las diferentes actividades que realizan los ciudadanos involucrados en organizaciones sociales, el análisis estadístico de los datos permitió obtener un modelo factorial de cuatro factores, que demarcan cuatro grandes grupos de actividades que los miembros y simpatizantes de las organizaciones llevan a cabo para dar a conocer su opinión y oponerse a situaciones que consideran injustas. Estas cuatro dimensiones o factores se aglutinan a su vez bajo dos tipos ideales de participación: por un lado, hacia actividades y acciones públicas de carácter visible, por otro, hacia actividades de carácter latente, con una menor visibilidad pública. Los dos primeros factores engloban actividades de carácter latente con una menor visibilidad pública: actividades de colaboración político-institucional y actividades de compromiso personal. Mientras, el tercero (manifestaciones y huelgas) y el cuarto (acciones de protesta radical) aglutinan actividades de mayor visibilidad (Díez 2011).

CONSEDERACIONES FINALES

Estos datos sugieren que se está produciendo un cambio en las formas en que la ciudadanía española participa en la vida pública, ya que se muestra abierta, confiada y actúa de forma natural y ágil en la articulación de respuestas a determinadas situaciones definidas como injustas (Laraña 2007; Castells 2009; Laraña y Díez 2010, 2012 y prensa). Una capacidad para la participación visible

⁴ Estudio 2450, basado en una encuesta de 4.252 entrevistas a la población española mayor de edad y con un error muestral de $\pm 1,53\%$.

en las grandes movilizaciones que se vienen celebrando desde mediados de los 90 y que tienen hoy continuidad en el movimiento de los indignados del 15-M (*Ibid.*).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, M. (2009): *Comunicación y poder*, Alianza Editorial: Madrid.

DÍEZ, R. (2011): “Participación social y organizaciones voluntarias en España. Dimensiones empíricas de la participación y grado de implicación en asociaciones”, *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*, nº 48, Enero, Febrero y Marzo 2011. Disponible on-line: www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/rdiez1.pdf

GOFFMAN, E. (1986): *Frame Analysis*, Northeastern University Press: Boston [e.o. 1974]. Versión en español: *Análisis de marcos*, CIS, 2007.

LARAÑA, E. (1999): *La construcción de los movimientos sociales*, Alianza Editorial: Madrid.

----- (2004). “Participación pública y nuevos conflictos sociales desde la Sociología del Riesgo”. *Psicología política*, 4 (8), (pp. 195-223).

----- (2007). “Asociación y modernización social. Las organizaciones voluntarias en España”, en VV. AA: *Libro homenaje a Carlos Moya*. CIS: Madrid.

LARAÑA, E. y Díez, R. (2010): “La transformación de una sociedad estatista. Organizaciones voluntarias y cambio social en España”. X Congreso Español de Sociología (Ponencia del Grupo Movimientos Sociales, Acción Colectiva y Cambio Social). Pamplona (UPNA), Julio 2010.

----- (2012): “Las raíces del movimiento 15-M. Orden social e indignación moral”, *Revista Española del Tercer Sector*, nº 20, pp: 105-144. Disponible on-line: www.fundacionluisvives.org/rets/20/articulos/83812/index.html

----- (en prensa): “El aniversario de un movimiento internacional. Continuidad y poder de persuasión colectiva del 15-M”, capítulo en libro de la Asociación Madrileña de Sociología (ed.).

MELUCCI, A. (1989): *Nomads of the Present*, Temple University Press: Philadelphia.

MORALES, L. (2005): “¿Existe una crisis participativa? La evolución de la participación política y el asociacionismo en España”, *Revista Española de Ciencia Política*, nº 13, Octubre 2005, pp. 51-87.

----- (2009): *Joining political organisations: institutions, mobilisation and participation in western democracies*, European Consortium for Political Research: Colchester.

MORALES, L. y MOTA, F. (2006): “El asociacionismo en España”, en MONTERO, Jose Ramón, et al. (eds.) *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*, CIS: Madrid.

- MORALES, L. y GEURTS, P. (2007): "Associational Involvement", en VAN DETH, J. W. et al. (eds.) *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*, Routledge: London.
- MOTA, F. (1999): "La realidad asociativa en España", en SUBIRATS, Joan (ed.) *¿Existe sociedad civil en España?: responsabilidades colectivas y valores públicos*. Fundación Encuentro: Madrid.
- SNOW, D. y BENFORD, R. (1988): "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization", en KLANDERMANS et al., *International Social Movement Research*, vol. 1, JAI Press: Greenwich.
- (1992): "Master Frames and Cycles of Protest" in *The Frontiers in Social Movement Theory*, edited by Aldon Morris and Carol Mueller, Yale University Press: London.
- TORCAL, M. y MONTERO, J. R. (1998): "Facets of social capital in new democracies. The Formation and Consequences of Social Capital in Spain", Working Paper #259. Disponible on-line:
citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.247&rep=rep1&type=pdf

ANEXO I

Dimensiones de la participación social
(Análisis factorial de componentes principales)

Ítems incluidos en el análisis	Activ. colaborac. político- instituc.	Activ. comprom. personal	Activ. visibilidad pública	Activ. protesta radical
Ponerse en contacto con un político	0,727	0,097	0,084	0,041
Colaborar con un partido político	0,682	-0,141	0,207	0,176
Asistir a una reunión política o a un mitin	0,640	-0,055	0,397	0,170
Ponerse en contacto con una asociación u organización	0,571	0,383	0,166	-0,156
Ponerse en contacto con un funcionario estatal, autonómico o estatal	0,558	0,367	-0,031	-0,049
Dirigirse a (o aparecer en) los medios de comunicación	0,508	0,229	-0,005	0,290
Colaborar con alguna otra asociación u organización	0,500	0,411	0,189	-0,219
Colaborar con un grupo o plataforma de acción ciudadana	0,468	0,283	0,276	0,157
Ponerse en contacto con un abogado o presentar una demanda	0,388	0,349	-0,148	0,184
Comprar productos deliberadamente (razones polít., étic., medioamb.)	0,038	0,728	0,086	0,123
Boicotear ciertos productos	0,016	0,635	0,042	0,372
Donar dinero	0,152	0,558	0,224	-0,093
Firmar una petición	0,241	0,513	0,415	-0,039
Recaudar dinero para alguna causa	0,211	0,414	0,244	0,004
Participar en una manifestación	0,135	0,197	0,765	0,148
Participar en una huelga	-0,013	0,084	0,721	0,211
Llevar insignias o pegatinas de apoyo a una campaña	0,235	0,179	0,554	-0,011
Desarrollar algún tipo de acción violenta	0,128	0,037	0,059	0,745
Participar en actividades ilegales de protesta (cortar tráfico, ocupación)	0,077	0,066	0,278	0,645
<i>Varianza explicada por cada factor (porcentaje)</i>	27,19	8,11	7,51	6,01
<i>Varianza acumulada (porcentaje)</i>	27,19	35,30	42,80	48,82

Autos findos são também bens culturais?

Rita Vieira da Rosa/Feevale¹

Palavras: justiça Federal. autos findos. Gestão Documental. bens culturais.

INTRODUÇÃO

Tema: autos judiciais findos

Delimitação do tema: os autos findos da JFRS como bens culturais e vestígios de memória

Problema: é possível, por meio da arte, apresentar de modo sensível a relevância da preservação e disponibilização dos autos judiciais findos à sociedade?

OBJETIVO GERAL: discutir da relevância de que os servidores da instituição Justiça Federal do Rio Grande do Sul percebam por meio da arte os autos findos como bens culturais, contendo não só o *registro da demanda judicial*, mas também o registro das manifestações de relações sociais, o contexto histórico, comercial e político, em suma, como *registros de cultura*.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: proporcionar o contato dos servidores com a política de gestão Documental da JFRS;

2 e 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA e METODOLOGIA

Estudo de caso com base na análise de discurso e pesquisa bibliográfica do evento Palacinho,

4. ANÁLISE

Para comemoração dos 45 anos foi realizado o evento *Justiça Federal suas casas e histórias reveladas*, composto de espetáculo teatral, exposição de fotos e vídeos, apresentando ainda, os primeiros processos judiciais. Refletiremos à luz dos estudos realizados na disciplina Concepções de Cultura e Manifestações Culturais, sobre a construção e receptividade deste evento artístico.

Cultura é um termo que possui vários significados, conforme discorreremos a seguir. Todavia, particularmente para fins deste artigo, convém iniciar recordando a base do conceito do antropólogo Claude Lévi-Strauss ao afirmar que a cultura surge no momento em que o homem convencionou a primeira regra, a primeira norma, pois a instituição Justiça Federal tem a competência de tornar material o conceito de Justiça ou a aplicação das normas e das sanções ao descumprimentos.

Adotarei, para fins deste estudo a concepção de cultura como um conjunto de significados partilhados, onde a representação é parte essencial do processo pelo qual o significado é produzido e intercambiado (HALL, 2001). Dentre estes significados partilhados estão compreendidas não só as obras de arte e outros elementos patrimoniais e artísticos, mas tudo que envolve a produção simbólica, tais como: a linguagem, as leis, os valores morais e éticos e as regras de convivência sociais, dentre estes, estariam inseridos também a produção documental institucional da Justiça Federal: os processos judiciais.

¹ Artista plástica, mestranda em Processos e Manifestações Culturais/Feevale, possui especialização em Poéticas Visuais/Feevale e em Arte Contemporânea/Ulbra, graduada em Letras- UFRGS

A reflexão acima justifica uma resposta positiva para a questão que intitula o presente artigo: “*Autos findos são também bens culturais?*”, pois os registros das decisões exaradas na instituição Justiça Federal são representações culturais. Todavia, este título carrega bem mais que esta dúvida, pois foi o mote da exposição *Primeiros Processos*, realizada no evento *Justiça Federal suas casas e histórias reveladas* elaborada para provocar magistrados e servidores daquela instituição a pensarem sobre os desdobramentos factuais contidos em uma resposta positiva.

Expliquemos: para pessoas que atuam no âmbito da prática judicial, não restam dúvidas quanto a atribuir valor administrativo e judicial intrínsecos aos processos judiciais, pois no dia a dia, ao manusearmos os processos, - e na condição de servidora me incluo nesta percepção-, cujo andamento afeta diretamente o jurisdicionado. Dificilmente nos detemos para perceber que esses (os autos judiciais) podem constituir junto com os demais documentos da instituição, bem mais do que o mero registro de demandas e decisões.

Como o evento foi concebido para celebração dos 45 anos de Justiça Federal, cabe, preliminarmente, para compreendê-lo, traçar um sucinto panorama do contexto de recriação da Justiça Federal, a sua competência, área de atuação e cidades sedes no estado do RS.

A Justiça Federal do Rio Grande do Sul fez, em maio 45 anos, de sua reinstalação. Foi recriada pelo art. 105 do AI nº 02, após ter sido extinta no Estado Novo. Com o AI-2, sob o comando do General Castelo Branco, firmou-se o denominado “estado de exceção”, com uma série de medidas ditatoriais que incluía: a extinção dos partidos, o recesso do Congresso Nacional, a supressão dos direitos dos funcionários públicos, e, a já citada recriação da Justiça Federal que retirou da justiça estadual a competência de processar e julgar as causas da União.

Os juízes nomeados para atuar no estado do Rio Grande do Sul, recebem assim que retornam de Brasília, cerca de 3.000 processos que tramitavam na Justiça Estadual, convocam alguns servidores de outros órgãos públicos. Assim, nestes tempos adjetivados como “difíceis” ou “anos de chumbo” a Justiça Federal do RS passa a atuar precariamente por carência material (sem uma sede ou material de expediente), por carência de servidores, e, ainda por dificuldades de atuação para verificação das irregularidades praticadas pelo Estado.

As demandas que foram autuadas, bem como as oriundas do judiciário estadual, versavam principalmente sobre direito previdenciário, aposentadoria por invalidez, contrabando, desapropriação de terras por parte da União.

Este breve panorama sobre a criação da JFRS, longe buscar explicar a conjuntura de 1967 se dispôs tão somente a lançar pontos de reflexão.

Hoje, após a interiorização e a promulgação da Constituição de 1988, atribui-se à Justiça Federal do RS uma atuação mais próxima e efetiva na sociedade, tanto que se utiliza o epíteto de *Justiça Cidadã*. Tal denominação é atribuída pela sua presença em 24 cidades do estado e pela prática da política de conciliações em mutirão.

O Rio Grande Sul, além de ter sido o estado pioneiro no processo de interiorização, atualmente é um dos mais interiorizados do país, possuindo sede em 24 cidades, além de JEF(s).

As datas de comemoração e aniversários, como esta dos 45 anos da JFRS são momentos privilegiados em que se estabelecem vários momentos de rememoração por meio dos discursos, e eventos provocando a instituição a olhar para si mesma.

A memória para fins deste ensaio é tida como uma rememoração, como diz CARTOGA/2001, aproximando-se do que ele denominou *metamemória*, esta tem como característica se constituir como um processo seletivo de valores, sentimentos, concepções dos indivíduos e a associação de ideias por traços do passado. A memória social se distingue da tradição pelo motivo de que ela recupera as lembranças do

passado em geral e não apenas aquelas que são herdadas.

A cada comemoração ressurgem as questões que compõem o imaginário coletivo e são repetidas: “temos o que comemorar?” “Fomos *criados* para justificar uma ditadura”. Diante deste quadro o grupo que organizou o evento acreditou que seria o momento oportuno de dar a conhecer as histórias e memória institucionais e pessoais -visto que inseparáveis- dos primeiros tempos e contrapor com os tempos atuais, fazer um inventário histórico na expressão de Gramsci.

Uma das maneiras propostas para as evocarmos, foi a criação de um monólogo, a partir de entrevistas realizadas com a primeira mulher servidora do Judiciário do Rio Grande do Sul que incitou os expectadores a se identificarem com os problemas, atitudes e reflexões de outros servidores como eles.

Um momento marcante do monólogo foi o relato da servidora ao presenciar a decisão indeferitória do Juiz para a solicitação de transferência de um cidadão da Ilha das Pedras Brancas para um presídio comum, trazendo por meio de suas memórias, as histórias sobre os eventos de 1967 que ainda estão sendo revelados à sociedade brasileira.

Construímos na sala principal, um mosaico de informações utilizando como aporte contextual os autos findos autuados em 1967 que são os registros de *Guarda Permanente* desta instituição. Estes processos pelos critérios estabelecidos na política de Gestão Documental são preservados com potencialidade de serem considerados de valor histórico.

Na concepção da exposição traçou-se um panorama da Justiça Federal e da sociedade brasileira em 1967, a partir dos conteúdos dos processos selecionados foram no primeiro momento, escolhidos 23 processos dentre os autuados entre maio e julho de 1967.

Nortearam as pesquisas algumas problematizações versando sobre: a) papel da mulher na sociedade (relação de trabalho, doenças “femininas”); b) ação/intervenção do estado sobre o indivíduo e a propriedade privada (desapropriações, confisco de documentos, demissão de servidores públicos); c) as relações comerciais (impostos, contrabandos de carros, alimentos e roupas); d) as relações civis e o status social (mãe solteira filho legítimo/natural; e) valores identitários: cor e religião como índices de qualificação social; f) saúde pública (as doenças incapacitantes mais comuns e aposentadorias).

Restou evidenciada que havia outras fontes documentais que juntadas aos autos para fins de provas diversas que revelavam também características da sociedade, por exemplo: jornais em que foram publicados editais de intimação que continham notícias do momento político mundial (notícias sobre o que se denominou posteriormente de maio de 68 na França e a ausência de lugar para estacionar no centro de Porto Alegre). Os filmes e espetáculos teatrais que estavam em exibição nos cinemas de Porto Alegre também aparecem no verso de páginas de publicações oficiais. Ainda, outros documentos contidos nos autos, como certidões, carteiras de previdência, fichas policiais com transcrições de testemunhas, todos, podiam ser fontes de pesquisas pela sua materialidade e discurso.

Os processos foram expostos em linha junto a sua descrição e com os documentos digitalizados, imagens de revistas da época, fotos dos objetos de uso na Justiça Federal e outros itens abertos ao manuseio. Exemplificando, junto ao processo cuja demanda era aposentadoria por invalidez causada por tuberculose foi apresentado o tipo de exames feitos à época, complementou-se a parte imagética da pesquisa com a abreugrafia da época e a parte textual com pesquisas com dados sobre a doença no Brasil. Junto ao processo que versava sobre ação de solicitação de reconhecimento de direito ao auxílio saúde a costureira do IAPI, pusemos: revista de costura da época, livro da Singer sobre pontos de costura e propagandas de máquina de costuras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Recorro a Hegel para afirmar que a arte é a manifestação do sensível e por meio dela somos levados por sensações e percepções de todas as ordens em suma, a fazer como diz Gramsci a fazer o nosso inventário da herança deixada, em outros termos, a nossa elaboração e conhecimento e partir deste inventário e perceber o significado destes registros como bens culturais da sociedade rio-grandense e brasileira.

O que se tentou passar aqui foi a importância da disponibilização do documento, seja ele uma presença material (o processo) ou em imagem e som, de modo que toda essa documentação de ontem possa ser elaborada, confrontada com o presente da instituição e de algum modo servir ao futuro da sociedade brasileira como fonte de valor cultural. Esta seria a grande razão de um trabalho na política de gestão documental. Esta importância que sem dúvida já foi evidenciada pelo conteúdo dos autos judiciais, por constituírem um registro único da organização em sociedade pelo seu conteúdo jurídico, e por evidenciarem as relações sociais, familiares, econômicas, financeiras e éticas do país, mas principalmente por passarem a ser percebidos pelos próprios atores deste fazer jurídico ínsito à Justiça Federal.

REFERÊNCIAS

JUSTIÇA FEDERAL RS. *PRIMEIRA INSTÂNCIA - PI* (15 a 22 de junho de maio de 2012). Edição nº 230 3. (https://intranet.jfrs.jus.br/sjrs/noticias/PI/PI_230_15_22_6_12.pdf , p. www.jfrs.gov.br acesso em 07.07.12.

TESSLER, Marga Inge. *A Justiça Federal no Brasil Histórico Evolução e Casas Célebres*, Processo Administrativo: nº 12.1.000061594-9 (TRF4 Região, 10 de abril de 2012).

AI N°2/1965 - Acervo da ditadura. Acesso em 27 de outubro de 1965, disponível em acervo da ditadura: www.acervoditadura.rs.gov.br/legislacao_3.htm

BOSI, Alfredo. *Plural mas não caótico*. São Paulo: Ática, 2008.

Conselho de Justiça Federal CJF. *Conselho de Justiça Federal*. Acesso em 20 de 06 de 2012, disponível em CJF: <http://www.cjf.jus.br/pages/ajustica2.htm>, s.d.

Conselho de Justiça Federal COGED, c. d. (abr/jun de 2003). *Revista CEJ - Centro de Estudos do Judiciário do CJF nº 21, p. 68-75, p.69*. Acesso em 07 de julho de 2012, disponível em CEJ do CJF: www.cjf.jus.br/revista/numero21/artigo11.pdf ,2003.

FICO, Carlos. *Versões e Controvérsias sobre 1964 e a ditadura militar*. (ANPUH, Ed.) *Revista Brasileira de História* , 24 (nº 47), http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882004000100003, 2004.

LARRAIA, R.. *Cultura. Um conceito antropológico* (24ª ed.). Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1989.

SCHNEIDER, Leonardo. *Memórias de Chumbo, A atuação da Justiça Federal na ditadura militar e na construção da democracia brasileira*. *ibrajus* , www.ibrajus.org.br/revista/artigo.asp?idArtigo=250, 2012. Acessos em junho2012.

SLIWKA, Ingrid Schroder. *Gestão documental de Processos em Arquivos*. <http://www.tse.jus.br/hotSites/2CongressoNacional/arquivos-congresso.html>, 2011. Acessos junho/julho2012.

SLIWKA, Ingrid Schroder. *Proposta de critérios de seleção de autos findos, com vista à preservação do patrimônio público, da memória da sociedade e como elementos de exercício da cidadania*. acesso em 07 de julho de 2012, disponível em CJF: www.cjf.jus.br/autosfindos/propostas.pdf , s.d.