

Contracampo

BRAZILIAN JOURNAL OF COMMUNICATION | PPGCOM-UFF

VOLUME 37. NÚMERO 1. 2018. E-ISSN 2238-2577. ABR-JUL



ENTANGLED TEMPORALITIES IN THE

Global South

TEMPORALIDADES
ENREDADAS NO SUL GLOBAL

Editorial vol. 37 n. 1

“Precisamos [...] desvespuciar e descolombizar a América e descabralizar o Brasil”, dizia já Oswald de Andrade, em 1950 referindo-se ao projeto descolonizador modernista que iniciou nos anos 1920. O neologismo “descabralizar” evoca tanto a inversão da conquista do Brasil por Pedro Álvares Cabral quanto o ato de descabralizar o projeto de modernidade imposto pelo mundo europeu. Ao desenvolver um pensamento crítico à hegemonia cultural europeia, nosso grande filósofo do movimento antropofágico não só colocava em questão o projeto colonialista como também nos alertava para o ato revolucionário, cujo princípio seria abolir “o sistema patriarcal capitalista para restituir, através das conquistas tecnológicas, uma nova era de ócio sagrado – o ócio indígena que foi destituído pelos europeus com a introdução do escravismo e do sistema de produção – em um novo espaço: o Matriarcado de Pindorama” (Schwartz, 2002, p.145). Por este viés, Pindorama – “o nome da terra do Brasil em *nheengatú*, a ‘língua geral’ indígena” (idem) – não seria exatamente um lugar triturador de tempos, mas um espaço no qual as temporalidades estariam antropofagicamente enredadas.

Um salto no tempo desde o movimento modernista de quase um século até o chamado novo milênio, que já experimentamos há quase 20 anos, nos permite pensar tanto a atualidade do pensamento de Oswald de Andrade quanto o desafio, ainda constante, de darmos conta, no âmbito da formação estratégica de um Sul Global, de compreender as dinâmicas temporais e espaciais de modernidades que não se reduzem a ciclos fechados e/ou determinismos. A metáfora antropofágica – o canibalismo cultural, e, portanto, político, ético e estético – segue viva e necessária; ela sobrepõe várias modernidades possíveis e é um elemento desafiador, pois é também, e o tempo todo, imiscuído na selvageria do próprio capitalismo. Neste sentido,

descabralizar o Brasil, como propunha Oswald de Andrade, é, antes de tudo, levar em conta a dinâmica do cenário capitalista global, reconhecendo a disputa de poderes e afetos, ao mesmo tempo em que se articula um espaço de utópica resistência temporal que se associa com o desejado Pindorama do Pau Brasil.

No primeiro dossiê publicado pela Revista CONTRACAMPO, cujo tema é as “Temporalidades Enredadas no Sul Global”, e agora neste segundo volume, o desafio é pensar as dinâmicas de um movimento global capitalista como indissociáveis de gestos éticos e estéticos que produzem fricções criativas neste contexto. Ou seja, trata-se do esforço de compreender que os princípios de ordem econômica e política não se dissociam, em tempo algum, de mobilizações e expressões, também políticas e, mais ainda, culturais. Assim, o que no editorial de apresentação do Volume I chamamos de “complexas conjunções e disjunções de etnopaisagens, midiapaisagens, financiopaisagens, tecnopaisagens e ideopaisagens” (conforme Appadurai), só são categorias passíveis de serem problematizadas a partir do reconhecimento de um cruzamento que se dá entre o político e o estético. As temporalidades, que a partir de Mbembe, entendemos como “enredadas”, são inevitavelmente partes deste cruzamento que sobrepõe poderes e afetos. Em outras palavras, o que temos sugerido pensar, nesses dois volumes do nosso dossiê, é que a discussão acerca do chamado “Sul Global” e suas temporalidades coloca em questão a produção de um sistema geopolítico no qual o enredamento de tempos disjuntivos – à luz das políticas e das estéticas – é crucial.

Neste volume II, retomamos a questão diaspórica como emblemática, senão fundante, no sentido de contribuir para que se possa compreender o deslocamento espacial como produtor de dinâmicas temporais que se enredam nas experiências dos atores de um possível “Sul Global”. Liliane Brignol (UFES) e Nathália Costa (UFES), ao discutir migração através dos usos sociais das mídias pelos sujeitos migrantes senegaleses, nos fazem ver, em particular, a hibridação das noções de tempo em um ato celebratório. Em “Díaspóra Senegalesa e mediação tecnológica: entre tempos e lugares na observação do Magal de Touba”, a apropriação e o uso de tecnologias são

vetores do movimento reflexivo das respectivas autoras. O mesmo acontece em “#MEUAMIGOREFUGIADO: experiências de cosmopolitismo e mobilização midiática da empatia”, de Sofia Zanforlin (UFRJ). Neste artigo, através do estudo de caso de uma campanha lançada no Brasil pela ONG Migraflix, esta autora nos faz pensar em um tipo específico de cosmopolitismo e de consumo cultural que, sugerimos, possa também ser entendido como produto/produzidor dos deslocamentos e do enredamento dos tempos, conforme temos tratado nos dois dossiês desta Revista.

A contribuição de Luã Chagas (UERJ), em “Radiojornalismo como espaço de disputas no Sul Global...”, é também central no sentido de referendar a mídia, no caso o rádio, como território em que são tecidos os sentidos e os tempos. A cartografia das fontes em uma estação de rádio na cidade do Rio de Janeiro nos ajuda a compreender a articulação dos sujeitos nas dinâmicas de disputa no cenário jornalístico brasileiro. E no artigo seguinte, “‘No puedes comprar mi vida’: Calle 13, as representações do continente na narrativa musical de Latino América e o ambíguo contexto porto-riquenho”, é a música que também estrutura o elo entre os tempos, o espaço e a produção de sentidos. Pensando a música como lugar de engendramento de tensões e disputas ideológicas, Ivan Bonfim (UEPG) discute modernidade e identificação nacional como elementos essenciais que movem o cruzamento das temporalidades no contexto do Sul Global.

No mesmo território caribenho, Cuba surge através da experiência de um fã da cantora Madonna. Thiago Soares (UFPE) e Mariana Lins Lima (ESPM-Rio), no percurso reflexivo realizado em “Madonna, guerreira como Cuba”, contribui para que possamos compreender como se desvela, no país socialista, um modo particular de globalização e negociação de fluxos do capital transnacional. Naquele espaço, também tecido pelas suas próprias temporalidades, as tensões são compreendidas como parte de uma dinâmica de resistência, um processo entendido como particular do regime de Estado cubano.

O Estado, ou a ideia de um “estado-nação”, também crucial na constituição da geografia expandida que é o sul global, aparece como um aspecto relevante na vida política do Zimbábue. Em “Valorisation, Personality

Cult and The militarisation of Nation State under a civilian ruler In Zimbabwe: a public-private media gaze”, Josyah Nyanda (Universidade de Witwatersrand) nos mostra como também a mídia se conforma enquanto ator fundamental no processo de militarização de um estado, em princípio, comandado por um civil. As intervenções militares são fantasmas, quando não corpos, recorrentes nas experiências políticas de países com herança colonialista; um traço significativo entretecido nas dinâmicas temporais que enredam tais geografias. Alda Costa (UNAMA), Thaís Braga (Universidade do Minho, Portugal) e Lídia Rodarte (UFPA), em “Tempo e narrativa na Amazônia paraense: o plebiscito no Pará pela perspectiva do ‘Espaço do Leitor’”, nos mostram como os enquadramentos emocionais e políticos estruturaram as narrativas sobre a criação dos estados de Carajás e de Tapajós, um importante território indígena no Brasil. O desenvolvimentismo, não só brasileiro, mas também conforme é concebido na maioria dos territórios enquadrados a partir do binarismo “civilização x barbárie”, é um vetor importante para a problematização acerca dos poderes e dos tempos engendrados no sul global. E a Amazônia brasileira, se quisermos também pensar como um dos lugares centrais em que o gesto antropofágico vem progressivamente sucumbindo à selvageria do capital – portanto como espaço constitutivo de uma territorialidade permeada pela crueza das dinâmicas de poder do sistema capitalista contemporâneo – apresenta-se como um campo produtivo de reflexão em torno dos problemas que atravessam o sul global. Por fim, Marialva Barbosa (UFRJ) e Cristine Gerk (UFRJ), em “Jornalismo, memória e testemunho: uma análise do tempo presente”, discutem o testemunho como ferramenta histórica de produção do jornalismo e o testemunho do jornalismo sobre si mesmo. O presente dilatado que vivemos ajuda a problematizar os relatos, particularmente os jornalísticos, que trazem o mesmo presente como eixo de narração.

Acompanhando este volume do dossiê, o artigo de temática livre nos faz acessar o campo da memória. Neste tempo acelerado, sabemos todos, o crescimento das mídias sociais é um desafio. Assim, a algoritimização das narrativas do cotidiano é uma questão de natureza não só temporal, como também política. E deste modo, torna-se preponderante entender em que

medida os próprios profissionais da notícia não estariam contribuindo, eles mesmos, para as múltiplas agendas do Facebook. É este o aspecto central do nosso último artigo “Da manchete ao post: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais”, de Adriana Barsotti Vieira (ESPM-Rio).

Esta edição, como também dissemos acerca do volume anterior, é parte de (e também um resultado do) Projeto “Culturas Literárias do Sul Global” (DAAD). Trata-se de uma pesquisa de cooperação internacional desenvolvida, desde 2015, pelo PPGCOM/UFF, a Universidade de Tübingen e outras instituições parceiras, como a UNAM/México, WITS/África do Sul e Jawaharlal Nehru University (Índia). Neste sentido, ao lançar uma discussão sobre a questão do Sul Global e suas temporalidades enredadas, a *Contracampo* celebra esta importante parceria, que prima essencialmente pela horizontalidade no gesto de construir diálogos e problemas de pesquisa.

Em um dos vários encontros que aconteceram no decorrer do desenvolvimento da pesquisa, Dhananjay Singh, professor da JNU/Índia, nos fez lembrar em uma de suas apresentações que, na Índia, a “modernidade começou com Buda”. Esta frase, de grande impacto, evidencia o constante desafio de desenvolver uma pesquisa acerca do Sul Global. Como localidade expandida, o que também buscamos referendar no volume anterior, o Sul Global abarca tempos distintos que se enredam na mesma medida em que entrecruzam saberes e experiências. Por esta razão, também sugerimos considerar que o desafio do gesto antropofágico de “descabralização” do Brasil equivale, em certo sentido, à decolonização (lembrando Mignolo) dos processos de construção de saberes, práticas e modos de vida. Há muitas modernidades em jogo no chamado “sul global”, o que, do ponto de vista acadêmico, requer, no nosso entender, a dialogia e a troca de conhecimento com ênfase nos sistemas complexos e nos processos relacionais; um procedimento essencial para a compreensão dos nossos modos de estar, hoje, em um mundo atravessado por um sistema globalizado, absolutamente desigual e multifacetado. A expectativa que temos, assim, é de que esses dois volumes publicados pela CONTRACAMPO possam, minimamente, contribuir para a compreensão deste problema.

Agradecemos a toda a equipe da CONTRACAMPO, aos autores e aos pareceristas envolvidos no processo de edição dos dois volumes do nosso dossiê. E desejamos que todos tenham uma leitura agradável e produtiva.

Fernando Resende (Universidade Federal Fluminense) e
Sebastian Thies (Universidade de Tübingen)

EQUIPE EDITORIAL

Editoras-chefes

Beatriz Polivanov (UFF)
Thaiane Oliveira (UFF)
Angela Prysthon (UFPE)

Editores convidados

Fernando Resende (UFF)
Sebastian Thies (Tübingen)

Editores-executivos

Camilla Quesada Tavares (coordenadora)
Luana Inocêncio
Lumarya Souza
Tatiana Lima
Seane Melo

Revisão

Ana Luiza Figueiredo
Erly Guedes
Jonas Pilz
Priscila Mana
Schneider Ferreira de Souza (coordenador)
Simone Evangelista
Veronica Lima

Tradução / Versão

Deborah Santos
Leonam Dalla Vecchia
Patrícia Matos (coordenadora)

Projeto gráfico / Diagramação

Érica Santos
Paulo Alan Deslandes Fragoso
Wanderley Anchieta (coordenador)

Equipe de comunicação

Paola Sartori
Pollyane Belo (coordenadora)
Rafael Ribeiro

Planejamento estratégico

Ícaro Joathan
Ledson Chagas
Melina Meimaridis (coordenadora)

Edição v.37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

Diáspora senegalesa e mediação tecnológica: entre tempos e lugares na observação do Magal de Touba

Senegalese diaspora and technological mediation: an observation of Magal de Touba between time and places

LILIANE DUTRA BRIGNOL

Professora doutora do Departamento de Ciências da Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Integra o corpo docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação, atuando na linha de pesquisa Mídia e identidades contemporâneas. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), tendo cursado o doutorado no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos de 2006 a 2010, com bolsa Capes-Prosop. Mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos (2004, com bolsa CNPq) e graduada em Comunicação Social-Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (2001). Coordenadora do grupo de pesquisa comunicação em rede, identidades e cidadania (CNPq). Brasil. E-mail: lillianebrignol@gmail.com. ORCID: 0000-0002-7323-038X.

NATHÁLIA DREY COSTA

Doutoranda em Comunicação Midiática, Linha Mídia e Identidades Contemporâneas, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Poscom) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Mestre em Comunicação Midiática, também pelo Poscom da UFSM. Bacharel em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela mesma instituição, graduada no ano de 2011. Brasil. E-mail: nathaliadreycosta@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6295-514X.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

BRIGNOL, Liliane Dutra, COSTA, Nathália Drey. Diáspora senegalesa e mediação tecnológica: entre tempos e lugares na observação do Magal de Touba. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 09-29, abr/2018-jul/2018.

Enviado em 31 de agosto de 2017 / Aceito em 08 de outubro de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1079>

Resumo

Os entrelaçamentos entre mídia e migrações contemporâneas são o ponto de partida deste artigo, em que buscamos pensar como as dinâmicas da comunicação em rede atravessam experiências diaspóricas contemporâneas. Situado em um contexto da diversificação dos coletivos migratórios no Brasil, o trabalho tem o objetivo de refletir sobre relações entre a experiência diaspórica e usos sociais das mídias pelos sujeitos migrantes, a partir de um exercício exploratório de observação de práticas religiosas de migrantes senegaleses no Rio Grande do Sul. Destacamos a centralidade de apropriações de tecnologias móveis e da internet na conformação de um caráter transnacional e de hibridação das noções de tempo e lugar na celebração do Magal de Touba.

Palavras-chave

Comunicação em rede; diáspora; Senegal; mediação tecnológica.

Abstract

The interlacing among media and contemporaneous migrations are the starting point of this article where we reflect how the dynamics of network communication cross the contemporaneous diasporic experiences. This work is situated in the context of migratory diversification of the collectives in Brazil and aims at reflecting about the relations among the diasporic experience and the use of social media by the migrants through an exploratory exercise observing the Senegalese migrants religious practices in the state of Rio Grande do Sul. We highlighted the centrality of appropriations regarding mobile technologies and the internet in an act of conformity of a transnational character and also the hybridization of notions about time and place according to Magal de Touba.

Keywords

Network communication; diaspora; Senegal; technological mediation.

Introdução

Desde onde pensar as dinâmicas de transformação do lugar da cultura em nossas sociedades globalizadas? Em seus textos mais recentes, Jesús Martín-Barbero (2006; 2014; 2015) trata de duas instâncias essenciais que impactam o modo como estamos no mundo hoje. São elas a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades. Aproximando-se da proposição de Milton Santos (2004), ao pensar as simultâneas possibilidades e perversidades da globalização, Martín-Barbero vê a diversidade cultural como lugar de resistência, negociação, interação e potencial de transformação diante dos processos de globalização homogeneizantes, pois, como celebra o autor, “o que reativa hoje as identidades como motor de luta é inseparável da demanda de reconhecimento e de sentido” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p.24).

Esta diversidade cultural, fonte de reflexão e problematização teórica em toda a trajetória de Martín-Barbero, é retomada como um dos principais pontos desde onde estudar os processos, as práticas e os meios de comunicação hoje. Nesta proposição, migrantes e cibernautas são duas categorias indicativas de modos de ser e estar no mundo contemporâneo muito mais próximas do que faz crer uma razão dualista que opõe deslocamentos entre territórios e fluxos comunicacionais. Trata-se da instância em que, segundo o autor, as *urbanias* e as cidadanias se entrelaçam:

As experiências e narrativas do imigrante se misturam a cada dia mais intensamente com as dos internautas. Milhares de deslocados e emigrantes – dentro e fora de cada país – praticam a cidade que habitam escrevendo relatos no bate-papo e em hipertextos da web, nos quais os indivíduos e comunidades se comunicam com seus familiares que permanecem do outro lado do mundo. Isso através da circulação de histórias e imagens que contam, são contadas, para seguir contando entre as pessoas e para serem levados em conta pelos que sobre eles tomam decisões que os afetam¹ (MARTÍN-BARBERO, 2015, p.27, tradução nossa).

Em outro profundo exercício de compreensão sobre como se configuram as dimensões culturais da globalização, Appadurai (2004) propõe aproximar meios de comunicação e migrações como sinais diacríticos e interligados de um momento de ruptura. Segundo o antropólogo, ambas “marcam o mundo presente, não como

¹ Texto original: Las experiencias y narrativas del inmigrante se entremezclan cada día más densamente con las de los cibernautas. Millones de desplazados y emigrantes – dentro y fuera de cada país– practican la ciudad que habitan escribiendo relatos en el chat o en hipertextos de la web, desde los que individuos y comunidades se comunican con sus familiares que quedan al otro lado del mundo. Y ello mediante la circulación de historias y de imágenes en las que cuentan, se cuentan, para seguir contando entre la gente y para ser tenidos en cuenta por los que sobre ellos toman decisiones que les afectan. (MARTÍN-BARBERO, 2015, p.27).

forças tecnicamente novas, mas como aquelas que parecem impelir (e, por vezes, compelir) a obra da imaginação” (2004, p.15). No sentido proposto pelo autor, pessoas e imagens em deslocamento e, portanto, fora das certezas dos limites locais, atuam de forma imprevisível e profunda na ressignificação da subjetividade moderna.

Em nosso trabalho, buscamos olhar para estes entrelaçamentos entre mídia e migrações contemporâneas, de maneira a pensar como as lógicas e dinâmicas da comunicação em rede atravessam e são atravessadas pelas experiências diaspóricas. Partimos da compreensão da noção de diáspora como uma metáfora explicativa para se pensar os múltiplos deslocamentos e pertencas identitárias em sociedades cada vez mais multiculturais. Seguindo Hall (2003, p. 25-6), entendemos que a questão da diáspora é capaz de lançar luz sobre as complexidades, as múltiplas identidades e temporalidades que nos constituem.

Em especial, neste artigo, partimos da compreensão do papel relevante da internet e das dinâmicas de comunicação em rede na trajetória de migração e no cotidiano dos migrantes em geral. Este trabalho insere-se em um contexto da diversificação dos coletivos migratórios no Rio Grande do Sul, e de migrantes do Senegal dentre eles. Entre nossos objetivos, buscamos apresentar parte de um exercício exploratório de observação de práticas religiosas de migrantes senegaleses no Rio Grande do Sul, de modo a identificar relações entre a experiência diaspórica e usos sociais das tecnologias da informação e da comunicação pelos sujeitos migrantes.

O presente trabalho integra o projeto de pesquisa “Comunicação em rede, diferença e interculturalidade em redes sociais de migrantes senegaleses no Rio Grande do Sul”², desenvolvido desde 2014. Trata-se de uma investigação sobre novos fluxos de migrações transnacionais para o Sul do Brasil, cujo objetivo é investigar as redes sociais migratórias de senegaleses através de uma aproximação de caráter etnográfico a suas práticas e processos de comunicação, construídos entre usos sociais das mídias e comunicação interpessoal e intercultural.

No contexto da pesquisa, nos vinculamos à perspectiva dos usos sociais das mídias (MARTÍN-BARBERO, 2002), que leva à construção de um percurso metodológico baseado em uma abordagem qualitativa, com foco nos procedimentos da observação, da observação participante e da busca pelo encontro com os sujeitos migrantes, em seus relatos, nas suas experiências cotidianas e na interpretação a partir de suas práticas e processos comunicativos.

² Projeto de pesquisa desenvolvido com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul - Edital FAPERGS n. 02/2014, Programa Pesquisador Gaúcho – PqG.

Como procedimentos metodológicos da pesquisa maior, combinamos monitoramento da mídia, contato com a rede de apoio às migrações, seguidos da observação online e observação participante em eventos e atividades promovidas por grupos e associações de senegaleses em três cidades gaúchas nas quais focamos a pesquisa (Porto Alegre, Santa Maria e Caxias do Sul). Em uma segunda etapa da investigação, foram realizadas entrevistas com sujeitos migrantes, além de conversas informais e entrevistas em grupo, simultâneas aos procedimentos de observação.

Os municípios foram escolhidos em função da forte presença do coletivo migrante, desde 2010, especialmente em Caxias do Sul (cidade na Serra gaúcha caracterizada pelo desenvolvimento industrial) e na capital Porto Alegre, com incremento mais recente da presença migratória de senegaleses. O contexto de Santa Maria, cidade na qual ainda é pequena a presença migratória, se deve em função da inserção da universidade em que se desenvolve a pesquisa, além das especificidades para o trabalho de campo (uma cidade com pequena presença de migrantes senegaleses, mas que conta com redes de apoio e realização de eventos religiosos e culturais, a exemplo do Magal).

Para este artigo, os procedimentos metodológicos concentraram-se na observação participante da festa Magal de Touba de 2016, nas cidades de Porto Alegre e Santa Maria. Para complementar as informações obtidas durante a observação, realizamos conversas informais e entrevistas com migrantes durante as celebrações religiosas.

Experiências da diáspora e mediação tecnológica

Proposta por Gilroy (2007) como uma ecologia social de identificação, a diáspora é compreendida enquanto uma noção que transcende seu sentido inicial de dispersão dos povos, para romper com o poder fundamental do território na determinação das identidades. Ela desafia ao valorizar parentescos sub e supranacionais e afastar-se da ideia de identidades primordiais estabelecidas pela cultura e pela natureza. “Ao aderir à diáspora, a identidade pode ser, ao invés disso, levada à contingência, à indeterminação e ao conflito” (GILROY, 2012, p.19).

Pensar a diáspora, não significa, no entanto, confundir esta noção como sinônimo de migração, como bem alerta Grimson (2011), pois entendemos que nem sempre os deslocamentos implicam a existência de uma identificação coletiva ou um sentimento de pertencimento, assim como as migrações não promovem, necessariamente, uma relação de encontro entre culturas. Estas dinâmicas são mais complexas e conflitivas do que uma leitura apressada possa supor.

As experiências diaspóricas, no modo que buscamos construir aqui, carregam consigo um sentido de mesclas, de trocas culturais, de impossibilidade de pureza. Retornando a Hall (2006), há um falso dilema que permeia a globalização e a questão da identidade: ou vivemos um retorno às raízes (e as fortes tendências locais) ou estamos sendo assimilados pela homogeneização. Porém, há mais do que dois aspectos inseridos nessa problematização. Há, ainda, o elemento da *tradução* (HALL, 2006), caminho que aponta para a possibilidade de formações identitárias que ultrapassam fronteiras nacionais, compostas por pessoas dispersas pelo globo, em constante negociação de sua cultura de origem com os traços culturais novos a que estão submetidos, compondo a tradução (*idem*). Essas identidades, portanto, são “(...) irrevogavelmente, o produto de várias histórias e culturas interconectadas, pertencem a uma e, ao mesmo tempo, a várias ‘casas’ (e não a uma ‘casa’ particular)” (HALL, 2006, p. 89).

Assim, o importante, como ainda reflete Hall (2003), é partir da perspectiva diaspórica como subversão ao modelo de nação e nacionalismo – hoje, mais agarrados em formações supranacionais neoimperialistas. Também, como nos aponta Gilroy (2007), a diáspora “(...) é uma ideia especialmente valiosa porque aponta para um sentido mais refinado e mais maleável de cultura do que as noções características de enraizamento [...] Ela torna problemática a espacialização da identidade e interrompe a ontologização do lugar” (GILROY, 2007, p. 151).

Pensar, portanto, como se articulam as identidades contemporâneas em um mundo de constantes trocas e fluxos é um desafio. Assim, é importante compreender que essas trocas produzem espaços nos quais as identidades podem se relacionar, se mesclar ou até mesmo se rejeitar. O que, anteriormente, parecia oferecer bases sólidas para se pensar a identidade (nacionalidade, classe, gênero, raça, etnia, por exemplo), passa por mudanças estruturais, produzindo sentidos de fragmentação dessas identidades, sempre plurais. Hall (2006) avalia que essas mesmas mudanças abalam a concepção que temos de nós mesmos, em um movimento de deslocamento do sujeito. Falar de identidade, portanto, “(...) era falar de raízes, isto é, de costumes e território (...)”, porém, contemporaneamente, falar de identidade é também parte de compreendê-la como redes e fluxos, migrações e mobilidades (MARTÍN-BARBERO, 2006), elementos que, em relação, produzem sentidos menos fixos de existir e pertencer no mundo.

É importante, como já dissemos, não cairmos no argumento vago de que migrantes carregam consigo uma “cultura”, genuína e intocável (GRIMSON, 2011), que translada continentes. A experiência migratória envolve uma série de negociações – que partem dos costumes e culturas do sujeito migrante, e que também envolvem as novas associações desenvolvidas pelo mesmo durante sua

experiência de migração. As comunidades diaspóricas na internet, por exemplo, não necessariamente arrastam consigo as mesmas culturas ou prevalecem na manutenção de uma identidade continuada, como pontua Matellart (2009). Assim, as experiências diaspóricas pelo mundo (permeadas também por usos da internet) trabalham na manutenção e partilha de elementos identitários comuns, mas, colocam em conflitos e contradições, bem como mesclam e modificam, outros elementos postos em circulação através dos usos sociais da internet.

As buscas pela informação, assim como o processo de interação e organizações de relações em redes, caracterizam essa demanda identitária e comunitária por parte dos migrantes. Através da concepção de mediações (MARTÍN-BARBERO, 2001), compreendemos que as formas como o sujeito interage com o meio – e com as mensagens – perpassa todos os significados por ele apreendidos, a experiência pessoal e o contexto social, no “modo como sujeito e tecnologia se relacionam” (BRIGNOL, 2013, p. 83). Assim, os elementos constitutivos das mediações são acrescidos de novos elementos, que começam a perceber a importância do cotidiano na experiência comunicacional dos sujeitos.

Para compreendermos aspectos culturais da internet, precisamos entender a noção de usos sociais dos meios. Esse modelo comunicacional de interpretação das relações entre sujeito e cultura, que parte de um deslocamento metodológico, é um ponto de vista de nossa pesquisa. Os usos são pensados, na perspectiva das mediações, como apropriações e noções próprias dos sujeitos que interferem e reconfiguram sua experiência comunicacional. No caso da mediação da tecnicidade, partimos da reflexão, apoiada em Martín-Barbero (2014), de que o lugar da própria cultura é deslocado no interior da sociedade a partir do momento em que a mediação tecnológica se transforma de instrumento para estrutura, pois, “(...) a tecnologia remete hoje não só, e nem tanto, à novidade dos aparatos, mas também a novos modelos de percepção e linguagem, a novas sensibilidades e escrituras” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p.25).

As tecnologias da comunicação assumem um importante papel no cotidiano dos migrantes. A diversidade no uso social dessas tecnologias, a partir da concepção de mediações, nos permite analisar que, apesar dos limites tecnológicos e das desigualdades sociais e econômicas, a variedade e a capacidade de produção de sentidos são presentes e estão marcados pela relação com as identidades – ou, de acordo com Brignol (2013), que tais usos sociais são “demandados por experiências identitárias” (BRIGNOL, 2013, p. 83). É a própria condição de migrante que produz modalidades particulares de consumo e de usos midiáticos, centrados, principalmente, nas relações com o país de origem e na criação de redes de partilha e convivência entre migrantes que dividem

uma experiência migratória (COGO; GUTIÉRREZ; HUERTAS, 2008). Como parte da audiência ativa que são, os migrantes interpretam a informação e se apropriam dela conforme os usos que intencionam fazer dos meios de comunicação em seu contexto.

No bojo da questão das migrações, o conceito de transnacionalismo também ajuda a pensarmos nas múltiplas relações com os locais de nascimento e passagem, com os fluxos pelos quais o migrante passa e nos quais interage. O uso social das TICs no contexto migratório a partir do transnacionalismo “permite o estabelecimento de vínculos, conexões e interações que, de alguma maneira, transcendem os limites territoriais” (BRIGNOL, 2010, p. 37). As apropriações das tecnologias pela comunidade migrante podem ser dos mais variadas, desde afirmações identitárias até o uso comum de serviços de comunicação básicos com pessoas que partilham da mesma nacionalidade (ELHAJJI; ESCUDERO, 2015). Esses usos são também parte importante da experiência migratória, principalmente porque permitem aos sujeitos sua organização cultural e política em rede, com a aquisição de um sentimento de pertencimento e cidadania (local, transnacional e global) através das apropriações diferentes (*idem*).

O próprio conceito de diáspora pode ser um ponto de partida para compreensão das relações identitárias dos sujeitos que vivem a migração: essas mesmas relações hoje postas em ressignificação através de ambientes comunicacionais em rede. Portanto, a própria condição migrante é parte da configuração e reconfiguração de modos de rotinas/temporalidades dos padrões de acesso à internet, bem como das apropriações e usos sociais dos meios de comunicação com as especificidades de “lugares e espaços de moradia (mais ou menos compartilhada), duração das jornadas de trabalho, as modalidades de migração (individual, familiar, etc.), o poder aquisitivo, as competências linguísticas e as próprias culturas midiáticas desenvolvidas pelos imigrantes em seus países de origem” (COGO, 2007, p.68). Assim, o que se coloca em circulação, a partir dos usos sociais dos meios (e, mais especificamente, da internet), são uma série de elementos identitários atravessados por diferentes condições de uso, temporalidades de apropriações e negociações de sentido identitárias. Viver a diáspora - suas constantes trocas e fluxos entre o lá e o cá - hoje é assumir mais um elemento dentro dessa experiência: as dinâmicas de usos e apropriações dos espaços de comunicação na internet por comunidades inteiras ou por sujeitos singulares em experiência diaspórica.

Contexto migratório no RS

A vinda de senegaleses ao Brasil tem impactado o panorama das migrações contemporâneas. A Agência EFE, com informações disponibilizadas pela Polícia Federal, divulgou que até 2012 o número de migrantes africanos (incluindo outros países além do Senegal) em território brasileiro aumentou em 30 vezes. Entre os estados brasileiros que mais acolhem esses migrantes, está o Rio Grande do Sul. Contabilizações recentes do Observatório das Migrações Internacionais (OBMigra), vinculado ao Ministério do Trabalho no Brasil, mostraram que, a partir de 2015, foram concedidas mais de 800 vagas de trabalho temporárias no Rio Grande do Sul a migrantes que residiram/residem no país. Relatório do primeiro trimestre de 2016 do Conselho Nacional de Imigração (CNIg) informou que foram concedidas mais de 200 autorizações de trabalho temporário e permanente a senegaleses no Brasil no primeiro trimestre de 2016. As autorizações são concedidas pelo Ministério do Trabalho (que atua em conjunto com os Ministérios da Justiça e das Relações Exteriores na questão de políticas de acesso e permanência de migrantes³ no Brasil).

Sabemos que tais números sinalizam apenas as estatísticas oficiais e estão longe de indicar a presença efetiva deste coletivo migrante que não passa pelo registro no Estado. Informações contabilizadas por órgãos e instituições que auxiliam no amparo a migrantes no país, por exemplo, indicam outros elementos sobre a presença senegalesa. O Centro de Acolhimento ao Migrante (CAM), sediado em Caxias do Sul (RS), em último registro, contou mais de 1900 migrantes atendidos pelo centro. Esse dado é de 2014 e, desde então, sabe-se que a presença de senegaleses nessas cidades muda de acordo com os fluxos migratórios, aumentando e se dispersando conforme os migrantes se ambientam no país. Maior município da serra gaúcha, Caxias do Sul conta com forte presença senegalesa em seus espaços, dispõe de uma associação local de senegaleses, além de uma *dahira*, ou centro religioso, bem como de coletivos⁴ de apoio a migrantes e de realização de festas típicas e celebrações religiosas.

Outros municípios gaúchos também recebem senegaleses com frequência. Passo Fundo, por exemplo, município situado no noroeste gaúcho, recebe grupos de migrantes senegaleses desde 2000 (HERÉDIA; PANDOLFI, 2015). Porto Alegre, capital do estado, também conta com forte presença senegalesa, tanto que

³ De acordo com o OBMigra, migrante é a “tipologia destinada a agrupar os indivíduos cuja especificação da classificação indica permanência mais longa dos estrangeiros em território brasileiro ou a saída daqueles que permaneceram por um período de tempo mais longo. Engloba asilados; estrangeiros deportados, expulsos ou extraditados; refugiados; solicitantes de refúgio; diplomatas e seus familiares; estrangeiros com vistos ou tramitação de permanência; reunificação familiar; portugueses com igualdades de direitos civis e políticos; estrangeiros contemplados pelo Acordo de Residência do Mercosul e Programa Mais Médicos” (Relatório Anual Completo 2016 do OBMigra, disponível em <http://obmigra.mte.gov.br/index.php/relatorio-anual>).

⁴ Além do CAM, Caxias do Sul conta com o coletivo “Senegal, Ser Negão, Ser Legal”, fundado por um senegalês que reside no Brasil desde 2010. Além dele, outros integrantes (brasileiros e senegaleses) auxiliam nas ações organizadas pelo coletivo.

também já comporta, há pelo menos três anos, festas típicas, celebrações religiosas e culturais organizadas pelos próprios migrantes. A Associação dos Senegaleses de Porto Alegre dispõe de vários integrantes e é bastante requisitada tanto pelos senegaleses que se encontram no país quanto por brasileiros que atuam como colaboradores, bem como pela mídia gaúcha, servindo como fonte de informação.

Herédia e Pandolfi (2015) indicam um perfil do migrante senegalês que reside na serra gaúcha (esse mesmo perfil é observado também nos outros municípios citados anteriormente): em geral, esse migrante é homem, jovem e solteiro, e a maioria tem o compromisso de enviar remessas de dinheiro aos familiares que permaneceram no Senegal (nos mais diversos locais do país); a intenção migratória mais forte é a laboral, com grande viés econômico; grande parte é muçulmana (vinculados à confraria Mouride⁵) e a experiência mais presente de trabalho entre os migrantes se dá no comércio (HERÉDIA; PANDOLFI, 2015). Perfil semelhante foi encontrado em nossa pesquisa de campo.

Uma das observações mais salientes entre pesquisadores e observadores do fenômeno migratório senegalês em direção ao Brasil é a grande formação de redes e fluxos de intercomunicação entre esses migrantes. São redes que vão se constituindo por fatores de localização, regionalização, amizade, interconhecimento, existindo em formato circular, possibilitando trocas formais e informais (no trabalho e no aspecto religioso, por exemplo), deslocando e integrando as maneiras como o migrante passa a estabelecer relação com o Senegal enquanto vive e trabalha no país por ele escolhido (TEDESCO; GRZYBOVSKI, 2013). Além das orientações para permanência em novo território, as redes oferecem espaços de criação de associativismo e de fomento à cultura nacional (um pequeno espaço no qual os valores, raízes e atributos culturais senegaleses podem continuar sendo respeitados, valorizados e cultuados, mesmo que geograficamente não estejam mais no mesmo espaço).

O caráter transacional da migração senegalesa proporciona a criação de redes também alimentadas fortemente pelo aspecto religioso. Os senegaleses que migram para o Brasil identificam-se, em sua maioria, como adeptos da religião muçulmana. O Islã foi desenvolvido no centro da cultura árabe, na Península Arábica (que hoje abriga a Arábia Saudita) e o próprio termo *islã* (do verbo *aslama* = submeter-se) significa "submissão", enquanto a palavra *muslim* quer dizer "submisso", originando o termo "muçulmano".

⁵ No Senegal, a prática do islamismo adquire a forma de confraria religiosa (MORENO MAESTRO, 2005). A confraria Mouride é a majoritária no país e foi fundada por Cheikh Ahmadou Bamba no final do século XIX. Tem inspiração sufí e seu centro religioso se encontra na cidade santa de Touba. Explicamos melhor sobre o Mouridismo nas páginas seguintes deste artigo.

Tendo como profeta principal Mohamaad (traduzido para a cultura ocidental como Maomé), a religião islâmica propaga-se a partir do *Al Corão*, revelado e ditado por Maomé por volta dos anos 600 d.C (de acordo com o calendário cristão). A *jihad* (traduzida como “guerra santa”) é um dos fundamentos da religião, no trabalho de convencimento de adeptos. É, junto ao judaísmo e cristianismo, uma das maiores religiões monoteístas do mundo (tendo *Allah* como seu único Deus e Maomé como principal profeta). No continente africano, a religião difundiu-se, até o século XVIII, através do comércio e da imigração, principalmente (GONÇALVES; KOAKOSKI, 2015). Mesmo com a influência do comércio na África ocidental, o que ocasionou o processo de “islamização” em muitos dos países da região, a questão do Senegal enquanto um país de religião islâmica possui uma característica mais específica: a das confrarias muçulmanas, que carregavam consigo um tom pacífico e sincrético, adaptando-se a algumas características de sociedades africanas (GONÇALVES; KOAKOSKI, 2015).

A Confraria dos Mourides, uma das mais populares no país, fundada ao final do século XIX por Cheick Amadou Bamba. Como nos conta Maestro (2006), os membros das confrarias senegalesas, acordam votos de obediência aos seus *marabus/marabutos* (líderes espirituais), considerados herdeiros do *baraka* (tolerância divina). Assim, as confrarias no Senegal se classificam como elementos de pertença entre a população, sendo a Mouride a mais ativa entre senegaleses – de inspiração sufi⁶, essa confraria representa, como aponta Maestro (*idem*), uma resposta à desestruturação da sociedade wolof⁷. A prática islâmica estaria associada, para o povo senegalês, a uma busca de liberdade ante ao imperialismo francês (e ao colonialismo). Os descendentes de Cheick Amadou Bamba são, portanto, os marabus e a cidade sagrada para os muçulmanos senegaleses é a cidade de Touba, que representa a continuidade da doutrina de Bamba: “⁸No Senegal, os mourides são elementos de uma sociedade civil cuja autonomia é medida pela dinâmica urbana de Touba, que é hoje a segunda em população depois da aglomeração Dakar-Pikine-Guédiawaye” (MAESTRO, 2006, p.32, tradução nossa).

⁶ A religião predominante no Senegal é a religião islâmica, originária das confrarias muçulmanas no país e que possuem origem sufi (a exemplo da Confraria dos Mourides, exemplificada neste artigo). As particularidades da expansão do Islã na África Subsaariana foi o desenvolvimento do sufismo, uma doutrina que se caracteriza pela introspecção e pelo esoterismo, com o objetivo de aproximação a Deus através da educação da alma e transformação do ego, como exemplificou Reiter (2017). É definido como um sistema de crenças com métodos particulares de aprendizado e compreensão para controle do ego e da alma, como define Babou (2007).

⁷ A população senegalesa divide-se em alguns grupos étnicos principais (wolofs, peuls, serer, mandingue, diolas, soninkés, por exemplo) e em outros grupos menores. Dentre essa diversidade, o grupo étnico *wolof* é o mais presente, com a maioria da população senegalesa se identificando com o mesmo.

⁸ “En Senegal, los mourides son elementos de una sociedad civil cuya autonomía se mide por la dinámica urbana de Touba, que es hoy la segunda en población después de la aglomeración Dakar-Pikine-Guédiawaye” (MAESTRO, 2006, p.32).

De acordo com Romero (2017), a Confraria Mouride é a mais recente entre aquelas que foram criadas no universo africano islamizado. Contudo, como explica a autora, é considerada “a irmandade religiosa de maior repercussão na África Ocidental e nos contextos diaspóricos dessa organização religiosa na Europa, Estados Unidos, Ásia e América-Latina” (ROMERO, 2017, p.277). A autora também salienta a compreensão sobre o Islã enquanto um fenômeno social relacionado a dinâmicas históricas, culturais, sociais, econômicas, simbólicas e políticas. O fenômeno dos marabus, por exemplo, é tido enquanto um elemento “arcaico, relacionado com o universo da ‘tradição’ de uma África ‘exótica’ que, a todo custo, tentava se reinventar a partir de valores modernos tidos como universais” (ROMERO, 2017, p. 279) Foi a partir do contexto de ações de Cheick Amadou Bamba que as relações estabelecidas entre África “islamizada”, a partir do Senegal, vincularam-se também ao movimento de migração transnacional denominado “circuito islã mouride” (ROMERO, 2017). Esse elemento está circundado por tensões históricas e sociais a partir de políticas coloniais e colonialistas que se inserem no contexto senegalês. Sendo assim, conforme salienta Romero (2017), “a relevância interpretativa do Mouridismo se deriva do contexto surgido das relações entre islamismo e o colonialismo enquanto fenômenos sociais, e em proporcionar uma chave analítica para entender a complexidade dos movimentos migratórios, pelo viés religioso” (ROMERO, 2017, p.280).

Observação do Magal de Touba no sul do Brasil

Jovens migrantes negros nascidos no Senegal percorrem as ruas de Porto Alegre (RS) entoando cânticos em árabe, carregando imagens do líder religioso Cheick Ahmadou Bamba, enquanto saem do Mercado Público e seguem até a igreja Nossa Senhora da Pompéia, no centro da capital gaúcha. Distribuem alimentos e café para quem observa das calçadas. O encontro de oração e ação de graças também se repete, em um formato muito parecido (mesmo contando com um número menor de participantes), em Santa Maria (RS), na região central do Rio Grande do Sul. É 19 de novembro de 2016 e essas duas cidades se conectam com devotos espalhados em todo o mundo durante sua data máxima de celebração religiosa da irmandade muçulmana Mouride. É o *Magal Touba*, ou a Grande Festa de Touba, que leva milhares de fiéis à cidade sagrada de Touba, localizada no Senegal, mas que também ganha expressão em muitas cidades no mundo marcadas pela presença da migração senegalesa.

Em comum entre as celebrações transcorridas nesses lugares, vemos a importância das tecnologias móveis, principalmente pela produção, por parte dos

senegaleses, de imagens de si mesmos e pelo compartilhamento em redes sociais *online*, bem como o acompanhamento dos rituais com o telefone celular na mão e a transmissão da festa através da comunicação em rede. A mesma celebração religiosa também vai gerar conteúdo em páginas produzidas no Brasil que ganham o sentido de mídias de migração. Integram a experiência da webdiáspora senegalesa⁹ e expandem as temáticas e vivências migratórias em canais em sites e páginas em redes sociais online.

Nesse contexto, surgem dois canais de comunicação criados e gerenciados por migrantes senegaleses residindo no Brasil e que observamos no contexto da cobertura do Magal de Touba: o SeneBrasil TV¹⁰ e o ToubaBrasil TV Rio Grande do Sul¹¹. Ambos os canais, são mantidos na rede social online *Facebook*, referida como a mais usada entre os migrantes senegaleses entrevistados na pesquisa, juntamente com aplicativos para troca de mensagens como *Whatsapp* e *Imo*. Ambos configuram-se como veículos de produção e divulgação de conteúdos relacionados à migração. A observação desses canais nos permite avaliar que os sentidos que os senegaleses buscam construir estão relacionados a discussões sobre a temática migratória, a questões que envolvem cidadania, política e participação social, a momentos de integração e valorização da cultura, e, principalmente, à produção de conteúdos voltados ao Mouridismo e à religiosidade. Por esse motivo, os dois canais acompanharam, transmitiram e reportaram a realização do Grand Magal.

Magal, em wolof, significa "homenagear", "comemorar", "celebrar". De acordo com Maestro (2006), existem diferentes *magais* entre a comunidade mouride, porém, o mais importante é o "Grande Magal de Touba", que representa, basicamente, a cada ano, a peregrinação dos mourides à cidade sagrada de Touba (segunda maior cidade senegalesa depois de Dakar, localizada na região central do país). Calcula-se a participação, a cada ano, de mais de três milhões de seguidores do Mouridismo na peregrinação a Touba.

Essa celebração, apesar de ter na cidade de Touba o seu ponto central, também acontece entre as comunidades senegalesas dispersas pelo mundo. Este dia faz referência ao exílio de Cheick Ahmadou Bamba no Gabão, em luta contra o imperialismo e colonialismo francês na região. O Grande Magal é, basicamente, um

⁹ Conceito desenvolvido em trabalhos anteriores, que reconhece a importância das TICs e da internet na experiência de mobilidade e aproxima as lógicas das comunicações em rede às dinâmicas migratórias, com a produção, circulação e consumo de um conjunto de ambientes comunicacionais que colocam em conflito, em tensionamento e em aproximação uma série de elementos identitários em um mundo globalizado.

¹⁰ Endereço na rede social Facebook - www.facebook.com/Sene-Brasil-tv-1544172842544055/ e site oficial no endereço www.senebrasil.com.br/

¹¹ Endereço da página na rede social Facebook <https://www.facebook.com/profile.php?id=100010155188464&fref=ts>

dia de agradecimentos. Por isso, todos os adeptos à religião islâmica são recebidos na cidade sagrada de Touba com festa e celebração. As casas abrem suas portas para descanso, as famílias oferecem comida de graça pelas ruas, se encontram as diferentes formas e maneiras de celebrar a religião no país. De forma semelhante, as outras comunidades mourides dispersas pelo mundo, que não vão a Touba, também realizam suas celebrações com orações coletivas, cânticos e distribuição de alimentos.

No Brasil, uma vez que o país que tem recebido migrantes senegaleses com maior frequência na última década, também ocorre a principal celebração religiosa desses migrantes. No Rio Grande do Sul, o Magal aconteceu em diversas cidades com forte presença de senegaleses, como nos exemplo já apresentados de Porto Alegre e Santa Maria.

Na capital gaúcha, a festa religiosa ganhou repercussão na mídia local e estadual, com a produção de uma reportagem para o Jornal do Almoço, telejornal da RBS TV, afiliada da Rede Globo de Televisão do Rio Grande do Sul. Também observamos a presença de repórteres fotográficos de outros veículos. As matérias ganharam destaque na página da SeneBrasil TV no dia seguinte ao evento. No próprio sábado, o evento foi acompanhado pela equipe da SeneBrasil TV, que realizou uma transmissão ao vivo da caminhada, do Mercado Público à igreja da Pompeia, no centro de Porto Alegre, através do perfil do coordenador do canal no *Facebook*. O mesmo vídeo foi depois projetado na íntegra durante a realização da festa, que seguiu até a noite no salão da igreja, com a realização do recital das *Khassidas*¹². Logo após, seguiu-se um almoço, falas de autoridades da comunidade migrante e de convidados, finalizando com uma janta para os migrantes e convidados que lotaram o local.

Um fotógrafo brasileiro, colaborador da Associação dos Senegaleses de Porto Alegre, participou de todo o evento, produzindo fotografias que depois foram publicadas na página do SeneBrasil TV. Paralelamente, produtores do canal Sene Brasil TV acompanhavam o evento e realizaram entrevistas, vídeos e fotos, com detalhes tanto para a cerimônia religiosa quanto para os bastidores de produção da festa, que contava com equipe de segurança, limpeza, cozinha e organização.

Para além da cobertura do canal, era generalizado entre os presentes o uso de smartphones para registro do evento, especialmente nos momentos mais emocionantes de celebração. A produção de *selfies* e o compartilhamento do conteúdo produzido nas redes sociais online integram a própria dinâmica da festa, expandindo-a a partir das dinâmicas da comunicação em rede, permitindo que

¹² Na *dahira* (espaço para as celebrações mourides), como nos explica Romero (2017), são realizados os recitais das *Khassidas*, através do *Kourel Khassida*, um corpo de cantores que recitam os ensinamentos escritos por Cheikh Amadou Bamba.

migrantes de outras cidades - e mesmo os familiares, amigos e conterrâneos do Senegal - pudessem acompanhar e compartilhar as experiências religiosas.



Chegada da procissão do Magal de Touba à rua Barros Cassol, centro de Porto Alegre (Foto: Liliane Dutra Brignol)

Em Santa Maria, a realização do Magal diferiu um pouco da mesma festa realizada em outras cidades por conta da baixa presença senegalesa no município. Hoje, são poucos senegaleses residindo e vivendo em Santa Maria. Todos eles se conhecem e partilham de experiências semelhantes de trabalho, rotina e práticas religiosas. A celebração à cultura senegalesa durante o Magal foi bastante forte: todos trajavam vestes festivas típicas e aparentavam forte emoção diante do recital das *Khassidas*.



Senegaleses organizam Magal e convidam brasileiros para celebrar em Santa Maria (RS) (Foto: Alessandra Junges de Almeida – MIGRAIDH UFSM)

A festa ocorreu no Centro de Economia Solidária (no Bairro Medianeira) e contou com a presença de um grupo mais restrito de pessoas (em comparação ao mesmo evento realizado em Porto Alegre). A organização da festa foi feita pelos senegaleses, mas eles contaram com o apoio de grupo de pesquisa "Comunicação em rede, identidades e cidadania". Ao final, foram distribuídos alimentos a todos que compareceram, prática comum também à festa realizada em Touba e por todo o mundo onde a irmandade Mouride se faz presente.

Logo no começo, o visitante brasileiro recebia um caderno confeccionado de forma simples pelos organizadores, com as explicações principais sobre a festa religiosa. No caderno, explicações do surgimento da data festiva, da própria Confraria Mouride, dos ensinamentos e das histórias de e sobre Cheick Amadou Bamba. Todos podiam sentar-se e ler o material, conversar entre si, até o momento em que as *Khassidas* fossem distribuídas para o início do recital. Neste momento, um silêncio de respeito por parte dos não praticantes da religião acompanhou as manifestações dos seguidores de Bamba. Cada integrante tinha a sua vez de realizar o recital das *Khassidas* e todos acompanhavam atentos as demais leituras. Muitos gravavam vídeos do momento, e muitas fotos foram feitas através dos celulares. As fotos eram compartilhadas no exato momento em que eram registradas. A maior parte dos senegaleses conversava também com outros mourides (no próprio Senegal ou em outros países), através de seus celulares, ao longo de toda a celebração.

Após o recital das *Khassidas*, os organizadores apresentaram um vídeo que contava sobre as sete dimensões do Magal, passando da cultura à religião, do trabalho à economia. Um representante entre os senegaleses explicava passo a passo do vídeo, fazendo não apenas uma tradução (o vídeo estava em francês), mas uma explicação sobre as questões que perpassam o Magal. As sete dimensões que foram explicadas no vídeo são: a dimensão espiritual; a dimensão festiva; a dimensão social; dimensão cultural; dimensão econômica e a dimensão internacional.

Após o vídeo, com imagens da celebração na própria cidade de Touba, os organizadores abriram para perguntas de brasileiros sobre a celebração, a religião e a sua prática – respondidas pelos senegaleses presentes. Ao mesmo tempo em que realizavam sua celebração em Santa Maria, os celulares dos senegaleses recebiam mensagens provenientes de diversos outros locais do planeta onde outros senegaleses realizavam a mesma celebração.

Entre tempos e lugares no Magal de Touba

O exercício exploratório que fizemos, percorrendo as ruas com os migrantes senegaleses, num esforço de aproximação e compartilhamento de parte da experiência vivida nos rituais e na simbologia da confraria Mouride durante o Magal de Touba, nos dá pistas para tensionar a noção de diáspora, seus atravessamentos midiáticos nos múltiplos usos sociais das tecnologias comunicacionais e suas implicações para pensar nos termos de Bhabha (1998), no entre lugar das culturas migrantes.

Aos olhos dos brasileiros que viam de longe o grupo de senegaleses durante a caminhada nas ruas de Porto Alegre via-se estranhamento, curiosidade, solidariedade, simpatia, preconceito. Em parte, as reações e comentários, assim como a abordagem das matérias jornalísticas feitas pela imprensa local, reproduziam o que Hall (2016) analisou muito bem como naturalização da diferença e da construção de um Outro racializado. Tentavam claramente entender o que as imagens carregadas significavam ou como as orações poderiam ser *traduzidas*. Foi possível ouvir comentários como: *“Quem é aquele da foto?”*, *“Eu gosto deles, tenho uma pena dessa gente”* ou *“Deve ser algo sobre a consciência negra”*. Presenciamos até mesmo gritos em tom ofensivo de alguém que observava da calçada e repetia: *“Vai afundar o navio”*, em uma associação a imagens de navios negreiros que marcaram parte da diáspora negra forçada e a história de colonização que nos constitui.

Entre os senegaleses, principalmente os responsáveis pela atividade, como os presidentes das associações e responsáveis pelas *dahiras*, percebemos uma tentativa de aproximar os brasileiros que participaram da celebração durante todo o dia. Já no interior do salão onde foi organizada a festa, em Porto Alegre, os visitantes brasileiros eram recebidos por uma equipe que explicava sobre a importância do Magal, ganhavam um crachá de identificação e um local específico onde sentar. O cuidado com a tradução do vídeo e o caráter de aproximação entre senegaleses e brasileiros também marcou a atividade em Santa Maria. Em ambas as celebrações é interessante observar que o local negociado para promover os rituais foram espaços da Igreja Católica.

A presença das tecnologias móveis e a transmissão ao vivo do Magal de Touba no contexto observado, assim como a circulação de imagens da celebração ao redor do mundo, aludem aos sentidos de co-presença e de mobilidade, evidenciando o caráter transnacional do próprio Mouridismo e de suas ressignificações a partir do passado colonial do Senegal e em sua dimensão diaspórica. Lembra-se o exílio de Ahmadou Bamba e o papel da religião como

resistência diante do domínio francês, enquanto atualiza-se a cerimônia como marca da presença migrante no contexto brasileiro e em outros países de migração.

O Magal configura-se, mesmo, como um evento transnacional pelo sentido de partilha que carrega – as mesmas práticas, recitais, costumes são experimentados em diferentes cidades do mundo, no mesmo dia, com a partilha de informações e de fotografias, com os usos da internet pelos adeptos da religião. O recital das *Khassidas* em Santa Maria e Porto Alegre não ocorreu apenas entre aqueles que estavam fisicamente presentes, mas também entre aqueles conectados via internet, entre os que enviavam (em muitos casos, através do *Whatsapp*) áudios com as gravações para os senegaleses que realizavam o Magal nestas e em outras cidades.

A mediação tecnológica na experiência religiosa de migrantes senegaleses traz implicações também para os sentidos das múltiplas temporalidades migrantes. O Magal de Touba remete à tradição Mouride, à volta à cidade de Touba e à ocupação de um lugar simbólico e também territorial nas cidades que recebem a migração senegalesa. Percorrer as ruas, compartilhar alimentos, propagar a memória de Bamba é parte do ritual, que ganha adaptações nas cidades em que o Magal é vivido, ao mesmo tempo em que é expandido ou ressignificado pelo compartilhamento de sentidos comuns nas dinâmicas da comunicação em rede.

As mídias de migração, como o SeneBrasil e Touba Brasil TV, integradas a uma articulação em rede com outros canais de comunicação mourides, ampliam a circulação das imagens da diáspora senegalesa. Remetem ao espaço de fluxos e ao tempo intemporal das redes digitais de comunicação (CASTELLS, 2015). O espaço de fluxos, de que fala Castells, não é sem local ou lugar fixo. “Ele é feito de nós e redes; quer dizer, de lugares conectados pelas redes de comunicação eletrônicas nas quais circulam e interagem os fluxos de informação que garantem o compartilhamento do tempo de práticas processadas nesse espaço” (CASTELLS, 2015, p.80).

O Magal de Touba não pode ser pensando, assim, a partir de sentidos de subjetividades originárias ou iniciais, mas, nos termos de Bhabha (1998), como articulação de diferenças culturais. Como diz o autor, “do lado de cá da psicose do fervor patriótico, há uma evidência esmagadora de uma noção mais transnacional e translacional do hibridismo das comunidades imaginadas” (BAHBHA, 1998, p.24). Senegaleses migrantes transitam entre o tempo da tradição religiosa e o tempo das redes, entre um retorno imaginado à cidade de Touba e uma apropriação do lugar nas cidades de Santa Maria e Porto Alegre.

Trata-se de um momento de encontro profundamente marcado pela noção de uma estética e experiência diaspóricas, em que as vestes típicas e imagens dos

marabus se misturam às imagens digitais e a presença dos smartphones. Neste processo, não se está nem lá, nem cá. Configura-se um novo, tal como um “ato insurgente de tradução cultural. Essa arte não apenas retoma passado como causa social ou precedente estético; ela renova o passado, refigurando-o como um *entre-lugar* contingente, que inova e interrompe a atualização do presente” (BHABHA, 1998, p.27). Torna-se improdutiva e, até mesmo, impossível a busca de uma autenticidade original. A potência do Magal de Touba reside, justamente, no seu caráter híbrido, transnacional, diaspórico.

Referências

APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização**: a modernidade sem peias. Lisboa: Teorema, 2004.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

BRIGNOL, Liliane D. Percursos de uma pesquisa: usos sociais da internet na diáspora latino-americana. In: PETERMANN, Juliana. (org.) **PETCOM UFSM**: 20 anos de reflexões, práticas e aprendizados. Santa Maria: FACOS UFSM, 2013.

_____. **Migrações transacionais e usos sociais da internet**: identidade e cidadania na Diáspora latino-americana. Tese de Doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2010.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2015.

COGO, Denise. Migrações contemporâneas como movimentos sociais: uma análise desde as mídias como instâncias de emergência da cidadania dos migrantes. **Revista Fronteiras** - Estudos Midiáticos. IX(1), p. 64-73, jan/abr, 2007.

COGO, Denise; GUTIÉRREZ, María; HUERTAS, Amparo. **Migraciones transnacionales y medios de comunicación**: Relatos de Barcelona y Porto Alegre. Editora Catarata: Madrid (Espanha), 2008.

ELHAJJI, Mohammed; ESCUDERO, Camila. Webdiáspora: Migrações, TICs e memória coletiva. In: SODRÉ, Muniz; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; ELHAJJI, Mohammed. (org.) **Diásporas urbanas**: migrantes, viajantes e transeuntes. Goiania: Gráfica UFG, 2015.

GILROY, Paul. **O Atlântico Negro**: modernidade e dupla consciência. São Paulo: Editora 34, 2012.

_____. **Entre campos**: nações, culturas e o fascínio da raça. São Paulo: Annablume, 2007.

GONÇALVES, Maria do Carmo; KOAKOSKI, Yan. "Salaam Aleikum": o aspecto religioso na dinâmica migratória dos senegaleses para Caxias do Sul, RS. In: HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. (org.) **Migrações Internacionais: o caso dos senegaleses no sul do Brasil**. Caxias do Sul (RS): Belas-Letras (Quadrilho Editorial), 2015.

GRIMSON, Alejandro. **Doce equívocos sobre las migraciones**. Revista Nueva Sociedad, n. 233, mai./jun., 2011.

HALL, Stuart. HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Apicuri, 2016.

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

_____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Unesco, 2003.

HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti; PANDOLFI, Bruna. Migrações internacionais: o caso dos senegaleses em Caxias do Sul. In: HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. (org.) **Migrações internacionais: o caso dos senegaleses no Sul do Brasil**. Caxias do Sul: Belas Letras, 2015.

MAESTRO, S. M. **Aquí y allí, viviendo em lós dos lados**. Los senegaleses de Sevilla, una comunidad transnacional. Sevilla: Estudios Monográficos, 2006.

MATTELART, Tristan. **Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication: petit etat des savoirs**. In : TIC & Societé. v. 3, n. 1-2. 2009. Disponível em: < <http://ticetsociete.revues.org/600>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desde dónde pensamos la comunicación hoy. **Chasqui**, 128, abr/jul., 2015. p. 13-29. Disponível em: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2545>. Acesso em: 06 jul. 2017.

_____. **Diversidade em convergência**. MATRIZES, v. 8, n.2, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/603>>

_____. **Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. In: MORAES, Denis. (Org). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. **Ofício de Cartógrafo: Travesias latino-americanas de la comunicación en la cultura**. Santiago del Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

ROMERO, Fanny Longa. Islã, parentesco e ritual na irmandade religiosa Mouridiyya: percursos da etnografia no contexto da imigração de africanos senegaleses no

Brasil. In: TEDESCO, João Carlos; KLEIDERMACHER, Gisele. (org.) **A imigração senegalesa no Brasil e na Argentina**: múltiplos olhares. Porto Alegre: EST Edições, 2017.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2004.

TEDESCO, J. C.; GRZYBOVSKI, D. Dinâmica migratória dos senegaleses no norte do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Estudos Populacionais**, v. 30, n. 1, p. 317-324, 2013.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

#meuamigorefugiado: experiências de cosmopolitismo e mobilização midiática da empatia

#myrefugeefriend: experiences of cosmopolitanism and the mediatic mobilization of empathy

SOFIA CAVALCANTI ZANFORLIN

Doutora no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Professora da Universidade Católica de Brasília, Brasília, Distrito Federal, Brasil. Pesquisadora associada do Núcleo Interdisciplinar de Estudos Migratórios (NIEM/UFRJ). Brasil. E-mail: szanforlin@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4030-1329.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

ZANFORLIN, Sofia. #MEUAMIGOREFUGIADO: experiências de cosmopolitismo e mobilização midiática da empatia. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 30-48, abr. 2018/jul. 2018.

Enviado em 17 de julho de 2017 / Aceito em 24 de outubro de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1050>

Resumo

O artigo realiza um estudo de caso da campanha Meu Amigo Refugiado lançada em dezembro de 2016 nas principais cidades do Brasil pela ONG Migraflix a partir da discussão do conceito de cosmopolitismo e do consumo cultural. A campanha consistiu na recepção por uma família brasileira a refugiados durante a ceia de Natal. Após a realização dos encontros, foram enviados, por e-mail, questionários para os refugiados participantes, como também para as famílias que os receberam. A partir da análise das respostas percebemos que o engajamento à causa dos refugiados se traduz pelo apelo moral às atrocidades propagadas pela mídia como pela possibilidade de experiências cosmopolitas com estrangeiros possuidores de uma história pessoal de luta e superação.

Palavras-chave

Mídia; Refugiados; Cosmopolitismo.

Abstract

The article carries out a case study of the My Refugee Friend Campaign launched in December 2016 in the main cities of Brazil by the NGO Migraflix from the discussion of the concept of cosmopolitanism and cultural consumption. The campaign consisted of the reception by a Brazilian family of refugees during the Christmas dinner. After the meetings, questionnaires were sent by e-mail to the participating refugees, as well as to the families who received them. From the analysis of the answers, we realize that engagement with the cause of the refugees translates into the moral appeal to the atrocities propagated by the media and the possibility of cosmopolitan experiences with foreigners possessing a personal history of struggle and overcoming.

Keywords

Media; Refugees; Cosmopolitanism

Introdução

Este artigo está vinculado à pesquisa de pós-doutoramento¹ sobre a ONG Migraflif (www.migraflif.com.br), uma “ação social sem fins lucrativos”, que promove a realização de “workshops culturais, serviços de alimentação de comidas do mundo, palestras motivacionais e eventos ministrados por imigrantes e refugiados”. Os eventos são propagados no site e pretendem “empoderar” os imigrantes economicamente, integrar por meio da riqueza em conhecimento e experiências de vida, promover as diferentes culturas e visões de mundo². A pesquisa desenvolvida no pós-doutoramento teve como objetivo acompanhar os eventos promovidos pelo coletivo, foram eles: workshops conduzidos por migrantes, com vistas à construção de diversidades, consumo cultural e trocas interculturais, três eventos do *Dream-makersCratathon: facilitando os sonhos para novos brasileiros*, com vistas a fornecer capacitação para refugiados com interesse em se tornar empreendedores, por fim, a campanha lançada no fim do ano de 2016 *#MeuAmigoRefugiado*.

Para este artigo, propomos um estudo de caso da campanha *Meu Amigo Refugiado* lançada em dezembro de 2016 nas principais cidades do Brasil pelo Migraflif, com o apoio do ACNUR³ e em parceria com uma agência de publicidade, NBS⁴. A campanha consistiu na recepção por uma família brasileira a refugiados/as durante a ceia de Natal. A família interessada se inscrevia no site da campanha⁵ e escolhia o/a refugiado/a por meio da apresentação de perfis dos candidatos à ceia. Ao todo, o Migraflif realizou 35 encontros entre famílias e refugiados, 23 em São Paulo, 10 no Rio de Janeiro, um em Brasília e um em Fortaleza. A campanha teve um alcance notável: em dois dias após seu lançamento nas redes sociais e na mídia nacional, mais de 550 famílias brasileiras já estavam inscritas no site para receber refugiados em sua ceia de natal. O número total de inscritos foi de 2.426 pessoas interessadas em receber refugiados em suas ceias. Esta adesão se explica pela repercussão midiática. A campanha gerou cerca de 135 notícias em diversas mídias nacionais e internacionais, segundo *clipping* fornecido pelos organizadores. O site www.meuamigorefugiado.com.br teve, do dia 5 de dezembro de 2016 a 5 de janeiro de 2017, 84.147 acessos de usuários, sendo que, deste número, 21,6% das

¹A pesquisa Migração, Experiências de Comunicação, Interculturalidade e Consumo Cultural em São Paulo: um estudo sobre o Migraflif foi desenvolvida junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo na ESPM – SP sob supervisão da prof. Dra. Denise Cogo, de agosto de 2016 a agosto de 2017.

²Informações retiradas do material de divulgação do Migraflif disponibilizado pelo grupo à pesquisadora.

³ACNUR – Agência das Organizações das Nações Unidas para Refugiados . Ver: www.acnur.org.br

⁴Agência de Publicidade NBS – www.nobullshit.com.br

⁵Ver: <http://meuamigorefugiado.com.br/en/>

visitas foram feitas por usuários que retornaram ao site.

Após a realização dos encontros, foram enviados, por e-mail, questionários específicos para os refugiados participantes, como também para as famílias que os receberam, via parceria entre a pesquisa e os organizadores do Migraflif. A nossa hipótese é de que a atenção conquistada pela campanha, tanto a partir da repercussão na mídia nacional quanto pelo intenso envolvimento de brasileiros que se inscreveram para participação no evento, se explica pelo contexto da chamada crise global dos refugiados, pautada pela mídia nacional e internacional, e pela mobilização da empatia que este tema é passível de suscitar. O engajamento à causa dos refugiados se traduz pelo apelo moral às atrocidades propagadas pela mídia, como pela possibilidade de contato, e da troca com estrangeiros possuidores de uma história pessoal de luta e superação.

Esta hipótese vai ao encontro da discussão desenvolvida por MarthaNussbaum (2002) de que, na era da conectividade global, o *ethos* cosmopolita se tornou uma necessidade moral, uma vez que não se pode mais estar alheio às crises humanitárias globais visibilizadas por meio dos fluxos de imagens e informação que circulam nos meios de comunicação transnacionais. Em consequência da experiência das migrações internacionais contemporâneas, MichelAgier (2016) defende a ideia de um cosmopolitismo comum, que inclui aqueles cujas experiências cotidianas se situam na fronteira, tanto geográfica como cultural. Ambos os autores apontam para a mídia como o dispositivo capaz de possibilitar trocas de sensações e experiências comuns. Dessa forma, o cidadão do mundo contemporâneo está vinculado ao advento da mídia global, sendo possível o conhecimento e acompanhamento em tempo real de acontecimentos e das atrocidades ocorridas. O conceito de cosmopolitismo no contexto contemporâneo proporia, dentro da particularidade dos dois autores, cultivar a boa vontade de locais ou nacionais para se tornar empático a estrangeiros, para cultivar um senso de responsabilidade em especial com estrangeiros em vulnerabilidade, a despeito de seu grupo identitário de pertencimento ou distinção social. Neste cenário, o estrangeiro, no caso o migrante ou refugiado, é bem-vindo, não como um estranho, mas como um “professor cosmopolita” (NUSSBAUM, 2002) a ensinar uma experiência de cidadãos do mundo, argumento em sintonia com a proposta dos eventos promovidos pelo Migraflif. O objetivo geral do trabalho é observar como estes eventos se situam a partir da perspectiva da construção de diversidade, do conceito de cosmopolitismo e do consumo cultural. Como objetivos específicos, propomos a apreensão dos sentidos construídos acerca do refúgio e do refugiado pelos participantes brasileiros, além de como os refugiados elaboram seu envolvimento nos eventos do Migraflif.

É importante esclarecer que, neste artigo, iremos trabalhar com a denominação 'refugiado', tal como consta na idealização e desenvolvimento da campanha, embora saibamos que, dentre os participantes, nem todos se encontram sob o status do refúgio, mas como solicitantes. A diferenciação de quantos são de fato refugiados reconhecidos pelo governo brasileiro e os que se encontram em processo de solicitação não nos foi fornecida pelo Migrafix. No entanto, destacamos que o convite aos migrantes para aderir à campanha surge via ACNUR em parceria com o Migrafix. Neste sentido, acatamos a denominação generalizada de 'refugiado' já que acreditamos que essa diferenciação não vai ao encontro dos objetivos gerais da pesquisa, acima expostos.

Cosmopolitismo e diversidade global

Para iniciar a discussão de cosmopolitismo, MarthaNussbaum (1999) recorre aos estoicos e recupera o conceito de *KosmouPolitês*, ou cidadão do mundo, para se referir à ideia de que cada um de nós habita duas comunidades, a local, a que nascemos, e a de deliberação e aspirações humanas, isto é, a comunidade de todos os seres humanos. Vertovec e Cohen (2010) também retornam aos gregos para recuperar a origem do conceito e realçam que havia a tensão entre os cosmopolitas, e a sua atração pelo exotismo, versus os locais, a quem era referido o lugar do familiar, conhecido e estável. Para os autores, os cosmopolitas eram percebidos com desconfiança pelos locais, "figuras de emulação, inveja, ódio e medo". Nesse mesmo caminho, Merton e Gouldner apontam a distinção entre locais e cosmopolitas. Para os autores, a influência dos locais é medida a partir dos laços e relações que mantêm, já os cosmopolitas são influentes pelo conhecimento que trazem, ou o que sabem:

Os cosmopolitas entram em um grupo local como estrangeiros, equipados de conhecimento especial, credenciais e status social obtido em outros lugares, fora da moldura do grupo local. O que importa a eles não é a quantidade de pessoas que encontram, mas o tipo de pessoa com quem compartilham seu conhecimento sobre as coisas. Cosmopolitas são aceitos pelos locais, pois estes creditam a eles aquilo que não possuem, para desenvolver suas próprias vizinhanças.⁶ (MERTON e GOULDNER em OSSEWAARDE, 2007, p. 371)

Nesta concepção, que vem da sociologia clássica, o conceito está ligado a uma experiência de status de classe da burguesia. O cosmopolita é "comprometido com graus, credenciais, profissões e carreira" (OSSEWAARDE, 2007, p. 371). Para RichardSennet (2013), o epíteto do cosmopolitismo contemporâneo estaria ligado

⁶Os textos em língua estrangeira foram livremente traduzidos.

ao Fórum Econômico Mundial, representando a vitória do global sobre o local. Cohen e Vertovec (2010, p. 280) confirmam este traço, a de que a experiência cosmopolita seria unicamente disponível a uma elite, àqueles que dispõem de recursos para viajar, aprender outras línguas e absorver outras culturas: “Em termos históricos, isto tem sido frequentemente verdade. Para a maior parte da população, vivendo suas vidas dentro do espaço cultural de sua própria nação ou etnicidade, o cosmopolitismo não tem sido uma opção”. Ainda, os autores chamam atenção para a associação entre cosmopolitismo e consumo cultural, uma vez que está ligado a um hábito da elite, ou de colecionadores de experiências e artefatos de culturas ao redor do mundo, seria o chamado turismo cosmopolita:

Turismo cosmopolita inclui a busca por experiências variadas, um deleite na compreensão dos contrastes entre as sociedades e não um desejo por uniformidade ou superioridade, e o desenvolvimento de certa habilidade de interpretação de sentidos culturais. É uma tendência indiscutivelmente baseada no exotismo, mercantilização e cultura de consumo. (COHEN e VERTOVEC, 2010, p. 282)

No entanto, os mesmos autores salientam que no mundo contemporâneo, a experiência com diversidade cultural e linguística é onipresente e a capacidade de comunicar-se com Outros e entender suas culturas está disponível, ao menos potencialmente. O relatório *Tendências Globais*, divulgado em 20 de junho de 2017 pelo ACNUR, atesta que um total de 65,3 milhões de pessoas foram deslocadas por guerras e conflitos desde o final de 2015. Ainda segundo o relatório, esta é a primeira vez que os números de deslocamento forçado ultrapassaram 60 milhões de pessoas no mundo⁷. No Brasil, o número de refugiados reconhecidos aumentou 12% em 2016, chegando a 9.552 pessoas de 82 nacionalidades⁸. Esta realidade conduz a uma diversidade maior de pessoas compartilhando experiências entre locais e estrangeiros, desde o ambiente de trabalho às esquinas das cidades, nos mercados, nas vizinhanças, escolas. Neste contexto, Cohen e Vertovec trabalham o conceito de cosmopolitismo junto à experiência global contemporânea, passando a descrever um *ethos*: “de cidadão do mundo, uma maneira de tratar a si e ao Outro”. Para Ulf Hannerz (1990), cosmopolitismo diz respeito a um desejo de se tornar envolvido com o Outro, e com a preocupação de entrar em contato com diversas culturas. Portanto, o conceito de cosmopolitismo assume diferentes interpretações, não se desconecta da sua raiz grega a partir dos estoicos que apontam para Odisseus, o herói viajante e interessado pela humanidade, nem da sua ligação com hábitos de consumo de uma elite globalizada, mas, atualmente,

⁷Ver <http://www.acnur.org/portugues/noticias/noticia/deslocamento-forcado-atinge-recorde-global-e-afeta-uma-em-cada-113-pessoas-no-mundo/>, acessado em 23 de junho de 2017.

⁸Ver <http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2017-06/numero-de-refugiados-reconhecidos-sobre-12-no-brasil-em-2016>, acessado em 23 de junho de 2017.

passa também a incorporar a noção de um cosmopolitismo dos de baixo (ver MATHEWS, G., LINS RIBEIRO, G. e ALBA VEGA, C., 2012), realizado por aqueles à margem da sociedade elitizada.

Dessa forma que autores como Robin Cohen, Steven Vertovec (2010) e Michel Agier (2016) advogam a inscrição de uma nova acepção: o cosmopolitismo do cotidiano, ou cosmopolitismo ordinário (*Everydaycosmopolitanism* – Cohen e Vertovec, 2010; *Anordinarycosmpolitism* – Agier, 2016). Escolhemos trabalhar neste artigo com a concepção desenvolvida por Agier, que vamos denominar de cosmopolitismo comum.

Cosmopolitismo Comum

Agier irá discutir o conceito de cosmopolitismo na obra *Borderlands*(2016), em que aborda a questão das fronteiras tanto físicas quanto subjetivas ligadas à experiência contemporânea de migrantes e refugiados. O autor consente com o sentido primeiro do termo associado a uma experiência globalizada a partir da elite, complexificada pelos diversos fluxos de capitais financeiros, tecnocratas, líderes de mercado, e ressalta também que outras acepções de cosmopolitismo podem ser citadas, como por exemplo, aqueles que viajam sem um aporte financeiro das grandes corporações, mas são apontados como cidadãos do mundo pela fluidez com que se movimentam e se associam, muitas vezes, voluntariamente em projetos sociais. Este grupo, Agier denomina de cosmopolíticos; “ainda que eles possam se denominar de ‘cosmopolitas’, o que observamos neste caso é que isso significa o estabelecimento de uma posição política a respeito do mundo e sua governança que é em maior ou menor grau representativa, democrática e universalista” (AGIER, 2016, p. 75). A partir da ascensão das migrações internacionais e da chamada crise dos refugiados que assola o mundo desenvolvido e em desenvolvimento atualmente, Agier apresenta a ideia de cosmopolitismo comum para pensar a experiência global do encontro cotidiano com a alteridade, ou aqueles que experimentam “situações de fronteira” (*bordersituations*).

Estes três usos mais comuns do termo “cosmopolita” não descrevem a condição cosmopolita no sentido de uma experiência vivida, cotidiana e comum, uma experiência de compartilhamento do mundo, não importando quão desigual ou violenta ela possa ser. Minha concepção distinta de cosmopolitismo é retirada da experiência de situações de fronteira, no sentido amplo no qual tenho usado o termo. Mas eu posso, creio, argumentar coerentemente que o cosmopolitismo é a experiência daquelas mulheres e homens que experimentam a concretude e dureza do mundo. Esta experiência ordinária do mundo é a experiência do cruzamento de fronteiras, uma situação que pode se estender tanto no tempo quanto no espaço. E é nas situações de fronteira que a

relação com o outro é colocada em teste, com um desconhecido que é também a corporificação daquilo que o mundo é para aqueles que lá se encontram, chegando à fronteira. (AGIER, 2016, p. 76)

Agier adota uma noção ampliada de fronteira, tanto a partir do movimento de cruzamento de limites formais, como situações fronteiriças do encontro entre alteridades, mais claramente ligada à experiência da migração internacional, “é a partir da situação de dupla ‘desidentificação’ do imigrante (que não mais corresponde à identidade de sua sociedade de origem, mas igualmente tampouco àquilo que a sociedade de chegada atribui a ele)” (AGIER, 2016, p.77), mas não somente: “todos aqueles que, assumindo e mudando as próprias linguagens que os confinaram às margens (romá, negros, refugiados, apátridas, por exemplo), impõem sua “presença no mundo”, pois este está ao mesmo tempo mais acessível e mais fechado que antes” (AGIER, 2016, p. 8). É preciso acrescentar que as mencionadas acessibilidade e proximidade são realçadas pelo autor pela mediação da sociedade contemporânea e por eventos midiáticos que vão desde aqueles que conectam audiências internacionais, como Copa do Mundo de Futebol e Olimpíadas, a situações que afetam múltiplas partes do globo, desde a gripe aviária até atentados terroristas. Como explica Agier, a experiência mediada a estes eventos de repente se tornam símbolos e nos dão, por um momento, a sensação de pertencermos a um mesmo mundo. Isto acontece, segundo o autor, por meio de fluxos de imagens, de informação, responsáveis por criar uma “consciência” cosmopolita.

O ponto em comum dessas formas de sociedade global é seu aspecto virtual. A sociedade parece se apoiar apenas na percepção mediada do evento, ou apenas como evento de mídia, o que nos une. Numa escala planetária, mas apenas por um momento, e sem que essa consciência corresponda a nenhuma experiência real compartilhada. (AGIER, 2016, p. 75).

Assim, o autor argumenta que lentamente está se formando no mundo uma condição que vai ser por ele denominada como cosmopolitismo comum, a partir do encontro daquelas chamadas de “vidas marginais” (*marginal lives*). Para Agier, o mundo é globalizado e híbrido, e nele, a experiência com o não familiar e incerto é partilhada cotidianamente, e esta condição nasce na fronteira. “Estas são paisagens de fronteira, nas quais encontros e experiências criam relações entre um aqui e um alhures, um mesmo e um outro, um fato ‘local’ e um contexto ‘global’ (significando simplesmente alguém ou algo que vem de ‘fora’)” (AGIER, 2016, p.8). Dessa forma, pretendemos pensar a campanha *Meu Amigo Refugiado* como uma experiência de cosmopolitismo comum, entre pessoas que cruzam fronteiras, linguísticas, culturais, geográficas, e compartilham um momento. Esta experiência é alimentada por um imaginário midiático que exacerba as imagens e informações

acerca da chamada crise de refugiados, e os coloca em evidência global. Haverá uma produção ou mobilização midiática da empatia? Ou esses sujeitos que se encontram na noite de Natal partilham do que Agier se refere como uma consciência cosmopolita?

Apresentando o Migrafix – intersecções entre mídia e empreendedorismo para refugiados

Os serviços do Migrafix são oferecidos tanto a pessoas que se inscrevam nos workshops, por meio do site, como também a empresas. Os canais de comunicação utilizados estão todos situados na internet, e os fluxos de comunicação e compartilhamento de conteúdos são fundamentais para propagar os eventos promovidos pela ONG. Apenas na campanha analisada neste artigo o Migrafix utilizou serviço de assessoria de imprensa, por meio da parceria com a agência de publicidade NBS. O site do Migrafix informa que a equipe é composta por 16 pessoas, entre brasileiros e estrangeiros que vivem em São Paulo, e que o projeto foi inaugurado no primeiro semestre de 2015. À frente da equipe está Jonathan Berezovsky, argentino de origem judaica, radicado no Brasil. Segundo a equipe, 80% do valor de cada workshop fica com o migrante e o restante para a manutenção do Migrafix, que se apresenta como um projeto social sem fins lucrativos.

A pesquisa teve como objetivo compreender como estas experiências se desenvolvem a partir dos encontros interculturais entre brasileiros e migrantes e como estes eventos se situam sob a perspectiva do consumo cultural e da construção de diversidade. A partir do acompanhamento do grupo pela pesquisa, é notório que o Migrafix tem crescido e, para além dos workshops, tem desenvolvido novas atividades com novos parceiros, como o Impact Hub São Paulo⁹, em que se destaca o evento *Dream-makersCreatathon: facilitando o sonho de Novos Brasileiros*, com o apoio da ACNUR, agência da ONU para refugiados, e do Sebrae. O objetivo do evento foi “mapear problemas e propor soluções para além da atuação do Estado”, como explica material enviado pela equipe, além de “reunir novos brasileiros - migrantes e refugiados - à comunidade local de mentes

⁹Comunidade global de Empreendedores de Impacto que, em São Paulo, reúne negócios e projetos de empresários, investidores sociais, freelancers, ativistas, criativos e consultores com o objetivo de inspirar e desenvolver projetos positivos para a sociedade. Gerencia uma plataforma com mais de 16.000 empreendedores de impacto no mundo. <http://saopaulo.impacthub.om.br/quem-somos/> acessado em 7 de agosto de 2016

criativas, empreendedores sociais e *makers*, que irão sensibilizar, discutir e propor soluções aos desafios de integração desta população na maior metrópole da América Latina". O Migraflix se apresenta como um projeto inovador e, em 2016, ganhou o prêmio Impacto Global das Nações Unidas.

Atualmente, o Migraflix oferece atividades diversas com migrantes e refugiados em São Paulo com o objetivo de se consolidar como um "negócio social sem fins lucrativos", buscando "*empoderar os imigrantes economicamente*". Além das atividades que visam a potencializar encontros interculturais, o Migraflix vem se notabilizando pela promoção do empreendedorismo como forma de promover a independência financeira dos refugiados. Está feita, desta forma, a aliança entre diversidade como meio de enriquecimento cultural, pessoal e econômico, em que a apropriação de canais midiáticos é utilizada para promoção, propagação e mobilização de afetos. Neste âmbito, o cosmopolita passa a ser tanto o refugiado que ensina quanto o brasileiro que busca essa interação.

#MeuAmigoRefugiado – apresentação da campanha e metodologia empregada

A campanha *Meu Amigo Refugiado* foi lançada pelo Migraflix no dia 5 de dezembro de 2016. No total, 2.426 brasileiro/as se cadastraram para receber refugiados/as para a ceia de Natal, no dia 24 de dezembro, ou almoço no dia 25, com suas famílias. A campanha foi lançada via redes sociais, em uma página do Facebook¹⁰ e por meio de um site criado especialmente para atender ao evento, no endereço: <http://meuamigorefugiado.com.br/inicio>. A família interessada se inscrevia no site da campanha e escolhia o/a refugiado/a pela visualização de perfis apresentados no site (ver link acima). Após a realização dos encontros, foram enviados, por e-mail, questionários semiestruturados para os refugiados participantes, como também para as famílias que os receberam, via parceria entre a pesquisa e os organizadores do Migraflix.

O objetivo geral dos formulários era entender o que motivava o refugiado a participar da campanha, assim como o que motivava uma família a receber um refugiado. Como objetivos específicos, traçar um perfil socioeconômico dos refugiados e das famílias participantes, entender os motivos para o envolvimento no evento, e como souberam da campanha. Estas questões apontavam para entender o tipo de engajamento e como se informavam sobre o tema. Já para os refugiados, a ideia era mapear o que os motivava a se engajar neste tipo de

¹⁰Ver: <https://www.facebook.com/meuamigorefugiado/>

evento, como se sentiam durante a experiência e se havia intenção de participar novamente. Os questionários tinham os seguintes formatos:

<p>Meu Amigo Refugiado</p> <p>Questionário pós-evento (para ser enviado por e-mail para os refugiadxs)</p> <p>Identificação:</p> <p>Idade:</p> <p>Gênero:</p> <p>País de origem/Nacionalidade:</p> <p>Religião:</p> <p>Onde mora?</p> <p>Mora com quantas pessoas?</p> <p>Curso Superior? Qual?</p> <p>Está empregado/ qual sua ocupação hoje?</p> <p>Você tem amigos brasileiros?</p> <p>Você encontra frequentemente amigos brasileiros?</p> <p>Você acha importante ter contato com brasileiros? Por que?</p> <p>Questionário sobre a experiência:</p> <p>O que achou da ideia do projeto?</p> <p>O que te motivou a participar?</p> <p>Como descreve a experiência?</p> <p>Como se sentiu na casa?</p> <p>Sobre o que conversaram?</p> <p>Você acha que manterá contato novamente com estas pessoas, fora do projeto?</p> <p>Você repetiria a experiência com outras famílias brasileiras, em outras datas?</p>

Fonte: Elaboração do autor

Quadro 1: Formulário a ser preenchido pelos refugiados

<p style="text-align: center;">Meu Amigo Refugiado</p> <p style="text-align: center;">Questionário pós-evento (para ser enviado por e-mail para as famílias)</p> <p>Identificação:</p> <p>Quantas pessoas têm na sua família? Em que bairro reside? Quantas pessoas da família/amigos participaram do evento?</p> <p>Questões sobre a experiência:</p> <p>Como soube da campanha? Por que decidiu participar? Você já sabia a diferença entre refugiado e migrante? Como você se informa sobre o tema do refúgio? Que ideias você tinha antes sobre refugiados? Explique o que te motivou a escolha pelo refugiado _____? O que achou da experiência? Você pretende manter contato com a pessoa que o visitou, fora do projeto? Você indicaria a experiência a alguém? Por que?</p>
--

Quadro 2: Formulário a ser preenchido pelas famílias

Fonte: Elaboração do autor

Os questionários foram enviados por e-mail para todos os participantes, tanto migrantes como brasileiros. No total de 35 encontros, 23 foram realizados em São Paulo, 10 no Rio de Janeiro, um em Brasília e um em Fortaleza. Do total de questionários enviados, tivemos o retorno de 17 refugiados que participaram do evento (três moram no Rio de Janeiro, 14 em São Paulo), e de apenas seis membros das famílias brasileiras (todos de São Paulo e todos respondidos por mulheres). Sabemos que este formato de pesquisa possui a dificuldade do engajamento no envio das respostas. No entanto, devido ao curto tempo, este método se mostrou o mais factível para atender as dificuldades de distância, período do ano em que muitas pessoas se ausentam, o que dificultaria a realização de entrevistas, por exemplo. O trabalho final de tratamento dos dados consistiu na estruturação dos resultados em elementos de teorização que permitem revelar algo sobre o enfoque determinado na problematização inicial da pesquisa. No nosso caso, os questionários permitiram identificar a influência da mídia na decisão de participar da campanha e, simultaneamente, identificar o complexo processo de negociação de pertencimentos múltiplos na sociedade de que passa a participar, o processo intercultural.

Análise e Resultados dos Questionários

Como já dito, do total de questionários enviados, tivemos o retorno de 17 refugiados que participaram do evento, e de seis famílias brasileiras. Foram feitos dois tipos de tabulação dos dados, uma quantitativa, com a finalidade de traçar um perfil dos participantes a partir das categorias de gênero, origem, idade, formação, se está empregado/desempregado e no que atua. A segunda tabulação dos dados foi qualitativa e feita a partir da leitura dos questionários individualmente e a comparação entre as respostas. O mesmo procedimento foi repetido na tabulação dos questionários respondidos pelos brasileiros que receberam refugiados durante a ceia ou almoço de Natal. A fim de aperfeiçoar a análise, vamos enfatizar, para este artigo, a discussão qualitativa da pesquisa e na análise das respostas às perguntas abertas feitas no questionário.

Perfil dos refugiados

A partir da análise quantitativa dos questionários, destacamos os dados acerca da nacionalidade, gênero, idade, grau de instrução, ocupação atual e cidade onde reside. Dos 17 questionários respondidos, as nacionalidades que se destacam são a síria e a colombiana, com três migrantes de cada. Elas foram seguidas de Haiti, Cuba e Congo, com dois migrantes em cada. O restante das nacionalidades, com um migrante respondendo, foram Costa do Marfim, Gâmbia, Marrocos e Venezuela. Sobre o gênero, sete se identificaram como do sexo feminino e 10 do masculino. A maioria reside em São Paulo, 14, e três no Rio de Janeiro. As idades variam dos 23, os mais novos, e 44 o mais velho. Quatro se encontram desempregados, três se dedicam a dar aulas no seu idioma, dois trabalham como vendedores, quatro trabalham com a venda de comida de seu próprio país, sendo que três deles são donos do próprio negócio. Dos 17 questionários recebidos, 11 têm curso superior, dois curso técnico, um ensino médio, e três não responderam.

Análise das respostas dos refugiados

O primeiro aspecto a ser ressaltado é que a experiência de participação no evento natalino *Meu Amigo Refugiado* é apontado como positivo por todos os envolvidos, tanto refugiados como pelos brasileiros. Dentre os refugiados, todos afirmam terem apreciado e voltariam a participar de uma experiência parecida. Como segundo aspecto, a respeito do que os motivou a participar do evento, é

possível destacar que as respostas apontam para a possibilidade de troca, encontro, ampliação de contatos, como prevaletentes. Amenizar a solidão, expressar as próprias ideias, conhecer a cultura local também figuram como motivos. Dois dos migrantes, que já participaram de outros eventos do Migraflif, apontam que participariam de qualquer evento promovido pela ONG.

O terceiro elemento que mais chama a atenção na análise das respostas dos questionários dos refugiados é que o encontro com as famílias brasileiras, tanto na ceia quanto no almoço de Natal, é narrado como um momento do refugiado/a ser dono da própria fala, isto é, ele ou ela tem uma história pessoal e política para contar, a sua história de vida que, na maioria das vezes, também está relacionada à história do seu país de origem. Como relata uma das refugiadas entrevistadas, originária da Costa do Marfim, *"fui motivada a participar para ensinar aos brasileiros que não vivíamos na floresta, nem comemos frutas selvagens para sobreviver, temos vida como aqui, mas a um nível menos desenvolvido"*. E conclui: *"É um projeto importantíssimo porque é importante aproximar pessoas de diferentes culturas, além disso, o povo brasileiro é muito misturado (muitos são afrodescendentes) e vai permitir para eles saber um pouco das suas raízes"*. Neste momento, os refugiados/as relatam que se sentem felizes simplesmente por poderem contar sua história para pessoas que querem ouvi-la como também transformam esta ocasião em uma oportunidade para desmistificar preconceitos ou tornar interessantes aspectos culturais de seus países. Para além de relativizar preconceitos culturais, uma resposta ressalta a importância de refutar estereótipos acerca do conceito de refúgio, e comenta: *"Acho que tem que se criar outras filosofias sobre a questão da ideia central REFUGIADO. É necessário haverem (sic) mais debates, encontros, campanhas de sensibilidade ideológicas, etc. Afim de desbloquear os conceitos sobre refugiado"*. Por fim, podemos ressaltar que, de maneira geral, os refugiados/as enxergam a experiência como uma oportunidade de criar laços, de construir *networking*, para, quem sabe, conseguir empregos, indicações para trabalhos, ou, simplesmente, ampliar as suas redes sociais de apoio e contatos, como resume uma das entrevistadas de origem haitiana: *"É legal porque assim a gente pode mais se infiltrar"*.

Perfil dos brasileiros

Foram apenas seis questionários respondidos por brasileiros. Todos respondidos por mulheres, de São Paulo, residentes de áreas diversas da cidade, como Pinheiros, Morumbi, Centro, Vila Andrade e Vila Silvia (uma não respondeu). Em relação à idade, apenas uma revelou ter 29 anos.

Análise das respostas dos brasileiros

Dos seis questionários recebidos com respostas dos brasileiros que se inscreveram para o evento, todos foram unânimes em afirmar que foi positiva a experiência; a repetiriam em outras datas comemorativas e indicariam a outras pessoas. Neste modelo, perguntou-se como as pessoas ficaram sabendo da campanha e como elas se informaram sobre questões ligadas ao refúgio. A página da campanha na rede social Facebook¹¹ figura como resposta para cinco dos questionários. Outras mídias foram apontadas intercaladas com a internet, pelas respostas nos questionários, dois mencionaram o rádio, sem especificar qual, a TV, de novo sem mencionar nenhuma, e outra, especificamente, o portal do grupo Globo de Comunicação, G1. Segundo relatório abrangendo o período de 5 de dezembro de 2016 a 18 de janeiro de 2017, disponibilizado para a pesquisa pelo diretor do Migraflux e realizado pela agência de publicidade parceira da ONG para a organização e promoção do evento, a NBS, a página do Facebook criada para o evento figura como terceiro local de visitas, totalizando 16.508. A rede social perde apenas para a própria página criada para o evento, com 21.201 visitas e a do buscador Google, com 20.117 visitas. Interessante perceber que, embora o G1 seja o portal de notícias mais acessado no Brasil, segundo o ranking do Alexa, foi o Estadão, portal pertencente ao grupo Estado, que concentrou maior atenção dos internautas para a campanha, com 5.914 vistas, enquanto o G1 teve 2.248 visitas.

Em relação ao refúgio e a ideia que tinham de refugiado, a percepção predominante nas respostas enfatizam a ideia de que são *“pessoas que precisam de ajuda”*, por terem de deixar para trás família e posses. Acerca de como as pessoas se informam sobre as questões ligadas aos refugiados e ao refúgio, a resposta unânime foi por meio da mídia, em que se destaquem reportagens de TV e jornal impresso e online, complementadas pelas navegações na internet e, uma das respostas, citou a experiência em um projeto chamado *Portas Abertas*, de uma organização cristã que apoia pessoas vítimas de perseguição religiosa, e o livro *Eu sou Malala* como fonte de informação e aproximação ao tema. Note-se que tanto o livro como a história de Malala foram amplamente divulgados na mídia, nacional e internacional. Sobre o que motivou essas pessoas a receberem refugiados em suas casas, as repostas estão associadas à percepção do que é o refugiado, uma vez que as respostas em unanimidade apontam para a ajuda, acolhimento, ampliação de contatos em uma cidade *“hostil como São Paulo”*, aproximação entre culturas, e uma delas menciona a própria experiência de ser uma imigrante no Brasil e,

¹¹Ver: <https://www.facebook.com/meuamigorefugiado/?fref=ts>

portanto, ter gerado identificação.

Em relação às avaliações sobre a experiência, é interessante notar uma diferença de tom nos retornos dados pelos brasileiros, uma vez que em cinco, dos seis questionários respondidos, encontraram-se referências às próprias crenças pessoais. Destacamos três: *"Talvez eu não vire uma super-heroína, e nem ganhe o prêmio Nobel da paz, mas sei que posso ajudar, posso amar, posso adotar, e se fizer isso para alguém, será muito mais recompensador do que um troféu na minha estante"*, como revela uma das entrevistadas. Outra afirma que *"foi incrível poder compartilhar do nosso Natal com pessoas de outra nacionalidade. Aprendemos algumas palavras do dialeto deles, saudamos a comida que nos foi proporcionada, assim como o momento de integração. Foi uma forma de reiniciar um trabalho pessoal de ajudar a quem precisa"*, ou ainda como afirma outra respondente, *"Pra mim foi a melhor experiência que já tive em minha vida, algo que nunca vou esquecer, foi uma experiência que me tocou de verdade, que mostrou o melhor de mim para mim mesma"*.

Logo, segundo estes trechos, a experiência parece desencadear uma espécie de autodescoberta, algo mais sobre eles mesmos do que sobre a relação com seus convidados. Se compararmos os pontos de vistas apresentados pelos refugiados, que apontam para suas histórias entrelaçadas as de seus países, ou como uma forma de ampliar a rede de contatos, os brasileiros, ou brasileiras neste caso, parecem enxergar o evento como meio de se sentirem melhor com suas consciências, isto é, como uma atitude moralmente positiva, e, porque não, um tanto quanto narcísica, já que parece ser uma atitude que as eleva perante si, seus familiares e reverbera em seus círculos sociais. Todas as seis respondedores escolheram os refugiados que iriam receber em suas casas baseados nos perfis descritos no site da campanha, e uma delas parece, inclusive, criticar a metodologia criada pelo Migraflix: *"Não escolhi o Xxxx. Deixei meu texto nele e em alguns outros, dizendo que tanto fazia quem eu iria receber. Aliás, acho bem estranho isso de escolher uma pessoa quase que num cardápio. Ou estamos abertos a receber qualquer um com amor e carinho ou não."*

Mídia Global e Cosmopolitismo Comum

Martha C. Nussbaum(2002) argumenta que na era da conectividade global, o *ethos* cosmopolita se tornou uma necessidade moral. Com a mídia globalizada, corporações e governos não podem mais manter atrocidades em segredo, não podem mais apostar na ignorância dos acontecimentos como no passado, a ignorância não é mais um alibi. Para manter a consciência limpa, cosmopolitismo

significaria, neste argumento, cultivar a boa vontade de locais e nacionais para ser empático a estrangeiros, para cultivar um senso de responsabilidade com estrangeiros em vulnerabilidade, a despeito de seu grupo identitário de pertencimento ou distinção social. Nesse caso, para Nussbaum, o estrangeiro, o migrante ou o refugiado, passa a ser bem-vindo, não como um estranho, mas como um professor cosmopolita a ensinar como ser cidadãos do mundo, que maneja não se fixar a nenhuma identidade, como judeu, burguês, ou negro, mas se refaz como um cidadão cosmopolita. “O estrangeiro ensina aos locais, no seu intento de também se tornarem cidadãos do mundo, para estabelecer uma distância crítica em direção à sua própria localidade e assumir uma abertura diante do estrangeiro e sua diferença” (NUSSBAUM, 2002).

Neste sentido, é interessante apontar que a experiência do *#MeuAmigoRefugiado* tem o potencial de tornar o refugiado este “professor cosmopolita” mencionado acima, quando suas histórias pessoais entrelaçadas a de seus países são motivo de uma espécie de aula dada aos brasileiros que os acolhem em suas casas para a noite de Natal. Esta impressão é realçada quando se observam as respostas dadas pelos refugiados a respeito das motivações para participar do evento. Desmistificar preconceitos, informar sobre a cultura dos países de origem estiveram entre as razões apontadas. Assim como o desejo de ampliação de contatos, de redes, entre os locais, se harmonizam com o argumento acima, de que a partir do compartilhamento das narrativas de vida esse encontro possa ser facilitado. Esta leitura aproxima-se da argumentação de Agier (2016), que aponta os migrantes e refugiados como seres de fronteira, e que vivem experiência de um cosmopolitismo comum, vivido cotidianamente na prática de uma vida marginal.

Por sua vez, no engajamento ao evento *Meu Amigo Refugiado*, os brasileiros têm a oportunidade de se apaziguarem com a prédica moral de responsabilidade com os refugiados, tão sugestionada pela mídia contemporânea. A mídia figura como a entidade que agenda este debate para os brasileiros, como citada pela totalidade das respostas. A mídia é o recurso usado pelo Migraflix para fazer amplificar eventos como *Meu Amigo Refugiado*. Uma vez agendados pela mídia, as respostas dos participantes brasileiros identificaram o refugiado como “alguém que precisa de ajuda”. Este envolvimento é também um ato desencadeado por uma mobilização midiática da empatia e o recebimento dessas pessoas em uma data tão específica como a noite de Natal, passa a ser então a chave para o engajamento moral em causas humanitárias internacionais, para exercício do cosmopolitismo comum. Logo, a pergunta fundamental é: o contato com pessoas de outras culturas pode representar algo próximo ao que Agier denomina de consciência cosmopolita, que significaria um interesse genuíno no Outro, resultando em uma mudança de

atitudes? Ou seria apenas um engajamento superficial e momentâneo em resposta ao estímulo da mídia?

Considerações Finais

Nas respostas das brasileiras aos questionários enviados, encontramos um misto de necessidade pessoal com o desejo de envolvimento em uma causa humanitária que está em alta na atualidade. Arriscaríamos afirmar que há uma certa ambiguidade na relação entre brasileiros e refugiados no evento analisado. Há interesse e sensibilidade e seria leviano afirmar o contrário. No entanto, observamos que a própria apresentação da campanha no site, pode sugerir o apagamento ou generalização das individualidades, das particularidades culturais num “cardápio” de pessoas e histórias pessoais de sofrimento. Assim, sob a aba, “Conheça Olga/José/Hussein”, se diluem todos pelo rótulo, “refugiados”, e congolezes, cubanos, colombianos, haitianos, etc. se amalgamam para se tornarem artefatos, potências de uma experiência ligada ao cosmopolitismo do turista, próximo, portanto, do consumo cultural, como explicitado pelos autores Cohen e Vertovec (2010, p. 284): “a transferência massiva de alimentos, produtos artísticos, música, literatura e moda. Tais processos representam a multiculturalização da sociedade, mas também a avançada globalização do capitalismo”.

Como um *ethos* de cidadania mundial, o cosmopolitismo pode ser descrito como uma tentativa intelectual de entender o denominador comum – humanidade – disperso em um mundo de caos e diversidade cultural. Neste caso específico, a partir da valorização da diversidade cultural como um elemento de distinção e sofisticação, o refugiado e o migrante podem passar a ser vistos a partir das suas especificidades culturais, de seu exotismo, do conhecimento que o diferencia, e que ele traz, próximo da experiência capitalista de consumo cultural, ou, ao conferir humanidade, originalidade e ainda trazer consigo a possibilidade de exercício de empatia a causas sociais.

Nesse caminho, iniciativas como as de *#MeuAmigoRefugiado*, estão diante de um paradoxo: tanto podem ser vistas como novos mecanismos de negociações de pertencimento como também uma maneira de estetizar e espetacularizar questões humanitárias como as do refúgio. Neste espaço que podemos inscrever o Migraflix e eventos como o *#MeuAmigoRefugiado*, uma vez que coloca os refugiados no lugar de professores de experiências e histórias pessoais, inscreve-os ainda como donos de suas próprias histórias, capazes de mover e dar exemplos. Por outro lado, há o risco de banalização das histórias pessoais em um cardápio de

experiências de encontros com alteridade. Este artigo é um recorte de uma pesquisa em andamento, que se depara com as ponderações aqui expostas, na tentativa de compreender os encaminhamentos de iniciativas como as da campanha #MeuAmigoRefugiado provocam. Apenas a continuidade do estudo pode trazer respostas complexas. Que experiências de interculturalidade e cosmopolitismo no sentido da troca e do contato com as deliberações e aspirações humanas, como pensavam os estoicos, predominem.

Referências

AGIER, Michel. **Borderlands: Towards an Anthropology of the Cosmopolitan Condition**. Malden, MA: Polity Press, 2016.

GORDON, Mathews., LINS Ribeiro, Gustavo., ALBA VEGA, Carlos. **Globalization from Below: the world's other economy**. London, Routledge, 2012.

HANNERZ, Ulf. Cosmopolitans and Locals In World Culture. In: FEATHERSTONE, Michael. **Global Culture: Nationalism, Globalizations and Modernity**. London, Sage, 1990.

NUSSBAUM, Martha C. **Los Límites del Patriotism**. Editorial Paidós, Barcelona, 1999.

NUSSBAUM, Martha C. Education for Citizenship in an Era of Global Connection, **Studies in Philosophy and Education** 21: 289–303. 2002.

OSSEWAARDE, Marinus. Cosmopolitanism and the Society of Strangers. **Current Sociology**. DOI: 10.1177/0011392107076081. 2007

SENNET, Richard. **Juntos. Os rituais, os prazeres e a política da cooperação**. Rio de Janeiro, Record, 2012.

VERTOVEC, Steve; COHEN, Robin. Conceiving Cosmopolitanism. Em: The Creolization Reader. **Studies in Mixed Identities and Cultures**. COHEN, Robin; TONINATO, Paola (eds). New York, Routledge, 2010.

Radiojornalismo como espaço de disputas no Sul Global: cartografia das fontes na CBN Rio

Radiojournalism as space for disputes in the Global South: cartography of sources at CBN Rio

LUAN JOSÉ VAZ CHAGAS

Mestre em Jornalismo e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Bolsista Faperj e integrante do grupo de pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas. Brasil. E-mail: luanchagas@gmail.com. ORCID: 0000-0002-2491-8479.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

CHAGAS, Luan José Vaz. Radiojornalismo como espaço de disputa no Sul Global: cartografias das fontes na CBN Rio. Revista Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, abr. 2018-jul. 2018, pp. 49-68.

Enviado em 01 de julho de 2017 / Aceito em 31 de outubro de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1048>

Resumo

Como se ocupa o espaço midiático no radiojornalismo enquanto lugar de disputa de sentido pelas vozes sociais? O artigo realiza uma análise da programação da CBN Rio, ao longo de uma semana, com o mapeamento das fontes selecionadas para debater as temáticas sociais. Para tanto, parte-se de conceitos da Geografia, como espaço, lugar e configuração territorial, para entender as dinâmicas de disputa no cenário jornalístico no Sul Global. Apresenta uma cartografia em espiral, com zonas altas de discussão na ótica de fontes primárias e zonas baixas na ótica de fontes secundárias. O estudo busca contribuir com possibilidades de diálogo sobre a pesquisa, que alie as geografias da comunicação e a diversidade de fontes no radiojornalismo.

Palavras-chave

Fontes; Radiojornalismo; Espaço; Sentidos; Geografias.

Abstract

How is media space occupied in radiojournalism as a place of dispute for meaning by social voices? The article analyzes the programming of CBN Rio over a week with the mapping of the selected sources to discuss the social themes. To do so, one starts with concepts of geography, such as space, place and territorial configuration to understand the dynamics of dispute in the journalistic scenario in the global South. It presents a spiral cartography with high areas of discussion from the perspective of primary sources and low zones with secondary ones. The study seeks to contribute with possibilities for dialogue on research that links the geographies of communication and the diversity of sources in radiojournalism.

Keywords

Sources; Radiojournalism; Space; Meanings; Geographies.

Introdução

Como as diferentes vozes sociais disputam sentidos na ocupação do espaço midiático? Que disputas entre as fontes permeiam o jornalismo televisivo, radiofônico, impresso ou na web? Com essas questões, o presente artigo busca conceitos da Geografia, como o espaço vivido (MASSEY, 2009; HOLZER, 2012; SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2004), a configuração territorial e o lugar (SANTOS, 2006) e os diálogos com a comunicação (POOLEY, 2016) na disputa de sentidos da mediação (MARTÍN-BARBERO, 2004) para realizar uma cartografia das fontes no radiojornalismo. A escala de análise (HEROD, 2011) é sobre as fontes selecionadas em 24 horas da programação ao longo de uma semana na CBN do Rio de Janeiro.

O objetivo é olhar para as formas com que as vozes sociais são distribuídas nas notícias e como ditam os acontecimentos, se de forma primária ou secundária (HALL et al., 1999) e com diferentes formas de acesso (MOLOTCH e LESTER, 1999). A hipótese é de que considerado o radiojornalismo *All News* da CBN como um espaço que possui um lugar em construção, a disputa segue o padrão econômico e político das relações de poder da sociedade.

Dessa forma, apresenta uma cartografia das fontes selecionadas e busca contribuir para o diálogo entre a geografia da comunicação e os estudos sobre diversidade de vozes no radiojornalismo. A análise demonstra um mapa do texto radiojornalístico construído ao vivo no formato *All News*. Ao contrário da construção informativa em pirâmide invertida ou em pé no modelo clássico, ou deitada no webjornalismo, o estudo propõe um formato de espiral, com uma cartografia que possui zonas altas de discussão na ótica de fontes primárias e zonas baixas na ótica de fontes secundárias.

Espaço e lugar: o radiojornalismo no Sul Global

A constituição do espaço como algo vivido enquanto produto de inter-relações, esfera da multiplicidade e em construção é o ponto de partida para a discussão sobre a relação entre a geografia e a comunicação. Segundo Massey (2009), ainda que se pense pouco explicitamente sobre o conceito, torna-se necessário incorporar as maneiras de ser no mundo às dinâmicas de espacialidade e aos modos de lidar com esse desafio. As trajetórias que compõem a sociedade como um todo explicitam as formas políticas e sociais nas práticas cotidianas e globais, o que sustenta os entendimentos sobre o mundo. Para a autora, isso torna o espaço aberto, nunca fechado, como a história na formação de conexões a partir da interação humana com o outro, como produto de relações em potenciais

conexões a partir da multiplicidade: “Um espaço, então, que não é nem um recipiente para identidades sempre-já constituídas nem um holismo completamente fechado. É um espaço de resultados imprevisíveis e de ligações ausentes” (MASSEY, 2009, p. 32).

As três proposições iniciais de que parte a autora para esse entendimento não conceituam o espaço como algo estático ou cristalizado, mas sim envolvido pelas percepções do existencial com diferentes dimensões. No fluxo sobre as ideias e disputas de sentido, consideramos as três proposições de Massey (2009, p. 29): I) o espaço é produto de inter-relações, se constitui por meio de interações, desde o global até o mais íntimo; II) o espaço é uma esfera da possibilidade de multiplicidade, de pluralidade onde as trajetórias coexistem, da heterogeneidade, do encontro com o outro; III) o espaço está em construção contínua como produto de relações-entre embutidas em práticas materiais que estão sempre no processo de fazer-se.

Pensar o espaço como produto de inter-relações foge a aspectos liberais individualistas, que o conceituam a partir de identidades já previamente constituídas, o que não permite o encontro com o outro e suas reformulações a partir das relações-entre. A “construtividade relacional” que enfatiza Massey (2009, p.30) propõe um entendimento relacional do mundo que faz com que o conceito seja produto destas inter-relações: “O espaço não existe antes de identidades/entidades e de suas relações”. Esse pressuposto que envolve as “relações-entre”, como um processo constitutivo, permite localizarmos no objeto de discussão do artigo a questão da geografia no encontro com a comunicação e, mais especificamente, as relações desenvolvidas entre as fontes no radiojornalismo.

A diversidade de vozes na sociedade em diferentes âmbitos políticos, econômicos, religiosos e sociais está em um desafio normativo de abordagem da comunicação. Desde Alexis de Tocqueville (2004) e Stuart Mill (1991)¹ até Martín-Barbero (2004) e Bahktin (2006) destacam a necessidade de pluralismo, diversidade ou então polifonia na construção dos discursos, presente nos valores normativos da comunidade jornalística (ZELIZER, 2004). A aproximação desses aspectos, não somente num sentido normativo liberal, mas na ótica da diversificação das experiências de mundo e de interpretações dos acontecimentos, (ALSINA, 2009) está na consideração de Massey (2009) sobre o espaço como esfera de possibilidade de multiplicidade. Questões como a diferença, a heterogeneidade e os diferentes pontos de vista estão na geografia e na

¹ Teóricos clássicos do pluralismo como John Rawls (2002), Stuart Mill (1991) e Alexis Tocqueville (2004) posicionam o debate no centro da sustentação das liberdades individuais e na própria construção da democracia. Tocqueville (2004) chega a correlacionar o pluralismo na imprensa e o pluralismo na vida democrática.

constituição do conceito como uma fuga de uma visão única sobre o mundo, seja ela a partir do ocidente ou da figura clássica liberal do homem branco, macho e heterossexual.

A multiplicidade de trajetórias torna-se condicionante das inter-relações, pois depende do reconhecimento da espacialidade e, conseqüentemente, da coexistência de outros numa perspectiva tanto histórica como de potencialidades futuras (MASSEY, 2009). Da mesma forma, situa-se o terceiro ponto em considerar o espaço como sempre em processo, enquanto abertura para o futuro que escapa da estabilidade estrutural do moderno. Não reconhecer o futuro como algo dado ou previamente pensado conduz, na visão da autora, à abertura de um campo para luta política com o engajamento social imprescindível em suas necessidades múltiplas. As interações no espaço, o fluxo de possibilidades de conexões e a importância do reconhecimento das multiplicidades faz com que nunca possua uma simultaneidade completa.

Milton Santos (2006) define o espaço como um conjunto de fixos e fluxos, o que permitirá diferenciar o conceito de configuração territorial, e mais à frente, do lugar. Para o autor, os elementos fixos estão relacionados aos objetos, o que o ser humano fixa em cada lugar e que permitem ações de modificação nas condições ambientais vividas pela sociedade. Já os fluxos são os resultados das ações atravessadas ou instaladas nos fixos, que alteram suas significações, os valores e que também se modificam. A interação entre fixos e fluxos permite compreender a formação do espaço e se constituir como objeto para a geografia, no qual os fixos são cada vez mais artificiais e os fluxos mais diversos, amplos, numerosos, rápidos e em construção.

O espaço então se difere da configuração territorial. O primeiro é permeado pelas relações sociais, o encontro entre as diversidades e as amplas formas de estudos sobre o conjunto indissociável, solidário e contraditório de objetos e ações em que a história acontece. Já o segundo é formado pelos sistemas naturais de um país, uma área em que os homens impõem seus interesses. Enquanto este reúne a materialidade do ambiente, o outro anima e dá vida a esse conjunto de sistemas (SANTOS, 2006). Olhando para nosso objeto, a materialidade do rádio e a exploração de ondas eletromagnéticas podem ser consideradas uma configuração territorial do meio na sociedade. O jornalismo, as práticas e os conteúdos noticiosos que perpassam interesses e disputas, relações e impressões, interpretações de mundo enfeixados em temas e acontecimentos constituem o espaço vivido nesse território.

O espaço, nesse sentido, se torna algo difuso, e como afirma Holzer (2012), dividido entre o espaço comunicacional das relações interpessoais e espaço

mediático, das notícias e a presença que os atores sociais exercem nesse meio. Seguimos, assim, aquilo que Milton Santos (2006, p. 213) afirma ao deslocar o lugar de algo estruturado e estável, a uma "realidade tensa, um dinamismo que se recria a cada momento" envolto pela globalização e a localização. A constituição do lugar na geografia, seus significados e sua inserção no aspecto próximo e global, simples e complexo, proporciona percepções para além do localismo, ou então a resumir o mundo como algo localizado. O lugar é o mundo vivido, as experiências que a paisagem cultural possibilita, as dimensões da tecnologia e da vivência, da política e das disputas de sentido.

Santos (2006, p. 213) argumenta ainda que "cada lugar é, à sua maneira, o mundo", sendo possível reconhecer, assim, a exclusão de uma faixa da sociedade nas disputas de sentido quando nos referimos ao discurso das notícias como lugar. Nessa interação mediada pelos símbolos, o próprio geógrafo reconhece que as situações só podem ser plenamente apreendidas se consideradas as relações intersubjetivas que a caracterizam, ou seja, é na presença do outro que construímos nosso entendimento sobre as relações sociais e os acontecimentos. Os diferentes pontos de vista compartilhados estão nas negociações que a todo o momento são expressas por interesses defendidos dentro do espaço midiático.

Para o autor, a mídia como espaço, como parte do lugar e do cotidiano, com todo dinamismo da interação e a intersubjetividade, é parte da construção da socialidade que, a partir da sua intensidade, delinea a proximidade. Algo que auxilia nesse argumento é baseado em Muniz Sodré (1988) quanto à relação espacial como garantia das possibilidades comunicacionais em toda a multiplicidade que pode representar. Assim, na coexistência da diversidade, com a proximidade que garante o dinamismo da compreensão da mídia enquanto lugar, e de mecanismos de alteridade no espaço da comunicação midiática é possível compreender a seleção de determinados grupos que falam e aqueles que não falam nos meios.

É possível então comparar a abrangência das comunicações, sua sofisticação tecnológica e amplitude, com a definição de cidade grande em Santos (2006). Os espaços que possuem, os caminhos que percorrem e as distâncias que cobrem se alinham ao encontro com a modernidade, com a ligação de pontos distantes. Ao mesmo tempo em que luminosa, tanto a cidade grande como as comunicações – como espaço – levam ao interior aquilo que acontece nos grandes centros. A mesma experiência do migrante recém-chegado na cidade grande, que deixa a cultura herdada no interior, possui o ouvinte de rádio que sintoniza as emissoras com o modelo de jornalismo que vem de longe.

Assim como na cidade grande, os espaços conquistados na mídia pelos homens lentos ainda são poucos e nas margens, não compreendidos na sua totalidade. A presença dos pobres na sociabilidade das matrizes culturais nos grandes centros enriquece a diversidade socioespacial ao levarem consigo as experiências da forma de trabalho e de vida. A concepção de Santos (2006) pode ser ajustada também na seleção de fontes no radiojornalismo. No conceito de lugar, a cooperação e o conflito são bases da vida em comum, um cotidiano compartilhado pelas ações que cada um exerce, na individualização da vida social e nos confrontos entre a organização e a espontaneidade. Este é o quadro de uma referência que cada um terá do mundo, do "teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade" (SANTOS, 2006, p.322).

Quando deslocamos a definição de lugar como algo material específico e o colocamos no discurso noticioso, a mundialização dos lugares proporcionada pela modernização contemporânea se amplia. As novas tecnologias, as fusões corporativas, a distribuição de conteúdo em redes de comunicação e a profissionalização das fontes para sensibilizar o jornalismo são mostras disso. Desta forma, a comunicação pode ser definida como um lugar global complexo pela profusão de vetores, desde os que representam a lógica hegemônica e aqueles que buscam alternativas ao sistema ou lutam contra essa hegemonia. No jornalismo, por exemplo, a diversidade tida como algo normativo não é atingida por uma série de fatores já elencadas por Gans (1980) e Hall et al. (1999). A presença dos pobres ainda possui um caráter segregador, enfeixado em temas específicos, em questões como segurança ou interações sem caráter primário.

O caminho para o futuro que Santos (2006) aponta para a cidade e seus lugares é a presença dos pobres. São os homens lentos das cidades que aumentam e enriquecem a diversidade de suas experiências no cotidiano do bairro, da aplicação das políticas públicas, dos recursos que são destinados, da divisão do trabalho, da variedade infinita de ofícios que possuem. É na ausência de mobilidade que esses agentes sociais conseguem a força para enxergar os mais diversos âmbitos da sociedade, de buscar na interação e na comunicação saídas para a falta de "todos os tipos de consumo, consumo material e imaterial, também carência do consumo político, carência de participação e de cidadania" (SANTOS, 2006, p.221).

O olhar para a cidade e, conseqüentemente, para a própria programação do radiojornalismo numa perspectiva de reconhecimento do espaço implica na formação de uma escala, aqui entendida como um zoom do pesquisador sobre determinado objeto. Em nosso caso, o estudo sobre as fontes na CBN Rio é apenas uma parte de um conjunto de ações sociais que envolvem o espaço vivido da

comunicação dentro da configuração territorial do rádio. Com essa hipótese, utilizando os conceitos da Geografia, a escala se apresenta como categórica no sentido de analisar a presença das vozes sociais que constituem as disputas de sentido sobre os acontecimentos. Herod (2011) apresenta o estudo sobre as escalas com uma crítica aos materialistas e aos idealistas, com as falhas de suas concepções sobre o conceito com uma estruturação da espacialidade. Essa consideração, que foge dos argumentos de que a escala é pré-existente, permite considerá-la como algo que deve ser criada, estando sujeita a conflitos.

Para o autor, existem múltiplas espacialidades de escala, que foram pensadas desde sua forma enquanto área, território ou na dimensão socioespacial, que limitam suas abordagens até as formas sociais, difusas, que não ignoram a formação de redes. Assim, não se constituem como pirâmides numa hierarquia fechada, mas como mosaicos, variando histórica e geograficamente. Entre os “aprofundamentos e alargamentos” sobre o conceito de escala e sua utilização, com base em Taylor e Smith, Herod (2011) afirma que as diversas utilizações levaram a um compartilhamento de pontos de vista comuns. Entre eles estão, a) a consideração da escala como socialmente constituída, uma produção social ou, ainda, uma construção social; b) concebiam a escala em termos reais, com limites geográficos sobre espaços particulares, uma definição de pontos a serem estudados; c) consideravam as escalas fluidas, o que embora fixadas pelo sujeito, não podem ser imutáveis. Para Herod (2011), essa visão pode limitar a relação entre escalas diferentes, na medida em que determinados atores passam de uma resolução espacial para outra, ou como se dá o controle de uma escala que pode ter alterações entre os sujeitos.

A crítica sobre a noção de escala ainda possui os argumentos, baseados em Moore (apud HEROD, 2011), da distinção sobre a escala como uma categoria prática e uma categoria de análise. Três questões salientadas, como uma “abordagem não-substancialista de escala”, por Herod (2011) nos auxiliam a definir o estudo sobre o radiojornalismo como espaço e o foco sobre as fontes como escala enquanto uma categoria de análise: I) a reivindicação da escala de visualização como epistemológica, sem considerá-la a partir de seu caráter ontológico, o que permite enxergar processos sociais e fenômenos sem necessitar do reconhecimento de que há uma internalização prévia de tal escala; II) o argumento de que mesmo sem uma hierarquia ontológica, as pessoas acreditam que essas escalas têm consequências reais sobre o comportamento dos indivíduos; III) a não existência ontológica, prévia e de reconhecimento anterior da escala não significa necessariamente que não desempenhem um papel na forma com que as pessoas interagem no mundo.

Os conceitos de espaço e lugar como algo vivido remontam ao reconhecimento da escala como uma escolha do pesquisador sobre as abordagens em determinado ponto de estudo na cartografia sobre esse ambiente. Reivindicar a escala sobre a seleção das fontes nos acontecimentos abordados pelo radiojornalismo é enxergar os processos sociais sem um reconhecimento anterior de sua abordagem, em que a sociedade sabe das consequências da não diversidade como apontam os dados no início do artigo sobre as reformas, e que as formas de interação no mundo e de interpretação dos acontecimentos passam pela diversificação de experiências nas relações entre homens rápidos e lentos, entre a sociedade civil e as reformas, entre jornalistas e fontes.

A geografia do jornalismo

O jornalismo, aqui compreendido no caso do rádio, participa da produção da realidade, na construção de sentido sobre os acontecimentos, porém não de forma isolada e sim em conjunto com outros agentes e instituições sociais (MEDITSCH, 2010). A socialização do conhecimento e a importância de reconhecer o jornalismo, entre outras instâncias, presente na construção social da realidade está no estudo sobre as disputas de sentido entre diferentes atores sociais. Segundo Hall et al. (1999), as notícias são produtos sociais da: a) organização burocrática dos media; b) da estruturação de valores notícia; e c) da construção noticiosa que passa pelo processo de identificação (gatekeeping) e contextualização de mapas culturais de significado.

Também é necessário considerar o conceito de notícia como “uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 2009, p. 299). Representação social que se manifesta em diferentes interpretações de mundo em que estão envolvidas as relações entre jornalistas e fontes. Para Shoemaker e Vos (2011, p. 173), é no canal das fontes e da mídia que o fluxo de informações chega à audiência. Nos dois casos existem seções, com portões em suas frentes que controlam a entrada ou não dos eventos e das percepções existentes sobre eles: “Consequentemente, entre as seções mais importantes do canal das fontes, estão a capacidade de observação por parte das fontes, sua memória de longa e curta duração e suas decisões sobre que tipo de informação dar aos jornalistas” (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 173).

No entanto é preciso considerar neste aspecto a chamada revolução das fontes, com a institucionalização das vozes sociais na comunicação, e a formação de uma sólida indústria das assessorias de comunicação (CHAPARRO, 1994;

SHOEMAKER e VOS, 2011). Situação essa que caminha ao lado da intensificação do perfil do jornalista sentado (NEVEU, 2006) e ausente do palco dos acontecimentos (LOPEZ, 2010). As situações no caso analisado estão inseridas em um contexto onde a formação de jornalistas no Brasil e em países como a Argentina, Espanha, França, Alemanha e Estados Unidos tem direcionado um percentual considerável de profissionais para trabalhar a serviço das fontes. Esse processo altera significativamente as relações entre os jornalistas e a seleção de fontes profissionalizadas e não profissionalizadas.

Segundo dados do Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012, 45% dos profissionais estão lotados na mídia e 58% fora dela (MICK e LIMA, 2013)². Deste número, 68,3% trabalham diretamente para as fontes em assessoria de imprensa ou agências de notícias radiofônicas que possuem relações empresariais e mercadológicas. Dados de 2004 apresentados por Sant'Anna (2009), após análise da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego, revelam que apenas 5% dos jornalistas brasileiros atuam em emissoras radiofônicas. Assim, a lógica é a mesma apontada por Reese (2016) de que é preciso compreender o jornalismo a partir de seus contornos imprevisíveis e não apenas dentro de contêineres organizacionais e limitados na tradição.

O fluxo de informações abundantes com os agregadores de notícia, a "reembalagem" das informações, a reestruturação e reordenação do trabalho noticioso (REESE, 2016) ao lado de questões como a curadoria e o processo de *gatewaching* (BRUNS, 2005) provocam novas formas de analisar o conteúdo de mídia. Não necessariamente com uma desterritorialização, mas seguindo o argumento de Haesbaert (2006) sobre a reterritorialização, na qual as mudanças carregam antigos dilemas em que as inovações nem sempre levam à diversificação de vozes e conteúdos. Assim, ainda em Reese (2016), as características atuais das rotinas de trabalho necessitam levar em conta as múltiplas forças que interferem na mídia e questionar como essa influência pode interagir entre os níveis de análise.

O exemplo apresentado por Reese (2016) está nos estudos recentes sobre campanhas políticas que revelam que o jornalismo é uma "assembleia", um espaço de relações institucionalizadas em que a estrutura das hierarquias ainda exerce influências. As possibilidades em organizações que reconhecem a missão social na profissão, da diversificação de experiências ou então nas próprias fontes que fornecem informações para as mídias tradicionais e diretamente para os públicos

² A síntese do Perfil do Jornalista Brasileiro pode ser acessado em: <http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>

interessados são exemplos da potencialidade contínua do jornalismo como parte da democracia.

A organização de uma rede noticiosa para cobrir o espaço e o tempo (TUCHMAN, 1983) é reforçada por Gasher (2009) em análise sobre a produção de notícias locais, na qual os jornalistas localizam e identificam lugares em que as fontes são consideradas mais “confiáveis e abundantes”, como escritórios governamentais, prédios, postos de polícia. Para o autor, essa atitude leva a um mapa da esfera social, política e econômica e constrói um senso de local em determinadas comunidades. Nesse sentido, a construção das notícias conduz para relações de pertencimento, na determinação de histórias que produzem conexões entre suas comunidades e lugares distantes.

Nielsen (2009, p. 26), utilizando uma análise de enquadramento, revela que em reportagens sobre imigrantes o assunto é abordado em uma lógica distanciada, em terceira pessoa, com fontes de agências ou grupos que falam por eles. Para o autor, “os jornalistas referem-se a imigrantes, mas raramente os abordam diretamente”³. O estudo ainda mostra a enxurrada de informações vindas de fontes externas em argumentos que são reforçados em política, legislação, órgãos oficiais e organizações comunitárias num tom oficioso que nem sempre preserva novas vozes. Algo que Howe (2009) também identifica na dependência de poucas fontes, ligadas a elites e órgãos oficiais, mesmo com o conjunto diversificado existente na sociedade.

As instituições e atores com papéis privilegiados economicamente e politicamente, dentro ou fora do Estado, e que compõem o papel hegemônico na sociedade são compreendidos no termo *primary definers*. São esses atores que estão em níveis elevados na hierarquia da credibilidade e definem o tratamento subsequente de informações na sociedade. De acordo com Hall et al. (1999), a necessidade de fontes dignas de crédito, autorizadas e objetivas, com posições institucionais ou como peritos dessas situações leva à dicotomia entre as regras exigidas na objetividade e a dependência de definidores primários, muitas vezes oriundos de setores hegemônicos da sociedade.

Entre as fontes primárias ou definidores primários e secundários (HALL et al., 1999) também é preciso considerar a desigualdade de acesso nos promotores dos acontecimentos. Segundo Molotch e Lester (1999), as fontes enquanto promotores têm: a) acesso habitual à mídia, como fontes oficiais, empresariais e altos cargos do governo; b) acesso disruptivo, quando os movimentos e

³ Tradução do trecho: “Journalists refer to immigrants, but rarely address them directly” (NIELSEN, 2009, p. 26).

organizações necessitam gerar problemas para os poderosos como manifestações, bloqueios de vias; c) acesso direto promovido pelas investigações jornalísticas.

A título de classificação das fontes para análise em nosso artigo, partimos da ausência de estudos que clarifiquem os tipos de vozes sociais utilizados no caso do radiojornalismo. No caso do rádio, Ferraretto (2014) propõe uma divisão entre fontes internas (repórteres, editores, enviados especiais) e externas (assessorias de imprensa, agências de notícias, internet), algo cada vez mais difuso no momento da seleção. Assim, Lopez (2010) afirma que internas e externas estão cada vez mais imbricadas no fluxo informativo e apresenta três níveis: a) primário – consultadas em campo no desenrolar dos acontecimentos; b) secundário – agentes que analisam os acontecimentos; c) terciário – quando as informações chegam às redações por outros meios de comunicação, assessorias e agências.

Com o objetivo de entender as relações de disputa de sentido entre as vozes sociais no espaço do radiojornalismo All News da CBN Rio, propomos uma classificação já utilizada em trabalho anterior (KISCHINHEVSKY e CHAGAS, 2017) que tem base em autores como Gans (1980), Wolf (2009), Pinto (2000), Lage (2001), Schimitz (2011) e Rutilli (2014). A categorização permite olhar para a forma específica de seleção das fontes no processo de gatekeeping (SHOEMAKER e VOS, 2011) e realizar uma cartografia da distribuição das vozes na cobertura cotidiana do radiojornalismo da CBN Rio.

Com base na bibliografia utilizada sobre as diversas classificações utilizadas nas teorias do jornalismo, elas ficam divididas na seguinte forma: *Oficiais* – Ocupantes de cargos eletivos e funcionários do Executivo, do Legislativo, do Judiciário e do Ministério Público, de autarquias, fundações e empresas públicas, em níveis federal, estadual e municipal; *Empresariais* – Associações representativas dos setores comercial, financeiro, industrial, agronegócio, de serviços, corporações, consultorias, executivos; *Institucionais* – Integrantes de organizações do terceiro setor, organismos multilaterais, movimentos sociais, organizações sindicais; *Testemunhais* – Personagens que presenciaram acontecimentos com valor-notícia atribuído por comunicadores e chefias de reportagem; *Populares* – Pessoas comuns, que em geral são representadas no noticiário como vítimas de determinada situação – um crime, uma injustiça, uma política pública ineficiente – ou lançam mão de táticas de espetacularização para conseguir visibilidade e reivindicar melhorias no seu cotidiano; *Especialistas* – Profissionais com reconhecido saber científico ou conhecimento específico sobre determinado campo em torno do qual está se desenvolvendo uma cobertura jornalística; e *Notáveis* – Celebidades, artistas, esportistas, comunicadores, pessoas que desempenham ou

desempenharam atividades de grande reconhecimento social, sobre as quais se atribui variáveis valores-notícia.

Cartografia das fontes no radiojornalismo

A Central Brasileira de Notícias (CBN) possui 25 anos e integra o Sistema Globo de Rádio com quatro emissoras próprias em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte, além de 27 afiliadas presentes em 20 Estados mais o Distrito Federal. Segundo as métricas apresentadas pelo *Ibope Easy Media* no Mídia Kit da CBN (2016), são 122.170 ouvintes por minuto nas quatro principais frequências grupo. Isso representa um número de 1,8 milhão ao longo de um mês com um tempo médio de audiência de 2h. Nos dados de maio a julho de 2016 presentes no Mídia Kit 25 Anos da CBN (2017), o Ibope mapeou o registro de 1,5 milhão de usuários únicos por mês no site, 14,5 milhões de assinantes na TV paga, 1,2 milhões de downloads dos aplicativos e 8,2 milhões downloads de *podcasts*.

Interessa-nos perceber, diante das colocações de Santos (2006), Martín-Barbero (2004), Massey (2009) e Holzer (2012), a disputa pelo espaço nas notícias entre as fontes, como estas utilizam e são utilizadas na mídia, ou então, como os lugares são ocupados pelos homens rápidos em detrimento dos homens lentos. Martín-Barbero (2004) propõe um mapa que permite percorrer as matrizes culturais da mediação comunicativa e fugir do pensamento único em torno das tecnologias, da usabilidade destas e das transformações que os mediadores tradicionais enfrentam. É preciso, segundo o autor, pensar em novos sentidos do social e dos usos sociais da mídia, principalmente com a entrada de novos atores, movimentos sociais e outros agentes na sociedade civil.

O mapa de Martín-Barbero (2004) auxilia a compreender a presença dos setores subalternos da sociedade na mídia. Para percorrer esses novos sentidos do social e dos usos da mídia, o radiojornalismo da CBN se torna aqui um lugar no qual nos interessa analisar as disputas de sentido que estão presentes no espaço ocupado pelas fontes. Milton Santos (2006) afirma nesse mesmo sentido, que a proximidade que interessa ao geógrafo possibilita, para além de algo desenhado, fechado em um mapa ou em uma cerca específica, analisar as inter-relações e as identidades presentes em um determinado espaço.

A análise aqui proposta foi realizada com dois procedimentos metodológicos. O primeiro envolve a coleta do radiojornal CBN Rio, na semana de 26 a 30 de junho de 2017, com foco na produção local da emissora na capital carioca. Considera-se que os dias selecionados representam a produção cotidiana da emissora na busca por temas diversos. A segunda foi a divisão dos dados por categorias de fontes, o

encaixe temático onde estão inseridas e como são ditados os acontecimentos. Foi possível, a partir disso, realizar uma cartografia entre fontes primárias e secundárias que revela a disputa pelo espaço e lugar da mídia na construção de sentido.

A presença de fontes oficiais é constatada em 50% da programação ao longo de uma semana. Nos 62 momentos em que foram ouvidas, foram 55 vezes que apareceram como agentes primários (HALL et al., 1999) na condução das temáticas abordadas pelos jornalistas. Na maior parte deles, envolvidos com política (19), segurança (14), trânsito (16), educação (2), saúde (3), economia (1). Na editoria de política, o prefeito Marcelo Crivella foi ouvido em assuntos como a formatura de empreendedorismo comunitário, os cortes de recursos para as escolas de samba, o aumento do IPTU. Já o Supremo Tribunal Federal foi citado no caso da suspensão da nomeação do filho do prefeito para um cargo no primeiro escalão da prefeitura por suspeita de nepotismo. O Governo do Estado e a Assembleia Legislativa aparecem como agentes centrais em discussões sobre o ajuste fiscal, a aprovação do teto de gastos para o acordo de recuperação fiscal, o pagamento de servidores e a discussão sobre a crise financeira do Rio de Janeiro.

O CBN Rio também tem sua cobertura sobre o trânsito da cidade baseada em fontes como o Centro de Operações da Prefeitura, Polícia Militar e a Secretaria de Trânsito. A PM foi a principal fonte no assunto segurança pública em questões como troca de tiros no Morro da Mangueira, a morte de uma estudante no início da semana. Na temática, a Polícia Federal foi ouvida sobre a suspensão da emissão de passaportes por causa da falta de recursos, além da fala de um procurador da Lava Jato com argumentos relacionados à falta de recursos da Polícia Federal para grandes operações e o Corpo de Bombeiros com alertas de boletos falsos para o seguro incêndio. Na cobertura da Greve Geral realizada na sexta-feira 30 de junho de 2017, os agentes de segurança pública foram os principais órgãos ouvidos sobre o andamento das manifestações e o bloqueio de vias de acesso à cidade.

As fontes especializadas estiveram presentes em 16% da programação em assuntos como saúde, economia, história, política, esporte, educação e direito. Em todos os casos, atuaram apenas comentando ações das fontes oficiais ou institucionais sem aparecer como agentes primários que suscitaram novas abordagens. O parcelamento de dívidas dos Microempreendedores Individuais, a defesa das reformas da previdência e trabalhista, o ajuste fiscal do Governo do Estado e as ações da greve que impediram o tráfego estiveram entre os assuntos abordados ao longo da semana. Os comentários instituem o fluxo do modelo de radiojornalismo All News, estabelecendo parâmetros de entrada dessas vozes em

horários determinados e garantem o andamento dos debates na programação (MEDITSCH, 2001).

As fontes populares estiveram presentes em 13% e em apenas dois casos foram agentes dos acontecimentos como definidores primários: o caso das bailarinas que ganharam uma bolsa nos Estados Unidos e organizaram uma rifa para a viagem, e o conjunto de manifestações organizadas no dia 30 de junho. Nesse último, as atividades tiveram apenas menções e não foram ouvidos na integralidade sobre as reivindicações. Isso indica o acesso disruptivo ao noticiário, onde esse tipo de fonte lança de táticas de espetacularização ou, então, ações que afetam os poderosos no fechamento de ruas (MOLOTCH e LESTER, 1999). As interações via WhatsApp, Facebook e Twitter são citadas em comentários de matérias oriundas das fontes oficiais, sem a utilização de vozes ou entrevistas no programa. Nos casos em que foram ouvidos, foram identificadas fontes como motoristas presos nos engarrafamentos por causa de manifestações dos Mototaxistas no início da semana e da Greve Geral no dia 30 de junho.

No caso das fontes institucionais (13%), em 10 momentos foi percebida a atuação como um definidor primário na redação. A Liga das Escolas de Samba nas críticas aos cortes de verbas por parte da Prefeitura do Rio; o Sindicato das Seguradoras provocou uma discussão em torno dos roubos de cargas que afetam a economia do Estado; a Comissão da Verdade que passa por dificuldades financeiras; o Sindicato dos Médicos sobre atendimento hospitalar prejudicado. No dia da Greve Geral, o Sindicato dos Aeroviários e o Sindicato dos Bancários foram ouvidos sobre as reivindicações contrárias à reforma previdenciária e trabalhista.

As fontes testemunhais (4%), encaixadas em temas como segurança, no caso de uma refém de um assalto a uma agência de correios na Tijuca e o motorista de ambulância do Hospital de Acari, estiveram apenas comentando assuntos já abordados, o que caracteriza a busca por esse tipo de voz pelos jornalistas. As empresariais (2%) e as notáveis (2%) também apareceram em temas como economia, com empresários de *startups* inovadoras em comunidades do Rio, e ações culturais como lançamento de livros e o documentário sobre o grupo *Black Rio*, respectivamente.

A análise mostra um perfil de busca por fontes pela sua hierarquia da credibilidade, como apontam Hall et al. (1999) e Reese (2016). A disputa de sentido pelas vozes é dividida em quem possui o poder político e econômico de ditar e promover os acontecimentos. Isso é demonstrado claramente no caso de assuntos como política, segurança e trânsito, em que as principais vozes que ocupam o espaço do radiojornalismo são os agentes do Estado, como os governos municipal, estadual e federal, justiça e órgãos de segurança pública. A intensidade

do aprofundamento das informações depende da lógica oficialista em detrimento da diversidade de vozes que podem comentar vários assuntos. O ajuste fiscal e a votação do teto de gastos na Assembleia Legislativa são um exemplo: enquanto o Governo e os deputados se revezam nos argumentos, não há servidores, professores, trabalhadores ouvidos sobre o assunto.

A proposta é de uma cartografia que caracteriza o modelo espiral do texto do radiojornalismo ao vivo. Ao contrário da pirâmide invertida, a cobertura da programação demonstra uma seleção das fontes realizadas nas diferentes temáticas em um formato contínuo, dividido entre Zonas Altas (ZA) e Zonas Baixas (ZB). A espiral estaria numa contínua construção noticiosa, porém não na proposta do *clock*, como já apontado por Meditsch (2001) nos estudos sobre a linguagem radiofônica. A ocupação do espaço que aponta a Figura 1 possui nas ZAs 1, 2 e 3 as fontes oficiais e institucionais que conseguem atuar como definidores primários dos acontecimentos em diferentes temas, da educação à saúde, da política à economia, que estão em reportagens, notas, entradas ao vivo, entrevistas e outros formatos.

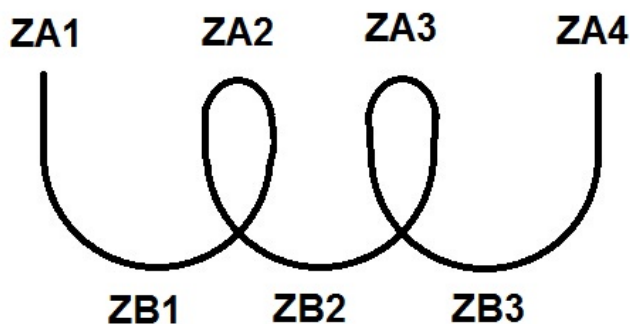


Figura 1: autoria própria

Já as ZB 1, 2 e 3 correspondem sequencialmente às posições de fontes especialistas, testemunhais, notáveis e empresariais. A lógica aqui é a presença para comentar as ações que estão no topo e sempre entram após a ação ditada por fontes oficiais, como o Governo, STF, Polícia, entre outros. A promoção dos acontecimentos pelos setores oficiais com acesso direto à mídia provocou repercussões e a necessidade de comentários especializados com o apoio de fontes que defendiam reformas, no caso da economia e das empresariais. Esse espaço representa uma linha que se dispersa entre diferentes temas, como o esporte e os comentaristas especializados que seguem as ações que as equipes de futebol e confederações, como agentes institucionalizados, estão fazendo.

Por fim, a Zona Alta 4, que não volta a ser discutida, é composta pelas fontes populares que podem até ter o acesso disruptivo na organização de

manifestações e atos, mas não necessariamente influenciam na ótica da continuidade da cobertura. A abordagem não se dá pelas reivindicações, mas sim dos problemas causados pela forma de busca de visibilidade com a ação pública. Mesmo assim, nesse caso somente os sujeitos institucionalizados, como os sindicatos, conseguiram a expressão dos motivos dos atos. A ocupação do espaço pelas fontes populares possui uma intensidade alta na promoção dos acontecimentos, mas ainda não em condição de igualdade com as fontes presentes nas primeiras posições da hierarquia de credibilidade utilizada nessa seleção.

Considerações finais

A presença do outro, a alteridade e a busca do diverso pelas experiências dos pobres nas grandes e pequenas cidades, e o encontro das multiplicidades constituem a organização do espaço. Considerando aqui o radiojornalismo como um espaço midiático (MASSEY, 2009), o nível de diversidade e acesso apenas extrai a dinâmica espacial das relações desiguais entre homens rápidos e homens lentos (SANTOS, 2006). O estudo sobre a CBN ao longo de uma semana e a realização da cartografia dessas fontes na disputa de sentidos é parte de um contínuo esforço de aliar os conceitos da geografia, numa perspectiva do Sul Global como periferia do capitalismo, aos do jornalismo na construção da notícia no cotidiano. Também demonstra não somente a divisão entre a ocorrência de determinados tipos de agentes, como os oficiais em detrimento de populares, mas também do encontro entre diferentes vozes e a possibilidade de diversidade presente no noticiário.

O espaço como produto de inter-relações, esfera da possibilidade de múltiplas trajetórias, do encontro com outro e de uma construção contínua se alia diretamente ao considerar o jornalismo como uma instituição na democracia. Ainda que a configuração do território considere a CBN como uma concessão presente nas mãos de um dos maiores oligopólios de mídia no mundo – a Central Globo de Rádio, as relações entre jornalistas e fontes são expressões do cotidiano, das disputas de poder e da força que exercem os grupos sociais. A construção da notícia no radiojornalismo, no estudo específico sobre os argumentos e presença das vozes e interesse sociais, é implicada por interações que resultam do encontro entre os agentes em um espaço permeado pelas lógicas econômicas e sociais da periferia do capitalismo.

A proposta da espiral como texto jornalístico e cartografia de posições de poder na disputa pelo espaço do radiojornalismo, ainda que num estudo exploratório e inicial, representa um exercício de encaixe temático que revela quem tem o poder de fala como agente primário. A promoção dos acontecimentos e a

ocupação desse espaço priorizam vozes oficiais em assuntos que interessam diretamente às mais diversas camadas sociais. Se olharmos para essa diferença da mesma forma que Santos (2006) entre os homens rápidos e lentos, as fontes populares, as opiniões e argumentos de agentes não profissionalizados nas suas relações com o jornalismo ainda não são ouvidos com toda ressonância necessária que expressem as riquezas culturais que possuem.

Com a abordagem de autores da Geografia sobre espaço, territorialidade e lugar, torna-se possível pensar a diversidade e a pluralidade de fontes no jornalismo não somente em seus aspectos normativos, mas sim na multiplicidade de experiências necessárias à construção da notícia. É preciso, no entanto, considerar os desafios profissionais pelos quais passam as redações num momento de intensificação do jornalismo sentido (NEVEU, 2006) e a diminuição do número dos profissionais nas redações (LOPEZ, 2010). Por outro lado, representa um percurso a ser seguido nos estudos sobre radiojornalismo, no sentido de cartografar dinâmicas da luta pelo acesso à voz, pela presença e a possibilidade de argumentar frente às turbulências políticas e sociais da atualidade.

Referências

ALSINA, M. R. **A construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BRUNS, A. **Gatewatching**: collaborative online news production. New York: Peter Lang, 2005.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

CBN. **Mídia Kit**. Disponível em:
<<http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2015/06/25/CBNmai15.pdf>>
Acesso em: 15 de agosto de 2016.

CBN. **Mídia Kit 25 Anos**. Disponível em:
<http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2016/10/27/Midia-Kit_CBN_set-16_25_Anos.pdf>. Acesso em: 15 de agosto de 2017.

FERRARETTO, L. A. **Rádio**: teoria e prática. 1 ed. São Paulo: Summus, 2014.

GANS, H. J. **Deciding what's news**: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York: Vintage, 1980.

GASHER, M. Mapping the Online News World: a News-flow Study of Three U.S. Dailies. In: GASHER, M (org.). **The Geography of Journalism**. Aether – The

Journal of Media Geography, v.4, March 2009. Disponível em: <http://mgm.arizona.edu/sites/default/files/volume_04.pdf> Acesso em: 18 julho de 2017.

HAESBAERT, R. **Territórios Alternativos**. São Paulo: Contexto, 2006.

HALL, S. et al. A produção social das notícias: o mugging nos mídia. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999.

HEROD, A. **Scale**. New York: Routledge, 2011

HOLZER, W. Mundo e lugar: ensaio de geografia fenomenológica. In: Marandola Jr., E.; Holzer, W.; Oliveira, L. **Qual o espaço do lugar?** São Paulo: Perspectiva, 2012, p. 281-304.

KISCHINHEVSKY, M.; CHAGAS, L. J. V. **Diversidade e Pluralidade de fontes no jornalismo da BandNews Fluminense FM**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. Anais... São Paulo: Faculdade Casper Líbero, 2017.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.

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

MASSEY, D. **Pelo espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

MEDITSCH, E. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. P. S. da (orgs.). **Jornalismo e acontecimento**. Florianópolis: Insular, 2010.

MEDITSCH, E. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

MICK, J.; LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. 2013. Disponível em: <<http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>>. Acesso em: 16 de agosto de 2017.

MILL, J. S. **Sobre a Liberdade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1991.

MOLOTCH, H & LESTER, M. A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999.

NEVEU, É. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NIELSEN, G. M. Framing dialogue on immigration in the New York Times. In: GASHER, M. (org). **The Geography of Journalism**. Aether – The Journal of Media Geography, vol. IV, March 2009. Disponível em:

http://mgm.arizona.edu/sites/default/files/volume_04.pdf. Acesso em: agosto de 2017.

HOWE, P. D. Newsworthy Spaces: The Semantic Geographies of Local News. In: GASHER, M. (org). **The Geography of Journalism**. Aether: the journal of media Geography, v. 4, mar. 2009.

PINTO, M. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade**. Braga, Universidade do Minho, v. 14, p. 277-294, 2000.

POOLEY, J. D. Communication Theory and the Disciplines. In: Jensen, K. and Craig, R. **The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy**, 2016.

RAWLS, J. **Uma Teoria da Justiça**. Tradução de Almiro Pisetta e de Lenita Maria Rímoli Esteves. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

REESE, S. D. The new Geography of Journalism Research: Levels and spaces. **Digital Journalism**, vol. 4, n. 7, 2016.

RUTILI, M. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência**: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2014.

SILVEIRA, M. L. Escala geográfica: da ação ao império? **Terra Livre**, Ano 20, v. 2, n. 23, 2004, p. 87-96.

SANT'ANNA, F. **Mídia das fontes**: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009

SANTOS, M. **A natureza do espaço**. São Paulo: EDUSP, 2006.

SCHIMITZ, A. A. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

SHOEMAKER, P. J.; VOS, T. P. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Editora Penso, 2011.

SODRÉ, M. **O terreiro e a cidade**: a forma social negro-brasileira. Petrópolis: Vozes, 1988.

TOCQUEVILLE, A. de. **A democracia na América**. Tradução: Eduardo Brandão. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili, 1983.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2009.

ZELIZER, B. **Taking Journalism Seriously**. Thousand Oaks: Sage, 2004.

“No Puedes Comprar Mi Vida”: Calle 13, as representações do continente na narrativa musical de *Latinoamérica* e o ambíguo contexto porto-riquenho

“You Can’t Buy My Life”: Calle 13, the representations of the continent in the *Latinoamérica* musical narrative and the ambiguous Puerto Rican context

IVAN BOMFIM

Professor do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, Paraná, Brasil. Pós-doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos, Brasil. E-mail: ivanbp17@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0003-3109-5017.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

BOMFIM, Ivan. “No Puedes Comprar Mi Vida”: Calle 13, as representações do continente na narrativa musical de *Latinoamérica* e o ambíguo contexto porto-riquenho. *Contracampo*, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 69-90, abr. 2018/jul. 2018.

Enviado em 02 de setembro de 2017 / Aceito em 25 de abril de 2018

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1082>

Resumo¹

O presente artigo reflete sobre a complexidade do contexto sociocultural envolvendo Porto Rico e a identidade latino-americana. Para tanto, construo análise contextual acerca das representações mapeadas na narrativa musical *Latinoamérica*, do grupo Calle 13. A partir de uma concepção multidisciplinar, aciono teóricos como Lefèbvre (1980), Quijano (1993; 2000), Hall (1998) e Janotti Jr. (2004) para discutir os produtos musicais em âmbito midiático, constituindo-se como espaços que, ao se relacionarem a temáticas como modernidade e identificação nacional e cultural, engendram tensões e disputas ideológicas históricas.

Palavras-chave

Porto Rico; Identidade latino-americana; Representações; Narrativa musical; Nueva Canción latinoamericana.

Abstract

The present article reflects on the complexity of the sociocultural context involving Puerto Rico and the Latin American identity. To do so, I construct a contextual analysis about the representations mapped in the musical narrative of *Latinoamerica*, of the group Calle 13. From a multidisciplinary perspective, I apply theorists such as Lefèbvre (1980), Quijano (1993; 2000), Hall (1998) and Janotti Jr (2004) to discuss music products in the media sphere, constituting themselves as spaces that, when related to themes like Modernity and national and cultural identification, engender historical ideological tensions and disputes.

Keywords

Puerto Rico; Latin American identity; Representations; Musical Narrative; New Latin American Song.

¹ Versão distinta deste estudo foi apresentada no V CoMúsica, seminário realizado na Unisinos (São Leopoldo, RS), em agosto de 2017.

Introdução

Imersos na cultura pop de caráter global, nos identificamos com um universo composto por um sem número de referências adquiridos via música, cinema, televisão e todos os tipos de comunicação midiática. Compartilhamos significados que sobrepõem fronteiras nacionais, gerações, gêneros, religiões etc. A contemporaneidade é composta pelo emaranhado de sentidos e significados engendrados na dimensão temporal concebida pelas estruturas políticas, sociais, culturais, econômicas e históricas cujas características se tornam visíveis e perceptíveis no esteio dos processos midiáticos.

Como a música pode refletir disputas ideológicas, relacionadas a construções identitárias e sistemas de hegemonia político-social? Busco investigar a questão por meio de *Latinoamérica*, canção da dupla de hip-hop porto-riquenho Calle 13 que faz parte do disco “Entren los que quieren”, de 2011. O trabalho foi lançado em um momento decisivo em relação ao futuro político de Porto Rico, um Estado livre associado aos Estados Unidos (configurando-se território semiautônomo). Sob perspectiva multidisciplinar, realizo análise das representações sobre a América Latina que constituem a narrativa musical² em debate e sua correlação com a situação porto-riquenha, refletindo sobre como a temática identitária acionada é intercrucada a projetos de transformação social e política.

Narrativas musicais, identidade e representações

Baseado na ideia de Napolitano (1998), historiador que aborda temáticas culturais, de que a ação analítica sobre a produção musical demanda atenção ao texto (a canção), contexto e pretexto de produção, procuro efetivar pesquisa que contemple aspectos relativos ao estudo de *Latinoamérica* e seu “entorno”, no âmbito da cultura da mídia. Conforme Kellner (2011), as produções culturais apresentam dimensão ideológica e são relativas a lutas e interesses de diversos tipos (econômico-financeiros, políticos etc.). Há que se fazer a crítica das mensagens para entender como a produção, reprodução e mobilização de representações incorrem em processos de identificação, de forma a apreender a estruturação de poderes, hegemonias e ações de resistência em relação ao âmbito sociocultural. Isso deve ser pensado em uma investigação contextual, na qual

² Opto por não analisar o videoclipe da canção por buscar enfoque mais relacionado à produção midiática de viés sonoro, conformadora do que se conhece por música popular massiva – a produção audiovisual citada apresenta uma interpretação própria da canção, exposta em belíssimas imagens, mas que desviaria a atenção em relação a espectros históricos, sociais e políticos que intenciono abordar (embora faça parte, certamente, do ecossistema midiático ao qual a canção pertence).

elementos como temporalidade e memória são entremeados à ordem político-social vigente.

As formas cultural-midiáticas estruturam entendimentos da realidade que podem ser consideradas narrativas. Conforme Ricoeur (1997), estas são processos que integram elementos em uma trama e que servem à composição de significado interno e externo da mesma, posicionando-a em referência a um enredo mais abrangente. Morigi e Bonotto (2004), tratando das narrativas no espectro musical, consideram que estas inter cruzam as dimensões de experiência inteligível e sensível, e os sentidos que disseminam trazem as configurações do contexto de geração. Constituem-se também fontes de saber, seja este relacionado a investigações sociais ou como elemento referencial acerca da cultura, identidade e memória de um grupamento social, como no caso do cancionero tradicionalista.

(...) a narrativa musical, ao expressar os sentimentos coletivos através de uma linguagem poética e metafórica, faz parte da história e da cultura de um povo. Só que, por ser de natureza poética e metafórica, a narrativa musical traz em seu bojo também uma significação não apenas da ordem do racional, mas também de ordem afetiva (MORIGI e BONOTTO, 2004, p. 148).

A partir da questão da narrativa musical em âmbito midiático, projeto a investigação das representações que compõem *Latinoamérica* com a concatenação de uma metodologia multidisciplinar. Pensando a canção popular massiva (ou seja, como produto midiático), Janotti Jr. (2004) traça uma cartografia analítica estruturada na investigação de *gênero musical, performance, afeto e ritmo*, que ajudará na constituição da pesquisa ora realizada. Embora não aplique a estrutura de Janotti Jr. de maneira esquemática, faço uso das ideias do pesquisador no exame da canção do Calle 13, tendo como panorama os processos envolvidos na produção e consumo dos produtos midiático-sonoros.

A investigação dos contextos de *Latinoamérica* deve focar a constituição das representações que esta mobiliza, relativas de forma ampla ao universo referencial latino-americano. Para tanto, utilizo o conceito de representação desenvolvido por Lefèbvre (1980). O teórico sustenta que o poder destas estruturas cognitivo-sociais encontra-se em sua existência específica, uma realidade/idealidade: tais estruturas formulam-se como uma presença na ausência, ocasionada pela existência de afetos e/ou saberes a elas vinculados. "Assim se compõem pequenos mundos ao mesmo tempo interiores (aos 'sujeitos') e exteriores (objetivos por serem sociais e por incluir relações com os 'objetos')" (LEFÈBVRE, 1980, p. 90, tradução do autor). As representações possuem, concomitantemente, natureza social, psíquica e política. Como forma de mediação

entre duas instâncias, são fatos oriundos das palavras e das práticas sociais, e realizam a ilusão de totalidade com a qual o mundo social se efetiva: formam conteúdos, atuam na composição de significados e, por serem relacionadas à linguagem, têm na prática social espaço destacado. Lefèbvre (1980) postula uma concepção triádica para entendimento das representações, relacionando os horizontes do vivido (subjetividade, interações sociais) e do percebido (conhecimentos teóricos institucionalizados) ao do concebido (aquilo que estrutura e resulta desse contato), implicando a dinâmica representante, representado e representação. O ato de representar expressa as concepções que diversos grupos sociais constroem sobre si e sobre outros.

A vinculação a valores condiciona posições de hegemonia: toda representação incorre em valoração motivada pela esfera do sensível. Para Lefèbvre, o conjunto de representações cuja composição abdica da esfera do vivido se formulará como ideologia. A abstração representativa deve ser compreendida pela convergência a termos concretos, como instituições, arquétipos e símbolos – no caso apresentado, o pertencimento a uma determinada identidade de viés nacional. Frith (1996) nota que a identidade é sempre um ideal, e que a dimensão musical permite uma experiência real do que esta utopia poderia ser. Valores, práticas, experiências, éticas e estéticas estruturam um horizonte interpretativo primordial para compreender essa relação. O teórico pondera que a música é o produto cultural que possui maior capacidade de transcender fronteiras geográficas e definir lugares, o que implica na importância de compreensão da dimensão de territorialidade que as expressões musicais apresentam.

“Música urbana”: a miríade sonora de Calle 13

Explorando as representações na produção musical, enfoca-se a obra *Latinoamérica*, do duo porto-riquenho Calle 13 e parte do álbum “Entren los que quieran”, de 2011. Surgido em 2004, contava com os meio-irmãos René Pérez Joglar (Residente) e Eduardo Cabra Martínez (Visitante), além da participação constante de Ileana Cabra Joglar (PG-13). O grupo gravou cinco álbuns entre 2005 e 2014, conseguindo cinco prêmios Grammy e 19 Grammys Latinos. Em 2015, encerraram sua trajetória, e os ex-integrantes seguem carreira-solo. O grupo se notabilizou por misturar gêneros e estilos, como rap, rock, reguetón, cumbia, candombé, ska, entre outros. Em decorrência da dificuldade de encaixar o Calle 13 em alguma definição, a dupla acabou rotulada por parte da imprensa como “música urbana”. O termo é em grande parte referente à mistura de rap e reguetón, gêneros dominantes em sua constituição identitária – ambos são considerados

movimentos musicais de periferia que acabaram alcançando distintos estratos sociais após serem apropriados por públicos e indústrias culturais.

Para entender melhor a questão, vale recorrer a Janotti Jr. (2004). O autor sublinha a compreensão da definição dos gêneros musicais, que servem ao entrelaçamento de diversos processos relacionados à composição musical contemporânea – constituem-se como tendências para operações de valoração dos produtos, implicando formas de “demarcação” referencial, ligadas a valores de diferentes matizes (estéticos, culturais, históricos etc.), que Janotti Jr engloba em regras econômicas (direcionamento de público), semióticas (estratégias de produção de sentido) e técnicas/formais (relativas à produção e experiência de recepção).

Assim, de forma ampla, o Calle 13 é incluído no movimento hip-hop, no qual o rap é a expressão musical, mas também conta com aspectos como a dança em estilo break e o grafite, forma de desenho e arte plástica (AZEVEDO, 2001; BARBOSA, 2005). O rap, surgido como expressão de resistência da população negra dos EUA nos anos 1960-1970, foi incorporado ao espectro mercadológico a partir da década de 1980. Contudo, mesmo fazendo parte do *mainstream*, vários aspectos do gênero permanecem ligados a um imaginário de opressão e rebeldia, o que é um dos fatores de sua popularidade entre grupos de classes social e economicamente periféricas em diversas partes do mundo. A forma de enunciação dos versos busca proporcionar uma difusão rápida, direta e contundente das mensagens (rap é um acrônimo para o inglês *rhythm and poetry*, “ritmo e poesia”). Sua força como expressão cultural sustenta-se em aspectos de origem e reapropriação em diversas sociedades, sendo que a combinação de música e discurso falado alimenta a constituição de uma gama de sentidos. Sua essência – o âmago dos atributos culturais – manteve a necessidade da mobilização de representações que aludem aos temas originais, como opressão social, dificuldades da vida no espaço periférico dos grandes centros e discriminação.

A repercussão cultural e econômica do rap passa por sua condição de afetar a audiência, atingindo a dimensão das sociabilidades e possibilitando a constituição de uma estrutura de reconhecimento identitário baseada em experiências de vida individual e coletivamente traduzidas na música. Reconhecer-se no rap é atentar para um universo histórico de iniquidade via um produto que, nascido à margem dos discursos hegemônicos, tornou-se parte da industrial cultural. Os processos de produção de sentido relativos ao consumo do rap variam nos diversos contextos alcançados pelo gênero e, no caso do Calle 13, o hip-hop latino é a principal referência, o que é exposto por discursos e narrativas que versam sobre um cotidiano reconhecível de qualquer grande cidade do continente.

Ademais, os temas relacionados à vida em Porto Rico e a utilização de elementos musicais relacionados aos gêneros latino-americanos são visíveis na produção da dupla pela aderência aos referenciais do reguetón. Adaptação hispânica do original reggaeton, emerge dos fluxos transnacionais de pessoas e músicas entre Caribe, América Latina e EUA, na passagem das décadas de 1960 para 1970. Constitui-se a partir do reggae e dancehall jamaicanos, tendo influência de músicos afro-panamenhos dos anos 1980, que lhe incutiram ritmos latinos. As trocas culturais na migração de milhares de porto-riquenhos para a cidade de Nova York fizeram com que o reguetón chegasse às ilhas. Segundo Molina (2015), o gênero, assim como o rap, pode ser considerado uma “transcrição escondida”, pois “usa linguagem nativa, idiomas, sátira e códigos culturais mascarados para apresentar uma perspectiva diferente sobre a experiência latina nos Estados Unidos” (2015, p. 122, tradução do autor). O reguetón se desenvolveu nas gravações realizadas em *marquesinas*, estúdios caseiros nas periferias de San Juan e outras cidades. O estilo se torna sucesso ao trazer os problemas sociais da população, chegando os estratos sociais da classe média e da elite.

A compreensão das principais influências musicais do duo é de relevância para a análise da narrativa de *Latinoamérica*. Não por esta confirmar musicalmente a trajetória do Calle 13, mas exatamente por se apresentar como uma criação esteticamente distinta. A obra apresenta sonoridade e temática que a aproximam do movimento *Nueva Canción Latinoamericana*, também conhecido como “música de protesto” ou “canção engajada” das décadas de 1960 e 1970. De fato, o vocalista Residente declarou ter se inspirado na cantora argentina Mercedes Sosa para escrever a música.

A *Nueva Canción* apresenta características que coordenam interação entre ambientes doméstico e internacional. O contato com tradições de cada país faz com que nomes como os argentinos Atahualpa Yupanqui e a supracitada Sosa, a chilena Violeta Parra, os uruguaios Alfredo Zitarrosa e Los Olimareños e a mexicana Amparo Ochoa trouxessem visibilidade a fundamentos musicais populares. A incorporação do diálogo com diferentes legados reflete na construção de projetos de integração artística e assume identidade de viés continental, com identificações nacionais e regionais interagindo. Estimula-se a construção de redes transnacionais, fomentando novas configurações pelo engendramento entre política e cultura.

A atualização e renovação do repertório folclórico postulam a manutenção das sonoridades tradicionais, mas entremeadas à inovação pelo cruzamento com referências modernas. Há a incorporação de temáticas sociais, como a denúncia das dificuldades dos trabalhadores urbanos e rurais, o que abre caminho para uma

politização mais pronunciada. A maioria dos países latinos estava à época sob o jugo de ditaduras, e muitos músicos foram perseguidos. Ademais, junto ao sentimento de solidariedade, a *Nueva Canción* expõe a relevância do domínio cultural na discussão das estratégias revolucionárias: a canção popular é vista como meio de expressão de ideias, e a arte como instrumento de formação de consciências, de intervenção no debate público e divulgação massiva de ideais políticos.

Complexas identidades: América Latina e Porto Rico

A compreensão da narrativa de *Latinoamérica* demanda estudo sobre as configurações do que compõe a identidade latino-americana e a complexidade das relações entre porto-riquenhos e o continente. Examino, de maneira transversal, as temáticas envolvidas na constituição dos universos da América Latina e de Porto Rico, para compreender referenciais identitários em meio a interpretações históricas e processos políticos. Posteriormente, avanço no questionamento das racionalidades que alicerçam cosmovisões estruturais.

América Latina: unidade heterogênea

Para tentar entender a *Latinoamérica* do Calle 13, faz-se necessário trazer processos históricos e sociopolíticos da formação da América Latina, de maneira a examinar os elementos que se mesclam na formação da identidade versada pelos músicos porto-riquenhos. O grupo de Estados colonizados por Portugal e Espanha, forjado em contraste com a América Anglo-Saxônica, diz Rouquié (1991), possui a denominação *Latina* por influência francesa, visto que sua presença cultural entre as elites do “novo mundo” era marcante. Porém, o estrato latino era correspondente aos poderosos e oligarcas, na medida em que “*los de abajo*”, como indígenas e negros (traficados como mão de obra escrava), estavam distantes dessa concepção – e mesmo reagem negativamente a ela. A colonização se estruturou, inicialmente, na disputa entre os reinos de Portugal e Espanha, com dois processos apresentando consideráveis disparidades, em especial pelo caráter mais mercantil e menos religioso da empreitada lusitana. Todavia, Fernandes (1998) analisa que, economicamente, as diferenças foram mínimas, pois as elites latino-americanas tiveram as mesmas motivações e procedimentos.

Uma organização aristocrática, oligárquica ou plutocrática da sociedade sempre concentrou extremamente a riqueza, o prestígio social e o poder em alguns estratos privilegiados. Em consequência, a institucionalização política no poder era realizada com a exclusão

permanente do povo e o sacrifício consciente de um estilo democrático de vida (p. 95).

Os colonizadores mantiveram uma ordem social na qual a organização fosse subserviente aos interesses da metrópole. A exploração, com o passar do tempo, tornou-se secundária, já que, devido à condição menos desenvolvida de suas economias, os países ibéricos eram financiados por locais como Veneza, Holanda e, principalmente, Grã-Bretanha. Após as independências no início do século XIX, os antigos financiadores passaram a “parceiros” das nações recém-nascidas, ao mesmo tempo em que os Estados Unidos ocupam o espaço de potência continental. Nessa dinâmica, as elites contribuíram decisivamente para a afirmação da posição latino-americana no mundo.

O esforço necessário para alterar toda a infraestrutura da economia parecia tão difícil e caro que (...) suas elites no poder preferiram escolher um papel econômico secundário e dependente, aceitando como vantajosa a perpetuação das estruturas econômicas construídas sob o antigo regime (idem, p. 98).

A instalação de empresas multinacionais a partir do século XIX com o início do capitalismo corporativo foi vista como impulso ao desenvolvimentismo, mas posicionou a América Latina em papel servil na estrutura econômica global – a modernização é incentivada, mas não efetiva lógica de autonomia. Para Fernandes (1998), o atraso e os laços “inquebráveis” com as potências econômicas montam o painel da realidade no continente. Rouquié (1991) considera que traços como a concentração da propriedade da terra, singularidade dos processos de modernização e amplitude dos contrastes regionais são próprios da região. Sua unicidade poderia ser observada em “um destino coletivo forjado por evoluções paralelas, uma mesma pertinência cultural ao Ocidente e uma dependência multiforme em relação a um centro único situado no mesmo continente” (p. 30).

A especificidade de Porto Rico

No cenário histórico de constituição da América Latina, a origem de Porto Rico como unidade política remonta ao final do século XIX – com a derrota da Espanha para os EUA na guerra de 1898, o arquipélago passou à tutela norte-americana. Seus cidadãos têm, desde 1917, cidadania estadunidense, podendo votar em eleições caso habitem o país. Em 1952, Porto Rico passa a ser considerado um território livre-associado aos EUA, o que, segundo Baggio (1998), concede certa autonomia, mas mantém a dimensão colonialista da relação, pois as

ilhas não se tornam nem unidade da federação norte-americana, nem um Estado soberano. Apesar da permissão para elaboração de Constituição para gestão interna, o governo de San Juan está sujeito ao Congresso dos EUA através da cláusula territorial: sua soberania cabe ao Legislativo estadunidense e os poderes existentes na ilha são revogáveis.

Conforme Meléndez (1993), os EUA implementaram, desde o início de sua presença, um programa de “americanização” voltado a desenvolver (conforme seus interesses) instituições políticas, econômicas e sociais. A medida foi pensada diante de duas prerrogativas: a irreversibilidade da anexação de Porto Rico ao país e a necessidade de “acoplar” a sociedade *borícuca* à norte-americana. A americanização foi assentada sob a “noção de superioridade da sociedade estadunidense e da raça anglo-saxã (...). Porto Rico, de uma estirpe latina e ‘tropical’, deveria envolver-se no ‘espírito’ anglo-saxão” (MELÉNDEZ, 1993, p. 56). As medidas incluíram desde o desenvolvimento de relações econômicas a tentativas de impor o ensino de inglês como língua oficial, o que desgastou a relação entre governantes e governados e alimentou o movimento independentista.

A administração norte-americana empreendeu fortemente contra o independentismo, afirmando que o projeto era tanto inviável quanto não desejável. Entre os argumentos estavam o pequeno território, uma população “escassa e atrasada”, a deficiência em recursos naturais e tecnológicos, uma suposta incapacidade de autogovernar-se em conjunto às “tradições latinas” de governos não democráticos e a incapacidade de se defender militarmente, diz Meléndez (1993). Com a não concretização da incorporação aos EUA, o arquipélago se vê em um limbo institucional: não é anexado pela potência à qual é “associado” e também não tem perspectiva de se constituir enquanto uma organização soberana.

A realidade porto-riquenha possui elementos particulares dentro do contexto latino-americano: um país duplamente colonizado, em diferentes momentos, por países com culturas diversas. Porto Rico é marcado por uma profunda contradição: a manutenção de uma cultura mestiça, com fortes raízes hispânicas e africanas, ao lado da subordinação econômica e política aos Estados Unidos. Como permanecer sendo porto-riquenho, sem alcançar a soberania política? (BAGGIO, 1998, p. 8).

A perspectiva de Baggio acerca da complexidade identitária porto-riquenha possibilita problematizar as representações da América Latina no texto em análise, visto que a disputa entre independentistas e anexionistas continua moldando a realidade local. Em 2012, foi realizado um referendo com duas questões: na primeira, sobre a mudança de status jurídico do território, 54% da população demandou o fim do modelo de Estado-livre associado; na segunda, a ser

respondida pelos que votaram na opção anterior, os números apontaram 61% de apoio para a integração aos EUA, constituindo-se como 51º estado norte-americano (33,3% optaram pela associação livre, e 5,5% pela independência). O líder eleito das ilhas, o independentista Alejandro García Padilla, recomendou que a segunda pergunta fosse deixada em branco, como protesto.

Todavia, a decisão não era vinculante e, apesar das declarações simpáticas do então presidente dos EUA, Barack Obama, a incorporação não apresenta perspectiva de resolução. Uma das causas é a resistência de grande parte dos congressistas norte-americanos em permitir o livre acesso de cidadãos porto-riquenhos ao território estadunidense, condição *sine qua non* para a incorporação. Em ação contrária à lógica do referendo de 2012, o Senado de Porto Rico aprovou, em 2015, uma lei declarando o espanhol como primeira língua oficial, relegando o inglês à posição secundária – em 1993, o idioma havia sido equiparado como oficial, embora a vasta maioria da população não fale inglês.

Outro referendo aconteceu em 2017, com 97% dos votantes optando pela incorporação aos EUA. Todavia, somente 23% dos eleitores foram às urnas, expondo baixa confiança e pouca motivação com o processo eleitoral. Os eventos de 2012 e 2017 integram longa lista: desde 1951, foram realizadas 14 consultas. Enquanto o Congresso norte-americano não põe fim ao imbróglio, os porto-riquenhos são mantidos como cidadãos de segunda classe, pois pagam impostos mas recebem menos verbas do que os Estados norte-americanos, além de só poderem votar em eleições presidenciais caso residam em território estadunidense.

Distintas racionalidades, diferentes temporalidades

Os fatores expostos pelas racionalidades políticas e econômicas são de grande relevância para o delineamento da concepção histórica da dimensão colonialista, na qual o Ocidente, ao se instituir como referente universal, é tomado como parâmetro de normalidade. Quijano (1993) observa que a razão instrumental erigida pela/na Modernidade faz com que racionalidades dissonantes sejam consideradas não racionais (atrasadas, primitivas), e a interpretação teleológica da realidade induz à percepção de um espaço “subdesenvolvido” ou “em desenvolvimento”, nomenclaturas que indicam estágio biológico de inferioridade. As relações metrópole-colônia estabelecidas a partir do século XV sofrem as consequências da conformação da Modernidade como movimento de subjetividade social: a racionalidade moderna implica tanto promessas de libertação quanto novas formas de dominação, com a instrumentalização do poder, denominada “modernização”. Tudo que não se encaixa neste novo ordenamento cognitivo-

sociocultural-político se torna problemático para a hegemonia da razão instrumental, definida por Quijano (1993) como a associação entre razão e dominação.

O estabelecimento dos Estados nacionais no continente latino-americano é tensionado pela conformação da hegemonia dos referenciais ocidentais. Essa, diz Quijano (2002), é articulada sobre quatro eixos principais: a colonialidade do poder (sua relação com conceitos de raça); o capitalismo como sistema global de exploração social; o Estado (e o contemporâneo Estado-nação) como núcleo de autoridade coletiva; e o eurocentrismo como sistema hegemônico de controle da subjetividade/intersubjetividade, principalmente em relação à construção de conhecimento. Neste encadeamento, temos diversos processos de construção identitária – a concepção de pertencimento afetivo a um país é primordial para a instituição e legitimação de um Estado nacional.

A identidade nacional é uma forma de organização que surgiu intrinsecamente ligada à Modernidade e, de maneira marcante, reproduz-se como a continuidade de uma comunidade pré-moderna. Como afirma Hall (1998), a identidade nacional é um discurso, calcado na construção de narrativas que arregimentem um entendimento comum do que é a “nação”. A construção de uma identificação nacional é apoiada na emocionalidade, naquilo que será tido como significativo para a compreensão de uma ilusória realidade total. No caso da nacionalidade, a formação de um conjunto de referenciais passa pela concepção de um “espírito nacional”, uma cosmovisão que consiga estabelecer como primordial a conformação de uma estrutura política soberana que expresse o desejo de autodeterminação de um povo. Como toda dimensão identitária, é uma delimitação entre “nós” e “eles”, uma indicação de alteridade.

Porém, aqui se pode começar a traçar caminhos para o entendimento das representações em *Latinoamérica*, processo que passa pela ciência de que a multiplicidade sociocultural do continente se torna um de seus principais elementos. Quijano (1993, p. 23) afirma que a identidade latino-americana “é uma complexa história de produção de novos sentidos históricos, que partem de legítimas e múltiplas heranças de racionalidade”. Os distintos grupos que compõem as sociedades latino-americanas trazem diferentes perspectivas de interpretação da realidade, apoiados em matrizes cognitivas próprias. A composição destas é um processo histórico e social, que dá origem a maneiras particulares de consciência acerca do tempo, da memória, do eu e do outro. O tempo, que a partir da história na Europa e nos EUA é percebido como dimensão sequencial – a imparável marcha do espírito humano de Kant – na história da América Latina funde sequência e simultaneidade.

A amálgama das temporalidades pode ser apreendida na constituição da mestiçagem, traço de expressiva parte da população latina. As diferentes crenças religiosas se sincretizam, as heranças culturais se mesclam, os ritmos musicais se influenciam e transformam-se em novas expressões. Todavia, os sistemas de poder hegemônicos – políticos, econômicos e também socioculturais – refletem a histórica composição colonialista do território da América Latina. A tentativa de escapar dessa configuração estrutural (ou, de certa forma, criar uma alternativa) em uma situação localizada – o Estado semiautônomo de Porto Rico – é o principal esteio da produção da narrativa de *Latinoamérica*.

As representações em *Latinoamérica*

Em termos de sonoridade, *Latinoamérica* bebe diretamente das referências do movimento *Nueva Canción* dos anos 1960 e 1970. Embora a vocalização de Residente siga, em grande parte, a forma rap, há diversas variações de canto, e a participação das cantoras Totó La Momposina, da Colômbia, Susana Bacca, do Peru, e Maria Rita, do Brasil, sublinha a importância do canto melódico. Além disso, o arranjo que combina orquestração e diversos instrumentos folclóricos de países do continente (como marimba, charango e cajón), tocados pelo músico argentino Gustavo Santaolalla, produz uma sonoridade de matizes líricos, cujos sentidos parecem buscar aproximar-se da ode à natureza diversas vezes trazidas na letra, afastando-se da urbanidade presente na maioria dos trabalhos do grupo.

A dimensão do sensível é metaforizada em diversos momentos, com a percussão tomando conta da melodia e emulando o bater de um coração. Para Janotti Jr. (2004), o espectro rítmico constitui uma “ideologia da audição”, estruturando formas de apreensão do produto sonoro. O ritmo atua na organização narrativa, constituindo um encontro entre métrica e audição da canção. “A música sugere modos de estruturação do tempo. As acentuações, os tempos forte e fraco, as ‘batidas’ estão relacionadas ao modo como experienciamos uma parte de nosso cotidiano” (p. 200). Nessa conformação, *Latinoamérica* demonstra uma frequência rítmica contundente, que apresenta características contemplativas – em especial pelo uso de instrumentos musicais andinos – e participativas, com o destaque dos elementos percussivos e cantos das artistas convidadas, além do vocal urgente em diversos momentos.

A obra apresenta um narrador em primeira pessoa, com enunciação construída como se fosse a própria América Latina cantando sua história. A voz do continente se concentra em três temáticas principais: a) a luta do povo; b) os resultados da exploração histórica; e c) a pujança da natureza. Estes temas

motivam a formação, reprodução e mobilização de sentidos acerca do espaço latino, em panorama histórico e contemporâneo, sendo que os costumes e tradições servem como elemento integrador: é a partir dessas práticas sociais e culturais que as características e ideais coletivos são visibilizados. As referências sociais, culturais, políticas, históricas e econômicas não aparecem em uma ordem cronológica linear, mas são distribuídas ao longo da música, formando um universo de realidade particularizado, no qual a importância dos acontecimentos é dada pelo território em si.

Observo a formação de oito matrizes representacionais de sentido, sendo estes compostos pelos acontecimentos, processos ou fenômenos sociais e naturais descritos textualmente: exploração econômica/social; natureza/clima; geografia; resistência/coragem; costumes/cultura; política/história; comunidade e mercantilização. Os primeiros versos dão a ver duas dimensões essenciais ao entendimento da narrativa e das representações mapeadas:

*Soy, soy lo que dejaron
Soy toda la sobra de lo que se robaron
Un pueblo escondido en la cima
Mi piel es de cuero, por eso aguanta cualquier clima
Soy una fábrica de humo
Mano de obra campesina para tu consumo*

Nos primeiros versos, o vocalista porto-riquenho afirma simplesmente “sou”, para depois completar “sou o que deixaram, sou toda a sobra do te roubaram”. O primeiro enunciado é afirmar-se latino-americano, e, depois, caracterizar que, por consequência, compõe-se como resultado da exploração. Em seguida, Residente alude à resistência do povo, mas também à visão dos trabalhadores como indivíduos descartáveis na engrenagem da produção. Essa percepção é constante: a resiliência dos latinos frente ao desrespeito por seus direitos e o pouco valor dado à sua vida no cômputo das relações de poder, em especial nas dimensões econômica e política.

A situação é sintetizada posteriormente no verso “sou o desenvolvimento em carne viva”, que entrecruza a noção econômica de desenvolvimento às consequências suscitadas pela efetivação da racionalidade instrumental, na qual a busca pelo valor mercadológico escamoteia as dimensões de exploração da desigualdade – com a manutenção das discrepâncias socioeconômicas como base deste projeto. O rechaço a uma existência puramente material, baseada no consumo, é visível na afirmação da importância da natureza para o modo de vida, costumes e crenças dos latinos. O refrão, cantado por Totó La Momposina, Susana

Baca e Maria Rita, visa deixar claro que na força do meio ambiente se encontra o âmago da resistência e da força dos habitantes do continente.

*Tú no puedes comprar el viento
Tú no puedes comprar el sol
Tú no puedes comprar la lluvia
Tú no puedes comprar el calor
Tú no puedes comprar las nubes
Tú no puedes comprar los colores
Tú no puedes comprar mi alegría
Tú no puedes comprar mis dolores*

No que tange à natureza, constitui-se uma dinâmica de topofilia, com as configurações naturais do continente sendo vislumbrados como espaço de dádiva. A letra cita elementos como a chuva, o frio, as montanhas, o sol, o vento e o mar de maneira a declarar estas manifestações naturais e climáticas como únicas e especiais: o sol que ilumina o continente é o mais brilhante, o vento penteia gentilmente o cabelo, a neve maquia as montanhas, o pulmão respira o ar mais puro etc.

Embora o tom político seja a principal força-motriz, é na parte final que a mensagem se torna mais expressiva. Com atenção ao aspecto da performance destacado por Janotti Jr. (2004), é notável o processo de “corporificação” da voz por meio do canto, implicada na personalização interpretativa da mensagem sonora. A música ganha em emocionalidade à medida que o canto de Residente se torna mais pujante ao falar dos laços comunitários que dão força aos latino-americanos, permitindo-lhes sobreviver à exploração e dotando-os da capacidade de enfrentar as maiores adversidades (metaforizadas em *marullos*, “marés” em português) – o corpo do vocalista, evidenciado pela entonação e ritmo, é parte significativa da construção da mensagem. O ápice se dá na valorização da coragem daqueles que lutaram contra o autoritarismo ao fazer referência direta à Operação Condor, ação de repressão política e de terrorismo de Estado coordenada entre as ditaduras sul-americanas e a CIA, agência de inteligência dos EUA. A potência do norte é o interlocutor oculto a quem o vocalista se dirige:

*Trabajo bruto, pero con orgullo
Aquí se comparte, lo mío es tuyo
Este pueblo no se ahoga con marullo
Y se derrumba yo lo reconstruyo
Tampoco pestañeo cuando te miro
Para que te recuerde de mi apellido
La operación Condor invadiendo mi nido
Perdono pero nunca olvido (¡oye!)*

Os versos de encerramento são cantados pelas artistas convidadas, sendo que Maria Rita canta em português (apropriadamente, “vozes de um só coração”). Há uma junção de panoramas: a concepção do chamado à ação contra as desigualdades e exploração é, também, uma convocação aos *borícuas* para se integrarem ao espaço latino-americano, interpretando a história narrada como sua própria história.

*Vamos caminando
Aquí se respira lucha
Vamos caminando
Yo canto porque se escucha
Vamos dibujando el camino
(Vozes de um só coração)
Aquí estamos de pie
¡Que viva la América!
No puedes comprar mi vida*

É visível a constituição de uma dinâmica narrativa que permite a manifestação de afetos. Estes, segundo Janotti Jr., são visibilizados por meios dos processos de produção de sentido que influenciam na apropriação do produto midiático-sonoro, imiscuidos em sua superfície, “nos vestígios dos valores, na manifestação de gostos” (2004, p. 197)”, e nas estruturações discursivas que o abrangem. A constituição de afetividades se vê relacionada, aqui, às situações e processos experienciados em conjunto, como latino-americanos. Há um processo de identificação, calcada nos aspectos – positivos e negativos – da vida em comum nesta porção territorial destacados pelas representações na canção. Na visão do Calle 13, as dificuldades e as benesses, a rica cultura e a exploração/colonização histórica são elementos que todos os *borícuas* compartilham.

A latinidade porto-riquenha de Calle 13

Na engrenagem da canção massiva, embora seja necessário relativizar a questão da autoria, como sustenta Janotti Jr. (2004), a trajetória de vida dos integrantes do Calle 13 nos ajuda a pensar a importância do imaginário latino-americano na busca de uma identidade nacional porto-riquenha. É sintomático que o último verso de *Latinoamérica* seja justamente “*no puedes comprar mi vida*”, tendo em vista que a canção se constitui em uma forte crítica à racionalidade da sociedade de consumo. Porém, as filiações políticas dos integrantes do Calle 13 nos permitem aprofundar a análise das representações no que tange ao contexto da ilha. Os meio-irmãos René Pérez Joglar (Residente), vocalista e letrista, e Eduardo Cabra Martínez (Visitante), músico, vêm de uma família de classe média de San

Juan politicamente ativa. A mãe de Residente, Flor Joglar de Gracia, atriz que militou no movimento soberanista *Juventud Independentista Universitaria*, casou-se com Reinaldo Pérez Ramírez, pai de Visitante, advogado que também era músico e escritor, que foi presidente da *Juventud Independentista* e membro do Partido Socialista Porto-riquenho (tendo participado de brigadas internacionais na Nicarágua do período sandinista e em Cuba).

A visão política dos integrantes do Calle 13 parece ter sido reforçada após a experiência de Residente como estudante nos EUA e na Espanha. O cantor defende abertamente a independência, tendo dado diversas entrevistas criticando a diferença de tratamento aos compatriotas. Para Residente, os Estados Unidos visam distanciar os porto-riquenhos dos latino-americanos, o que é percebido na hegemonia de produtos midiáticos exportados ao arquipélago e no empreendimento de um sistema educacional que intenciona invisibilizar a herança latina. Desde a primeira música do grupo que alcançou reconhecimento, *Querido FBI*, de 2005, com críticas à agência estadunidense pelo assassinato do líder de esquerda Filiberto Ojeda Ríos, o posicionamento do Calle 13 contra a relação neocolonial é contundente. No entanto, com “Entren los que quieran” (2011), a temática independentista se torna mais destacada.

Às vésperas do referendo de 2012, o vocalista enviou carta³ à então presidenta argentina Cristina Kirchner afirmando falar em nome dos compatriotas “que lutaram pela independência de Porto Rico, dos que ainda estão encarcerados por isso, dos que perderam suas vidas em meios a esta luta e de todos nós que hoje continuamos seu legado”. Na mesma época, em entrevista ao periódico belga *Mondiaal Nieuws*, expôs sua compreensão da relação entre o arquipélago e o continente latino-americano:

Muitos porto-riquenhos não entendem por que quero conectar Porto Rico com América Latina. Já nascemos assim, com os invasores em nossa frente e nos criamos com isso. Os EUA quiseram nos projetar a América Latina como um continente fodido. Mas está muito desenvolvida, um monte de coisas funcionam melhor que em Porto Rico⁴.

Em 2017, em entrevista ao site *El Reportero*⁵, René Joglar questionou a inércia e a arrogância norte-americana em relação às ilhas. “Eles não fazem nada. O que irão fazer com Porto Rico, que para eles é nada além de uma ilhota onde só

³ Disponível em: <https://www.clarin.com/politica/calle-cristina-colonial-puerto-rico_0_rJ3WDHXhvXg.html>. Acesso em: DIA MÊS ANO (ex: 15 abr. 2018).

⁴ <https://www.mo.be/artikel/puerto-ricaanse-calle-13-klaar-om-europa-te-veroveren>

⁵ <http://elreporterosf.com/residente-comparte-su-vision-sobre-la-independencia-de-pr/>

existem lagartos e macacos?" Em outra conversa⁶ com a imprensa, durante evento promocional de seu trabalho solo, declarou:

Não podemos depender dos Estados Unidos. Não queremos ser essa parte do casal que precisa estar pedindo dinheiro e permissão ao outro para tudo. Já sabemos que Washington abandona seus próprios Estados quando têm problemas: aconteceu com Nova Orleans, com Detroit e com Michigan. Imagine a importância que eles dariam a um Estado livre-associado.

Tomando a concepção triádica de Lefèbvre (1980) – dinâmica representante, representado e representação – pode-se postular que as experiências de vida do Calle 13 impactam expressivamente a produção de *Latinoamérica*. Integrantes de família militante pela independência, tiveram contato com ideias, costumes e valores que distam da ideologia de americanização, de grande força na sociedade porto-riquenha, especialmente por estar ligada aos interesses das elites econômico-políticas locais. O viés conservador dos laços com os EUA é oposto aos ideais independentistas, relacionados aos grupos da esquerda – o caso do pai de René e Eduardo é paradigmático.

A construção da cosmovisão política frequentemente tem grande influência do meio social do qual provém. Além da herança independentista, também são destacadas a preocupação com o investimento em educação formal e a verve artística. Residente e Visitante provém da classe média trabalhadora, habitante do bairro de Trujillo Alto, local no qual conviviam com artistas e músicos. Tendo a possibilidade de escolher, os meio-irmãos buscaram o caminho artístico via educação acadêmica: Eduardo estudou no Conservatório de Puerto Rico, e juntou-se a um grupo de instrumentistas no projeto Bayanga, o que lhe permitiu sair em turnês internacionais, principalmente entre Caribe, América Central e EUA; René, após graduar-se na Escola de Artes Plásticas de San Juan, conseguiu uma bolsa de estudos na norte-americana Savannah College of Art and Design, completando pós-graduação em Belas Artes. Depois, migrou para Barcelona (Espanha), onde se envolveu com projetos cinematográficos.

O período internacional de Residente e Visitante parece ter fomentado a consciência de que, sem um Estado com status jurídico definido, os porto-riquenhos serão sempre incompletos. O contato com indivíduos que "portam" identidades nacionais resulta em experiência da alteridade radical, simbolizada no sujeito estrangeiro; todavia, os nativos de Porto Rico não podem se definir a partir de uma nacionalidade. Enquanto têm menos direitos do que os cidadãos norte-americanos, culturalmente não se veem (e não são vistos) como integrantes dos EUA. Idioma,

⁶ https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-05-05/residente-rene-perez-calle-13-separacion-disco_1377460/

costumes, música, memórias: no caso dos *borícuas*, esses elementos são relativos a um universo simbólico latino. É possível delinear, ao menos em parte, o processo de empatia dos integrantes do Calle 13 em relação à dimensão latino-americana: músicos com raízes independentistas que cresceram em ambiente de efervescência cultural e que, em suas trajetórias internacionais, além de compartilharem referências culturais com pessoas de diferentes países, são considerados estrangeiros por aqueles que os controlam politicamente.

Essa amplitude referencial suscita, em *Latinoamérica*, a produção, reprodução e mobilização das representações baseadas em uma concepção ideológica comunitarista, que se contrapõe ao individualismo da racionalidade instrumental que sustenta a exploração em suas formas colonial e capitalista. Neste continente idealizado, os habitantes vivem em cooperação, apoiando-se diante das dificuldades. Igualmente, há uma comunhão com a natureza, sendo que esta acaba mesmo sendo considerada definidora identitária. Esta é uma das principais assertivas políticas da obra: haveria uma relação metafísica entre povo e terra, o que distingue esse espaço de qualquer outro – embora não verbalizada, existe clara alusão à ideia da *Pachamama*. Em razão desse entrelaçamento, pode-se comemorar os gols marcados pelo argentino Diego Maradona contra a Inglaterra na Copa de 1986 ou se compadecer pelas vítimas de perseguição nos regimes ditatoriais que golpearam os países latinos. Ao mesmo tempo, não é possível que o “outro lado” compre as nuvens, o vento, as cores, as alegrias e dores: ao cabo, não pode comprar essas vidas.

Considerações finais

Analisar a produção musical em perspectiva midiática é realizar um caminho no qual se entrecruzam, por diversas vezes, elementos considerados objetivos, como as ideias visibilizadas pelas letras, às dimensões do sensível, percebidas pelos efeitos subjetivos que ocasionam. As obras musicais trazem em seu bojo elementos identitários, contextos históricos, concepções de vida e de mundo, sendo esses domínios tanto entendidos quanto sentidos.

Os produtos musicais, na condição de objetos midiático-culturais, apresentam estruturas ideológicas, expressando diversas lutas simbólicas. Por vezes, trazem posicionamentos explícitos acerca de determinada temática, como no caso de *Latinoamérica*. Considerada uma ode ao continente, a canção tem o propósito doméstico de criar identificação entre porto-riquenhos e o ambiente continental. A aproximação ao movimento *Nueva Canción* em sua forma de

articulação entre as esferas artística e política é destacada, especialmente pela mudança de estilo musical empreendida pelo Calle 13 para a produção da obra.

A relação entre identificação individual/coletiva e musicalidade talvez seja uma das principais formas de manifestação visível das diferenças entre universos culturais. Ao tratar o que idealmente diferencia os latino-americanos, *Latinoamérica* se constitui como uma narrativa sobre um território explorado que, no entanto, é rico na união entre suas características naturais e a força de seus habitantes – “*un pueblo sin piernas pero que camina*”. Mas ao focar o espectro continental, a mira do Calle 13 está voltada a seu pequeno território: apesar da vinculação aos EUA, seu coração – pronunciado na percussão ao longo de toda a música – repele as concepções de mundo representadas pela potência norte-americana. Neste encadeamento, tornar Porto Rico independente é significativamente ambíguo. A conquista da soberania, na acepção mais moderna do conceito, tanto pressupõe quanto resulta na aproximação a uma conformação mítica, que une os distintos grupos que vivem do México à Terra do Fogo. De certa maneira, assim como a própria ideia de que seja possível uma estrutura que unifique milhões de pessoas sob uma única identidade, como pressupõe o discurso que sustenta qualquer Estado-nação.

Referências

AZEVEDO, Amailton. No ritmo do rap: música, oralidade e sociabilidade dos rappers. **Revista de História Oral da Unicamp (Projeto História)**. São Paulo, n.22, p. 357-379, jun. 2001.

BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

BAGGIO, Kátia. **A Questão Nacional em Porto Rico**: o Partido Nacionalista 1922-1954. São Paulo: Annablume, 1998.

BARBOSA, Patrícia Oliveira. **Rap e identidade social**: um estudo de caso. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Católica de Brasília, 2005.

FERNANDES, Florestan. Padrões de dominação externa na América Latina. In: BARSOTTI, Paulo; PERICÁS, Luiz Bernardo (Orgs.). **América Latina**: história, ideias e revolução. São Paulo: Xamã, 1998.

FRITH, Simon. Music and Identity. In: HALL, Stuart.; DU GAY, Paul. (Orgs.). **Questions of cultural identity**. London: Sage, 1996.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

JANOTTI JR., Jeder. Gêneros musicais, performance, afeto e ritmo: uma proposta de análise midiática da música popular massiva. **contemporanea – comunicação e cultura**, v.2, n. 2, p 189-204, dez. 2004.

LEFÈBVRE, Henri. **La presencia y la ausencia: contribución a la teoría de las representaciones**. México: Fondo de Cultura Económica, 1983.

MELÉNDEZ, Edwin. **Movimiento anexionista en Puerto Rico**. PAÍS: La Editorial, UPR, 1993.

MOLINA, Melinda. Calle 13: Reggaeton, Politics, and Protest. **Washington University Journal of Law & Policy**, v. 46, p. 117-147, 2015.

MORIGI, Valdir; BONOTTO, Martha. A narrativa musical, memória e fonte de informação afetiva. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 143-161, 2004.

NAPOLITANO, Marcos. Pretexto, texto e contexto na análise da canção. In: SILVA, Francisco Carlos (Org.). **História e Imagem: cinema, cidades, música, iconografia e narrativa**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

QUIJANO, Anibal. Modernidad, identidade y utopia em América Latina. **Cadernos de Sociologia da UFRGS**, n. 5, Porto Alegre, UFRGS, 1993.

_____. Colonialidade, poder, globalização e democracia. **Novos rumos**, v. 17, n. 37, p. 4-28, 2002.

ROUQUIÉ, Alain. **O extremo ocidente**. Introdução à América Latina. São Paulo: Edusp, 1991.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Campinas: Papius, 1997.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2009.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

Madonna, guerreira como Cuba

Madonna, warrior like Cuba

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

THIAGO SOARES

Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: thikos@gmail.com. ORCID: 0000-0002-1305-4273.

MARIANA LINS LIMA

Mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutoranda em Comunicação pela UFPE, Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: marianalinsl@gmail.com. ORCID: 0000-0003-2966-0179.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

SOARES, Thiago; LIMA, Mariana Lins. Madonna, guerreira como Cuba. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 91-109, abr. 2018/ jul. 2018.

Enviado em 31 de agosto de 2017 / Aceito em 05 de fevereiro de 2018

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1070>

Resumo¹

A partir das práticas do principal fã da cantora norte-americana Madonna em Cuba investiga-se como sujeitos cubanos lidam com a presença de ícones da cultura pop anglófila na ilha. Aponta-se um conjunto de tensões sobre a presença de objetos de fãs no país socialista desvelando um modo particular de globalização que parece negociar os fluxos do capital transnacional com a singularidade do regime de Estado cubano. Demarca-se, a partir da memória do fã, um itinerário que nos leva ao programa de televisão Colorama, uma espécie de "MTV cubana". Postula-se que o consumo cultural de artefatos de Madonna na ilha pode ser percebido como uma dinâmica de resistência, negociação e solidariedade de comunidades de fãs que se conectam através da rede social Facebook.

Palavras-chave

Música pop; Globalização; Consumo; Cultura de fãs; Madonna.

Abstract

Through the practices of the main fan of the US singer Madonna in Cuba, we investigate how cubans deal with the presence of Anglo-American icons of pop culture on the socialist island. A set of tensions about the presence of fan objects in the country is pointed out revealing a particular form of globalization that seems to negotiate the flows of transnational capital with the singularity of the Cuban state regime. From the memory of the fan, an itinerary takes us to the TV program Colorama, a kind of "cuban MTV". It postulates that the cultural consumption of Madonna artifacts on the island can be perceived as a dynamic of resistance, negotiation and solidarity of communities of fans that connect also through the social network Facebook.

Keywords

Pop music; Globalization; Consumption; Fan culture; Madonna.

¹ Versão preliminar deste texto em inglês foi apresentada na *Fan Studies Network Conference*, em julho de 2017, na cidade de Huddersfield (Inglaterra), como parte integrante do Simpósio *Fandom & Power*.

Introdução

Às segundas-feiras, precisamente às 23h, o jovem Alberto Arcos, de 14 anos de idade, se senta diante do aparelho de televisão em preto e branco, na sala de sua casa na cidade de Holguín, a leste da ilha de Cuba, para assistir ao programa *Colorama*, revista eletrônica jovem voltada para lançamentos de videoclipes nacionais e internacionais, exibido pela emissora Tele Rebelde. O ano é 1992, Cuba passa pelo que historiadores chamam de “Período Especial”², ou seja, o momento histórico de fim da União Soviética, crise do socialismo e “abandono” do país pelo “bloco socialista”, acarretando num isolamento da ilha nos jogos da política internacional. Com o embargo econômico dos Estados Unidos em pleno vigor, Cuba passa por um dos momentos de maior cerceamento de produtos de primeira necessidade. Falta de tudo nas “tiendas”, de leite a papel higiênico, de carne a desodorante.

Assistindo ao programa *Colorama*, entre um videoclipe de música latina e outro, eis que Alberto vê um vídeo em que penas se abrem (como numa espécie de show de cabaré) e homens (alguns negros) estão como estátuas, em poses altivas, entre mulheres também estáticas e obras de arte. Ouve-se um teclado de início, a criação de um suspense, para logo em seguida uma mulher loira, de rosto em riste, cantar em inglês: “*strike a pose*” (“faça uma pose”) - com as mãos emoldurando o rosto, numa espécie de instantâneo manual de uma face. Trata-se do videoclipe da canção “Vogue”, dirigido por David Fincher. A cantora loira é a norte-americana Madonna e o primeiro verso da faixa parece narrar aquele momento difícil no cotidiano de Alberto: “*Look around/ Everywhere you turn is heartache/ It's everywhere that you go (Look around)/ You try everything you can to escape/ The pain of life that you know (Life that you know)*” (“Olhe em volta/ Para todo lugar que você se vira é dor/ Todo lugar/ Você tenta tudo que pode para escapar/ Da dor da vida que você conhece”). Na canção, o refúgio da dor da vida é sanado com uma ida à pista de dança. A boate vira metáfora de libertação. No cotidiano de Alberto Arcos, numa pequena cidade de Cuba, o refúgio era a televisão. Mais precisamente o programa de televisão com videoclipes.

É nesse contexto que começa o interesse de Alberto por Madonna. Na sua televisão, no interior de Cuba, o adolescente assiste ao videoclipe *Vogue* em que a cantora reencena divas do cinema, numa homenagem à tradição do “carão” e da pose na cultura midiática de Hollywood. *Vogue* é um clipe todo realizado em preto e

² Durante o “Período Especial”, de acordo com Chomsky (2015), “o governo cubano introduziu fortes reformas econômicas, incluindo a abertura para o investimento estrangeiro, a permissão de algumas formas de empresas privadas, a facilitação de remessas de valores e a promoção do turismo. (...) As desigualdades sociais aumentaram e fenômenos associados à pobreza pré-revolucionária, como prostituição e mendicância, ressurgiram”. (CHOMSKY, 2015, p. 195)

branco, com fotografia contrastada acentuando os tons de cinza e direção de arte que tenta destacar o rosto e as próprias poses de Madonna. O glamour da mulher loira, os gestos, o olhar. Madonna parece ser uma tentativa de derivar das imposições e cerceamentos impostos pelos contextos político e histórico àquele jovem cubano.

Como o aparelho de televisão existente na casa de Alberto era em preto e branco, ele assistia a todos os videoclipes em “blanco y negro”, como reporta o principal fã de Madonna na ilha, em entrevista realizada em 2016³. O jornalista é o criador da maior página do Facebook dedicada à cantora no contexto cubano - “Madonna Cuba” - que existe desde 2015 e tem 788 seguidores em agosto de 2017. “Só quando tive acesso a uma televisão colorida, dez anos depois, é que percebi que *Vogue*, de fato, era um videoclipe em preto e branco. Para mim, todos os clipes que eu via no *Colorama* eram em preto e branco”, lembra Arcos. O interesse de Alberto era Madonna, naturalmente, mas foi no mesmo programa de televisão que ele assistiu a *Thriller*, de Michael Jackson, *Hello*, de Lionel Ritchie, assim como vídeos musicais de Tina Turner, Janet Jackson, entre outros. Eram os artistas norte-americanos que mais interessavam pela dificuldade de vê-los, pelo estranhamento e pelo exotismo. Talvez pela própria curiosidade, levemente subversiva, de ver artistas cantando em inglês, alguns que poderiam ser censurados pelo governo cubano⁴. Além de assistir ao *Colorama*, Alberto Arcos também gravava músicas em fitas cassetes de rádios que transmitiam canções mais “abertas” e internacionais, sobretudo aqueles sinais captados de rádios da Flórida (EUA), através de parabólicas existentes nas residências de cubanos⁵. Faixas de Madonna eram as primeiras em cada lado das fitas que ele ouvia, muitas vezes, à noite, depois de estudar.

Estas brechas nas regulações em torno da vida e dos hábitos de consumo da

³ A entrevista foi realizada presencialmente na Cafeteria La Rampa, no bairro de Vedado, em Havana, no dia 13 de março de 2016, na ocasião da ida a campo da pesquisa “Música Pop em Cuba: Enfrentamentos Políticos e Midiáticos”, com recursos obtidos por meio do edital CNPq/MCTI 25/2015 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas. A primeira ida a campo se deu no mês de março de 2016, usando uma metodologia de inspiração etnográfica que visa ao contato com sujeitos que integram aquele contexto. Numa ida de férias a Cuba, em 2015, tivemos contato com fãs de música pop (das cantoras Madonna e Lady Gaga) em Havana. Esses mediadores foram importantes para que pudéssemos nos inserir entre os apreciadores de música pop anglófila em Cuba e conhecer Alberto Arcos, que administra a página do Facebook “Madonna Cuba”, com o maior número de seguidores (788 seguidores em agosto de 2017) dedicada à cantora pop na ilha.

⁴ É bastante controverso o debate sobre “censura” do governo cubano a produtos culturais norte-americanos ou falados em língua inglesa, uma vez que, oficialmente, não se tem medidas ou registros oficiais/documentais destas restrições. No entanto, nas entrevistas realizadas nas duas idas a campo em Havana, com funcionários das emissoras de rádio e televisão cubanas, percebemos que havia um certo temor e um clima de vigilância e apreensão, por parte de produtores de atrativos televisivos, de que “alguém” pudesse não gostar ou “reclamar” da exibição de produtos em língua inglesa.

⁵ Desde a década de 1990, com a circulação de cubanos exilados na ilha, instaurou-se um comércio informal de antenas em Cuba que captavam sinais de rádios da Flórida (Estados Unidos). “A dolarização da economia cubana entre os anos de 1993 e 1995, permitiu que os cubanos no exterior enviassem dinheiro para seus parentes e Cuba passou a ser um dos muitos países que dependiam das remessas de dinheiro de emigrados.” (CHOMSKY, 2015, p. 198)

população cubana por parte de medidas do governo acionam reflexões sobre como se reelaboram interculturalmente os sentidos.

Não só dentro de uma etnia nem sequer dentro de uma nação, mas em circuitos globais, superando fronteiras, tornando porosas as barreiras nacionais, étnicas e fazendo com que cada grupo possa abastecer-se de repertórios culturais diferentes (CANCLINI, 2009, p. 43).

A recomendação de Canclini, do ponto de vista metodológico, é que análises de inclinação antropológicas sejam convergentes com as análises comunicacionais, uma vez que se está falando de circulação de bens e mensagens, mudanças de significados, da passagem de uma instância para outra, de como significados são recebidos, processados e recodificados. “É preciso analisar a complexidade que assumem as formas de interação e de recusa, de apreço, discriminação e hostilidade em relação aos outros, nas situações de confrontação assídua”. (CANCLINI, 2009, p. 44). Ao pensar a relação entre um fã cubano de Madonna, a principal figura da música pop produzida nos Estados Unidos, e a geopolítica entre os dois países - historicamente conflituosa desde o rompimento das relações a partir da Revolução Cubana de 1959 - desenha-se um quadro singular de debate sobre assimetrias culturais em dinâmicas globais. A questão da globalização em Cuba é um dos pontos centrais para o debate em torno das fissuras entre Estado-Nação e sujeitos - diante de um quadro em que se tem um país “à parte” das dinâmicas do processo de globalização econômica neoliberal, cujas três principais “inovações institucionais” são, segundo Santos (2014): 1) restrições à regulação estatal da economia; 2) novos direitos de propriedade internacional para investidores estrangeiros; e 3) subordinação dos Estados nacionais às agências multilaterais tais como Banco Mundial, FMI e Organização Mundial do Comércio (SANTOS, 2014, p. 31). Conforme define Feinberg (2012),

a Revolução Cubana se definiu em grande medida em termos do que não era: não uma dependência dos Estados Unidos; não um domínio governado por corporações globais; não uma economia liberal e orientada para o mercado. À medida que o exército de guerrilha fez sua entrada triunfal em Havana e a Revolução instaurou-se, uma marca distinta de seu ethos anti-imperialista tornou-se central no processo de nacionalização das empresas com base nos EUA que controlaram muitos setores-chave da economia cubana, incluindo hotéis e cassinos, serviços públicos, refinarias de petróleo e os ricos moinhos de açúcar. No conflito estratégico com os Estados Unidos, o “inimigo histórico”, a Revolução consolidou seu poder através da excisão da presença econômica dos EUA (FEINBERG, 2012, p. 5).

Embora em sentido macropolítico e prescritivo o governo cubano tenha demarcado um afastamento político e econômico dos Estados Unidos, as micropolíticas do cotidiano e as ações dos sujeitos sempre tensionaram, em maior ou menor escala, tais premissas. Diante de um quadro de migrações de massa e de intensa circulação de cubanos pelo mundo, é inevitável reconhecer que um fã de Madonna em Cuba está inserido no que Appadurai chama de “esferas públicas diaspóricas” (APPADURAI, 1997, p. 38), ou seja, imaginação midiática, desterritorialização acarretada pelas migrações, gerando, portanto, universos simbólicos transnacionais, “comunidades de sentimento” (idem), identidades prospectivas, partilhas de gostos, prazeres e aspirações que parecem tanto negociar com aspectos macropolíticos quanto dizer respeito aos afetos e táticas do micropolítico. Postula-se, pois, que a presença de ícones da cultura norte-americana em território cubano não integra uma máxima imperialista, de dominação cultural ou imposição ideológica das lógicas do capital no achatamento das manifestações culturais locais, mas, antes, cria um conjunto de tensões de ordens político-culturais que se manifestam em experiências contraditórias, na medida em que lidam com a história de uma nação e dos limites e imposições aos sujeitos viventes. Enxerga-se assim que a globalização não é um processo linear, muito menos consensual, na medida em que se trata de um “intenso campo de conflitos entre grupos sociais, Estados, interesses hegemônicos e subalternos” (SOUZA, 2014, p. 27).

Colorama, a “MTV cubana”

O programa de televisão *Colorama* é um dos pontos centrais para entendimento da presença de ícones da cultura pop mundial no contexto de Cuba. Criado em 1979, com 36 anos de exibição, *Colorama* é apontado por Alberto Arcos e por fãs de música pop anglófila em Cuba como “um oásis” em meio à programação repleta de atrações ligados à exaltação da musicalidade cubana tradicional nas emissoras de TV do País. A atração, que é chamada informalmente de “MTV cubana”, pode ser vista como uma brecha cosmopolita, pop e contemporânea na mídia televisiva da ilha socialista. É também envolta numa certa aura de mistério sobre como produtores/programadores conseguiram exibir, por exemplo, videoclipes de Madonna – um dos maiores ícones da “cultura ianque” - detratada em discursos políticos e em *outdoors* dispostos em toda ilha socialista, em plena televisão cubana⁶. A partir do relato numa entrevista em profundidade

⁶ Para maiores informações sobre o programa *Colorama*, ver: <http://www.tvcubana.icrt.cu/seccion-entre-tu-y-yo/1106-colorama-un-programa-musical-juvenil>. Acesso em: 15 set. 2017.

com Alberto Arcos, reconhecemos a singularidade do programa de TV *Colorama* no contexto midiático cubano como ponto de partida para pensar os enfrentamentos dos sujeitos em ambientes restritivos de espetatorialidade e fruição, acionando o debate sobre a zona tensiva dos processos de globalização que inserem sujeitos subalternos em lógicas globais (SANTOS, 2014).

O “fechamento” dos sistemas midiáticos de Cuba aos produtos internacionais, em grande parte do que se convencionou chamar de cultura pop, oriundos do sistema capitalista, aciona debater uma série de disputas internas e externas entre grupos que propunham diferentes visões de como o governo revolucionário, que se instaura no País na década de 1960, deveria lidar com as “influências externas”. Pensar o programa de TV *Colorama*, nas décadas de 1970 e 1980 em Cuba, significa reconhecer uma história de brechas e acomodações de produtos “subversivos” no cotidiano dos cubanos, impelindo reconhecer que, embora nos mais fechados sistemas de acesso a bens culturais, diante de estruturas dadas e estanques de amparos legais, é possível enxergar ações de sujeitos que tangenciam e problematizam as estruturas. Com foco na produção cinematográfica, Villaça (2006) investiga como o Instituto Cubano del Arte e Indústria Cinematográficos (ICAIC), primeiro organismo cultural criado após a Revolução Cubana, foi importante como instituição mediadora capaz de fazer enxergar lugares de autonomia e negociação dentro de padrões aparentemente rígidos de censura e controle. No caso do Instituto, a autora postula que a instituição gozava de autonomia relativa em relação aos mecanismos de controle governamentais por meio da ação dos cineastas e da mediação da direção, tornando possível a produção de vários filmes ambíguos e críticos ao regime, ao longo do período entre 1959 e 1991.

Esta autonomia foi abalada, em diversos momentos, em função de fatores como a reestruturação do Estado, os fracassos econômicos e o acirramento do autoritarismo em Cuba, principalmente a partir dos anos 1970. Ainda assim, o Instituto se readaptou às demandas políticas governamentais num jogo político de adesão e resistência à política cultural oficial (VILLAÇA, 2006, p. 8).

Percebe-se que as dinâmicas de controle e censura de conteúdos exibidos no contexto cubano apresentam brechas que podem ser visualizadas como campos tensivos de ação em que o social e o político se imbricam gerando tramas complexas de resistência. Um dos pontos para se entender como se deu o processo de fechamento e posterior negociação entre instituições do governo cubano e sujeitos que ocupavam cargos de chefia em instituições midiáticas cubanas está na

criação, em 1961, da União de Artistas e Escritores de Cuba (UNEAC)⁷ - órgão que vai postular as bases e gerenciar as políticas culturais de Cuba sobretudo nos primeiros anos após a Revolução Cubana de 1959, entre 1961 e 1968. “Neste período, a política cultural vai sendo definida muito mais pela prática do que pela publicação de leis e projetos” (VILLAÇA, 2006, p.170), resultando num arranjo visivelmente poroso em que se privilegiam ações individuais que endossam ou burlam diretrizes mestras.

Cabe evidenciar o contexto em que, segundo Villaça, dois grupos desenhavam “propostas de políticas culturais” (VILLAÇA, 2006, p. 181) diferentes, algumas delas conflitantes, sobre a maneira com que o governo cubano deveria lidar com a produção e circulação de produtos culturais – inclusive estrangeiros – no país. Um primeiro, “dogmático”, apresentava proposta próxima às diretrizes do Realismo Socialismo soviético⁸ que, por sua vez, se alinhava a uma política conciliatória nas diretrizes revolucionárias. Trata-se de “comunistas antes da Revolução que faziam parte da cúpula do Partido Socialista Popular (PSP), que relutou a apoiar o movimento revolucionário e Fidel Castro, mas depois decidiu apoiar a Revolução e o governo instituído” (VILLAÇA, 2006, p. 171). O segundo grupo, chamado de “oposicionista”, era formado por comunistas contrários às diretrizes mestras do Realismo Socialismo e também opostos à adoção integral dos parâmetros do regime soviético em Cuba e também por intelectuais não-comunistas, simpáticos às políticas do M-26, o movimento revolucionário que instaura o Partido Comunista de Cuba (PCC) como partido único no país a partir de 1965.

Percebe-se que, neste contexto poroso de formação de bases da política cultural em Cuba, coexistiam sintomas das duas propostas – embora formalmente o governo cubano, neste período, tentasse romper com o “proselitismo e o diversionismo ideológico” (VILLAÇA, 2006, p. 171) daqueles que defendiam políticas culturais menos centradas na formação de uma sólida base cultural amparada nos valores e diretrizes das culturas cubana e latino-americana. A saída de comunistas “dogmáticos” e a entrada de “oposicionistas” no governo revolucionário se deu de forma gradual, lenta e tensiva, a princípio, se arrastando por longos sete anos (entre 1961 e 1968), acarretando em medidas que, ora

⁷ Disponível em: <<http://www.uneac.org.cu/>>. Acesso em: 25 out. 2017.

⁸ O Realismo Socialismo foi, na prática, uma política de Estado para a estética em todos os campos desde a literatura até o design, incluindo as manifestações artísticas e culturais soviéticas (pintura, arquitetura, escultura, música, cinema, teatro etc). Está diretamente associado ao comunismo ortodoxo e aos regimes de orientação ou inspiração stalinista. O estilo do Realismo Socialista é associado à estética oficial criada por Andrei Jdanov, comissário de Stalin, responsável pela produção cultural e propaganda. Uma meta da propaganda totalitária, muitas vezes bem-sucedida, era transmitir ao povo a ideia da onipresença do grande líder, presente em todos os lugares, sabendo de tudo, sendo, portanto, necessário temê-lo. Para maior adensamento na definição do Realismo Socialismo ver BOWN; TAYLOR (1993). Sobre o estilo e a estética do Realismo Socialismo, ver SALLES (2002).

inesperadas, ora não explicadas, promoviam o fechamento de suplementos literários, de editoras de livros independentes, remodelamento de publicações que debatiam estética no cinema, por exemplo, proibição de filmes estrangeiros (Nouvelle Vague) e nacionais, censura a propostas estéticas abstracionistas e estilos musicais como o rock e, mais detidamente, grupos que cantavam em inglês, como os Beatles e os Rolling Stones⁹.

Um ano antes do início dos debates sobre a União de Artistas e Escritores de Cuba, mais especificamente em 6 de agosto de 1960, tem-se início a estatização da televisão e da rádio em Cuba, processo este que passou pela intervenção do Governo Revolucionário nas companhias norte-americanas que monopolizavam os sistemas midiáticos cubanos: Cuban Telephone Company e sua filial também com capital estrangeiro, Equipos Standard de Cuba S.A.¹⁰. Em 1962, completou-se o processo de gestão governamental dos meios de comunicação com a criação do Instituto Cubano de Radiodifusión (ICR), mais tarde denominado Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT)¹¹, o “algoz” de muitos artistas que se dizem censurados pelas diretrizes governamentais¹². Embora medidas aparecessem como diretrizes mestras de uma política cultural que tentaria implementar a força das culturas cubana e latino-americana, percebe-se que ações isoladas de sujeitos em contextos históricos distintos tensionam tais normas e abrem flancos por onde parte dos sujeitos viventes da ilha tentam enxergar a cultura pop anglófila. É dessa forma que se procura entender as tensões com a censura cubana no programa de TV *Colorama* – mencionado por Alberto Arcos como “a janela de contato de Cuba com a cultura pop internacional”.

Madonna russa

Colorama foi ao ar na televisão cubana no ano de 1979 como uma espécie de “rádio com imagens”, como relatam diversos entrevistados. Trata-se de um

⁹ A censura aos Beatles e aos Rolling Stones na ilha só aumentou o caráter subversivo de quem ouvia estes artistas em Cuba. Fãs dos Beatles passaram a criar redes de contatos para importação de discos e gravações clandestinas de shows para compartilhamento em residências que tinham vídeo cassete na década de 1980, como relata Ernesto Juan Castellanos (1997) no livro “Los Beatles en Cuba”. Vários bares em cidades cubanas, mesmo sob o olhar “desconfiado” do Estado, prestavam homenagem aos Beatles, como o *Submarino Amarillo* (*Yellow Submarine* em espanhol), em Havana; o *Yesterday*, em Trinidad e o *Beatles Bar*, no balneário de Varadero.

¹⁰ Para mais informações, ver: <https://www.cubanet.org/otros/television-cubana-radio-con-imagen/>. Acesso em: 20 set. 2017.

¹¹ O Instituto Cubano de Rádio e Televisão (ICRT) foi fundado em 1962 e é um organismo público pertencente ao Estado cubano que se encarrega do controle e regulação das emissoras de rádio e televisão na ilha socialista.

¹² Sobre um episódio em específico de censura de um videoclipe de reguetón e da relação tensiva deste gênero musical com o governo cubano e com o ICRT, ver: SOARES, Thiago e PEREIRA, Simone Luci. Reguetón em Cuba: Censura, Estentação e Rasuras de Políticas Midiáticas. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_VKL3HT7NAE5OXFGEAJFY_26_5410_14_02_2017_10_51_34.pdf.

programa dedicado a exibir videocliques, números musicais e paradas de sucesso de artistas nacionais e internacionais. Até 1984, a faixa televisiva era exibida ao vivo, dispondo de inserções de vídeos pré-gravados ao longo de sua meia hora de exibição. “Foi a partir de 1985, com a chegada de equipamentos de formato Sony Betacam à ilha, que se generaliza a gravação e edição de espaços dramatizados e musicais na TV cubana” (PEIDRO, 2013, p.1) Alguns materiais, registrados anteriormente em formato Umatic, se perderam com a mudança de equipamento, segundo o autor. Outros, segundo suspeita Peidro, foram propositalmente “esquecidos”.

Havia orientação pelo Departamento Ideológico do PCC de eliminar os programas em que atuavam artistas que emigravam do País. Logo, na década de 1990, a compra de fitas novas pelas emissoras de TV foi reduzida [para que os programas com atores, músicos e artistas que emigraram no Período Especial não fossem reexibidos]. Muitos programas realizados nos anos 1980 se perderam, pois os suportes onde estavam gravados não puderam ser reutilizados” (PEIDRO, 2013, p. 1).

Enquanto se preocupava com os artistas cubanos que emigravam e serviam de “mau exemplo” para os cidadãos que viviam na ilha, os gestores do ICRT ignoravam a exibição de ícones da cultura pop na televisão. Não só Madonna, mas Spice Girls, Backstreet Boys, Mariah Carey, U2, entre inúmeros outros, tinham seus vídeos expostos no *Colorama*. Foi em 1998 que o jovem Alberto Arcos certificou-se ser fã de Madonna, quando viu uma apresentação ao vivo da faixa *Frozen*, no mesmo *Colorama* em que assistira ao videoclipe de *Vogue*. “Madonna estava de cabelos escuros, tinha tido uma filha com Carlos León, um bailarino cubano, pai de sua filha Lourdes Maria. Havia uma série de conexões daquela artista mutante com ‘vários rostos’ e a ilha de Cuba. Percebi como Madonna se reinventava e como nós, cubanos, também aprendemos a nos reinventar”, diz Alberto Arcos, que começou a se transformar numa referência, em se tratando de buscar e disseminar informações sobre Madonna em Cuba. Outros fãs de Madonna ligavam, em telefones fixos para Alberto, para que ele repassasse informações sobre a trajetória da cantora, exibição de novos cliques ou fofocas sobre sua vida pessoal. Primeiro de sua casa em Holguín, depois em Havana, quando já tinha migrado para a capital em busca de estudos e emprego. Alberto trabalhava, em 2016, na Rádio Ciudad, localizada entre as Calles 23 e N, no bairro de Vedado, Havana, e era uma espécie de figura central para espalhar informações sobre Madonna em toda ilha de Cuba.

Como os vídeos de Madonna eram exibidos no *Colorama*? Trata-se de um mistério para o próprio Alberto. Ele reconhece a necessidade de o governo cubano realmente censurar obras, não de artistas internacionais que traziam mensagens

afetivas e edificantes, mas a própria produção de músicas “malas” cubanas, que denigrem a imagem da mulher – ele se refere ao reguetón¹³. A ideia de protecionismo à música latina, segundo Alberto, sempre foi questionada quando se debatia, em fóruns de fãs de música pop internacional, as diretrizes restritivas do governo. De acordo com ele, a exibição de videocliques internacionais no *Colorama* ocorria “sem aviso prévio” e era sempre um “frisson” aguardar o programa, que gerava comentários durante toda a semana entre seus amigos, em grande maioria, fãs de artistas internacionais. Percebe-se que a programação da televisão cubana obedecia a um padrão semelhante ao descrito por Villaça no tocante ao cinema: uma política de exibição que vai sendo definida muito mais pela prática do que pelas leis ou medidas, uma vez que, mesmo durante as décadas de 1970 e 1980, quando se teve o maior acirramento das restrições a atrativos internacionais nas emissoras estatais cubanas, o programa *Colorama* exibia números musicais de diversos países.

A produtora Marta Pita, uma das programadoras responsáveis pelo *Colorama*, durante os anos 1980 e 1990, explica os mecanismos de cotas que existiam dentro do atrativo: “cabiam sete vídeos musicais em cada programa, tendo que ser quatro de países oriundos do campo socialista e três de artistas latinos” (apud SUAREZ, 2014). Esta fração, segundo a produtora, fazia parte de uma política de internacionalização do cidadão cubano, que precisava “entrar em contato com outras culturas, sobretudo aquelas que traziam os valores socialistas” (idem). Ainda assim, nem todos os artistas latinos podiam ser exibidos. O espanhol Julio Iglesias, o brasileiro Roberto Carlos, o argentino Alberto Cortez, o venezuelano José Luis Rodríguez “El Puma”, o portorriquenho José Feliciano, e, naturalmente, a cantora cubana Gloria Estefan, que havia emigrado para os Estados Unidos, eram proibidos de irem ao ar no *Colorama*. Segundo Marta Pita, estes artistas eram considerados “alienados” e, portanto, exemplos de latinos a não serem seguidos, por tratarem de assuntos como amor e as relações “mundanas”. Especificamente sobre Julio Iglesias, a produtora lembra da primeira vez que exibiu um vídeo musical do cantor, no ano de 1991, porque, segundo ela, “um chefe de Estado que estava apaixonado por uma mulher queria dedicar a canção a ela e disse que se responsabilizaria pela ida da música ao ar”. A referida canção era *Me Olvide de Vivir*, lançada por Iglesias no álbum *Begin the Beguine*, em 1978, e somente treze

¹³ Há uma tensão interna no consumo de música em Cuba, tanto de recusa de algumas naturezas de músicas estrangeiras, como a música pop norte-americana. Também o reguetón, a música latina periférica, encontra rechaço por parte não só dos órgãos de controle dos sistemas midiáticos, mas do público, que acusa a música de denegrir a mulher, falar de sexo e consumo – tal qual o funk carioca e o brega, no Brasil. No entanto, parte da juventude cubana é aficionada pelo reguetón.

anos depois tocada numa emissora oficial cubana¹⁴.

O mais curioso na formação da programação do *Colorama* recai sobre a possibilidade de preencher o espaço de quatro vídeos musicais semanais oriundos de países do campo socialista (notadamente União Soviética, Polônia e Alemanha Oriental, entre outros), algo que, naturalmente, era burlado pela produção da atração. Na relação que Marta Pita tinha que emitir semanalmente para o Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), ela justificava que, por exemplo, os australianos Bee Gees e Air Supply eram “polacos” (poloneses); o norte-americano Michael McDonald era da República Democrática Alemã (Alemanha Oriental) e Madonna (assim como todas as cantoras loiras) eram da União Soviética. “Eu tinha muito medo, toda semana era uma tensão, caso alguém desconfiasse que estávamos colocando no ar artistas dos Estados Unidos”, justifica. Percebe-se, pelas citações de Marta Pita, a presença marcante de artistas de língua inglesa oriundos da Austrália (Bee Gees, Air Supply, Men at Work, Divinyls). A única vez, segundo a produtora, que ela foi chamada para dar explicações ao Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) foi justamente quando exibiu o clipe *I Touch Myself*, da banda australiana Divinyls, que fazia menção ao fato de uma mulher “se tocar”, trazendo claras insinuações à masturbação. Segundo Pita, a crítica governamental veio sob o vago argumento de que aquele “não era um vídeo para ser exibido na televisão estatal”. Ela afirma que se desculpou e “não ocorreu nada”.

A produtora justifica não apenas burlar as lógicas artísticas do *Colorama*, mas também os sistemas de divulgação. Durante os anos 1990, o Período Especial de restrição alimentar em Cuba, Pita assume que trocava comida por anúncio nos créditos finais do *Colorama*. O principal destaque ia para a *Sorveteria Coppelia*, que cedia caixas de sorvete e bolos para a produção do programa e, em troca, tinha seu nome citado em letras maiores nos créditos finais. “Isto causava uma tensão também curiosa. Muitos perguntavam a mim o que o nome da *Coppelia* fazia creditado no *Colorama*. Funcionários de uma sorveteria trabalhariam num programa de televisão?”, ironiza Marta Pita.

Ainda sobre a dinâmica produtiva do *Colorama*, a produtora explica que, quando falecia algum oficial que havia contribuído com a Revolução Cubana e seus desdobramentos era preciso fazer as honras militares de alguma ação. Ela recebia diretrizes para suspender a exibição de videoclipes e criar vídeos com coreografias e temas de música erudita, como Chopin, Mozart e Bach, em memória ou homenagem ao dirigente. Segundo Pita, quando o coronel cubano Pedro Benigno

¹⁴ Parte da recusa de Julio Iglesias pelo governo cubano residia sobre sua relação intensa com Miami, nos Estados Unidos, e portanto, com os cubanos exilados “do lado de lá”, em sua grande parte, críticos aos rumos da ilha pós Revolução Cubana de 1959. Para mais informações: http://www.diariodecuba.com/cultura/1444430222_17424.html. Acesso em: 15 set. 2017.

Tortoló, um dos responsáveis pela ação do governo de Cuba na ilha de Granada, em 1979, que instaurou um governo de esquerda na ilha caribenha, voltou para Cuba como um herói, se produziram clipes com canções de artistas revolucionários, como Silvio Rodríguez e Pablo Milanés. A produtora tinha especial atenção quando o programa *Colorama* entrava no ar antes ou depois de algum discurso de Fidel Castro. “Certamente os oficiais estariam muito atentos ao que iria ser exibido naquele momento. Então, sempre tínhamos que exibir vídeos com canções revolucionárias de artistas como Mercedes Sosa”, observa.

Rede social de fãs

O contato de Alberto Arcos com videoclipes de Madonna através do programa *Colorama* e o posterior processo de distinção dele no contexto de fã da cantora em Cuba esteve atrelado, também, à sua trajetória como jornalista. Alberto ingressou na Universidad de Havana para cursar Jornalismo em 1996 e em 2016 atuava na Rádio Havana Cuba (www.radiohc.cu), quando da ocasião da entrevista para esta pesquisa. Toma-se a relação de Alberto Arcos com as mídias na busca por material de Madonna em Cuba como metáfora da própria disposição dos fãs de música pop internacional no contexto cubano. No ano de 2015, dando continuidade ao projeto de divulgar o trabalho e a vida pessoal de Madonna entre os cubanos (primeiramente atendendo telefonemas e depois reunindo-se presencialmente com outros fãs), Arcos cria a página “Madonna Cuba”, na rede social Facebook. A primeira postagem, com a foto de perfil da página (uma imagem de Madonna) data de 21 de abril de 2015. Evidencia-se que Arcos possui privilégios de acesso à internet em Cuba, uma vez que o País possui um dos mais baixos índices de acesso à internet privada do mundo (apenas 3% da população dispõe de internet banda larga em casa, muitas vezes, pirateada).

O texto descritivo da página diz apenas: “Cuba também tem fãs para enaltecer a Rainha do Pop”¹⁵. Há o contato de Alberto (alberto@rhc.cu) e também uma possibilidade de mandar mensagens para ele. Foi através deste chat que, em janeiro de 2016, tivemos o primeiro contato com Arcos, explicando que estávamos fazendo uma pesquisa sobre fãs de música pop anglófila em Cuba e solicitando uma entrevista, que aconteceria dois meses depois, no dia 16 de março de 2016, na Cafeteria La Rampa, no bairro de Vedado, nas proximidades da Rádio Havana Cuba, onde ele trabalhava. Nossa entrevista durou quase duas horas, durante as quais nos apresentamos e conversamos sobre a relação de Alberto com Madonna, desde sua adolescência em Holguín e posterior ida a Havana para estudar, até sua

¹⁵ Tradução nossa para “Cuba tambien tiene fans para distinguir a la reina del pop”.

militância para divulgar o trabalho da cantora em Cuba. Levamos presentes para ele: um DVD da *MDNA Tour*; o CD *Rebel Heart* e uma camisa com a imagem da cantora. Alberto é calmo, fala muito baixo e, em alguns momentos, suspeitamos que ele desconfiava de nosso interesse sobre o assunto. Algumas vezes, era difícil entender do que ele tratava, tanto pelo volume de sua fala quanto pelos subentendidos que parecia haver em seu discurso. Em alguma medida, parece que Alberto minimizava a sua posição de privilégio em relação à internet, por trabalhar numa rádio, que lhe disponibilizaria acesso integral, ao menos em seu horário de trabalho.

Quando notamos que Alberto baixava o tom de voz e tentava fugir de alguns assuntos, optamos por não insistir, não o enfrentar, respeitando o limite que ele impunha de acesso às informações que gostaria que estivessem presentes na sua fala. Percebemos que Alberto expressou estar envergonhado com os presentes que lhe demos e também pelo fato de que pagamos sua conta na lanchonete. A entrevista com Alberto Arcos nos ajudou a contextualizar mais historicamente e de forma biográfica aquele fã. No entanto, pelo próprio limite de tempo e pela inevitável timidez do entrevistado, não conseguimos rastrear novas disposições sobre a relação dele com Madonna. Voltamos para o Facebook e fomos investigar cronologicamente como se apresentava a narrativa proposta por Arcos para Madonna no contexto cubano.

Percebemos três grandes grupos de postagens que pareciam tanto apresentar a cantora para novos fãs cubanos quanto também conectar o próprio Alberto com outros fãs – notadamente da América Latina e de países europeus de línguas de matrizes latinas. Entre as principais tipologias de postagens de Arcos sobre Madonna estão: 1. Conexões entre a trajetória e a poética de Madonna com a geografia ou geopolítica de Cuba; 2. Formação de redes com outros fãs de Madonna; 3. Relato da condição de fã de Madonna sem acesso aos produtos da cantora no contexto cubano. Traçamos considerações e trazemos amostragens empíricas a seguir.

1) conexões entre a trajetória e a poética de Madonna com a geografia ou geopolítica de Cuba: neste grupo de postagens, evidencia-se desde referências a canções de Madonna que se “encaixariam” para falar de Cuba (como *La Isla Bonita*¹⁶ e *Vogue*) até referências à trajetória da cantora, em analogia à história de Cuba. A canção *La Isla Bonita*, lançada por Madonna em 1986, no álbum *True Blue*, é a mais recorrente conexão entre fãs da cantora e o contexto cubano. Percebe-se

¹⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/Arcos73/posts/859154647491058>>. Acesso em: 15 set. 2017.

como Alberto recorre também a uma série de clichês sobre Cuba para fazer comparações com Madonna. Em 2 de julho de 2015, ele posta “Madonna: caliente como Cuba”, trazendo à tona o imaginário tropical da ilha caribenha. A referência à tropicalidade se segue: “Madonna: Un Sol de Verano como Cuba” (19 de julho de 2015), “Madonna: Luminaria como Cuba” (6 de agosto de 2015). “Un Rayo de Luz como Cuba” (30 de agosto de 2015), “Un huracán como Cuba” (30 de setembro de 2015).

Concomitantemente, Alberto adota a estratégia de se referir também à singularidade política de Cuba para comparar a ilha com Madonna. Em 21 de julho de 2015, posta uma foto da cantora com a legenda: “Madonna: Única como Cuba”. O lugar único de Cuba na geopolítica mundial parece ser uma boa chave de referência do jornalista para exaltar a sua página como também “única” no contexto cubano. No dia 16 de julho de 2015, mais uma referência política que conecta Madonna com Cuba através da lente de Arcos: “Madonna: Sin Miedo como Cuba”, fazendo uma velada referência à política anticubana de embargo e restrições implantados pelos Estados Unidos. No mês do aniversário de Madonna, com uma foto que lembra a própria configuração bélica de Madonna, o jornalista Alberto Arcos atesta: “Madonna: Guerrera como Cuba” (4 de agosto de 2017), trazendo à tona o imaginário de lutadora, presente na imagética do álbum *American Life*, quando a cantora aparece na capa numa imagem que lembra a de Che Guevara. Há uma série de postagens de fotos de Madonna em trajes militares, sobretudo nas performances da faixa *American Life*, quando a artista adotou um visual de boina, coturno e estética militarista.

Também associando o estilo de vida saudável e enérgico de Madonna à trajetória esportiva da ilha socialista, observa-se postagens neste universo: “Madonna: Recordista como Cuba” (23 de agosto de 2015) e “Madonna: Indomável como Cuba” (2 de setembro de 2015). Saindo da referência política para adentrar uma dinâmica pessoal ainda conectada com a ilha, está a postagem de 31 de janeiro de 2016, em que diante de uma fotografia da filha de Madonna, Lourdes Maria, o jornalista dispõe: “Lourdes, la hija de Madonna, és una Autentica Bella Cubana” (“Lourdes, a filha de Madonna é uma autêntica bela cubana”) (31 de janeiro de 2016), estabelecendo a referência de que a primeira filha da cantora é fruto da relação de Madonna com o bailarino cubano Carlos León. Este conjunto de postagens ajuda a situar a página diante de um duplo endereçamento, a partir da narrativização de semelhanças entre a cantora e a história e política de Cuba e seus enlances afetivos privados a partir de sua filha.

2) Formação de redes com outros fãs de Madonna: este conjunto de postagens está disposto a partir, muitas vezes, de compartilhamentos que Alberto

Arcos faz de páginas dedicadas a Madonna em outros países no contexto cubano. Percebe-se, por uma própria disposição do idioma espanhol, a preferência do jornalista por compartilhar conteúdos de países localizados na América Latina e na Europa, de línguas de matrizes latinas. Vem do México o maior número de compartilhamento de posts (um total de oito), das páginas “Madonna México”, “Madonna MX” e “La Realeza del Pop”. Com quatro postagens, em segundo lugar, aparece a página “Grupo Madonna Oficial – Peru”, seguida de três postagens do “Madonna Venezuela”. Percebe-se que Alberto Arcos também hierarquiza as páginas, fazendo posts destacando algumas delas, em função de sua importância histórica. Ao se referir à página “Divina Madonna – Espanha”, o autor enfatiza que a tal página é muito fiel à “rainha do pop”, estando ao lado de Madonna desde a extinta rede social Orkut, no início dos anos 2000. A perspectiva de formação de redes de fãs de Madonna latino-americanos se estreita a partir de 6 de junho de 2015, quando a fã argentina Alejandra Silvia Ludueña sugere que Alberto publique posts apresentando a página “Madonna Cuba” no fórum da página “Lucky Star Madonna Fans Club Argentina”. Surpreendido, ele registra, um dia depois, agradecendo a Alejandra, que em 24 horas a página “Madonna Cuba” teve 70 “curtidas”. Desse contato, surge a colaboração do fã também argentino Lesmack Mesa Parente (do fã-clube Madonna Argentina), que cede uma ilustração de Madonna para Alberto e é devidamente creditado: “Arte Madonna by Lesmack (Argentina)”. Há compartilhamentos de postagens de sites em inglês (Madonna Australia e Material Girl PR-Inglaterra), em chinês (Madonna China) e em turco (Madonna Türkiye Official – Turquia). Nenhum dos Estados Unidos.

3) Narrativização da condição de fã de Madonna sem acesso aos produtos da cantora: no dia 18 de junho de 2015, Alberto Arcos surpreende os seguidores da página “Madonna Cuba” com um conteúdo crítico em sua postagem: “Fãs cubanos dentro desta ilha estamos ansiosos e desiludidos porque não existe uma forma sequer de ver o clipe de *Bitch I’m Madonna*. Nada descarrega, nada baixa, não há acesso. Tudo bloqueado. O Youtube nem aparece. Amém”¹⁷. É a primeira vez que o jornalista usa um tom crítico referindo-se ao bloqueio à internet e à baixa velocidade, no contexto cubano, inclusive mencionando a possibilidade de censura ao YouTube que “nem aparece”. Cinco dias depois, ele volta a lamentar num post de 23 de junho de 2015, em que, com uma fotografia de Madonna assustada, redige: “Esta é a cara de #Madonna ao saber que seus fãs cubanos dentro da ilha ainda não assistiram a seu último vídeo *Bitch I’m Madonna*. YouTube cancela o

¹⁷ Tradução nossa para: “Los Fans cubanos dentro de la Isla estamos ansiosos y desilusionados no existe aun una vía para poder VER el clip de BITCH I’m MADONNA, nada descarga, nada baja, nada nos da acceso, todo bloqueado, youtube que NO aparece, AMEN”. Disponível em: <https://www.facebook.com/Arcos73/posts/885386048201251>. Acesso em: 15 set. 2017.

acesso ao vídeo dentro de meu país. Bloqueia. Saberá Madonna disso?"¹⁸. Nesta mesma postagem, inicia-se um diálogo com fãs de outros países em que Alberto relata a dificuldade de ser fã de Madonna em Cuba. O espanhol Paolo Salas atesta, às 21h09 do dia 23 de junho: "estimado amigo, não imaginas o sofrimento dos fãs cubanos para ver coisas de nossa rainha". O fã russo Diego Gregoraschuk dá uma sugestão a Alberto, às 21h22 do dia 23 de junho: "Uau, garoto! E se vocês tentarem ver pelo Vimeo ou alguma outra rede? Há o Rutube, rede russa. Ou então, eu subo aqui e compartilho com vocês. Há coisas de Madonna em Cuba? Revistas, discos, se edita algo?", indaga o fã russo. Alberto responde às 23h28 do dia 23 de junho: "Não chega nada aqui ou, se mandasse, se perderia no caminho. Mas admiro sua atitude", referindo-se à atitude do amigo em "subir" o vídeo numa rede social russa apenas para que Alberto e outros fãs de Madonna em Cuba pudessem assistir ao videoclipe *Bitch I'm Madonna*.

Considerações Finais

Como debater os afetos políticos de fãs da cantora Madonna em Cuba, diante de um histórico de disputas geopolíticas entre Cuba e Estados Unidos, senão através de uma agenda que proponha entender os impasses da interculturalidade? Afetos que são processos não facilmente agrupáveis numa mesma série socioeconômica ou cultural, uma vez que se apresentam contraditórios, turvos, pouco seguros. Mais do que generalizar conclusões, optamos por pensar como fenômenos como este ajudam a reformular perguntas: o que acontece com o local, com o nacional e com o transnacional? Que relações entre trabalho, consumo e território estão implicadas nas articulações entre bens e mensagens? Pensar o consumo de produtos e artistas norte-americanos em Cuba significa debater, num sentido mais amplo, as inúmeras etiquetas com identificação asiática, os artigos de consumo estadunidense ou as bandeiras argentinas e mexicanas. Canclini atesta:

As relações entre aproximações de mercado, nacionalismos políticos e inércias cotidianas de gostos e afetos seguem dinâmicas divergentes, como se não tivessem se inteirado das redes que reúnem economia, política e cultura em escala transnacional (CANCLINI, 2009, p. 21).

¹⁸ Tradução nossa para: "Esta es la cara de [#Madonna](#) al enterarse que sus Fans Cubanos dentro de la isla aun NO hemos visto su último video, Bitch I'm Madonna. Youtube cancela las vistas al video dentro de mi país. Lo bloquea. Sabrá MADONNA esto?". Disponível em: <https://www.facebook.com/Arcos73/posts/885386048201251>. Acesso em: 15 set. 2017.

A proposta de captar um impasse político diante de um fenômeno de consumo cultural como fãs de música pop norte-americana em Cuba apela para o modo errático e não representativo em que deambula a política.

Trata-se de prestar atenção às misturas e aos mal-entendidos que vinculam os grupos, descrevendo como se apropria dos produtos materiais e simbólicos alheios e como os reinterpreta. Não só as misturas mas também as barreiras em que se entrincheiram. Não só os intentos de conjugar as diferenças mas também os dilaceramentos que nos habitam (CANCLINI, 2009, p. 25).

O que é um lugar na mundialização? Quem fala e a partir de onde? O que significam os desacordos entre jogos e atores, triunfos militares e fracassos políticos, difusão mundial e processos criativos? Perguntas importantes a serem feitas num contexto sempre difuso entre contextos locais e disposições globais. Temporalidades e territorialidades que se agenciam, gerando formas singulares de entendimento do cosmopolitismo.

Referências

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.

BOWN, Matthew Cullerne & TAYLOR, Brandon (orgs.). **Art of the Soviets - Painting, Sculpture and Architecture in a One-Party State, 1917-1992**. Manchester: 1993.

CANCLINI, Nestor García. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

CHOMSKY, Aviva. **História da Revolução Cubana**. São Paulo: Veneta, 2015.

FEINBERG, Richard E. **New Cuban Economy**. Washington: Brooking, 2012.

GUILIAN, Joel. **Colorama, Un Programa Musical Juvenil**. Portal de La Televisión Cubana. Havana, 2013. Disponível em: <http://www.tvcubana.icrt.cu/seccion-entre-tu-y-yo/1106-colorama-un-programa-musical-juvenil>. Acesso em: 15 set. 2017.

PEIDRO, Camilo. **Televisión Cubana: Radio con Imagenes**. Portal Cubanet. Havana, setembro de 2013. Disponível em: <https://www.cubanet.org/otros/television-cubana-radio-con-imagen/>. Acesso em: 16 set. 2017.

SALLES, Evandro. **Gráfica Utópica: Arte Gráfica Russa 1904-1942**. Rio de Janeiro: CCBB, 2002 (catálogo da exposição).

SANTOS, Boaventura de Souza (org). **A Globalização e As Ciências Sociais**. 4.ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SUAREZ, Oscar. **Marta Pita, productora de Colorama, cuenta cómo burló la censura musical en Cuba**. Blog Universo Increible. Miami (EUA), novembro de 2014. Disponível em: <http://blog.universoincreible.com/marta-pita-productora-de-colorama-cuenta-como-burlo-la-censura-musical-en-cuba-video-interview/>. Acesso em: 16 set. 2017.

VILLAÇA, Mariana Martins. **O Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) e a política cultural em Cuba (1959-1991)**. Tese de doutorado em História Social. São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-06112006-174750/en.php>. Acesso em: 15 set. 2017.

Valorização, culto à personalidade e a militarização do estado-nação sob o governo de um civil no Zimbábue: um olhar da mídia público-privada

Valorisation, personality cult and the militarisation of nation state under a civilian ruler in Zimbabwe: a public-private media gaze.

JOSIAH NYANDA

Professor da Universidade de Witwatersrand, Johannesburg, Gauteng, África do Sul. E-mail: josiah.nyanda@wits.ac.za. ORCID: 0000-0002-9464-1348.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

NYANDA, Josiah. Valorização, Culto à Personalidade e a Militarização Do Estado-Nação Sob o Governo de um Civil no Zimbábue: Um Olhar Da Mídia Público-Privada. *Contracampo*. Niterói, v. 37, n. 01, pp. 110-129, abr. 2018/ jul. 2018.

Enviado em 5 de Outubro de 2017 / Aceito em 2 de Fevereiro de 2018

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1088>

Resumo

Usando o olhar da mídia público-privada, este artigo explora como trinta e sete anos do regime de Robert Mugabe culminaram na militarização do Estado-nação sob o governo de um civil. Defendo que as relações civis-militares no Zimbábue – pelo menos do ponto de vista dos meios de comunicação públicos e privados – tiveram como consequência o culto à personalidade e a valorização de Robert Mugabe como o único líder adequado para governar o Zimbábue. Mesmo em face da diminuição da sua popularidade, a polícia e o exército garantiram que Mugabe continuasse no mais alto cargo da política zimbabueana. Afirmo, ainda, que a política zimbabueana pós-independência viu tanto o exército quanto a polícia se intrometerem, manifesta e encobertamente, na política nacional a ponto transformarem as eleições no Zimbábue em uma farsa.

Palavras-chave

Valorização; Culto à personalidade; Militarização; Estado-nação; governante civil.

Abstract

Using the public-private media gaze, this paper explores how thirty-seven years of Robert Mugabe's rule culminated in the militarization of nation-state under a civilian ruler. I argue that the civil-military relations in Zimbabwe – at least from the perspective of the public and private media – had the consequent effect of cult of personality and valorization of Robert Mugabe as the only leader suitable to rule Zimbabwe. Even in the face of waning popularity, the military and police ensured that Mugabe continued to hold on to the highest office in Zimbabwean politics. I further posit that post-independence Zimbabwean politics has seen both the military and police overtly and covertly meddling in national politics to the extent of making a farce of elections in Zimbabwe.

Keywords

Valorisation; personality cult; militarization; nation-state; civilian ruler.

Introdução

Aos 93 anos, Robert Mugabe foi o mais velho presidente africano até sua brusca, ainda que pacífica, saída do poder em novembro de 2017 através de uma intervenção civil-militar apelidada de “Operação restaurar legado”. Até então, ele esteve no comando do Zimbábue durante trinta e sete anos: primeiro como primeiro-ministro por sete anos e, depois, como o Presidente executivo por trinta anos. Através das lentes dos meios de comunicação públicos e privados, defendendo que o governo de trinta e sete anos de Robert Mugabe resultou em uma progressiva militarização do Estado-nação sob o governo de um civil no Zimbábue. Este processo de militarização, que atravessou três décadas e meia, foi o resultado do culto à personalidade e da valorização de Mugabe como o único líder político devidamente qualificado e “enviado por Deus” para governar o Zimbábue. O resultado deste pensamento tóxico, como Lipman-Blumen o chama, foi consciente e deliberadamente “alimentando os seguidores [de Mugabe], ilusões que aumentaram seu poder e prejudicaram a sua capacidade de agir de forma independente, persuadindo seguidores que [ele] seria o único que poderia salvá-los ou [o país]” (2005, 19). Okey Ndibe, em seu livro *Arrows of Rain*, satiriza essa farsa dos “líder[es] perpétuos” e alega que “ninguém no país [...] realmente esperava que Sua Excelência, após um reinado brutal de vinte anos, entregaria o poder a qualquer força menos derradeira e atraente do que a própria morte” (2000, 15). Meu argumento, portanto, deriva da vontade de interrogar como os meios de comunicação públicos e privados no Zimbábue reagiram a este tipo de pensamento que estava enraizado no país através do princípio de poder centralizado do ZANU-PF¹. Busco, também, uma visão mais analítica do caráter e das consequências deste pensamento tóxico na configuração de relações civis-militares no país. Afirimo, a partir de Simon Baynham (1986, p. 15) que “no sistema de governo pessoal [de Mugabe], soldados estão entre os jogadores do jogo político”. Isso teve como consequência a criação de um regime policial-militar totalitário ou estritamente dinástico, ironicamente sob o governo de um civil no país.

O nome de Robert Mugabe, como o de Josef Stalin na União Soviética, de Augusto Pinochet no Chile, Charles Chankay Taylor na Libéria, Slobadin Milosevic na Iugoslávia, Hastings Kamuzu Banda no Malawi e Mobutu Sese Seko no Zaire, entre outros, provoca sentimentos contraditórios. Durante décadas, seu charme e

¹ A União Nacional Africana do Zimbábue (em inglês: Zimbabwe African National Union-Patriotic Front, ZANU-PF) é um partido político do Zimbábue, fundado por Robert Mugabe e atualmente liderado por Emmerson Mnangagwa. O partido foi formado para participar nas primeiras eleições pela junção da ZANU, uma das organizações que lutaram pela independência e de que Mugabe tinha sido um dos fundadores, com a Frente Patriótica.

grandeza, carisma e perspicácia intelectual, apesar de sua idade, cegou muitas pessoas. Consequentemente, “até a mídia teve dificuldade em resistir ao apelo sedutor deste astuto líder” (LIPMAN-BLUMEN, 2005, p.12). Em 2015, durante sua segunda visita oficial à África do Sul em 21 anos, Mugabe sarcasticamente agradeceu à mídia – tanto a privada quanto a pública – pela “publicidade” que esta lhe deu ao longo dos anos. O comentário de Mugabe demonstrou que ele não se opunha às diversas formas como ele havia sido retratado na e pela mídia. A mídia da Rhodesia, por exemplo, via Mugabe como um terrorista. Ela o demonizava como um comunista militante, cruel, sanguinário, sedento de poder e implacável. No entanto, essa imagem negativa de Mugabe mudou radicalmente em 1980 em consequência do tom conciliatório de seu discurso de posse como o primeiro negro primeiro-ministro do Zimbábue independente. O tom aconselhador e o espírito de inclusividade no seu discurso se tornam claros quando ele diz que,

certamente este é o momento de abaixar as armas para que possamos resolver o problema de desenvolver nossa economia e nossa sociedade. [...] Peço a vocês, sejam vocês brancos ou negros, que se juntem a mim em uma nova promessa de esquecer nosso triste passado, perdoar uns aos outros e esquecer, dar as mãos em uma nova amizade, e juntos, como cidadãos do Zimbábue, passar por cima do racismo, do tribalismo e do regionalismo [...](MUGABE, 1980, 2).

As profundas consequências deste discurso foram imediatas. A mídia, tanto local quanto internacional, o elogiou como um político africano pragmático, clemente e otimista. Em uma entrevista com David Martin, Mugabe comentou esta súbita mudança da mídia:

A mudança não está em mim. Não fui eu que passei por uma metamorfose. A transformação de fato está acontecendo nas mentes daqueles que, há muito tempo atrás, me consideravam um extremista, um assassino, um psicopata... são essas pessoas que tiveram de se adaptar à mudança. Eu permaneço como era antes. O que eu era, eu ainda sou. (DAVID MARTIN, 1981)

Considero as palavras de Mugabe ao mesmo tempo fascinantes e relevantes para efeitos do meu argumento. As palavras projetam um homem que constante e consistente em palavras e ações. Elas também foram a inadvertida confissão e afirmação de Mugabe do modo como a mídia o considerava naquele momento e agora.

É neste momento que eu proponho analisar a situação política atual no Zimbábue com vistas a pensar a noção de que houve militarização do Estado-nação sob o governo de um civil no país. A análise será feita a partir de dois olhares, quais sejam, as lentes da mídia pública e privada. Através destas lentes, vou rastrear o papel desempenhado pelos militares no espaço político do Zimbábue e

como este papel consolidou a posição de Mugabe como chefe de estado e governo ao longo de três décadas e meia.

Exército politizado a partidário no Zimbábue: o Olhar da Mídia Privada

O papel ativo e partidário desempenhado pelas forças armadas e por forças de segurança nas esferas política e econômica do Zimbábue criou a noção de que país foi militarizado. Esses papéis eram vistos como deliberadamente e estrategicamente destinados a salvaguardar e perpetuar o reinado de Mugabe. Ademais, a valorização de Mugabe pelos meios de comunicação públicos resultou no que Masiwa (2013, não publicado) descreveu como “a maldição do culto à personalidade”, e na crença de que “nenhuma outra pessoa pode governar o Zimbábue” exceto Mugabe. Da mesma forma, em seu artigo publicado na internet “Regimes Militares: Um Fenômeno do Terceiro Mundo”, Warnapala (2009) afirma que “[todos os] líderes militares emergem sob o slogan de restabelecer a democracia, o bom governo e a estabilidade política”. No caso do Zimbábue, o ex-presidente Robert Mugabe, vestido em ternos de grife fez alegações semelhantes. Ele jurou que nunca iria recuar até vencer a batalha contra a mudança nas agendas dos regimes britânico e americano em relação ao Zimbábue. No plano econômico, Mugabe se via como o único homem que podia lutar para assegurar que a economia do país estava nas mãos da maioria negra dos zimbabueanos. Esta personalização de poder, de acordo com Warnapala (2009), baseia-se no culto à personalidade.

Warnapala (2009) ainda cita que em uma verdadeira democracia os militares não são nem esperados e nem orientados para interferir na representação eleitoral da política democrática. Isso vai de encontro ao papel que tem sido desempenhado pelas forças armadas no Zimbábue. Tanto aberta quanto secretamente, os militares influenciaram o resultado das eleições. Criaram o medo de que, na possibilidade da derrota de Mugabe, os militares assumiriam. Mambo (2013) alega que durante os últimos processos eleitorais, especialmente em 2002 e 2008, os militares desempenharam um papel fundamental nas eleições para assegurar a sobrevivência política de Mugabe. Por exemplo, na véspera da eleição presidencial de 2002, cinco chefes das forças armadas do país que compõem o Comando de Operações Conjuntas (JOC) apareceram na televisão nacional, a Zimbabwe Broadcasting Corporation (ZBC), e declararam abertamente:

Que seja conhecido que o cargo mais alto da nação é uma camisa de força, cujo ocupante deverá observar os objetivos da luta pela libertação. Portanto, não vamos aceitar, muito menos apoiar ou saudar alguém com uma agenda diferente, que ameace a existência da nossa soberania, nosso país e nosso povo (Zimbabwe Independent; 2 de Agosto de 2013).

Esta ameaça aberta às vésperas de uma importante eleição confirmou os temores já existentes de que o Zimbábue havia sido militarizado. Reforçou, ainda, a noção de que Mugabe obteve seu poder e autoridade dos militares. A declaração e o seu timing não foram apenas uma ameaça direta à democracia e ao oponente político de Mugabe, Morgan Tsvangirai, mas também apontavam para a militarização do Estado-nação. Com a ameaça, os chefes das forças armadas traíram o fracasso do exército em se desacoplar da política. A ameaça de forma sucinta sugere que o desengajamento dos militares da política “é, ao mesmo tempo, uma meta elusiva e um conceito escorregadio” (WELCH JR, 1986, p. 67) no Zimbábue. Evidentemente, “as forças armadas continuam a ser a eminência parda da política”, uma vez que eles falharam em “se afastar do palco político” (WELCH JR, 1986, p. 67). Até Novembro de 2017, eles sinistramente pairavam nas asas de Robert Mugabe e seu partido ZANU-PF.

No entanto, Muchena (2013), um dos militares e legalistas de Mugabe, desafiou o que ele enxergava como deliberadas interpretações erradas das supostas “ameaças” feitas pelos cinco chefes das forças armadas. Ele afirmou que a declaração feita pelos generais militares deve ser entendida no contexto da história da luta pela libertação do país que moldou sua trajetória sócio-política e econômica. Ele diz,

Deixe-me colocar as declarações [dos chefes das forças armadas] em contexto. Quando essas declarações foram feitas, os chefes das forças armadas disseram que não iriam saudar um comandante-chefe que não respeitasse os valores da libertação, portanto, eles não se referiam a Tsvangirai, ou qualquer outra pessoa. É importante notar que a cédula de que falamos hoje veio como substituição à bala que foi usada durante a luta pela libertação de modo que qualquer zimbabueano digno desse nome deve respeitar os valores da luta pela libertação e os princípios pelos quais milhares de cidadãos do Zimbábue morreram. (MUCHENA, 2013; Zimbabwe Independent: 26 de julho)

A tentativa de Muchena de justificar e explicar as afirmações dos Chefes das Forças Armadas às vésperas de uma importante eleição aponta de forma sucinta que o exército do Zimbábue “não é apenas subordinado ao partido [ZANU-PF], mas deve estar ciente das razões ideológicas para isso” (GOLDSWORTHY, 1986, p. 119). Isso também confirma a declaração feita pelo último Presidente de Moçambique, Samora Machel, de que “nenhum exército é neutro, nenhum exército é apolítico. As forças armadas de qualquer país são o produto da classe a que servem” (apud

GOLDSWORTHY, 1986, p. 119). Consequentemente, ser um oficial no Exército Nacional do Zimbábue significa ser ZANU-PF, explicar e dirigir a ideologia do ZANU-PF e policiar e mobilizar as massas para seguir o partido ZANU-PF através de meios coercivos.

Os esforços de Muchena para sanear as ameaças de golpe militar pelos chefes das forças armadas às vésperas das eleições de 2002 foram muito barulho por nada. Antes das eleições gerais de 2008, as dinâmicas políticas de interação civil-militar no Zimbábue foram expostas pelo General Constantine Chiwenga. No que acabou por revelar a politização dos militares e uma compreensão mais clara do papel do exército em assegurar a sobrevivência do regime civil de Mugabe, o General Chiwenga causou impacto ao declarar abertamente:

as eleições estão chegando e o exército não vai apoiar ou saudar agentes vendidos ao Ocidente antes, durante ou depois das eleições presidenciais. Não vamos apoiar ninguém além do Presidente Mugabe que sacrificou muito por este país. (The Zimbabwe Independent; 2 de Agosto de 2013)

Outra figura militar, o major-general Douglas Nyikayaramba, maldosamente descreveu o rival político de Mugabe, Morgan Tsvangirai, como uma “ameaça à segurança nacional” (ibid). Acrescenta-se a isto manchetes sensacionalistas como “Nenhuma saudação do exército por Tsvangirai: [diz] Mnangagwa” (talkzimbabwe.com), onde o Ministro da Defesa alegou que nenhuma pessoa fora da linha de comando militar estava elegível a uma saudação pelos chefes das forças armadas. Estas declarações aparentemente imprudentes foram sempre colocadas estrategicamente em momentos críticos da política do Zimbábue. Elas beiravam as ameaças e criavam a percepção de que havia militarização do Estado-nação sob o governo de um civil no país. A isto acrescenta-se o fato de que como um estrategista político verdadeiramente notável, Mugabe se fingiu de morto em tudo isso. Ele não usou sua posição como Comandante-chefe das Forças de Defesa do Zimbábue para repreender esses militares sempre que eles interferiam nos assuntos civis e políticos. Por conseguinte, o estilo principesco de Mugabe e seu regime pessoal de longa duração sobreviveram através do emprego de coação, violência, e outros meios políticos prejudiciais e injustos. No caso do meu argumento aqui, os militares recorreram a “intimidação, supressão e expurgos “para assegurar a sobrevivência de Mugabe no poder (GOLDSWORTHY, 1986, p. 103).

Em uma reportagem intitulada “Ministro diz que não tem obrigação de saudar Primeiro-Ministro”, o Media Institute of Southern Africa (MISA) (2009) flagrou o Ministro da Defesa declarando que os Chefes das Forças Armadas não

comprometeriam sua lealdade ao primeiro-ministro (Morgan Tsvangirai). Eles prefeririam comprometer sua lealdade à estrutura do exército chefiado pelo Presidente que, no linha de comando do exército está no ápice como o Comandante-chefe. Uma combinação de declarações de Chiwenga e Nyikayaramba com os argumentos do Ministro da Defesa nos leva à questão do culto à personalidade. Mas, quem pode culpá-los quando até mesmo o Acordo Político Global assinado por Robert Mugabe, Morgan Tsvangirai e Arthur Mutambara personalizaram cargos, contribuindo assim para toda a cultura de culto à personalidade? O artigo 20.1.6 sobre a Composição do Executivo declara: "Haverá um Presidente, cujo cargo deverá continuar a ser ocupado pelo Presidente Robert Gabriel Mugabe", e que "deve haver um primeiro-ministro, cujo cargo será ocupado pelo Sr. Morgan Tsvangirai"; nos mostra o culto à personalidade em um documento que se tornou parte da lei suprema do país, através da Constituição do Zimbabué, Emenda número 19.

Os militares também enraizaram seu poder em instituições sócio-políticas e econômicas estratégicas, tais como ministérios, paraestatais, comissões e companhias das quais o governo possui uma fração. Goldsworthy coloca a questão adequadamente quando diz,

governos frequentemente buscam aumentar seu controle pelo uso deliberado de técnicas, [...] em estratégias de recrutamento, promoção e aposentadoria; na cooptação de soldados para estruturas de autoridade do Estado, [...] confiando-lhes cargos ministeriais, burocráticos ou paraestatais; oferecendo proteção, gratificações e recompensas; na manipulação de 'missões' militares; e no uso prudencial das milícias, guardas e agências de segurança como forças de contra-balanceamento (GOLDSWORTHY, 1986, p. 98).

No caso do Zimbábue, o Conselho Nacional de Indigenização e Capacitação Econômica, que supervisiona a implementação do controverso programa de indigenização e empoderamento do país, era chefiado por um major-general reformado. O editorial do jornal Zimbabwe Independent (12 de outubro de 2012), revela que paraestatais e instituições públicas estratégicas nas quais ex-militares são dominantes incluem: a Ferrovias Nacionais do Zimbábue (NRZ), o Conselho de Marketing de Grãos (GMB), a Corporação de Marketing de Minerais do Zimbábue (MMCZ), a Zimbabwe Broadcasting Holdings (ZBH), a Autoridade de Radiodifusão do Zimbabwe (BAZ) e a Zimpapers. Ex-chefes militares também tiveram participação em "empresas altamente lucrativas" como, por exemplo, a Mbada Diamond e Anjin, enquanto um major-general reformado era o Oficial Chefe das Eleições na Comissão de Supervisão Eleitoral durante as eleições de 2002 e 2005. (The Zimbabwe Independent, 12 de outubro de 2012).

Parece haver uma militarização deliberada de instituições sócio-políticas e econômicas estratégicas. A justificativa dada para isso foi que, “quando as pessoas se alistam nas forças armadas, eles servem ao país e ao Estado, mas quando se aposentam, eles são livres para se juntar a qualquer partido político de sua escolha” (MUCHENA; *The Zimbabwe Independent*, Julho 26, 2013). Embora seja do conhecimento geral que a ética profissional dita que um militar deve permanecer apolítico em palavras e ações, ainda temos de admitir que a política é onipresente e oficiais militares são animais políticos que têm convicções políticas próprias. O problema surge quando, ainda no poder, oficiais militares fazem declarações que traem suas posições políticas. Alegações de militarização do Estado-nação sob o governo de um civil no país decorrem destas ocasiões, nas quais se percebe uma deliberada estratégia de sobrevivência política, especialmente quando se considera os papéis centrais desempenhados por essas instituições-chave nas esferas sócio-políticas e econômicas do Zimbábue. Por conseguinte, para Muchena (*The Zimbabwe Independent*, Julho 26, 2013), classificar relatos de militarização do Estado-nação como “invenção e imaginação de pessoas que estão com medo de perder eleições” não é apenas cegueira deliberada e conveniente para um fato tão gritante, mas também uma tentativa de diminuir a gravidade da militarização das instituições civis e públicas que tomou lugar no país.

Um ex-combatente pela liberdade, Wilfred Mhanda, em sua autobiografia *Memórias de um Combatente pela Liberdade* (2011) coloca a questão apropriadamente quando diz,

Em essência, o novo Estado continuou a servir interesses mesquinhos, desta vez os do ZANU-PF, e a consolidar seu domínio. Todas as instituições e órgãos estatais, incluindo o aparato de segurança do Estado, e as agências de aplicação da lei e da justiça criminal, [...] foram progressivamente transformados em instrumentos que servem ao domínio do ZANU-PF, equipando-os com legalistas e distribuição de favores. Por conseguinte, esperar que o Estado de Direito seja executado no Zimbábue dos dias atuais é um desejo que vai de encontro ao senso comum. O mesmo vale para esperar a transformação institucional do setor de segurança e Estado em algo voltado aos cidadãos em vez de servir aos interesses mesquinhos do ZANU-PF. É lógico que este deve resistir a qualquer tentativa de mudar o status quo. É ingênuo esperar que eles cooperem por vontade própria em qualquer política que conduzirá à degradação do seu poder. (2011, p. 254)

Esta delimitação de Mhanda retrata um estado cujo status civil foi tomado pelos militares. Esta deliberada militarização do Estado-nação foi e ainda é um processo em curso no país. A nomeação de nove militares para posições influentes de secretários permanentes e principais diretores de instituições estratégicas e ministérios feita por Mugabe (*The Herald*, 16 de Abril, 2015) em 2015 mostrou o

mais alto nível da aliança militar com o governo. Esta aliança civil-militar em assuntos políticos ofereceu garantia real de que o governo civil de Mugabe sobreviveria a qualquer tentativa de mudança de regime. Somente os militares poderiam remover Mugabe do poder.

A mídia também expôs dotações orçamentais como formas sutis através das quais a militarização do Estado-nação sob o governo de um civil se deu no Zimbábue. Em um artigo intitulado “Porque o orçamento de \$4.1 milhões de Chinamasa alarmou os opositores de Mugabe”, o jornalista independente Blessed Mhlanga (*The Standard*, 11 de Dezembro de 2016), capta o ex-ministro das finanças Tendai Biti descrevendo o orçamento de 2017 como “anti-povo e anti-desenvolvimento”. Biti (2016) afirma que “[o] fato de que dois terços do orçamento são aprovados pelos quatro votos que incluem o gabinete do presidente (\$187million), defesa (\$385m), agricultura (\$293m), dos Assuntos Internos (\$384m) é a prova de que este é um orçamento segurocrático que serve aos interesses do ZANU-PF.” Englobados nesses ministérios estão a Agência Central de Inteligência (CIO), o exército e seus vários setores e a polícia. Enquanto a agricultura pode parecer inocentemente como o ministério do setor econômico (alimentação), sua inocência é perdida quando se olha para a história de como a alimentação foi politizada e costumava ganhar votos no país. A isto acrescenta-se o fato de que o atual comando do programa de agricultura liderado pelo então Vice-Presidente agora Presidente Mnangagwa tem como centro nervoso os militares. Isto equivale a “comprar a lealdade do exército” (DECALO, 1986, p. 51) e pareceu funcionar eficazmente em assegurar que os militares continuassem a ser leais a Mugabe e ao ZANU-PF.

A obsessão da mídia privada com o papel dos militares na paisagem política do Zimbábue fez mais mal do que bem para a imagem já desgastada de Robert Mugabe e dos militares e levou à noção de que, de fato, houve militarização do Estado-nação sob o regime de Mugabe. O exército não apenas está no controle, mas também atua como uma válvula de segurança política para o coagido gabinete da presidência. Evidentemente, as seguintes manchetes, todas relacionadas às eleições gerais de 31 de julho de 2013, apontaram para a alegação da mídia privada de que Mugabe extraiu seu poder e autoridade dos militares e foi um arquiteto da militarização do Estado: “Exército dá vantagem a Mugabe em pesquisas” (*The Zimbabwe Independent*; 2 de Agosto de 2013), “Exército se posiciona diante das pesquisas” (*The Zimbabwe Independent*, 28 de junho de 2013), “Forças de segurança intensificam novos recrutamentos às vésperas das eleições” (*The Zimbabwe Independent*; 7 de maio de 2013), “Polícia embarca em campanha a todo vapor pelo ZANU-PF” (*The Zimbabwe Independent*; 28 de junho

de 2013), “Reforma da segurança: o elefante na sala” (The Zimbabwe Independent. 7 de junho de 2013), “Soldados em marcha para salvar Mugabe” (The Standard; 30 de junho de 2013), “ZANU-PF intensifica patrocínio militar” (The Zimbabwe Independent; 12 de outubro de 2012), “ZANU-PF militariza suas estruturas” (ibid; 5 de julho de 2013) e “Pesquisas de 31 de julho: Exército versus povo” (ibid; 12 de julho de 2013).

O que é preocupante, entretanto, não é tanto a alegação da mídia privada de que o país foi militarizado sob o governo de um civil. Há evidências de que Chefes das Forças Armadas declararam abertamente sua fidelidade e lealdade para com a pessoa de Robert Mugabe e não com o Estado. Pelo contrário, o preocupante é a constatação de que em todas essas alegações feitas pela mídia privada as evidências são atribuídas a fontes anônimas. Elas tomam diferentes formas e títulos, tais como “altos funcionários do governo”, “membros do politburo”, “um alto membro do ZANU-PF e altos funcionários dos serviços de polícia”, que, com medo de represálias, não quiseram se identificar. Implacavelmente, portanto, restam muitas perguntas e poucas respostas quanto à autenticidade das informações, existência e fiabilidade ou falta dela nas fontes anônimas. Este compromisso com o jornalismo profissional traz à mente a decisão histórica do juiz Paddington Garwe no julgamento de Tsvangirai sob alegações de traição e de tramar para assassinar Robert Mugabe. Hudleston lembra a decisão do juiz da Suprema Corte quando ela escreve;

Então Garwe começou a rever as provas e se voltou quase imediatamente para a credibilidade da testemunha. No que se refere à acusação da testemunha, Ari Ben-Menashe, Garwe descartou as alegações feitas em vários artigos de imprensa e publicações atacando a reputação de Ben-Manashe. Ele comentou: ‘Tudo que está perante o tribunal ... são alegações sem fundamento feitas em alguns casos por pessoas desconhecidas. Tendo considerado cuidadosamente as evidências, esta corte é da opinião de que as alegações sugerindo uma má reputação da parte do Sr. Menashe não foram provadas’. (HUDLESTON, 2005, p. 134)

O mesmo pode ser dito sobre a obsessão da mídia privada com o papel desempenhado pelo exército na política zimbabueana, especialmente em assegurar Mugabe no poder. Fontes permanecem anônimas e, portanto, a veracidade das informações se torna questionável.

Sem ir muito longe da desgastada imagem do exército como resultado de seu passado e sua má reputação em lidar com quaisquer vozes discordantes, ainda temos de lidar com o fato de que o exército no Zimbábue tem tentado manter um retrato profissional e imagem positiva em público. Em fóruns públicos e eventos nacionais, tais como a Abertura Oficial do Parlamento, mostras agrícolas, a Feira Internacional de Comércio do Zimbábue, as celebrações do Dia da Independência e

do Dia dos Heróis e das Forças de Defesa, o Exército Nacional do Zimbábue é a principal atração. Ele mesmeriza o público com seus exercícios militares e demonstrações bem ensaiadas e coreografadas. É um exército do qual o público não foge, um exército que se mostra como um exército do povo. No entanto, é o que o exército faz às escuras, o poder por trás do poder do gabinete da presidência que a mídia e os grupos de direitos humanos tentaram expor ao público e ao mundo. O que acho lamentável é que, até o momento as alegações suscitadas pela mídia e organizações de direitos humanos e governança não são substanciadas com provas e fontes identificadas e confiáveis e devem, nas palavras do juiz Garwe, permanecer como alegações não substanciadas feitas por alguns desconhecidos.

Onde jaz o poder de Mugabe? O olhar da mídia pública

Trinta e sete anos de mandato pessoal de Mugabe expuseram sua natureza camaleônica. Sua vida e personalidade andaram na linha tênue entre “‘hagiografia’ e ‘demonização’” (MICHAEL, 2004, p. 1). Por conseguinte, Rathbone (2011, p. 338) observa que “muitos autores, quase certamente a maioria dos autores, já tentaram retratar pessoas tais como [...] Robert Mugabe. Mas com raras exceções, essas tendem a ser representações demasiadamente entusiásticas e partidárias que ou acusam ou louvam.” Em sua descrição de Robert Mugabe, Holland (2008, p. 155) expõe a natureza paradoxal e duas caras do homem quanto ela o retrata como “o homem [que está sempre] de terno elegante”, e um combatente pela liberdade que se tornou um tirano. A mídia ocidental, que no início dos anos 80 o elogiou como um estadista, agora o vilifica como um ditador brutal, autocrático e assassino. Estas polaridades entre hagiografia e demonização levantam questões sobre se Mugabe foi um chefe militar vestido em ternos de grife ou um líder civil e administrador astuto que, em um estilo maquiavélico, planejou a militarização do Estado-nação à sombra da democracia constitucional. Chinua Achebe (1987, p. 10), em *Formigueiros da Savana* chama isso de “a notável metamorfose de Sua Excelência” cujo resultado é “o nascimento e preparação de um bebê monstro.” Um pouco de background histórico vai certamente colocar a discussão em contexto.

O Zimbábue conquistou a independência em 18 de Abril de 1980, após 90 anos de domínio colonial britânico, e graças a dois movimentos pela libertação conhecidos na história do país como a Primeira e Segunda Guerras Chimurenga. Em seus 37 anos de independência, e em conformidade com as disposições da Constituição do país, o Zimbábue teve oito (8) eleições gerais. As últimas eleições foram realizadas em 31 de julho de 2013. No entanto, as eleições gerais de 2008 foram únicas e reveladoras pois produziram um parlamento dividido. Elas também

marcaram a primeira vez desde 1980 que Mugabe e o ZANU-PF perderam uma eleição. O Movimento pela Mudança Democrática de Morgan Tsvangirai (MDC-T) ganhou 100 cadeiras, o ZANU-PF de Robert Mugabe 99 cadeiras, o MDC de Arthur Mutambara 10 cadeiras, e uma(1) cadeira foi conquistada por Jonathan Moyo que concorreu como independente para completar as 210 disputadas na Assembléia. Mugabe com 42% do total dos votos expressos perdeu a primeira rodada da eleição presidencial para Morgan Tsvangirai, que obteve 47%, enquanto Simba Makoni do Mavambo/Khusile/Dawn (MKD) alcançou 8%. O fato de que não houve um vencedor absoluto resultou em uma corrida presidencial entre Mugabe e Tsvangirai. O caminho para a corrida presidencial de 27 de Junho de 2008 foi significativo. Tornou-se evidente que os militares no país não eram “politicamente estéreis e neutros” (HUNTINGTON, 1957, p. 84). O outrora secreto papel do exército, da polícia, dos veteranos de guerra e da milícia juvenil em assegurar a permanência de Mugabe no poder foi exposto por seu envolvimento ativo e ostensivo nas sangrentas e controversas eleições. A subsequente assinatura do Acordo Político Global (GPA) por Mugabe, Tsvangirai e Mutambara em 15 de Setembro de 2008, que introduziu um governo inclusivo no Zimbábue, também expôs a história política entre os militares e o ZANU-PF.

Em seu livro seminal *Regimes Militares na África* (1975), William Gutteridge afirma que

A história das relações civis-militares nos Estados embrionários da África desde 1960 expôs mais claramente do que nunca a gama de variáveis envolvidas em determinar as decisões militares para intervir na política de seus países e sua eventual eficácia uma vez tomada uma decisão. De primordial importância é a composição e natureza da oligarquia militar. Esta terá sido afetada [...] pelas circunstâncias em que o país em questão alcançou a independência (1975, p. 19-20).

No sul da África, a luta armada para libertação do Zimbábue criou e deixou um legado de militarização que é diferente do ocorrido em países vizinhos como o Zâmbia, Malawi e Botswana onde houve uma transferência pacífica de poder do antigo colonizador para a colônia (GUTTERIDGE, 1975). Também intencionalmente, os Chefes das Forças Armadas que comandam as Forças de Defesa do Zimbábue (ZDF), a Força Aérea do Zimbábue (AFZ), a Organização Central de Inteligência (CIO), os Serviços Prisionais do Zimbábue (ZPS) e a Polícia da República do Zimbábue (ZRP), têm uma coisa em comum: Todos eles têm credenciais da guerra pela libertação. Esta relação civil-militar de consangüinidade é bem descrita por Philip Martin (2016) em seu artigo “Por que os militares do Zimbábue continuam a apoiar Mugabe: a irmandade de sangue do ZANU-PF”, onde ele afirma que

A lealdade dos militares ao ZANU-PF é um produto de profundos laços ideológicos, pessoais e institucionais. A relação está no centro da ordem política do Zimbábue e desencorajará a mobilização de grupos armados para além do estado de controle para os próximos anos (MARTIN, 2016).

Eventos passados e recentes no Zimbábue independente revelaram que os militares “eram instrumento do governo de um Estado recém-independente”, para citar Gutteridge (1975, p. 19). Argumento, ainda, fazendo uso de Gutteridge, que “problemas econômicos, corrupção, dissidências políticas e desencanto geral se combinaram para criar um clima em que [...] é natural aceitar a intervenção pelo exército porque este é visto como patriota por definição e possuidor da virtude incomum da retidão”(1975, p. 18). É seguro dizer que, no caso do Zimbábue, os militares intervieram com o objetivo de manter o status quo político. Ultimamente isto tem se manifestado no que pode ser descrito como “a abordagem política para problemas de ordem pública [...], especialmente a extensão da dependência do aparato militar ou da polícia para a inteligência conectada à segurança interna”do governo de Robert Mugabe (GUTTERIDGE, 1975, p. 21). Este uso frequente e recorrente do exército em papéis destinados à polícia é a base para o desenvolvimento de uma propensão para a intervenção política pelos militares. É, portanto, meu argumento que desde 1980 o Zimbábue testemunhou o gradual e tardio desenvolvimento de uma militarização plena do Estado-nação sob um governo civil. Isso se deveu, parcialmente, à nomeação deliberada e estratégica dos militares para cargos tanto militares como não militares devido, em parte, ao envolvimento direto e evidente dos militares em questões políticas que viram a presença de militares tanto em instituições corporativas quanto políticas e democráticas que têm uma influência direta no dia a dia do governo e no resultado das eleições.

Em termos da constituição, Mugabe extraiu seu poder e autoridade como o Chefe de Estado e de Governo e Comandante-chefe das Forças de Defesa do Zimbábue da Constituição do país, que confere tal poder e autoridade ao gabinete da Presidência. Como tal, ele tinha sob sua asa e presidiu o Comando de Operações Conjuntas (JOC) do Zimbábue. Este é um poderoso Comitê de Conjunto de Segurança que reúne chefes das forças armadas do Exército, Força Aérea, Polícia, Inteligência e Serviços Prisionais. Conceitualmente, Mugabe extraiu seu poder e autoridade da Constituição. Na prática, seu poder e autoridade residem nesses setores da segurança. Ele ocupou o posto mais alto de Comandante-chefe na cadeia de comando militar. Somados a estes setores militares e militarizados estão os veteranos de guerra ou ex-combatentes pela liberdade, cujo patrono era novamente o ex-presidente Robert Mugabe, e a milícia juvenil que eram treinados nos famigerados campos de Boarder Gezi sob os auspícios do Programa Nacional de

Serviço Juvenil. Sua fidelidade a Robert Mugabe e ao partido ZANU-PF é uma questão de ideologia e política.

A assinatura do Acordo Político Global (GPA) em 15 de Setembro de 2008 promoveu uma conspícua oportunidade para a mídia expor a fonte do poder de Mugabe. Com Morgan Tsvangirai oficialmente ocupando o cargo recém-criado de primeiro-ministro, a mídia – tanto privada quanto pública – promoveu debates sobre a dinâmica das relações de poder e partilha de poder entre o então Presidente Robert Mugabe e o primeiro-ministro Morgan Tsvangirai. O debate, apesar de altamente polarizado e partidário, fez interessantes e incríveis revelações. Em uma tentativa de provar e refutar quem tinha mais poder entre Mugabe e Tsvangirai, os meios de comunicação públicos e privados banalizaram o debate a ponto de reduzi-lo a contagens numéricas de obrigações do presidente e do primeiro-ministro enumerados nos artigos 20.1.3 e 20.1.4 do GPA. O GPA listava dezenove (19) funções do gabinete do presidente contra dez (10) para o primeiro-ministro (GPA 2008, artigos 20.1.3 e 20.1.4). A interpretação do nobre espírito por trás do GPA foi reduzido, como uma eleição, a um jogo de números. Durante o debate, tanto meios de comunicação públicos como privados ficaram cegos por sua obsessão com as dinâmicas do poder e a criação de manchetes para as histórias que venderiam. Daí, apanhados na armadilha da polarização da política e da mídia, eles acharam conveniente ignorar o fato de que o GPA foi um acordo de partilha de poder e um “pacto de transição negociada” (MASUNUNGURE, 2009, p.4), abrindo caminho para as reformas política, constitucional e eleitoral, que conduziram a eleições gerais livres e justas.

A mídia também ignorou o artigo xx do GPA, nomeadamente o descrito no artigo 20.1.1, que dispõe sobre “Poderes executivos e Autoridade” (GPA, 2008). Aqui, o GPA faz uma distinção clara entre o poder, por um lado, e a autoridade, por outro lado, por intermédio da conjunção “e” [grifo nosso] Woolf (2000, 3), embora admitindo que há uma linha tênue de diferença entre poder e autoridade, argumenta que “poder é o controle que se tem sobre os subordinados [e] autoridade é a influência que se tem sobre seus pares”. Esta opinião é partilhada por Wayne Mark (acessado em 2013/08/14) que alega que o poder é o grau em que as pessoas vão aceitar suas decisões sem questionar enquanto autoridade é sobre a influência e a habilidade de convencer as pessoas da validade de uma decisão.

O terceiro aspecto que a mídia ignorou foi que o GPA era um documento negociado, e se “a história é um pesadelo do qual estou tentando acordar”, como James Joyce (1882 – 1941) disse uma vez, então certamente a mídia no país foi pega cochilando. Ela ignorou o fato histórico de que o ZANU-PF, liderada por Robert

Mugabe, tinha um histórico e experiência na negociação com os seus adversários e tinha aprendido muito com isso. O Acordo de Lancaster de 1979 foi um acordo negociado em que ZANU e ZAPU participaram sob a bandeira da Frente Patriótica. O Unity Accord de 1987 entre ZANU e ZAPU foi novamente um acordo negociado; um acordo que eventualmente criou o poderoso gabinete do Presidente executivo no Zimbábue. Dada a exposição e a experiência adquirida com negociações anteriores, o ZANU-PF de Mugabe, defendendo, embora aparentemente uma força esgotada em 2008, estava negociando a partir de uma posição de vantagem.

Por outro lado, o que os meios de comunicação públicos – tanto impressos e eletrônicos – não perderam de vista foi a existência de um poder oculto. O poder por trás do poder que o GPA e a Constituição do Zimbábue estavam dando ao gabinete da Presidência – poder militar ou poder dos militares. Enquanto o debate sobre a dinâmica de partilha de poder estava no auge, a mídia pública controlada pelo governo fez um casual ataque à autoridade civil ao introduzir uma política editorial que se tornou um mantra e um slogan no Zimbábue. Qualquer referência a Robert Mugabe tinha que ser precedida de seu posto, título e marca de identidade como “O Chefe de Estado e de Governo e Comandante-Chefe das Forças de Defesa do Zimbábue “. O timing não pode ter sido acidental. Estrategicamente, a mensagem que estava sendo colocada em todo o comprimento e largura da paisagem política do Zimbábue e até mesmo para além era a da relação civil-militar entre Mugabe e o exército. “Pronunciamentos oficiais das juntas militares sobre sua reação ‘relutante’ a reconhecer a nomeação de Tsvangirai como Primeiro-Ministro, e recusa de saudá-lo traiu sua intervenção no processo político civil “como agentes principais em seu próprio nome” e em nome de Mugabe (DECALO, 1986, p. 45). Tornou-se evidente que Mugabe não precisava do GPA para exercer seu poder e autoridade. Pelo contrário, seu poder e autoridade derivavam dos militares. Imediatamente, as vozes uma vez silenciadas do poder militar se tornaram vãs, tão altas e aparentes como seu envolvimento ativo e direto na política zimbabueana.

ZANU-PF e as relações militares no Zimbábue

A declaração de missão do Exército Nacional do Zimbábue (ZNA) disponível online indica claramente que os papéis do ZNA incluem defender a integridade territorial, independência, soberania, bem-estar, interesses vitais e participação em operações de manutenção da paz. No entanto, o registro histórico do exército no Zimbábue pós-independência, especialmente na cena doméstica, deixou cicatrizes e feridas emocionais que podem nunca desaparecer. Por exemplo, o nome 5ª Brigada, com suas distintas boinas vermelhas, é sinônimo de atrocidades nas províncias de

Matabeleland e Midlands entre 1983 e 1987. De acordo com Meredith (2002), Mugabe era bastante explícito sobre o objetivo desta unidade do exército que respondia diretamente a seus comandantes do exército e por extensão a ele mesmo em seu papel como primeiro-ministro. A 5ª Brigada, segundo Mugabe, “foi treinada pelos norte-coreanos porque queríamos um braço do exército que tivesse a orientação política que deriva da nossa filosofia no ZANU-PF” (MEREDITH, 2002, p. 62). Reconhecidamente, Mugabe confessou a orientação egoísta e utilização oportunista do poder militar a fim de promover e proteger seu ninho pessoal e poder político. A 5ª Brigada era o bebê de Mugabe. Ele era literalmente seu dono. Se tomarmos a observação de que “os soldados são treinados para matar pessoas, não para governá-las; sensibilidade e sutileza não prosperam no quartel” (África Ocidental, 1981), podemos concluir que, ao dar origem à 5ª Brigada, Mugabe tinha o controle direto dos meios de coerção.

O aviso arrepiante feito por Mugabe durante um discurso no Parlamento em 1982 fez com que os militares saíssem da periferia e fossem para o centro do palco político do Zimbábue ainda em sua infância de independência política. Ele declarou que “algumas das medidas que devemos tomar são medidas que serão extralegais [...] olho por olho e orelha por orelha pode não ser adequado em nossas circunstâncias. Podemos muito bem exigir duas orelhas para uma, ou dois olhos para um” (HANSARD, 1982). O que começou como uma advertência verbal acabou por ser oficialmente um ato de genocídio e/ou limpeza étnica. Embora haja controvérsia sobre o número de pessoas que morreram durante o período negro da revolta civil e o comando da operação apelidada de “Operação Chinyavada”, vidas foram perdidas nas mãos da 5ª Brigada, do CIO, da Unidade de Apoio Policial e da brigada juvenil do ZANU-PF no que ficou conhecido como atrocidades de Gukurahundi. Comentando as atrocidades de Gukurahundi, Tsvangirai (2011, p. 99) recorda perguntando: “quando tudo isso iria acabar? Mugabe era um implacável líder e eu não podia ver sinais de qualquer ponto fraco”. Através de força bruta e do poder dos militares no que pode ser definido nos termos de Seegersean como “o pior ano já registrado em violência no Zimbábue pós-guerra” (Seegers, 1986, p. 131), Joshua Nkomo, o suposto pai dos dissidentes e líder do PF-ZAPU, capitulou, e seu partido político foi engolido pelo ZANU-PF de Mugabe no que ficou conhecido como o Acordo de Unidade assinado por Mugabe e Nkomo em 22 de Dezembro, 1987. Gukurahundi foi o primeiro exemplo clássico dos pecados do político fundamental ao encontrar seu caminho para os militares e vice-versa, e o crescimento gradual das ambições personalistas de Mugabe, levando à militarização do Estado-nação sob um governo civil.

Conclusão

Escrevendo em 1963, quase duas décadas antes de o Zimbábue conquistar sua independência do domínio colonial britânico, Fanon disse,

Nestes países pobres e subdesenvolvidos, onde a regra é que grande riqueza seja cercada de grande pobreza, o exército e a polícia constituem os pilares do regime; um exército e um polícia [são] (outra regra que não deve ser esquecida)... a força da polícia e o poder do exército são proporcionais à estagnação em que o resto da nação está afundada. (FANON, 1963, p. 138)

Estas palavras, embora cheias de pessimismo foram “proféticas” no sentido de que, sem necessariamente citar nomes, são uma delimitação exata, sucinta e precisa do estado de coisas na paisagem sócio-política e econômica do Zimbábue. Trinta e sete anos de governo de Mugabe, paradoxalmente, fizeram mais mal do que bem para aqueles que ele supostamente governou. O que vimos ao longo dos anos foi a progressiva militarização do Estado-nação sob a liderança de Mugabe. As instituições de segurança do Estado foram utilizados para assegurar e garantir que Mugabe se mantivesse no poder. Os militares abertamente se enraizaram no dia a dia do Estado como evidenciado pelos numerosos homens e mulheres militares que continuam a assumir – ainda que através de nomeações oficiais – posições estratégicas e poderosas em ministérios e instituições. A situação foi agravada pela recusa de Mugabe em nomear um sucessor ao seu trono. Isso suscitou especulações de que os militares teriam ajudado Mugabe a se tornar o presidente vitalício do Zimbábue da mesma forma como Hastings Kamuzu Banda no Malawi e Mobutu Sese Seko no Zaire se tornaram ditadores militares com as bênçãos e apoio de seus exércitos. No entanto, os mesmos militares que garantiram a posição de Mugabe por 37 anos, abriram o caminho para a sua saída no que se tornou conhecido como um golpe que não foi um golpe em novembro de 2017.

References

Achebe, C. (1987). *Anthills of the Savannah*. Oxford: Heinemann.

Agreement Between The Zimbabwe African National Union-Patriotic Front (Zanu-Pf) And The Two Movement For Democratic Change (Mdc) Formations, on resolving the challenges facing Zimbabwe (GPA, signed 15 September, 2008). <https://eisa.org.za/pdf/zimpsa200809.pdf>

Baynham, S. (1986). "Introduction: Armed Forces in Africa". In Simon Baynham (ed), *Military Power and Politics in Black Africa* (1-37). London: Croom Helm.

Catholic Commission For Justice And Peace In Zimbabwe, March 1997, "Breaking the Silence" Report on atrocities in Matabeleland and the Midlands. Newzimbabwe.com. Retrieved 2017/08/07.

Chitema, B & Masekesa, C. (2013). "July 31 polls: army versus people", The Zimbabwe Independent, July 12, 2013.

Decalo, S. (1986). "Military rule in Africa: Etiology and Morphology" In Simon Baynham (Ed). *Military Power and Politics in Black Africa* (38-66). London: Croom Helm.

Fanon, F.(1963). *The Wretched of the Earth*. New York: Penguin Books.

Goldsworthy, D.(1986). "Armies and Politics in Civilian Regimes" (97–128). In Simon Baynham (ed), *Military Power and politics in Black Africa*. London: Croom Helm.

Gutteridge, F.W. (1975). *Military Regimes in Africa*. London: Methuen & Co LTD.

Holland, H.(2008). *Dinner with Mugabe: The untold story of a freedom fighter who became a tyrant*. Rosebank: Penguin Books.

Hudleston, S.(2005). *Face of courage: Morgan Tsvangirai, a biography*. Cape Town: Double Storey Books.

HUMAN RIGHTS WATCH.(2013). "Security reforms: Elephant in the room", The Zimbabwe Independent, June 7, 2013, retrieved 2017/08/07.

Huntington, P. S. (1957). *The Soldier and the State: The Theory and Politics of Civil-Military Relations*. Belknap Press.

Lipman-blumen, J. (2005). *The Allure of Toxic Leaders*. Oxford: Oxford University Press.

Makova, P. (2013). "Soldiers move in to save Mugabe", The Standard, June 30, 2013. retrieved 2017/08/07.

Mambo, E. (2013). "Zanu PF militarises its structures", The Zimbabwe Independent, July 5, 2013, retrieved 2017/08/13.

Mambo, E. (2013). "Army gives Mugabe leverage in polls", The Zimbabwe Independent, August 2, 2013, retrieved 2017/04/07.

Mambo, E. (2013). "Police embark on all-out campaigning for Zanu PF", The Zimbabwe Independent, June 28, 2013, retrieved 2017/08/07.

Mambo, E. (2013). "Security forces step up new recruitments", The Zimbabwe Independent, May 17, 2013, retrieved 2017/08/07.

Mangwende, B. (2013). "President will win – Muchena", Zimbabwe Independent, July 26, 2013, retrieved 2017/08/07.

Martin, P. (2016). "Why Zimbabwe's Military Sticks with Mugabe: Zanu-PF's Blood Brotherhood" September 12, 2016, www.foreignaffairs.com accessed 2017/08/12.

- Meredith, M. (2002). *Mugabe: power, plunder and the struggle for Zimbabwe*. New York: Public Affairs.
- Mhanda, W. (2011). *Dzino: Memories of a freedom fighter*. Harare: Weaver Press.
- Mhlanga, B. (2016). "Why Chinamasa's \$4.1 bn budget has alarmed Mugabe's opponents" *The Standard*, December 11, 2016. Accessed 17/07/2017
- Michael, C. (2004). *African Biography: Hagiography or Demonisation?* *Social Dynamics* 30: 1(2004): 1 – 10.
- Mission Statement Of Zimbabwe National Army (ZNA), www.zna.gov.zw/en/roles
- Mugabe, G. R. (1980). "Address to the Nation by the Prime Minister Elect", 4 March 1980. Published by the Ministry of Information, Immigration and Tourism, Zimbabwe. Record No. 1.
- Ndibe, O. (2000). *Arrows of Rain*. Oxford: Heinemann Publishers.
- Nyarota, G. (2006). *Against the Grain: Memoirs of a Zimbabwean Newsmen*. Cape Town: Zebra Press.
- Rathbone, R. (2011). "African Biography", *Contemporary Review*, Vol. 293, No. 1702. 336 – 345.
- Seegers, A. (1986). "Revolutionary Armies of Africa: Mozambique and Zimbabwe" In Simon Baynham (ed). *Military Power and politics in Black Africa* (129 – 165). London: Croom Helm.
- Staff Writer. (2013). "Army deploys ahead of polls", *The Zimbabwe Independent*, June 28, 2013, accessed 2017/08/07.
- Staff Writer. (2012). "Zanu PF intensifies military patronage", *The Zimbabwe Independent*, October 12, 2012, accessed 2017/08/13.
- Tsvangirai, M. (2011). *At the Deep End*. Rosebank: Penguin Books.
- Warnapala, W. (2009). *Military regimes: a third world phenomenon*. The Island Features, <http://www.island.lk/2009/12/14> accessed 2017/04/13.
- Wayne, M. "Power versus Authority", <http://c2.com/cgi/wiki> Retrieved 2017/08/14.
- Welch, Jr, C. (1986). "Military Disengagement from Politics?: Incentives and Obstacles in Political Change". In Simon Baynham (ed). *Military Power and politics in Black Africa*. (67–96). London: Croom Helm.
- Woolf B. (2014). *Power versus Authority*, <http://c2.com/cgi/wiki> Retrieved 2017/04/14.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

Tempo e Narrativa na Amazônia Paraense: o plebiscito no Pará pela perspectiva do “Espaço do Leitor”

Time and Narrative in The Pará Amazon: the plebiscite in Pará through the perspective of the “Reader’s Space”

THAIS LUCIANA CORREA BRAGA

Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho, Braga, Minho, Portugal. Jornalista pela Universidade Federal do Pará (UFPA), Portugal. E-mail: thaislcbraga@gmail.com. ORCID: 0000-0002-2505-7367.

ALDA CRISTINA SILVA DA COSTA

Pós-doutoranda em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (UNAMA). Professora do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém, Pará, Brasil. E-mail: aldacristinacosta@gmail.com. ORCID: 0000-0002-8430-5703.

LÍDIA KAROLINA DE SOUSA RODARTE

Mestre em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém, Pará, Brasil. E-mail: lidiakarolina@gmail.com. ORCID: 0000-0002-5331-1860.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

BRAGA, Thais Luciana Correa; DA COSTA, Alda Cristina Silva; RODARTE, Lídia Karolina de Sousa. Tempo e Narrativa na Amazônia Paraense: o plebiscito no Pará pela perspectiva do “Espaço do Leitor”. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 130-149, abr. 2018/jul. 2018.

Enviado em 31 de agosto de 2017 / Aceito em 12 de abril de 2018

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1069>

Resumo

O artigo objetiva identificar e compreender a configuração narrativa sobre o plebiscito no Pará a partir do “Espaço do Leitor”, seção de cartas publicada no jornal *Diário do Pará*. Pela perspectiva de Paul Ricoeur, a configuração narrativa está relacionada ao caráter temporal da existência humana. Adotamos a postura teórica ricoeuriana e seus estágios da *mímeses* na pré-compreensão da narrativa e a técnica de análise da comunicação, proposta por Motta (2013), como configuração da intriga. A partir da amostra formada por 16 cartas dos leitores, observamos que o ponto de vista desenvolvimentista, associado a enquadramentos emocionais e políticos, estruturaram as narrativas sobre a criação dos estados de Carajás e de Tapajós.

Palavras-chave

Cartas do leitor; Diário do Pará; Amazônia paraense; comunicação narrativa; plebiscito no Pará.

Abstract

The article aims to identify and understand the narrative configuration about the plebiscite in Pará from the “Reader’s Space”, section of letters published in the newspaper *Diário do Pará*. From Paul Ricoeur’s perspective, the narrative configuration is related to the temporal character of human existence. We adopt Ricoeur’s theoretical posture and its stages of *mimesis* in the pre-comprehension of the narrative and the technique of analysis of communication, proposed by Motta (2013), as configuration of intrigue. From the sample of 16 reader’s letters, we observed that the developmental point of view, associated with emotional and political frameworks, structured the narratives about the creation of the states of Carajás and Tapajós.

Keywords

Reader’s letters; Diário do Pará; Pará Amazon Pará; narrative communication; plebiscite in Pará.

Considerações iniciais

Sobre cartas, o romancista Raymond Chandler afirma, em “Poema para Cissy”, que elas não morrerão, esperando pelo estranho que virá lê-las, cuidadosamente, página por página; lentamente, emergindo da névoa do tempo e da mudança; desafiador, pelo correr dos anos. Como estranhos, colocamo-nos com o objetivo de identificar e compreender a configuração narrativa sobre o plebiscito no Pará a partir da “Espaço do Leitor” – seção de cartas regularmente publicada, até 2016, no jornal impresso *Diário do Pará*, que faz parte de um dos principais grupos político-comunicacionais da Amazônia: a Rede Brasil Amazônia (RBA).

A configuração narrativa está diretamente relacionada ao caráter temporal da existência humana. Para Paul Ricoeur (2010, p. 93), “o tempo torna-se humano na medida em que está articulado de modo narrativo, e a narrativa alcança sua significação plenária quando se torna uma condição da existência temporal”. Nessa perspectiva, a narrativa traz em si a função mediadora da intriga, chamada pelo filósofo de concordância-discordância, capaz de transformar acontecimentos ou incidentes individuais em uma história tomada como um todo.

O plebiscito no Pará, realizado em 11 de dezembro 2011, consultou os eleitores paraenses acerca da criação dos Estados de Carajás e de Tapajós a partir da divisão territorial do Estado do Pará. A maioria das respostas – em torno de 66% dos votos válidos, de acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) – foi negativa a ambas as perguntas. Iniciativas divisionistas na Amazônia ocorrem há quase 30 anos como resposta da sociedade local à malha programada pelo governo federal. As cartas dos leitores tornam-se, portanto, gênero privilegiado para a análise de narrativas construídas coletivamente sobre o Pará e sobre a Amazônia.

Adotou-se como fio condutor o círculo hermenêutico ricoeuriano – não numa perspectiva mecanicista, mas, sim, a fim de compreender o agir humano –, constituído por três estágios da *mimesis*. A *mimesis* I imita ou representa a ação, em primeiro lugar, para pré-compreender o que é o agir humano – sua semântica, sua simbólica, sua temporalidade. A *mimesis* II trata-se da dimensão configurante, que transforma os acontecimentos em história. A *mimesis* III propõe uma intersecção entre o mundo do texto e o mundo do leitor.

Para contemplar a *mimesis* I, pelo aspecto estrutural, discutimos as características do *Diário do Pará* como um dos principais meios de comunicação da Amazônia, apontado pela Associação Nacional de Jornais (ANJ) como tendo, em 2015, a 34º maior média de circulação entre os impressos do País, bem como diretamente vinculado ao senador da República Jader Barbalho, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB); pelo aspecto simbólico, refletimos sobre

as cartas dos leitores como parte de um sistema de resposta social, que produz uma interatividade social ampla, diferida e difusa (BRAGA, 2006, p. 27) e que coloca em perspectiva diferentes enunciados narrativos construídos a partir da experiência; pelo aspecto temporal, consideramos a formação dos territórios de Carajás e de Tapajós a partir da ideia de desenvolvimento na Amazônia. Para contemplar a *mímesis* II, utilizamos os movimentos da análise da comunicação narrativa (MOTTA, 2013). Observamos o mês de dezembro de 2011, do qual extraímos amostra com 16 cartas publicadas na “Espaço do Leitor”, cujo tema principal foi o plebiscito no Pará. Por fim, a *mímesis* III adveio do compartilhamento de uma nova experiência por meio da linguagem.

Diário do Pará: o jornal de Jader Barbalho

Castro (2012, p. 180) situa a RBA, responsável pela produção do jornal *Diário do Pará*, como um dos cinco grupos político-comunicacionais mais importantes da Amazônia. Os demais são as Organizações Romulo Maiorana (ORM), responsáveis pelo concorrente *O Liberal*, também no Estado do Pará; a Rede Amazônica e a Rede Calderaro de Comunicação, conhecida como *A Crítica* – ambas no Estado do Amazonas; e as Organizações Jaime Câmara (OJC), sediadas no estado do Tocantins.

Fundado em 22 de agosto de 1982, o *Diário do Pará* subsidiou a candidatura de Jader Barbalho (PMDB) ao governo do Estado contra o candidato apoiado pelo jornal rival, *O Liberal*. Veloso (2008, p. 82) explica que, ao longo dos anos 1960 e 1970, Jader havia liderado a oposição local ao regime militar como dirigente estudantil, vereador e deputado do então Movimento Democrático Brasileiro (MDB). Nas eleições de 1982, venceu o pleito como o jovem político destemido diante do poder ditatorial, comprometido com as mudanças pelas quais o Pará clamava, uma vez que *O Liberal* se consolidou pelo apoio aos governos de situação e, portanto, não oferecia resistência aos governos militares.

Desde sua criação, o *Diário do Pará* coloca-se em disputa com *O Liberal*. O cenário trata-se do “maior caso de rivalidade jornalística na história do Pará” (PINTO, 2007), uma vez que não se trata, apenas, de uma disputa comercial e editorial: por divergência política, um procura destruir o outro. Ainda de acordo com Veloso (2008, p. 83), a resposta das ORM à ascensão político-comunicacional de Jader Barbalho configurou-se na intimidade, cada vez maior, com os adversários do ex-governador na política local. Alguns, de antigos aliados, passaram a usar *O Liberal* para atacar publicamente Jader Barbalho. A compensação era feita por meio da publicidade oficial. A aliança mais duradoura das ORM com um grupo político

paraense forjou-se de 1994 a 2006, com a conquista do executivo estadual pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB).

Foram 12 anos de íntima associação entre os tucanos e os Maiorana, mantida por intensa propaganda do governo do PSDB nos jornais e emissoras de rádio e TV do grupo. (...) Competência, modernidade e probidade foram sinônimos dos atos do PSDB na cobertura jornalística das ORM. (VELOSO, 2008, p. 84)

Para a autora, a busca pela profissionalização, ao longo dos anos, não afastou o *Diário do Pará* de sua principal característica: a de ser um jornal de campanha, destinado, em última análise, a defender os interesses privativos da família e dos aliados de Jader Barbalho. Isso faz com que nele predomine o estilo caluniador, sempre que não houver fatos a serem usados contra os adversários. No entanto, desde 2002, está em curso uma política agressiva de investimentos e de *marketing* no *Diário do Pará*, fazendo com que o jornal ganhe espaço no mercado local e, conseqüentemente, expressão política, “construindo uma situação polarizada de concorrência [com *O Liberal*] que, embora não gere qualidade de conteúdo, tem o efeito de criar agendas locais próprias” (CASTRO, 2012, p. 182).

O *Diário do Pará* conta com 29 sucursais no interior paraense, atuando em Belém e em outros 100 dos 144 municípios do Estado. Com tiragem média de 28 mil exemplares, tornou-se o principal veículo da RBA, “utilizado, frequentemente, para divulgar ações políticas de seus proprietários e de seus familiares, assim como para o embate entre o grupo RBA e as Organizações Romulo Maiorana” (PINTO, 2017, p. 130). Para Aguiar (2016, p. 168), a RBA trata-se do caso típico de uma empresa familiar “liderada por um político influente, que vê a comunicação mais como um meio de barganha nas relações de poder local-regional do que como uma atividade-fim”.

Na avaliação de Pinto (2013), o *Diário do Pará* mantém sua filiação ao Instituto Verificador de Comunicação (IVC) para se diferenciar do concorrente *O Liberal*, que não se submete a qualquer auditoria de circulação desde que foi comprovada fraude nos números apresentados ao Instituto. Entretanto, o jornal da RBA não divulga dados apurados pelo IVC, apenas informações do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) – que mede audiência, e não vendagem.

Observamos, por conseguinte, que os grupos de comunicação do Pará, RBA e ORM, mantêm o jornalismo impresso, por meio do *Diário do Pará* e de *O Liberal*, respectivamente, como “verdadeiros bastiões econômicos de sua influência política”, utilizando-os “em toda forma de chantagem a empresas e ao poder público para se capitalizar” (CASTRO, 2013, p. 441). Para o autor, o jornalismo

impresso paraense constitui um modelo de propaganda, porque atinge as camadas médias da população e, também, as elites locais. Portanto, tornam-se instrumento de barganha política, considerando que têm mais autonomia para decidir a cobertura dos fatos, assim como o enfoque das narrativas.

Cartas dos leitores: de respostas sociais a enunciados narrativos

As cartas dos leitores fizeram parte da estrutura do *Diário do Pará* até 26 de agosto de 2016, quando o jornal passou por reformulação e aderiu a nova forma de organização do conteúdo. Intitulada “Espaço do Leitor”, a seção de cartas era publicada, diariamente, na metade superior da página A2 do caderno principal do jornal. A metade inferior era ocupada por uma coluna de opinião, bem como pelo expediente do periódico. A média de publicação era de quatro cartas dos leitores por edição, além de uma fotografia sob o título “Cenas da Cidade”.

Eram informados, ainda na seção de cartas dos leitores, o endereço, o e-mail e o telefone para colaborações, bem como as instruções – mensagens objetivas, com ou sem fotos, contendo até 10 linhas em espaço 12, com nome, endereço completo e telefone. Quando se tratava de acusações e/ou denúncias, o *Diário do Pará* exigia que fosse reconhecida firma, bem como se reservava no direito de publicar as colaborações na íntegra ou resumidas, além de se isentar da responsabilidade em caso de questões de natureza jurídica.

A carta do leitor classifica-se como um subgênero do gênero carta ao editor, uma vez que o editor é o receptor das cartas, bem como o agente responsável por sua edição e publicação. Entendemos gêneros não apenas como especialização jornalística, mas, também, como uma forma típica do enunciado. Bakhtin (2016, p. 52) define gêneros como situações típicas da comunicação discursiva, isto é, correspondem a alguns contratos típicos dos significados das palavras com a realidade concreta em circunstâncias típicas; trata-se de enunciado, e não da língua.

Para Corrêa (2014, p. 136), a carta do leitor possui a característica própria de ser ausente de contato imediato entre o destinador e o destinatário, além da capacidade de articular os fatos que não coincidem com seu momento de eclosão, recuperando ângulos de observação do outro lado do fluxo jornalístico: o do receptor, o da coletividade. Na avaliação da autora, a participação do leitor, por meio de cartas, é passiva, abstrata e indireta. Caracteriza a carta do leitor como “um espaço democrático onde o leitor pode contribuir mesmo que sendo bastante restrito” (CORRÊA, 2014, p. 139). Considera, ainda, que o mais importante, para os leitores, é a própria manifestação, a expressão, o desabafo estampado na carta.

Segundo afirma, os leitores escrevem cartas aos jornais pela satisfação em participar.

De modo diferenciado, em uma perspectiva interacional, Braga (2006, p. 133) explica que as cartas dos leitores se tratam de um espaço em que o leitor e o jornalista podem cotejar perspectivas sobre os acontecimentos sociais, em que os leitores falam com o jornal, no jornal e, eventualmente, sobre o jornal. Para o autor, as cartas dos leitores são um exemplo do que chama de sistema de resposta social – que consiste num sistema de circulação diferida e difusa (entre pessoas, grupos e instituições), que impregna e parcialmente direciona a cultura, a partir de sentidos produzidos, inicialmente, pelos meios de comunicação.

Uma vez completada a processualidade mais diretamente “econômica” (ou comercial) do processo, do “fazer chegar”, os produtos não são simplesmente “consumidos” (no sentido de “usados e gastos”). Pelo contrário, as proposições “circulam”, evidentemente trabalhadas, tensionadas, manipuladas, reinseridas nos contextos sociais mais diversos. (...) O sistema de circulação interacional (...) não se faz apenas como “escolher e acolher” segundo critérios culturais anteriores, mas gera um trabalho social dinâmico: respostas (BRAGA, 2006, p. 28).

O autor explica que a interatividade das cartas dos leitores se revela quando os seus autores falam ao jornal; reagem a alguma posição que o tocaram, positiva ou negativamente, como indivíduo ou como parte de um grupo. “Há, portanto, um objetivo de se expressar para o jornal e, através deste, para o público” (BRAGA, 2006, p. 145). Os polos em interação configuram-se como sujeitos interlocutores, inscritos num contexto situacional, os quais são, também, sujeitos em experiência, que afetam e são afetados pela copresença e pela mediação simbólica (FRANÇA, 2006, p. 84). A pesquisadora reforça que a experiência no mundo não é desprovida de referências, isto é, dá-se a partir de um conhecimento prévio – aquilo que Goffman (2012, p. 34) chama de enquadramento: a elaboração de situações de acordo com os princípios de organização que governam os acontecimentos sociais e o envolvimento subjetivo neles; os elementos básicos que se consegue identificar; a organização da experiência.

Bakhtin (2016, p. 35) afirma que a alternância entre os sujeitos interlocutores caracteriza o enunciado como unidade da comunicação discursiva. Segundo o autor, o critério de conclusibilidade do enunciado trata-se da possibilidade de responder a ele, ou seja, em termos mais precisos e amplos, de ocupar em relação a ele uma posição responsiva. A totalidade do enunciado determina-se pela abrangência e pela interpretação da intenção discursiva ou da vontade de produzir sentido por parte dos interlocutores.

Todo enunciado é um elo na cadeia da comunicação discursiva. É a posição ativa do falante nesse ou naquele campo do objeto e do sentido. Por isso cada enunciado se caracteriza, antes de tudo, por certo conteúdo semântico-objetal. (BAKHTIN, 2016, p. 46).

Ainda de acordo com o autor, a experiência discursiva individual do interlocutor forma-se e desenvolve-se em interação constante e contínua com os enunciados individuais dos outros. Trata-se do processo de assimilação, mais ou menos criador, com graus variados de alteridade e de assimilabilidade, de aperceptibilidade e de relevância, das palavras dos outros. Os interlocutores assimilam, reelaboram e/ou reacentuam outros enunciados. Significa dizer que todo enunciado corresponde a uma resposta a enunciados precedentes: rejeita-os, confirma-os, completa-os, baseia-se neles, subentende-os como conhecidos, de certo modo leva-os em conta.

Entendemos, portanto, que as cartas dos leitores carregam, em si, enunciados narrativos, os quais colocam as coisas em relação umas com as outras, em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico (MOTTA, 2013, p. 89). Para o autor, as narrativas não são construídas ingenuamente, mas, sim, configuram-se como uma atitude argumentativa; um dispositivo de linguagem persuasivo, sedutor e envolvente com o objetivo de obter certos efeitos de sentido. Em França (2006, p. 61), as narrativas representam práticas ordenadoras de sentido; intervenções concretas, em contextos específicos, desenvolvidas por sujeitos – os quais estão inseridos ou fazem parte de um processo mais amplo, que são os processos comunicativos.

Plebiscito no Pará: em busca do desenvolvimento da Amazônia

Nas propostas divisionistas, Carajás seria formado por 39 municípios do sul e sudeste paraense, os quais ocupam 24% do Estado. Tapajós seria composto por 27 municípios do oeste do Pará¹, o equivalente a 59% das terras estaduais. Ao Pará, remanesceriam 78 municípios – 17% do atual Estado (BRAGA, 2015, p. 46). A consulta pública, conhecida como plebiscito no Pará, foi autorizada pelos decretos legislativos nº 136/2011 e nº 137/2011 e trata-se da primeira iniciativa de reorganização territorial após a instituição da Carta Magna, em 1988. Até então, a formação ou a extinção de novos estados brasileiros era prerrogativa da União.

¹ Na explicação de Dutra (1999, p. 12), “o tradicional Baixo Amazonas paraense compreende a zona que se estende de Almeirim até os limites com o Estado do Amazonas, abrangendo também os municípios existentes na calha do rio Tapajós. O chamado Oeste do Pará amplia-se para incluir os novos municípios criados recentemente, sob a influência das rodovias Transamazônica e Santarém-Cuiabá, fora, portanto, do eixo fluvial que direcionou a colonização histórica”.

Os territórios de Carajás e de Tapajós, ainda que não tenham se constituído como unidades federativas, evidenciaram a fragmentação da Amazônia em unidades sub-regionais constituídas pela sociedade local. Becker (1996, p. 97) explica que o rompimento das divisões administrativas oficiais resulta do conflito entre a malha programada, ou técnico-política, das grandes redes e territórios impostos pelo Estado e a malha sociopolítica, construída pelo espaço vivido dos grupos sociais que concretamente se instalaram na fronteira amazônica, definindo, também, seus territórios.

De acordo com Dutra (1999, p. 115), a demanda por autonomia político-administrativa de Carajás e de Tapajós, amiúde, responsabiliza o poder central, representado pelo governo do Pará, pela situação de abandono vivida nos municípios paraenses – principalmente, os mais distantes de Belém. O abandono, nesse sentido, refere-se a quadros de pobreza e de “atraso”, isto é, do subdesenvolvimento ao qual o interior do Pará foi submetido por “sucessivos governos paraenses”, o que impede a região de cumprir o seu destino, sua ‘predestinação’, algo que tem necessariamente que acontecer, um encontro com a História e que reluta em concretizar-se” (DUTRA, 1999, p. 125).

Observamos que o desenvolvimento está associado ao que Becker (2001, p. 135) chama de economia de fronteira, que considera o progresso na Amazônia como sinônimo de crescimento econômico e de prosperidade infinitos a partir da exploração dos recursos naturais percebidos, igualmente, como infinitos. Uma das principais consequências da economia de fronteira é a alteração drástica do tempo e do espaço. As relações que se davam, na Amazônia, por via fluvial e que demoravam dias e/ou meses passaram a ser contadas por horas.

No contexto amazônico, mais do que oposto à capital, o interior refere-se ao mundo rural, embora inclua vilas e povoados. Para Paes Loureiro (1995, p. 56), interior é o lugar das tensões próprias dessa sociedade onde os grupos humanos estão dispersos ao longo de extensos espaços e onde se acham mergulhados numa ideia vaga de infinitude, mais num tempo congelado do que num espaço contemporâneo. Dutra (1999, p. 225) afirma que há um sentimento de inferioridade nas elites do interior do Pará em relação a Belém, de forma que a superação dessa inferioridade passa pela divisão territorial e, conseqüentemente, pelo reconhecimento da própria autonomia.

Como a Amazônia constituiu-se sob a soberania direta da coroa portuguesa, isolando-se não só dos demais centros urbanos brasileiros, como também da América Latina, consolidou-se a ideia de que as práticas amazônicas eram antigas, folclóricas e primitivas. Paes Loureiro (1995, p. 30) explica que a distância no espaço passou a ser entendida como distância no tempo: o isolamento que recobria

a Amazônia com o manto de mistério, distância e intemporalidade, que a impedia de intercambiar seus bens culturais, contribuiu para que se acentuasse sobre ela uma visão folclorizante e primitivista.

Para romper com a ideia de atraso, as elites de Carajás e de Tapajós buscam demonstrar que os problemas sociais do interior somente terão solução com a instituição de um poder local, regional; um novo poder central com características de proximidade e de pertença (DUTRA, 1999, p. 116). Entre as principais motivações e interesses na divisão territorial do Pará, Andrade (2011, p. 25) identifica o desenvolvimentismo, segundo o qual há a necessidade de descentralizar os recursos públicos e de dinamizar, de forma mais consistente, os territórios subdesenvolvidos que, por não disporem de força política, acabam desassistidos pelo poder público. Esse discurso, somado ao das grandes dimensões territoriais dos Estados, é utilizado na maioria dos projetos que desejam a criação de novas unidades territoriais na Amazônia.

O componente econômico, presente na instância política, evoluindo dentro da história, torna-se fator relevante para a justificativa de criação dos estados de Carajás e de Tapajós. Dutra (1999, p. 226) afirma que não é mera coincidência que grupos políticos e empresariais do sul do Pará façam brotar um debate por autonomia para o território de Carajás, que sedia os mais expressivos investimentos dentre os chamados grandes projetos², concentrados em torno da realidade e do significado do Projeto Grande Carajás (PGC)³.

Na verdade, o sul do Pará destaca-se economicamente desde meados do século XIX, como retardatário em relação ao auge da borracha. Schmink e Wood (2012, p. 195) explicam que látex natural era extraído na área, mas, apenas durante o auge do comércio da borracha, ao final do século XIX, é que os seringueiros fundaram povoados às margens do médio Tocantins e ao longo dos rios Araguaia e Xingu. Quando o auge da borracha chegou ao fim, a castanha do Pará substituiu a borracha como principal produto de exportação do sul do Pará. Isso fez com que, ainda no início do século XX, os comerciantes de Marabá (que se

² Becker (1996, p. 63) explica que grandes projetos, também chamados de projetos de grande impacto, são aqueles patrocinados e/ou financiados em grande parte pelo Estado, cujo investimento é equivalente ou superior a um bilhão de dólares. Além disso, os grandes projetos caracterizam-se pela escala gigante da construção, da mobilização de capital e de mão de obra; pelo isolamento, pois é implantado, geralmente, como enclave – o que o dissocia das forças locais; pela conexão com sistemas econômicos mais amplos, de escala planetária, de que são parte integrante; e pela presença de núcleos urbanos espontâneos ao lado do planejado, que é a expressão da segmentação da força de trabalho, qualificada e não qualificada.

³ Proposto pela então Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) – hoje, Vale S/A – e endossado pelo Estado, o PGC, ou “Carajazão”, objetivou a construção de um gigantesco corredor de exportação no Norte do país, em função da exaustão e do alto custo da exploração das jazidas de ferro em Minas Gerais, bem como da necessidade de diversificar a produção (BECKER, 1996, p. 67). Três grandes projetos integram o PGC: a Estrada de Ferro Carajás e a Hidrelétrica de Tucuruí, no Pará, além do Porto Ponta de Madeira, no Maranhão (MATTOS, 1996, p. 61).

candidatou à capital do Estado de Carajás) pressionassem o governo do Estado por autonomia política local.

Tapajós, cuja provável capital seria a cidade de Santarém, carrega o nome do rio homônimo, “a referência geofísica de um espaço tido como distante culturalmente por grupos de uma larga faixa do território que o movimento [pró-criação do Estado] espera tornar autônomo” (DUTRA, 1999, p. 151). O interesse em reservas minerais impulsiona, também, as propostas divisionistas do oeste do Pará. A partir dos anos 1980, consolidaram-se os investimentos na extração mineral em Porto Trombetas, município de Oriximiná, onde a Mineração Rio do Norte, um conglomerado de empresas nacionais e estrangeiras, extrai a bauxita (DUTRA, 1999, p. 227).

O autor enumera diversas iniciativas pró-criação do Estado do Tapajós que veem no desenvolvimento econômico a chance de alcançar a autonomia do oeste do Pará. Um exemplo é o Estudo de Viabilidade Econômica do Estado do Tapajós, publicado em 1996, que tenta mostrar que somente com a separação territorial do Estado do Pará será desabrochado o potencial econômico do Tapajós, pelo fomento à produção de café; pelo setor industrial; e pela superação da carência energética e o incremento dos meios de transporte, particularmente com a conclusão das obras da BR-163, conhecida como Santarém-Cuiabá – uma das principais rodovias de ligação com o Centro-Oeste do Brasil.

Análise da comunicação narrativa

Até aqui, a teoria de Ricoeur (2010) sobre tempo e narrativa ajudou-nos a observar a pré-compreensão do mundo da ação. Tratou-se de caracterizações gerais a fim de identificar – estrutural, semântica e temporalmente – a capacidade e a necessidade da ação de ser narrada. Para observar as mediações simbólicas da ação, isto é, o agenciamento dos fatos, a transformação de incidentes individuais numa história tomada como todo, recorreremos às técnicas da análise da comunicação narrativa, uma vez que a perspectiva ricoeuriana situa-se no plano filosófico.

A análise da comunicação narrativa trata-se de “uma técnica hermenêutica, uma técnica de interpretação dos discursos a respeito de uma realidade construída de fenômenos concretos e abstratos” (MOTTA, 2013, p. 124). Por esse entendimento, os discursos adquirem a instância de narrativa quando são observados como dispositivos argumentativos produtores de significados, cuja estruturação na forma de relatos obedece a interesses do narrador (individual ou institucional) em uma relação direta com o interlocutor/destinatário/audiência.

Motta (2013) tem como proposta uma metodologia de análise crítica dos processos de comunicação narrativa que evidenciam os planos da estória e da expressão. O autor propõe uma análise fenomenológica da narrativa com base em sete movimentos: 1) compreensão da intriga como síntese do heterogêneo; 2) compreensão da lógica do paradigma narrativo; 3) surgimento de novos episódios; 4) revelação do conflito dramático; 5) personagem: metamorfose de pessoa a persona; 6) estratégias argumentativas; e 7) metanarrativas. Não foram analisados todos os movimentos em todas as cartas selecionadas, mas, sim, privilegamos aqueles que pareciam mais evidentes, que mais se mostravam no interior da narrativa. Desse modo, buscamos costurar uma narrativa aparentemente fragmentada, construída por várias vozes, que, juntas, desenhavam um momento histórico que ocorria, então, no mundo da vida e que foi ressignificado pelos olhos dos narradores-leitores do jornal.

“Contra a divisão da nação papa-chibé”

A carta faz uso, logo no título, de uma expressão popularmente conhecida no Estado do Pará, que evoca um sentido regionalista: “papa-chibé”. Esta expressão faz referência ao paraense tipificado no imaginário, um paraense caboclo, que possui estreita relação com a farinha, um dos alimentos mais consumidos no Estado, assim como os demais derivados da mandioca, que dão origem à maior parte dos pratos típicos da região.

Junto com esse termo de cunho coloquial e regional, o narrador utiliza a palavra *nação*, chamando os habitantes do Estado de *nação papa-chibé*. Percebemos um apelo emocional do narrador direcionado ao ufanismo relacionado ao termo “nação”, assim como o sentido hiperbólico presente na tentativa de equiparar uma unidade federativa à nação inteira em si, portanto, o narrador toma a parte pelo todo. Para destacar a importância do plebiscito e valorizar o drama principal da narrativa, o narrador utiliza a expressão “definição do futuro da nação paraense”. Ao colocar a possibilidade de divisão do Estado como um marco definidor do futuro, percebemos a intenção de envolver o leitor no drama principal.

O narrador faz referência a algumas personas na narrativa da carta. A primeira delas consiste nele mesmo, que possui uma postura ativa na tessitura da intriga, visto que se posiciona como paraense ao fazer uso da expressão “como bom paraense”, deixando claro que é contra a divisão do Estado. As outras personas são evocadas de maneira próxima, informal e até carinhosa, a exemplo da expressão “filhos da terra” da qual o autor faz uso para nomear o paraense nativo. Outras duas personas tipificadas no imaginário amazônida, também evocadas pelo narrador, são o turista maravilhado e o paraense acolhedor, retratados no termo “gente hospitaleira”.

O narrador faz referência ao plebiscito como “festa da democracia”. Por meio da figura de linguagem comparação, evoca sentidos positivos em torno da palavra festa, que faz referência a um evento no qual as pessoas se divertem e se confraternizam. Portanto, apesar de se colocar contrário à divisão, indica que o fato de haver uma consulta pública para decidir a questão é uma solução positiva.

Como estratégia de convencimento, o narrador oscila entre os efeitos estéticos de sentido e efeitos de real. Percebemos essa oscilação no excerto “não gostaria de ver o nosso Estado dividido *por ressentimentos*”, no qual apela ao emocional do leitor, e depois no excerto:

Não acredito que a ideia da divisão seja a melhor solução, afinal de contas se assim o fosse outros Estados que foram criados por força de lei já seriam autossuficientes e outros bem menores como Sergipe, Rio Grande do Norte, Paraíba e Alagoas, deveriam ser bem mais desenvolvidos que o nosso. (DIÁRIO DO PARÁ, 2011)

Observamos, ainda, apelo à racionalidade do leitor, ao utilizar a comparação como recurso, demonstrando o insucesso de outras iniciativas semelhantes.

“Separar ou não, eis a questão!”

Aqui, o narrador afirma buscar uma postura isenta por meio da declaração “prefiro não manifestar uma posição, embora já tenha posicionamento definido”. Porém, na sua construção narrativa, deixa pistas claras do próprio posicionamento em relação à divisão do Estado e até da sua localização geográfica.

Ao optar pelo verbo *retalhar* no lugar do verbo *dividir*, para se referir à possível divisão do Estado do Pará, o narrador recorre à dramaticidade que o termo evoca, visto que *retalhar* significa partir em vários pedaços – e, quem o faz, em geral, não o faz de forma pacífica. Enquanto ação, há alusão à violência, afinal, é impensável retalhar algo com carinho. O termo, portanto, está intrinsecamente envolto em uma aura negativa. Já *dividir* possui ambivalência: quando se divide, se perde por um lado, porém, da mesma forma, se partilha. Entretanto, ao optar por *retalhar* a *dividir*, o narrador marca uma posição clara, mesmo dizendo explicitamente não pretender se posicionar.

O narrador finaliza a narrativa ao afirmando que sente orgulho *dessa terra* e que sabe das dificuldades de quem mora em Santarém e em Marabá. Por fim, apela diretamente os leitores, pedindo calma na hora de decidir. Fica claro, assim, que ele reside em nenhuma das duas cidades citadas. Ao afirmar saber das dificuldades de quem vive nessas regiões, opta por uma abordagem empática, como estratégia de se aproximar do leitor que mora em uma das duas cidades e que, possivelmente, é a favor da divisão do Estado.

O pedido de calma vem quase na forma de uma advertência/ameaça, uma estratégia que busca causar efeito estético de sentido e provocar um medo no

leitor. Afinal, a ausência de calma nas decisões pode levar a resultados negativos. É essa possibilidade de negativizar o futuro, escolhido na ausência da serenidade da decisão, que o narrador utiliza como forma de provocar temor.

Debate ajuda a esclarecer I

Percebemos, nessa narrativa, que o narrador se coloca em posição de superioridade em relação aos demais votantes do plebiscito, na medida em que encarna a persona do conselheiro, daquele que adverte e que indica um caminho. Coloca-se, ainda, em uma posição de enfrentamento, em oposição a pessoas da classe política, responsáveis pela gestão do Estado do Pará e seus municípios, bem como orienta os demais leitores a fazerem o mesmo: “cobremos com veemência, com a paixão que nos inflama agora. De outra forma, anotemos seus ‘nomezinhos’ para não nos enganarmos nas próximas eleições”. A narrativa possui um tom imperativo e produz um ponto de tensão entre o povo e a classe política, que são colocados em lados opostos do conflito.

Debate ajuda a esclarecer II

Aqui, percebemos um teor similar ao anterior, na qual os políticos assumem a persona do vilão, sendo retratados como gestores “sem fontes” e apaixonados pelo poder. O povo assume a persona do herói sofredor, que sofre as adversidades decorrentes das ações dos políticos. O narrador não utiliza dados, tampouco estratégias que produzam efeitos de realidade, todavia apela à emoção do leitor, ao se colocar numa posição de empatia no que se refere às demandas do Estado.

Por uma capital no centro do Pará

O narrador desta carta também se coloca em posição de superioridade em relação ao restante da população, ao utilizar a expressão “a sociedade menos esclarecida”. Ele marca sua própria posição de conhecedor dentro da tessitura da intriga, isto é, como aquele que vê as razões por que o conflito ocorre. A estratégia de contrapor herói (povo) e vilão (gestão municipal) é, da mesma forma, utilizada. O narrador explicita ser contra a divisão do Estado do Pará e faz uso de estratégias que apelam ao emocional do leitor, de forma a justificar seu ponto de vista. Utiliza termos que evocam empatia, porém contradiz a posição de superioridade do início da narrativa, ao chamar os demais votantes de *irmãos*.

Percebemos que o narrador coloca o povo em uma posição passiva diante da própria história, ao afirmar que ele “não sabe votar, que se deixa envolver pelos discursos da classe política”. Constrói, assim, uma persona que reforça uma figura presente no imaginário amazônica do período colonial, nomeada por Gondim (2007, p.60) de “bom selvagem”. Esta persona se aplicava, principalmente, ao indígena, que era retratado como incapaz de conferir racionalidade e sentido à própria vida (COSTA, 2011).

Sim, dividam o Estado!

Nesta narrativa, que, desde o título, se estrutura em defesa da divisão do Estado do Pará, utilizam-se enunciados que apelam ao emocional do leitor, com recursos que criam efeitos de sentido, especialmente, ao criar a metáfora de que a capital Belém é uma sanguessuga dos *futuros* Estados, os quais, na visão do narrador, querem “se ver livre desse parasita”. Outra estratégia de convencimento consiste em falar sobre a divisão como uma certeza futura. O enunciado narrativo trata os prováveis Estados de Carajás e de Tapajós como já existentes, portanto não trabalha com a incerteza, colocando o argumento, de antemão, do lado vencedor.

Quem vai se dar bem na divisão?

Apesar de reduzido em tamanho, esta narrativa expõe alguns elementos centrais dentro da grande narrativa tecida em torno da divisão do Pará. Seu objetivo principal é destacar e expor as personagens, na grande narrativa da divisão trabalhada pelo jornal e com os leitores, com os quais o narrador faz a interlocução. *Fazendeiros, políticos e empresários* são personificados como vilões, que vão tirar proveito de uma possível divisão territorial, e, ao mesmo tempo, situa o povo na figura do herói (não em um sentido positivo), pois o herói, na tragédia, é aquele que sofre as consequências das ações dos vilões.

Administrar é a solução

Assim como na carta anterior, o narrador coloca o governo e a classe política como antagonista da sociedade. Ao utilizar o termo *separatistas*, utilizando-o, inclusive, como vocativo, reportando-se diretamente aos “separatistas”, o narrador categoriza e enquadra um tipo de personagem dentro da narrativa e ao mesmo tempo demarca sua posição de não-separatista. Ele contrapõe os argumentos dos *separatistas* com argumentos que visam produzir efeitos do real. Para isso, faz alusão a matérias de jornais e a ações presentes no mundo da vida, fora do texto. Enquanto essas estratégias se desenrolam na narrativa, o narrador retoma o termo *separatistas* várias vezes ao longo do texto, de forma pejorativa, ressaltando que estes devem “pesquisar a corrupção” antes de decidir separar o Estado.

Portanto, percebemos que a carta é direcionada a um público específico, pois dialoga, diretamente, com quem é a favor da divisão do Pará, e não com todos os leitores. O narrador busca o convencimento por meio da estratégia de contraposição argumentativa.

Meu voto é pela divisão do Pará

Esta narrativa, que se posiciona favorável à divisão, utiliza um tom conciliador, na qual o narrador, mesmo afirmando ser de Belém, propõe aos leitores que se coloquem no lugar de quem é dos locais que estão distantes da

capital. Apesar de não mencionar diretamente o governo do Estado, a narradora sugere que os investimentos em saúde e educação não chegam até a população mais distante da capital Belém; portanto, como nas demais narrativas, esta também coloca a gestão pública como antagonista dos interesses da sociedade – argumento amiúde utilizado para apoiar a divisão territorial.

Plebiscito: O Pará todo em um dia de decisão 2

Esta narrativa denota, desde o início, a insatisfação do narrador, explicitada na expressão *infelizmente*, com a qual inicia a construção dos enunciados. O narrador critica a polarização criada entre as frentes políticas favoráveis e contrárias à divisão do Pará, as quais, segundo ele, não aprofundaram o debate acerca da questão. A estratégia argumentativa utilizada por ele é a de criticar e, em seguida, apontar alternativas para o futuro do Estado. Percebemos, dessa forma, uma racionalização da narrativa, que busca produzir efeitos de real, com argumentos que oscilam entre o racional e o emocional para convencer o leitor.

O narrador, ainda, faz uso da comparação, ao afirmar a necessidade de equiparar o desenvolvimento do Pará ao dos outros Estados, apelando ao argumento do progresso e da integração. Percebemos, também, um efeito de dramaticidade por parte do narrador, na escolha do uso da palavra *refém*, para explicar qual a situação do Pará em relação aos demais Estados do Brasil.

Regiões precisarão dizer não e não?

Publicada após a decisão do plebiscito, esta carta, talvez, seja a que mais antagoniza o governo e os políticos envolvidos nas campanhas contra a divisão do Estado. Um diferencial desta narrativa é que o narrador cita o nome das autoridades políticas envolvidas e busca dialogar com elas, visto que se reporta diretamente a esses interlocutores, como podemos perceber no excerto: “Chegou a hora de os políticos responsáveis pela campanha do Não (...) colocarem em prática...”.

O narrador também direciona sua narrativa à população que não foi às urnas e a que escolheu a abstenção, conforme o trecho: “A esses eleitores e também àqueles que infelizmente não votaram, fica aqui a minha proposta...”. Portanto, o narrador direciona-se a, no mínimo, dois interlocutores diferentes. Assume, da mesma forma, um tom de insatisfação que atravessa toda a sua narrativa e que passa tanto pelo nível de abstenção nas urnas, quanto pelo descaso que ele afirma perceber com a gestão pública do Estado do Pará. O narrador finaliza com um tom de ameaça aos políticos, que, ao seu ver, são figuras omissas na narrativa e que assumem, por isso, a persona de vilão. Ao povo, atribui poder de vencer a persona tipificada do vilão por meio das alternativas que ele sugere na própria narrativa.

Considerações finais

Pensar ou refletir a narrativa a partir da postura teórica de Ricoeur não é tarefa fácil, considerando que suas reflexões não se reduzem a modelos mecanicistas de compreensão da narrativa, mas, sim, à ação propriamente humana. Ou seja, as pessoas não são coisas e, antes, devemos pensar sobre o agir ou a ação humana. Portanto, ao refletirmos com os estágios da *mimesis*, observamos os diferentes aspectos das narrativas sobre o plebiscito no Pará construídas nas cartas dos leitores, publicadas no jornal *Diário do Pará*. Percebemos que os interlocutores, de fato, utilizam a experiência de vida, isto é, fazem enquadramentos para, depois, construir os enunciados narrativos. Isso diz sobre a cosmovisão construída coletivamente, também, a partir dos sentidos postos em circulação pelos meios de comunicação. Não à toa, o debate entre as frentes políticas favoráveis e contrárias à divisão do Pará, transmitido pela TV RBA, foi mencionado nas narrativas.

Ao escolher um enquadramento, selecionar vozes e estratégias para estruturarem os enunciados, os leitores buscam convencer, conduzir o público ao significado pretendido, que nunca é isento ou desinteressado, mas reflete um lugar de fala; sua própria voz e sua atuação no mundo da vida, onde ocorrem as ações que serão agenciadas para tecer a intriga. Com a análise da comunicação narrativa, buscamos alcançar os sentidos pretendidos pelos leitores e juntar as pistas deixadas nas entrelinhas dos enunciados narrativos. Esse percurso foi feito a partir de um guia, que consistiu em uma adaptação dos movimentos indicados por Motta (2013), inspirado na teoria ricoeuriana de interpretação e compreensão da intriga. Ao analisarmos cartas de diferentes leitores, percebemos uma narrativa fragmentada que, apesar de terem como fio condutor a temática comum, trouxeram à tona a história de cada leitor, suas próprias experiências, abordagens e estratégias.

Sobre o plebiscito no Pará, observamos a articulação de enquadramentos emocionais, políticos e desenvolvimentistas. Os interlocutores justificaram a necessidade de criação dos Estados de Carajás e de Tapajós para que o desenvolvimento chegasse ao interior do Pará, espaço oprimido pela capital, Belém. Em momento algum, entretanto, mencionaram a possibilidade de Belém não ser tão desenvolvida quanto se pensa. A perspectiva emocional, de que o Pará seria diminuído ou retalhado, tratou-se de uma estratégia para convencer os eleitores a votar contra a divisão do Pará. O mesmo aspecto emocional revelou-se quando, não aprovada a criação dos Estados, o narrador prometeu vingança nas eleições de

2012 e de 2014, não votando nos candidatos que se declararam contra a divisão do Pará.

O enquadramento político foi percebido quando os interlocutores apontaram nomes de atores políticos que se beneficiariam com a criação de Carajás e de Tapajós. A ocultação do nome de Jader Barbalho nas cartas dos leitores pode revelar uma edição intencional, já que a relação entre os meios de comunicação e os agentes políticos na Amazônia paraense é deveras estreita. Da mesma forma, quando se apontou o governo do Estado (PSDB) como algoz do interior do Pará, pode ter sido uma estratégia do jornal, como instância maior, para atacar o rival político. A consulta pública, de maneira geral, foi tratada como um complemento de legislação e, para tanto, necessitava de articulação de agentes políticos.

Da mesma forma, o gênero cartas dos leitores demanda mais estudos na área da Comunicação, haja vista a reduzida literatura sobre o assunto. Desde 2016, a seção “Espaço do Leitor” parou de ser publicada no *Diário do Pará*, deixando-nos o questionamento: seria a internet o único espaço possível para o redirecionamento dos sentidos construídos a partir da experiência coletiva? Em caso positivo, o cenário assusta, uma vez que o ciberespaço conjuga tanto a democratização da informação quanto a intolerância e o ódio a posicionamentos contrários. Na Amazônia, em especial, a internet sequer é acessível a grande parcela da população, o que torna o cenário ainda mais crítico. Se não for mais possível conjugar iguais e diferentes no mesmo espaço, ainda que no espaço de um jornal; se não for mais possível proporcionar encontros, enfrentamentos, ajustes; se as vozes sociais produzirem apenas ecos, em vez de diálogos, a Comunicação perde a razão de existir.

Referências

ADMINISTRAR é a solução. **Diário do Pará**, Belém, 07 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

AGUIAR, Sônia. **Os territórios do jornalismo**: geografias da mídia local e regional no Brasil. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

ANDRADE, Lúcia Cristina (coord.). **Estado do Pará**: (di)visões territoriais, perspectivas sociais, econômicas, financeiras e ambientais – discurso divisionistas. Belém: IDESP, 2011.

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

BECKER, Bertha K. **Amazônia**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1996.

_____. Revisão das políticas de ocupação da Amazônia: é possível identificar modelos para projetar cenários? In: **Parcerias estratégicas**, n. 12, set. 2001.

Disponível em: <<http://www.ufpa.br/epdir/images/docs/paper28.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.

BRAGA, Thaís Luciana Corrêa. **Nem eu, nem o outro; qualquer coisa de intermédio**: estudo exploratório de formas simbólicas sobre o plebiscito para a criação dos Estados de Carajás e de Tapajós. 2015. 127 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Universidade Federal do Pará, Belém, 2015. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/8924/1/Dissertacao_NemEuNem.pdf> Acesso 03 mar. 2018.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Macrodinâmicas da comunicação midiática na Amazônia. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**. Ciências Humanas. Belém, v. 8, n. 2, p. 435-445, Mai.-Ago. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/bgoeldi/v8n2/13.pdf>>. Acesso: 19 ago. 2017.

_____. Sistemas de comunicação na Amazônia. **Revista Fronteira**: estudos midiáticos. v. 14, n. 3, p. 179-191, 2012. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.143.01>>. Acesso em: 19 ago. 2017.

CHANDLER, Raymond. **Poema para Cissy**. Disponível em: <<http://bit.ly/2xy9F6V>>. Acesso em: 30 ago. 2017

CONTRA a divisão da nação papa-chibé. **Diário do Pará**, Belém, 01 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

CORRÊA, Zulmar Teresinha Barbosa. A carta do leitor. In: BONINI, Adair et al. (orgs.). **Os gêneros do jornal**. Florianópolis: Insular, 2014.

COSTA, Vânia Maria Torres. **'À sombra da floresta'**: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo. 2011. 290 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011. Disponível em: <http://www.ppgcom.uff.br/uploads/tese_42_a7dabf28fe5ad42f1849b12255635474.pdf> Acesso em: 04 mar. 2018.

DEBATE ajuda a esclarecer I. **Diário do Pará**, Belém, 04 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

DEBATE ajuda a esclarecer II. **Diário do Pará**, Belém, 04 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

DUTRA, Manuel. **O Pará dividido**: discurso e construção do Estado de Tapajós. Belém: UFPA/NAEA/PLADES, 1999.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, César; _____. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social**: uma perspectiva de análise. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

GONDIM, Neide. **A invenção da Amazônia**. Manaus: Editora Valer, 2007.

MATTOS, Maria Virgínia Bastos de. **História de Marabá**. Marabá: Grafil, 1996.

MEU voto é pela divisão do Pará. **Diário do Pará**, Belém, 07 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

PAES LOUREIRO, João de Jesus. **Cultura amazônica: uma poética do imaginário**. Belém: Cejup, 1995.

PINTO, Lúcio Flávio. A mesma origem dos jornais rivais. **Observatório da Imprensa**, 448, 28 ago. 2007. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/a-mesma-origem-dos-jornais-rivais/>>. Acesso em: 19 ago. 2017.

_____. Os jornais fraudados. **Observatório da Imprensa**, 760, 20 ago. 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed760_os_jornais_fraudados>. Acesso em: 19 ago. 2017.

PINTO, Pâmera Araújo. **Brasil e suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul**. 1. ed. Rio de Janeiro: Multifoco, 2017.

PLEBISCITO: O Pará todo em um dia de decisão 2. **Diário do Pará**, Belém, 12 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

POR uma capital no centro do Pará. **Diário do Pará**, Belém, 05 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

QUEM vai se dar bem na divisão? **Diário do Pará**, Belém, 05 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

REGIÕES precisarão dizer não e não? **Diário do Pará**, Belém, 14 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa: a intriga e a narrativa histórica**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

SEPARAR ou não, eis a questão! **Diário do Pará**, Belém, 04 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

SCHMINK, Marianne; WOOD, Charles H. **Conflitos sociais e a formação da Amazônia**. Belém: ed.ufpa, 2012.

SIM, dividam o Estado! **Diário do Pará**, Belém, 05 dez. 2011. Espaço do Leitor. p. A2.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado. **Imprensa, poder e contra-hegemonia na Amazônia: 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007)**. 2008. 317 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-27042009-115830/pt-br.php>> Acesso em: 03 mar. 2018.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

Jornalismo, Memória e Testemunho: uma análise do tempo presente

Journalism, Memory and Testimony: An analysis of the present time

CRISTINE GERK

Doutoranda em Mídias e Mediações da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: crisgerk@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4948-6200.

MARIALVA BARBOSA

Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Pós-Doutora pelo Centre National des Recherches Scientifiques. Brasil. Email: marialva153@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8875-7128

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

GERK, Cristine; BARBOSA, Marialva. Jornalismo, Memória e Testemunho: Uma análise do tempo presente. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 150-167, abr. 2018/ jul. 2018.

Enviado em 31 de agosto de 2017 / Aceito em 23 de abril de 2018

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1076>

Resumo

O objetivo do artigo é relacionar jornalismo e memória, a partir do maior vínculo entre eles: o testemunho. A análise tem como apoio metodológico uma pesquisa realizada com 103 jornalistas do Rio de Janeiro no primeiro semestre de 2017 sobre os profissionais do jornalismo que eles citam como exemplos para a profissão. O resultado é interpretado com o respaldo teórico de pesquisadores da memória, como Barbie Zelizer, Andreas Huyssen, Maurice Halbwachs e Philippe Joutard. A questão do testemunho é estudada em duas dimensões: o testemunho como ferramenta histórica de produção do jornalismo e o testemunho do jornalismo sobre si mesmo, em um tempo acelerado, que privilegia o presente em detrimento do passado ou do futuro.

Palavras-chave

Jornalismo; Memória; Testemunho.

Abstract

The purpose of the article is to relate journalism and memory, focused on the biggest bond between them: testimony. The analysis is helped, methodologically, by a survey with 103 journalists from Rio de Janeiro, conducted during the first semester of 2017, about their profession's icons. The result is interpreted with the theoretical support of memory researches, such as Barbie Zelizer, Andreas Huyssen, Maurice Halbwachs and Philippe Joutard. The testimony issue is studied in two dimensions: testimony as a historical production tool in journalism and the journalists' testimony about themselves, in an accelerated time, that privileges present over past or future.

Keywords

Journalism; Memory; Testimony.

Introdução

O jornalismo hoje se liga intensamente à dinâmica temporal da internet, ambiente onde há maior fluxo de informações. Nesta lógica da duração acelerada, efêmera, descartável, há pouco espaço e investimento na longa duração, na interpretação sobre os fenômenos e grupos ao longo do tempo. Inclusive na interpretação do jornalista sobre ele mesmo. O resgate desta memória comum é dificultada pelo fato de vivermos hoje a dissolução do presente real no tempo real, como apontou Candau (1998).

A sociedade escamoteia o tempo nas suas características próprias (duração, fluxo e passagem), reduzindo tudo ao instantâneo. Segundo Candau, o presente real é complexo, temporal, com densidade, cíclico, contínuo, feito de heranças e projetos, ou seja, localizado entre um passado e um futuro, na duração. Já o tempo real é caracterizado pela simplicidade, pela temporalidade. Não tem densidade, é acrônico, ou seja, não se inscreve em uma ordem cronológica, com antes e depois. É um presente que é para si mesmo seu próprio horizonte, se esgota na sucessão de instantes. É caracterizado pelo tempo interrompido do *ao vivo*, do instantâneo e do efêmero descartável.

O tempo real foca no instante em si mesmo, como se tivesse nele toda a importância esgotada, sem antes ou depois. São instantes estanques, que interrompem a temporalidade. A memória é moldada para consumo, em produtos de fácil absorção e também descartáveis, como séries, filmes, objetos retrô.

A dissolução do presente real no tempo real traduz a passagem de uma experiência concreta e íntima do tempo a uma categoria temporal abstrata, anônima e desencarnada (CANDAU, 1998, p. 94)

A cada novo suporte comunicacional, a reação que segue é acreditar na superação imediata da linguagem e do suporte anteriores. A duração parece sediar-se no potencial de replicação, que também é transitório. O jornalismo sofre com esta efemeridade no seu modo de produção. Insere-se cada vez mais no tempo real, tanto nas suas coberturas quanto no pensar sobre si mesmo, que está em um tempo real, mas fora de um presente real, inserido em uma duração. Nas coberturas imediatistas e simplistas, o jornalista parece atuar, acima de tudo, como uma espécie de controlador de testemunhos alheios, sem assumir integralmente ele mesmo o papel de testemunha da História (embora evidentemente ele ainda procure se autoconstituir como tal). Até quando se demanda que o jornalista pense em si mesmo, no seu próprio passado e futuro, é difícil para ele se deslocar do presente e narrar a história do seu grupo.

Tomando como centro analítico essas questões e procurando aplicá-las a uma pesquisa empírica (ainda em fase inicial), cujo foco é perceber se os jornalistas possuem referências duradouras na sua memória enquanto grupo, apresentamos alguns resultados baseados, sobretudo, na relação teórica da memória e do testemunho com aquilo que estamos denominando testemunhos do jornalismo sobre si mesmo.

Assim, dividimos esse texto em três partes: na primeira, apresentamos brevemente os resultados da pesquisa; na sequência discorreremos teoricamente sobre questões que consideramos fundamentais para pensar a relação entre jornalismo e memória; para, finalmente, estabelecer vínculos e relações entre uma memória duradoura dos jornalistas a partir da escolha de personagens emblemas da própria profissão, procurando perceber o significado dessas escolhas.

Falando sobre si mesmo

Entre março e abril de 2017, 103 jornalistas cariocas foram convidados a responder um questionário¹. As perguntas foram enviadas por e-mail e incluíam questões para mapear o perfil dos entrevistados, como nome, idade, ano de formatura, universidade onde se formou, empresa onde trabalha atualmente (se trabalha) e se já trabalhou em algum veículo jornalístico (qual e por quanto tempo). Depois, foi pedido para que o participante indicasse qual jornalista considera uma espécie de ícone na profissão e por quê². A única pré-condição para responder o questionário era ser formado em jornalismo.

Dentre os entrevistados, 49,5% eram mulheres e 50,5% eram homens. A maioria tem entre 30 e 40 anos (52,4%). Os demais têm entre 40 e 50 anos (22,3%), de 20 a 30 (11,7%) ou mais de 60 (2,9%). No grupo, 3,9% não identificaram a idade. A maioria dos entrevistados se formou há menos de dez anos (39%) ou de dez a 20 anos (39,6%). As repostas sobre o tempo de formatura condizem com a pergunta anterior, sobre a idade dos profissionais atualmente no mercado, massivamente dominado por jovens adultos.

Dentre os participantes, 86,4% estão empregados atualmente, descontando 10,9% que estão desempregados ou se classificam como freelancers e 2,9% que não responderam. Praticamente todos (99%) já trabalharam em empresa jornalística, a maioria por menos de cinco anos (35%). Os demais trabalharam em empresa jornalística de 10 a 20 anos (28,2%), entre cinco e dez anos (13,6%),

¹ A pesquisa é parte do projeto de doutorado da autora Cristine Gerk. O próximo passo será entrevistar os jornalistas citados como espécies de emblemas da profissão, para entender suas opiniões sobre valores profissionais que mudam e permanecem.

² Ainda não foram analisadas as repostas referentes ao motivo da escolha, que passarão por quadros de interpretação qualitativa.

entre 20 e 30 anos (9,7%) e mais de 30 anos (1%). Há 12,6% que não identificaram o período. Entre os que disseram que estão trabalhando, 48% estão empregados em veículos jornalísticos atualmente (sites, jornais impressos, revistas, canais de TV) e 35% em assessorias de imprensa ou na área de comunicação institucional, o que demonstra que a amostragem reflete a opinião de profissionais em atuação na área.

Quando a pergunta foi sobre quem poderia ser considerado por ele uma espécie de ícone na profissão, 77 profissionais foram mencionados, vivos e mortos. A maioria dos entrevistados (8,7%) respondeu que não tem ícone algum. Entre os mais citados, os campeões são Caco Barcellos (7,7%), Ricardo Boechat, Elio Gaspari e Eliane Brum (com 4,8% cada) e Gloria Maria e Leslie Leitão (com 3,8% cada). Todos os profissionais mais referenciados estão em atuação no momento, em veículos da grande mídia. Barcellos é atualmente responsável pelo programa *Profissão Repórter*, veiculado na TV Globo; Boechat é âncora de telejornais e programas de rádio da Rede Bandeirantes; Gaspari é colunista de jornais como *Folha de São Paulo* e *O Globo*; Brum escreve artigos para os jornais *El País* e *The Guardian*; Gloria Maria apresenta programas na TV Globo, onde também trabalha Leitão, como produtor.

A busca pela referência daqueles que no questionário denominamos ícones da profissão, mas que poderíamos chamar de *personagens-emblemas memoráveis* dos jornalistas contemporâneos, objetivava perceber até que ponto poderiam emergir símbolos e simbolizações para o profissional, que se materializariam numa síntese personalista em torno do que é ser jornalista. Dessa forma, esse jornalista poderia significar alguém próximo ou distante no tempo e na vida da profissão. Poderia ser um *personagem-memória* presente ou ausente do cotidiano dos profissionais que responderam ao questionário.

Se entre 103 profissionais, há 77 nomes citados como ícones, nota-se, em primeiro lugar, que não há, no momento desta pesquisa, *personagens-emblemas memoráveis* que gerem consenso entre o grupo. Esta interpretação é respaldada pelo fato de quase 10% dos entrevistados terem respondido que não têm modelo ou exemplo na profissão. Em segundo lugar, o fato de os jornalistas mais citados serem profissionais em evidência na época da coleta dos dados, do presente, em veículos de grande mídia, é um indício de que o grupo não se relaciona com o passado, a tradição histórica da profissão. Isto é especialmente importante se analisarmos que se trata de uma fase, de um momento da História, em que há uma dificuldade de se projetar o futuro. Logo, não é difícil imaginar que seja difícil se relacionar com o passado. É a ele que recorreremos quando fazemos planos e

análises sobre acertos e erros, para traçar rotas. Sem passado, é difícil ter futuro. E vice-versa.

Memória coletiva

Para entender estes dados, e o que significam, é importante recorrer às fundamentais contribuições de um dos principais teóricos da memória, Maurice Halbwachs (1990), que inaugurou o conceito de memória coletiva e a sociologia da memória, compreendida sempre como compartilhada (nem que seja meramente pelo uso da linguagem). Graças a Halbwachs, foi disseminada a compreensão de que os indivíduos só são capazes de lembrar porque se conectam a grupos. Quanto mais afetado pelo outro, maior a capacidade de se lembrar. Muitas vezes, o que aciona a memória é justamente uma interpelação do outro, no presente. Para responder a uma pergunta feita ou imaginada, nos colocamos ou reposicionamos no ponto de vista do outro, do grupo. Ou seja, a memória tende a se esvaír quando nos afastamos do grupo ao qual ela estava ligada.

Quanto mais os jornalistas se sentem isolados entre si, não engajados em uma classe ou um grupo, mais enfraquecidos e dispersos ficam a construção e o compartilhamento de uma memória coletiva. A própria noção identitária de grupo se abala se não é tão clara uma noção de grupo profissional, quando se dissemina uma ideia de que qualquer um com uma câmera não ou um meio de divulgação na internet pode ser chamado jornalista. Também a partir de uma queda dos postos de trabalho formais, fica reduzida a parcela da população que tem esta atividade como meio de vida. Diminuem, também, os pontos de encontro, as reuniões dos profissionais, as oportunidades de troca de lembranças e projetos. Assim, se não há presente duradouro, parece que também o passado comum do grupo se esvai numa ausência de personagens que sintetizem os valores históricos da própria profissão.

Para que a nossa memória se aproveite da memória dos outros, não basta que estes nos apresentem seus testemunhos: também é preciso que ela não tenha deixado de concordar com as memórias deles 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 (HALBWACHS, 1990, p. 39)

Segundo o autor, como reconstrução, a memória não se fixa em uma conservação da experiência, mas em novas construções a partir de um material de referência. Estes conjuntos de referências de uma dada memória coletiva que o sujeito mobiliza para se lembrar foram chamados por Halbwachs de quadros sociais da memória, que se apoiam na língua, no tempo e no espaço. A memória individual

se particulariza pelo seu ponto de vista sobre a memória coletiva. Diferentes grupos vivenciam o tempo de forma diferente, com durações diversas.

A memória profissional pode ser entendida como uma memória coletiva que também incorpora vivências e experiências de grupos já mortos. Muito do que poderia ser visto como passado é presente hoje em hábitos e rotinas, em processo de revisão. Daí também a importância de uma visão mais holística. Não há grupo *puro*: as memórias coletivas de diferentes grupos se entrecruzam. A memória é sempre um lugar de disputa e está mais ligada ao presente do que ao passado, ou seja, às formas como hoje se olha para trás, em múltiplas temporalidades.

A memória é sempre viva, dinâmica, diferente a cada lembrança. Para que seja acionada, muitas vezes é preciso estar ativada em grupos que tenham "vontade de memória", como definiu Nemer (1987). Um exemplo de grupo que costuma ter esta intencionalidade é a família, com a valorização de histórias, fotografias, objetos. A escolha de ícones do presente pelos jornalistas nos aponta para um desinteresse no mergulho das memórias da classe, a partir de práticas que estimulem o resgate de um vínculo com um passado em comum, ou a reinterpretção deste passado. A memória é o que constitui alguém como sujeito, e é sempre narrativa. O silêncio interfere nesta constituição.

Testemunho

Para estudar a memória do jornalismo e como ele se configura e reconfigura hoje, é fundamental uma análise que envolva a dimensão do testemunho³. Muito se tenta prever sobre o futuro dessa profissão desde o advento das redes sociais e da internet móvel. Mas é difícil fazer qualquer previsão sem entender o valor que o passado de um grupo identitário tem hoje, no calor destas transformações, e sem estudar o testemunho daqueles que acompanham as mudanças da História em suas práticas. A questão do testemunho precisa ser estudada em duas dimensões: o testemunho como ferramenta histórica de produção do jornalismo e o testemunho do jornalismo sobre si mesmo.

Entretanto, o campo do testemunho ou das narrativas tem sido negligenciado nas pesquisas sobre jornalismo, como salientou Resende (2006). O autor alertou para a importância de os estudos no campo se debruçarem sobre as formas de narrar o mundo, já que este é um elemento que cria e recria sociabilidades além de ser uma forma de representação coletiva. Resende ressaltou ainda que o jornalismo, principalmente quando se restringe à função básica de

³ Sobre testemunho, cf. VAZ, P; SANTOS, A. & ANDRADE, P. H. Testemunho e Subjetividade Contemporânea: narrativas de vítimas de estupro e a construção social da inocência. Juiz de Fora: Lumina (online), 2014, v. 8, p. 1-33.

informar, pouco contribui para a construção de narrativas, no sentido amplo do termo. Ao contrário, produz relatos atrofiados, vira um escravo da objetividade, sem a presença marcante de um narrador que imprime sua marca e sua interpretação sobre os acontecimentos. Para avançar na compreensão sobre este fenômeno, é preciso colocar a narrativa como um problema.

Manifestando preocupação similar, os próprios jornalistas⁴ têm alertado para o perigo da prática, cada vez mais frequente, de produzir matérias apenas a partir de um relato enviado por leitor em redes sociais, como WhatsApp. Há mais chances de virarem matérias as mensagens acompanhadas de fotos ou vídeos, sobretudo de pessoas que denunciam abusos do poder público ou violências no lugar de vítimas. Muitos artigos se resumem à reprodução da mensagem do leitor, com a resposta da autoridade competente, sem polifonia ou análise sobre passado e futuro da situação. A verdade da experiência de cada um, transmutada sob a forma de imagens vistas, capturadas e partilhadas, produz um discurso desassociado de qualquer referencial, tendo nele mesmo o sentido exacerbado do verdadeiro.

Através de vídeos e imagens enviados por leitores e veiculados nas páginas jornalísticas, nota-se um reforço deste denominado *efeito-testemunha*. Ele abarca a percepção do próprio público como um provável informante, já que está em presença do que é relatado. Identifica o poder de capturar a imagem e transmiti-la como informação fidedigna. É importante entender esta produção de testemunhos revestidos de uma ideia de verdade, já que são envelopados de provas sob a forma de imagem. Os vídeos e fotos são considerados provas indiscutíveis, mas são produções subjetivas: há ângulos e pontos de vista.

Reduz-se a distância entre experiência e representação para se criar certa ilusão de tempo compartilhado. Trata-se de um tempo comunicacional que explora sobretudo o estando agora, mas numa superfície que vai do nascimento à morte (presente estendido). Neste agora compartilhado, cria-se, via aparatos comunicacionais, a ideia de que eu e o outro compartilhamos o mesmo tempo, e, portanto, vivemos a mesma vida. O tempo ultrapresente da comunicação cria a ilusão do tempo compartilhado.

A compulsão pela fala desassociada de sentido profundo, estanque em um tempo do aqui e agora, esvazia a capacidade de categorizar, de evoluir criativamente. Dificilmente há tempo e investimento na produção de conteúdos que marquem quando o trabalho se resume à administração de relatos. O testemunho só tem sentido mais amplo se entendido em relação a um grupo do

⁴ Na dissertação intitulada "Jornalismo e público: reconfigurações no contexto digital. WhatsApp do Extra como ferramenta histórico-tecnológica" (GERK, 2016), dez jornalistas do jornal Extra relataram ser comum a prática de produzir matérias a partir de uma única mensagem enviada por uma vítima pela rede social.

qual faz parte, pressupondo um evento que foi vivido coletivamente, logo dependente do contexto do indivíduo em questão e do grupo do qual ele faz parte. A lembrança não está encerrada em si mesma. Como definiu Halbwachs (1990, p. 23), "ninguém pode se lembrar realmente a não ser em sociedade". Cada memória individual é um ponto de vista sobre uma memória coletiva e este ponto de vista muda de acordo com o lugar que ocupo.

O modo de produção, de certa forma superficial, também se relaciona com os regimes de tempo da atualidade, adaptados ao cotidiano profissional do jornalista. A alta competição no ambiente digital, repleto de fontes de informação, demanda uma participação ativa no mundo virtual, sobretudo pela necessidade de receber e processar ininterruptamente uma imensa e crescente quantidade de dados. Isso provoca no jornalista um estresse de atenção contínuo. As leituras são, em geral, um *scanning* intuitivo, sem tempo maior para grande esforço de concentração ou interpretação de texto. No novo formato, uma matéria já não é uma unidade, mas sim um fluxo de atividades. Os prazos e formatos podem mudar de acordo com o feedback. O próprio deadline, como uma referência para o horário de fechamento de uma matéria, se reconfigura porque o repórter está sempre online. Como explica Sodré (2002), a presença permanente na rede gera uma condensação da temporalidade no presente e uma indistinção entre o tempo do trabalho, do lazer e da formação.

Um outro aspecto é que o testemunho veiculado na mídia atribui responsabilidade a quem vê, de lembrar e prevenir, transmite uma obrigação moral, apela para um senso de comunidade. Alguns exemplos práticos desta cultura de testemunhos são as postagens (publicações) de artistas que superaram traumas e as conhecidas *histórias de superação*, que rapidamente ganham destaque midiático. Em novembro de 2016, por exemplo, a filha africana dos atores Bruno Gagliasso e Giovana Ewbank foi alvo de comentários racistas na internet. Muitas matérias de veículos reconhecidos publicaram matérias apenas reproduzindo relatos dos atores, orais e escritos, em redes sociais ou programas de TV⁵. No máximo, também reproduziam o texto agressivo publicado inicialmente. Mais tarde, foi descoberto que a autora das mensagens racistas era uma menina negra, de 14 anos. O tema tinha potencial para ser explorado de forma mais ampla e analítica, mas ficou restrito à reprodução dos relatos nas redes sociais. Outro movimento atual é o de divulgação de testemunhos relativos a experiências vividas pelos próprios jornalistas. Brêtas (2016) observou a profusão dessas formas de relato na

⁵ Exemplo: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/11/bruno-gagliasso-sobre-queixa-crime-por-racismo-policia-vai-cuidar-disso.html>

imprensa brasileira entre 2013 e 2015 e seu aparecimento em veículos de grande circulação no Brasil.

Em um cenário pós-moderno⁶, em que o futuro é o lugar do risco evitável, e não do progresso ou da cura, como foi na modernidade, a proliferação de relatos se torna operacional. A partir de uma coleção de possibilidades arriscadas e o medo do *contágio*, o operador, antes sujeito, pode elaborar a estratégia mais segura e estável para evitar perigos que já vitimaram outros. Neste novo contexto, o passado serve como modelo de alerta a partir de experiências de sofrimento que fundam as identidades individual e coletiva. Ao ouvir o relato alheio, inclusive se redefine o próprio passado, a partir de novos enquadramentos disponíveis no presente.

O jornalismo é cada vez mais impregnado destes discursos de vítimas, que surgem muitas vezes a partir das redes sociais e são reproduzidos nos veículos midiáticos sem aprofundamento. A vítima que vem a público poderia ser cada um de nós. Nossa veneração das vítimas pode se relacionar ao fato de nós reconhecermos nelas nossa própria passividade diante de um presente que tentamos controlar e enquadrar o tempo todo, via aparatos comunicacionais, mas parece nos guiar para um abismo sem futuro.

A relação com o tempo

Depois do Iluminismo, quando o tempo linear apontava para o progresso e o domínio sobre a natureza e o futuro, assistimos no século XX a uma falência do projeto de futuro, à crise das utopias e das metanarrativas a caminho da pós-modernidade. Mas, segundo Huyssen (2000), é necessário que a História olhe para as ruínas e as transforme em terreno para construção. Olhar para o passado pode ser transformador do presente, mesmo que o futuro seja desanimador. A relação com o passado é fundamental, ainda que para romper com ele.

O mundo contemporâneo não cessa de registrar o testemunho das existências mais comuns e de acontecimentos banais. A memória, no sentido de mecanismos coletivos de preservação de documentos e informações relevantes, deve ser preservada tanto em um ambiente com informações superabundantes quanto no qual elas faltam. Como já dito, as narrativas são necessárias para configurar as memórias, que são, elas mesmas, construção narrativa. Hoje há um excesso de informação, mas feita para ser consumida, sem ligação, esvaziada da possibilidade de entendimento profundo. Há uma sensação de que o presente está acabando agora, escorrendo. Tudo é da ordem do absolutamente efêmero, uma

⁶ Sobre pós-modernidade, c.f., por exemplo, D'AMARAL (2010)

percepção estimulada por um capitalismo acelerado que torna obsoletos produtos quase instantaneamente. E por isso também a compulsão pelo registro. Muitos recorrem à mídia na esperança de alcançar maior longevidade em um presente furtivo e acelerado.

As informações não ajudam o espectador a criar elos, lembrar. Não têm duração. A superabundância também pode virar esquecimento, porque muito se perde no ambiente virtual. Apesar disso, não se pode ignorar que a mídia hegemônica ou a publicidade ainda são encarregadas de selecionar o que reter e o que simplesmente esquecer ou não perceber, em um jogo que mantém o poder, e a decisão, ainda nas mãos do jornalista, em última instância.

É profundamente desconcertante quando se ouve chamar de memória a capacidade que os computadores têm para conservar a informação: a esta última operação lhes falta um aspecto constitutivo da memória, que é a seleção (TODOROV, 1995, p. 16)

Como apontou Joutard (2015), o testemunho é sempre um problema, e a naturalização de qualquer testemunho é a sua morte. Para tratá-lo com ética e responsabilidade, é preciso considerá-lo um problema. Não há compreensão sem crítica. Essa explosão de memórias se ancora no testemunho, em dar automaticamente legitimidade a discursos, sobretudo de vítimas. Entretanto nada muda mais que o passado, quando repensado a partir do presente. Não se buscam uma verdade e os fundamentos, apenas versões satisfazem. Não há um debate buscando um consenso, e sim duelo de forças. O jornalista sempre tem uma posição, mas é um perigo cair em um relativismo absoluto, porque ele ainda busca ter um lugar de legitimidade da ordem do saber, e não só do *ponto de vista*.

Koselleck (1979) explica que a experiência é o passado atual, quando se fundem a elaboração racional e as formas inconscientes de comportamento, que não estão mais, necessariamente, no conhecimento. Também está sempre contida na experiência a experiência alheia. Da mesma forma, a expectativa é individual e interpessoal. As expectativas podem ser revistas; enquanto das experiências se espera que elas se repitam e sejam confirmadas no futuro, incluindo, na elaboração de acontecimentos passados, suas possibilidades e falhas. O futuro nunca é resultado simples de um passado histórico. As experiências se superpõem, se impregnam umas das outras. Para Koselleck, é a tensão entre experiência e expectativa que suscita novas soluções.

Entretanto, vivemos em um período da História em que há uma crise tanto no espaço das experiências quanto no horizonte de expectativas, intimamente ligados. Esta constatação está no centro da interpretação sobre a falta de apelo da memória para os jornalistas entrevistados: como é difícil prever o futuro, que

parece um lugar de perigo, o passado também assume posição distante. Da mesma forma, na sua prática profissional diária, os relatos das fontes para a produção dos textos são administrados sem passado ou futuro, sem coesão com grupos.

Historicamente, entende-se que o historiador era aquele que interpretava o passado e o jornalista, o presente⁷. Em um contexto de crise de legitimidade, recorrer ao passado parece um caminho. Em seu livro *Jornal Nacional - Modo de Fazer*, William Bonner, âncora e editor-chefe do jornal de maior audiência da TV Globo, diz que entre os critérios de noticiabilidade para definir os temas dignos de cobertura está escolher o que daqui a 50 anos o historiador vai buscar no arquivo do *Jornal Nacional*, antecipando a lógica do historiador do futuro para definir o que importa do passado. Neste sentido, percebe-se um argumento de que o jornalismo registra a História, não pelo instantâneo apenas, mas pelo que vai ser importante no futuro⁸. O jornalista ainda assume um lugar memorialista, semelhante ao do historiador mas focado em um presente que rapidamente vira História, em uma disputa de saber entre jornalista e historiador. Ou seja, o jornalismo, como campo, se legitima neste lugar de peso histórico, inclusive quando vê seu valor e papel questionados na pós-modernidade, mas o jornalista, como sujeito inserido em um grupo profissional, não se sente muito ligado ao seu próprio passado e legado, como sinaliza a pesquisa referida anteriormente.

Na dissertação de mestrado citada anteriormente, jornalistas do “Extra” afirmam que o uso de ferramentas como o WhatsApp tem o poder de, mais uma vez, legitimar o profissional como mediador entre poder público e audiência. Nota-se que o jornalista, quando se posiciona diante do público, ainda apela para valores identitários históricos para afirmar seu valor, como também a capacidade de definir o que é verdade ou boato em uma rede de informações digital. Mas enquanto adota este discurso, na prática o grupo não se reconhece coletivamente, tem dificuldade de eleger um personagem que sintetize o que é ser jornalista e administra testemunhos de forma superficial como caminho para construir a maioria de suas narrativas. Ou seja, o jornalista não se reconcilia ou se alinha na prática, no presente, com as respostas do passado que defende como bandeiras para legitimar sua atividade. Até mesmo seu lugar de mediador, tão supostamente valorizado, fica enfraquecido quando se desloca para a testemunha o lugar social de maior peso, já que o mesmo arquivo ou fala podem ser interpretados de maneiras diferentes. O

⁷ Sobre jornalismo e história, cf. LACOUTURE, Jean. A história imediata. In: LE GOFF, Jacques; CHARTIER, Roger; REVEL, Jaques (Orgs.). A nova história. Coimbra: Almedina. 1978.

⁸ Sobre o tema, cf. BARBOSA, Marialva. Meios de comunicação: lugar de memória ou na história. *Contracampo*, v. 35, n.1, 2016; e RIBEIRO, Ana Paula G. “Mídia e lugar da história”, in: HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto M. (orgs.). *Mídia, Memória & Celebidades*. Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2003.

relato muda, a pessoa e o contexto, também. É preciso refinamento para entender esta multiplicidade através do tempo.

O que significa ser (ou não ser) lembrado?

A construção identitária se abala quando não é tão clara a noção de grupo profissional e quando se dissemina a ideia de que qualquer um com uma câmera não ou um meio de divulgação na internet pode ser chamado jornalista. Também a partir de uma queda dos postos de trabalho formais, fica reduzida a parcela da população que tem esta atividade como meio de vida. Diminuem, também, os pontos de encontro, as reuniões dos profissionais, as oportunidades de troca de lembranças e projetos.

Perdem-se elos importantes que significam não apenas a partilha da vida em comum, como também traços de uma memória duradoura atualizada pelo grupo como memória comum. Se não há mais tempo presente compartilhado por esses profissionais, com a redução da distância entre experiência e representação, também se perde a dimensão testemunhal comum.

Talvez seja por isso, que ao se lembrar daqueles que sintetizariam na memória partilhada o que é o ser jornalista, do ponto de vista ideal, não haja uma memória comum e os lembrados pelo grupo sejam exatamente os que possuem maior visibilidade na cena pública atual do próprio jornalismo.

Ao eleger nomes que são mais visíveis sobretudo por suas ações presentes, em vez da referência a personagens de um passado mais longínquo e que foram importantes na construção da própria história do jornalismo, observa-se a emergência de um tempo no qual o aqui e agora torna-se ele mesmo emblema da própria memória do jornalista, ao referenciar aqueles que se destacariam na profissão. O testemunho do grupo se esfacela em vozes individuais, nas quais eventos não são vividos coletivamente, dilacerando-se também o sentido de partilha de uma memória coletiva. As memórias individuais proliferam na relembração de um passado no qual não emergem sentidos comuns produzidos a partir de testemunhos.

Portanto, a significância da proliferação de nomes-sínteses de uma profissão pode indicar que os contágios de um tempo presente que produz transformações exponenciais nas práticas da profissão se refletem também na construção de um passado comum, que afinal aparece esgarçado nele mesmo.

Existe um meio de distinguir bons e maus usos do passado? Para Todorov (1995) existe. O primeiro passo é nos interrogar sobre os resultados de tal memória a julgar por critérios humanistas, de valores universais, como por

exemplo a paz em detrimento da guerra. Neste caminho de reflexão, a memória deve ser estudada pelas suas formas de reminiscência. Todorov criou o conceito de memória exemplar para defender um uso da memória como modelo para compreender situações novas, sem negar a singularidade dos acontecimentos. A partir da memória exemplar, é possível domesticar a memória, estabelecer comparações que permitem ver semelhanças e diferenças. A mera nostalgia⁹ é um sintoma de uma crise de projeção do futuro, o passado é visto apenas como entretenimento e não como alvo de uma análise crítica. Sente-se nostalgia de uma época em que era possível imaginar um futuro, mas sem mergulhar em uma análise dela. A ideia é encarar situações novas, mas percebendo-as como análogas a outras do passado, para elaborar projetos de futuro.

Tendo esta reflexão como norte, poderíamos pensar nos impactos do abandono de um uso da memória exemplar no jornalismo, inclusive do ponto de vista dos que — através da relembração produzida pelos próprios jornalistas — se constituem em sínteses das expectativas dos profissionais. Estudar o que deu certo e errado no passado é um dos caminhos para entender e criar novos rumos. Valores históricos do jornalista, como o de mediação, o de *cão de guarda* da sociedade, aquele que detém a credibilidade para disseminar conteúdos verdadeiros, poderiam ser resgatados com novos formatos ou serem questionados para a criação de novos caminhos, mas não se pode ignorar um entendimento sobre o que vale ou não a pena manter ou descartar, que poderia estar presente na emergência de novas sínteses que personificariam a profissão. Ao estabelecer uma multiplicidade de personagens, todos eles inseridos nos jogos de lembrança da cena contemporânea da profissão, como já mencionamos antes, observa-se que o testemunho do grupo sobre o próprio grupo se torna muito mais uma narrativa do si mesmo envolvido num tempo que não admite pausa nem reflexão.

O discurso nostálgico sobre o jornalismo é recorrente, sobretudo entre os próprios jornalistas, apocalípticos com premissas como *os bons tempos* ou *o jornalismo acabou*. Há uma crise da ideia de produção do novo, por isso muitas vezes as premissas são simplesmente recicladas sem reflexão. Mas o mero saudosismo não leva a conexões reais com o passado, o presente e o futuro, como apontam as respostas do questionário. Pode até haver um discurso nostálgico, sobre uma época de maior valorização da profissão, mas é preciso uma análise mais alongada sobre o que pode ser aproveitado e descartado das heranças que permanecem.

⁹ Sobre nostalgia, cf. JAMESON, Fredric. "Nostalgia for the present". In. *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Duke University Press, Durham, 1991.

Zelizer e Tenenboim-Weinblatt (2014) argumentam que o jornalismo também está negligenciado nos estudos de memória, embora os dois sejam amplamente relacionados. Zelizer parte da premissa de que enquanto o jornalismo continua a funcionar como uma das principais instituições da sociedade contemporânea para gravar e recordar, nós precisamos investir mais em entender como ele se lembra e por quê. Partilhando desta visão, acreditamos ser importante ainda entender como os jornalistas acessam a memória como um grupo, lembrando-se do passado de seu grupo e de personagens que poderiam representar uma maior coesão.

Os jornalistas são interessados na memória de várias formas, por exemplo cobrindo comemorações, marcos, com edições especiais, e com suas próprias comemorações, como aniversários jornalísticos. Além disso, a memória coletiva não é só influenciada pelo jornalismo, mas, como sociedade, nós nos lembramos de coberturas importantes, de jornalistas e até da mídia em si (aparência de jornais etc): ou seja, a memória coletiva inclui o jornalismo e eventos jornalísticos. Os dois campos estão intimamente relacionados. Embora não se interesse muito mais pela sua própria memória do grupo, é impossível para o jornalista imaginar sua função e o futuro dela sem a memória.

Como ressaltou Zelizer (2014), poucos teóricos do campo da memória coletiva incluíram o jornalismo como um componente importante do seu trabalho. É hora de o quadro mudar se quisermos entender os caminhos da memória coletiva no século XXI. O que afeta o campo do jornalismo, por exemplo as redes sociais, afeta também o da memória, e vice-versa. Na relação com as novas mídias, a memória é fluida, híbrida e transfronteiriça, assim como o jornalismo. É preciso analisar, na contemporaneidade, como a memória transcende os limites do nacional. E estudar este fenômeno é também mostrar a importância de o jornalismo se assumir mais como global. O jornalismo consumido em nichos, graças às redes sociais, à internet e aos programas *on demand*, também cria memórias em nichos em comunidades de interesses com cada vez maior poder de escolher o que consomem e do que se lembram.

De acordo com Olick (2015), o jornalismo e a memória têm qualidades suspeitas semelhantes: são passíveis de erros, falíveis, efêmeros. Ao mesmo tempo, da perspectiva dos estudos de memória, o jornalismo também se parece muito com a História: é um empreendimento público, valoriza fontes e regras de confirmação, e seus resíduos são relativamente permanentes. Os arquivos dos jornalistas também são usados como fontes históricas, inclusive os testemunhos de que tratamos neste estudo, usados sem contextualização e aprofundamento. Em contraste, muitos dos estudos de memória se interessam na validação ou

autenticidade da experiência em vez da produção profissional, e na recepção mais do que na produção. É preciso estudar os jornalistas e seu fazer profissional para entender a memória do grupo.

Jornalistas dependem de memória no seu trabalho. Lembram-se de eventos e momentos passados em suas carreiras. Parte de seu conhecimento profissional é saber — ou seja lembrar — para quem ligar e para onde ir. Hábitos, rotinas são formas de memória. O que é noticiável? A resposta é baseada no que era noticiável no passado e norteia as rotinas de jornalistas e de organizações. Eventos previsíveis são mais fáceis de se preparar e cobrir. Saber isso importa na hora de entender o que será recebido como relevante pela audiência.

O jornalista também depende da memória de suas fontes, das testemunhas. Assim como a memória do jornalista é falha, a da fonte também é. Entender como a memória funciona é essencial para a prática profissional. É também essencial para quem estuda este campo de trabalho: entender como as versões institucionalizadas da História se formam. As memórias autobiográficas e históricas de um indivíduo são influenciadas profundamente pelo jornalismo, e também influenciam na forma como vivemos nossos dias, semanas, anos. Além disso, o jornalismo é um fator constitutivo dos eventos em si e os molda de forma ativa e passiva.

A História do jornalismo é uma importante e interessante parte da memória pública. Ao olhar arquivos, podemos não só entender sobre eventos passados, mas sobre como esses eventos eram discutidos. E comparar as diferentes formas com as quais os jornais apresentam a abordagem sobre temas e como preocupações e métodos jornalísticos mudam com o tempo. O jornalismo é uma parte central da memória coletiva. Até uma notícia falsa, ainda considerada notícia, funda a memória cotidiana. Não há no período moderno, memória coletiva ou cultura que não seja em parte, pelo menos, jornalística. Estudar a memória do jornalismo é fundamental para entender a memória coletiva em formação hoje e como muda com as mudanças no próprio jornalismo. Embora haja muitas informações e *memórias* circulando no ambiente virtual, é provavelmente a memória armazenada pelos meios de comunicação dominantes que vai servir de arquivo no futuro. Estudar a memória no jornalismo é um projeto de futuro.

Como sinaliza Zelizer (2014), o jornalismo constitui uma das poucas instituições que encapsulam o espalhamento da memória contemporânea. Os processos e conteúdos mais relevantes para a memória hoje estão no jornalismo: testemunho, trauma, discurso terapêutico, guerra. Mesmo assim, com todas as evidências, o jornalismo é deixado de lado como agente de memória, inclusive para os próprios jornalistas. Como analisar um fenômeno sem compará-lo a outros

relacionados? Não é fazer desaparecer as características próprias de cada fase, mas fazer comparações que possam destacar semelhanças e diferenças. A representação do passado não é só constitutiva da identidade individual, mas da identidade coletiva. Os personagens emblemas memoráveis de uma profissão são representantes do passado, do presente e do futuro de um grupo.

(...) ao constituir um passado comum podemos nos beneficiar do reconhecimento devido ao grupo. O recurso do passado é especialmente útil quando os pertencimentos são reivindicados (...) (TODOROV, 1995, p. 52)

Assim como vem atuando no dia a dia, na relação com suas fontes e entrevistados vitimizados e baseando sua apuração apenas na reprodução de relatos, o jornalista se coloca no papel de vítima e dá testemunho de uma História da sua profissão atravessando uma crise no presente com muitos culpados terceiros: a internet, a crise econômica, o público. Mas falta contestar a própria vitimização e entender como construir hoje novas memórias que fiquem, para o futuro, levando em consideração o passado do grupo. O tempo contém inevitavelmente marcas do passado. Quem pode ser o maior ícone para o jornalista? Sua memória.

Referências

BRÊTAS, Pollyana. **Observador em primeira pessoa: um desafio epistemológico na "tradução da realidade"**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ/ECO). Rio de Janeiro, 2016.

CANDAU, Joel. **Memoire et identité**. Paris: PUF, 1998.

GERK, Cristine. **Jornalismo e público: reconfigurações no contexto digital. WhatsApp do Extra como ferramenta histórico-tecnológica**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ/ECO). Rio de Janeiro, 2016.

D'AMARAL, Marcio Tavares. Sobre Tempos e História: O paradoxo pós-moderno. In: SANTORO, Fernando; FOGEL, Gilvan; AMARAL, Gisele; SCHUBACK, Márcia C. (Org.). **Pensamento no Brasil** - Emmanuel Carneiro Leão. 1ed. Rio de Janeiro: Hexis - Fundação Biblioteca Nacional, 2010, v. 1, p. 351-369.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, Universidade Cândido Mendes, Museu de Arte Moderna-RJ, 2000.

JAMESON, Fredric. "Nostalgia for the present". In: **Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism**. Duke University Press, Durham, 1991.

JOUTARD, Philippe. **Histoire et mémoires: conflits et alliance**. Paris: Éditions la Découverte, 2015.

LACOUTURE, Jean. A história imediata. In: LE GOFF, Jacques; CHARTIER, Roger; REVEL, Jaques (Orgs.). **A nova história**. Coimbra: Almedina. 1978.

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado – contribuição à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006 [original: 1979]

NAMER, Gerard. **Mémoire et société**. Paris: Meridiens Klincksieck, 1987.

OLICK, Jeffrey K. Reflections on the Underdeveloped Relations between Journalism and Memory Studies. In: ZELIZER, Barbie e TENENBOIM-WEINBLATT, Karen. **Jornalism and Memory**. EUA: Palgrave Macmillan, 2014,p. 17 a 32.

RESENDE, Fernando. O Jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador-jornalista. In: LEMOS, André; BERGER, Christa; BARBOSA, Marialva (Orgs.) **Narrativas midiáticas contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

RIBEIRO, Ana Paula G. "Mídia e lugar da história", in: HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto M. (orgs.). **Mídia, Memória & Celebidades**. Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: por uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

TODOROV, Tzevtan. **Les abus de la mémoire**. Paris: Arléa, 1995.

VAZ, Paulo; SANTOS, A. & ANDRADE. P. H. **Testemunho e Subjetividade Contemporânea: narrativas de vítimas de estupro e a construção social da inocência**. Juiz de Fora: Lumina (online), 2014, v. 8, pp. 1-33.

ZELIZER, Barbie e TENENBOIM-WEINBLATT, Karen. **Jornalism and Memory**. EUA: Palgrave Macmillan, 2014.

Da manchete ao post: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais

From the headlines to the post: making multiple agendas on social media

ADRIANA BARSOTTI VIEIRA

Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Rio, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ). Brasil. E-mail: barsotti.adriana@gmail.com. ORCID: 0000-0002-7834-9937.

Edição v. 37
número 1 / 2018

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 37 (1)
abr/2018-jul/2018

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

VIEIRA, Adriana Barsotti. Da manchete ao post: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 168-191, abr. 2018/jul. 2018.

Enviado em 31 de maio de 2017 / Aceito em 3 de janeiro de 2018

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i1.1040>

Resumo

O crescimento das mídias sociais como meio de acesso às notícias traz cada vez mais desafios ao jornalismo em rede. É por *links* compartilhados nas redes sociais que mais da metade da população mundial com acesso à internet se informa, reduzindo o alcance das manchetes tradicionalmente selecionadas pelos jornalistas. Nas mídias sociais, algoritmos regulam os regimes de visibilidade da notícia, pulverizando a agenda noticiosa. O presente artigo, por meio de entrevistas em profundidade e da análise de conteúdo de posts e chamadas de primeira página dos três principais jornais de referência do país – *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* – discute até que ponto os jornalistas também não estariam contribuindo para a formação de múltiplas agendas no Facebook.

Palavras-chave

Jornalismo em rede; Redes sociais; Agendas.

Abstract

The growth of social media as a way to access news brings challenges to network journalism. Half of the world's population with Internet consume news through shared links on social media, reducing the reach of the headlines traditionally selected by journalists. On social media, algorithms regulate the news visibility, pulverizing the news agenda. This article, through in-depth interviews and content analysis of posts and front pages of the three most important quality newspapers in the country – *Folha de S.Paulo*, *O Globo* and *O Estado de S.Paulo* – discusses if journalists are contributing to make multiple agendas on Facebook.

Keywords

Network journalism; Social Media; Agendas.

Introdução

Primeiras páginas impressas, bem como as escaladas dos noticiários de rádio e TV, apresentavam ao leitor, ouvinte ou telespectador uma seleção de notícias que os jornalistas avaliavam (e ainda avaliam) merecerem atenção naquele dia ou momento. Nos primórdios da internet comercial, nos anos 1990, a metáfora da primeira página impressa inspirou as *homepages* (MC ADAMS, 1995), transpondo para os *sites* noticiosos o mesmo conceito adotado pelos periódicos. Na página principal – a *homepage* – devem estar os destaques do noticiário naquele momento.

O modelo de nortear o usuário pela *homepage* mostrou-se eficaz por duas décadas na internet, mas sucumbe agora diante de novas formas de distribuição das notícias no jornalismo em rede (HEINRICH, 2011). É por *links* compartilhados nas redes sociais que mais da metade da população com acesso à internet se informa¹. No Brasil, o índice dos usuários que reportaram ler notícias pelas redes sociais é muito maior: alcança 72%². Com isso, o consumo vem se modificando: os leitores não seguem mais um caminho de leitura a partir do "cardápio" ofertado pelos jornalistas nas *homes*. Agora, não são somente os jornalistas que atuam como editores. Eles continuam selecionando as notícias, seja as que vão ser publicadas nos sites, seja as que serão compartilhadas nas redes sociais. Entretanto, nessas plataformas, os algoritmos também fazem o papel de "editores", determinando os regimes de visibilidade a que serão submetidas as notícias previamente selecionadas pelos jornalistas, com base em comportamentos prévios dos usuários, preferências individuais, geográficas e interesses comerciais. O resultado seria uma multiplicidade de agendas noticiosas segundo os diferentes perfis.

Uma das principais conclusões do estudo *Digital News Report 2016*, do Reuters Institute, foi o surgimento do fenômeno classificado como "notícias distribuídas", graças ao crescimento da penetração das mídias sociais e dos smartphones, denominados de a "quarta tela", depois do cinema, da TV e dos computadores (AGUADO & MARTÍNEZ, 2008). Mais da metade dos entrevistados (53%) usa seus smartphones para acessar notícias. Também mais da metade (51%) diz acessar as mídias sociais para se informar. O estudo, realizado desde 2011, notou uma coincidência entre o crescimento dos dois indicadores: os

¹ Os números são da *Digital News Report 2016*, pesquisa realizada pelo Reuters Institute. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/overview-key-findings-2016/>>. Acesso em: 20 dez 2016.

²Idem.

usuários usam mais as redes sociais em seus celulares do que nos *desktops* para acessar notícias³.

Em artigo publicado no relatório da pesquisa *Digital News Report 2015*, Emily Bell, diretora do *Tow Center for Digital Journalism*, da Universidade de Columbia, expressou sua preocupação com o fato de o *Facebook*⁴ ter se tornado "a primeira página do mundo"⁵. Ela assinalou que "o controle dos caminhos para chegar aos usuários não depende mais das organizações, mas das plataformas que carregam suas notícias". O problema, aponta Bell, é que "a imprensa é agora controlada por empresas cujo interesse primário não é necessariamente fortalecer o discurso público e a democracia"⁶.

O alerta de Bell (2015) sobre o *Facebook* estar se tornando "a primeira página do mundo" sem, no entanto, ter as responsabilidades sociais do jornalismo, foi uma das motivações deste estudo, que consiste na comparação entre as notícias que os jornais *O Globo*, *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* publicam em suas primeiras páginas e as que distribuem naquela rede social. O objetivo inicial foi verificar se havia uma coincidência entre os conteúdos publicados nos dois meios para investigar se a multiplicação de agendas deve-se exclusivamente à atuação dos algoritmos nas redes sociais. Até que ponto os jornalistas também não seriam protagonistas nesse processo?

Alguns conceitos-chave

Para essa discussão, é necessário rever alguns conceitos-chave, como a teoria do agendamento, proposta por McCombs (2009). O autor debruçou-se sobre o poder da mídia de influenciar a opinião pública. A teoria defende a ideia que o público tem a tendência de considerar mais relevantes os temas que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam os debates públicos. Por meio de diversos estudos conduzidos durante o período de eleições presidenciais nos EUA, entre os anos de 1954 e 1976, McCombs demonstrou a eficiência da agenda midiática. Ele observou que a queda ou a ascensão de algum tema entre as preocupações dos eleitores sempre era posterior à mudança do destaque dado ao assunto na mídia (2009, p.31).

³Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴O *Facebook* é a maior rede social mundial, com 1,7 bilhão de usuários no planeta. Do total deles, 1,13 bilhão (ou 66%) acessam o site todos os dias. Os números estão no balanço financeiro da empresa. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-supera-1-7-bilhao-de-usuarios,1000065340>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

⁵ Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/digital-news-report-2015>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁶ Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/>>. Acesso em: 26 fev de 2016.

Em um dos estudos, foi aplicado um questionário numa amostra de eleitores indecisos selecionados aleatoriamente em Chapel Hill, na Carolina do Norte (EUA), durante a eleição presidencial de 1968. No questionário, foi pedido aos eleitores indecisos que citassem as questões-chave do dia de acordo com seus pontos de vista, independentemente do que os candidatos estivessem eventualmente discutindo naquele dia. Os assuntos citados no questionário foram listados num *ranking* de acordo com a porcentagem de eleitores que os escolhiam. O estudo também analisou o conteúdo veiculado pelas nove fontes principais de informação utilizadas por esses eleitores – cinco jornais locais e nacionais, duas emissoras de TV e duas revistas. A conclusão foi que havia “uma correspondência quase perfeita” entre os *rankings* dos temas elencados pelos eleitores de Chapel Hill e os apresentados pelos veículos noticiosos durante os 25 dias anteriores à eleição (MC COMBS, 2009, p.23).

Porém, McCombs relativiza os efeitos da teoria do agendamento: “Apesar da sua influência em muitos assuntos, os veículos noticiosos não são ditadores todopoderosos da opinião nem determinam sua própria agenda com total desligamento profissional do mundo que os cerca” (2009, p.34). O autor enfatiza que os meios de comunicação não são nossa única fonte de informação sobre assuntos públicos. A experiência pessoal, que inclui conversações nos diversos grupos sociais, também contribui para a construção da agenda pública.

McCombs também cunha a ideia de múltiplas agendas. Ao debater sobre o futuro do agendamento na internet, o autor reconhece que é provável que haja “uma multiplicidade de agendas da mídia e agendas pessoais com pouca coesão social” diante da possibilidade de cada indivíduo utilizar uma diferente combinação das múltiplas fontes de informação (2009, p.224). Mas ele sustenta que ainda haverá por parte do público a vontade de se informar sobre os eventos mais importantes do dia, o que manteria uma espécie de denominador comum entre essas agendas.

Entretanto, as notícias importantes são antagônicas às notícias interessantes, que dependem da capacidade de entreter o público (GOLDING & ELLIOTT, 1979 apud WOLF, 2009, p.205) e são cada vez mais presentes no noticiário do jornalismo em rede, como será discutido adiante. O equilíbrio entre os diversos assuntos do noticiário é, para Wolf, um dos critérios que devem ser levados em conta pelos jornalistas. O jornalista procurará compor o noticiário ofertando um leque variado de temas (2009, p.195- 217). Gans (1979) notou uma divisão entre as notícias “importantes” e “interessantes” e Schudson (2010) fez a oposição entre “informação” e “narrativa”. As notícias “interessantes” cumpririam papel fundamental na concretização dos ideais jornalísticos, já que, para informar o

público, é necessário ter atraído sua atenção. "Desta forma, a capacidade de entreter situa-se numa posição elevada na lista dos valores-notícia, quer como fim em si própria, quer como instrumento para concretizar outros ideais jornalísticos" (GOLDING & ELLIOTT, 1979 apud WOLF, 2009, p.205). Gans enumera algumas categorias que são usadas para identificar a capacidade de entreter das notícias: histórias de gente comum em situações insólitas, histórias de feitos excepcionais e heroicos, histórias de interesse humano e histórias em que se verifica uma inversão de papéis (apud WOLF, 2009, p.205).

Seriam as histórias que Barthes (2009) denominou como *fait divers*. Elas narram acontecimentos descontextualizados sobre fatos que quebram com a normalidade do dia a dia. São notícias sem relações com a realidade política e que se esgotam em si mesmas, como fatos curiosos, acidentes inusitados, aberrações. Para Barthes, o *fait divers* conjuga a oposição do ordinário com o extraordinário. Além disso, ele tem uma significação imanente, pois suas circunstâncias se encerram nele mesmo: ele não depende do passado nem gera consequências.

Nas redes sociais, no entanto, o equilíbrio que deveria ser perseguido pelos jornalistas entre os temas do noticiário é desmontado pela forma de navegação por *links*, que se desprendem do contexto original da edição. Cada leitor "montará" seu próprio "jornal", de acordo com suas preferências. Isso já acontecia na leitura dos jornais impressos: alguns leitores poderiam "pular" a editoria de política e ir direto para a de esportes, por exemplo. Mas caso quisessem ler o noticiário de política, ele estaria ali, disponível. Assim como nos sites e *homepages*, onde o usuário encontra diversidade de conteúdos. Nas redes, no entanto, nem todo usuário verá o leque ofertado pelos jornalistas, já que as notícias elegíveis para aparecer em seu *feed* serão baseadas em seus hábitos de leitura prévios e comportamento dos amigos, entre outros critérios já mencionados.

O problema é que, à medida que a migração da navegação dos usuários move-se cada vez mais para as redes sociais, uma hipótese é que o papel dos jornalistas como *gatekeepers* (WHITE, 1999) esteja perdendo relevância diante do poder das grandes empresas de tecnologia, das quais o jornalismo depende cada vez mais para ser distribuído e chegar aos leitores. A teoria do *gate keeping* é outro conceito-chave para o estudo que se pretende realizar aqui. Ela dá as primeiras pistas sobre o processo de seleção das notícias, embora estudos posteriores tenham mostrado sua limitação. White usou a teoria do *gatekeeping* para mostrar como os editores filtram as notícias, em um processo contínuo de seleção e rejeição. Em seu estudo de caso, ele se concentrou no último *gatekeeper* da cadeia: um editor de primeira página, denominado por ele de Mr. Gates, que trabalhava em um jornal norte-americano com tiragem de 30 mil exemplares em

uma cidade de cem mil habitantes. Ele era responsável pela seleção e edição do noticiário nacional e internacional do jornal, proveniente de três agências.

White estava interessado em investigar as razões pelas quais as notícias eram rejeitadas. Ao longo de uma semana, Mr. Gates anotou os motivos. Com base neles, White concluiu que a seleção "era extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, nas atitudes e nas expectativas do *gatekeeper*" (1999, p.145). Wolf (2009), ao analisar o estudo de White, discordou de seu ponto de vista: ele aponta que as normas ditadas pela cultura profissional prevaleceram estatisticamente sobre as preferências pessoais de Mr. Gates no processo de seleção das notícias. A teoria do *gatekeeping* também seria relativizada pelos estudos de Breed (1999). A partir de uma pesquisa com 120 jornalistas, ele chegou à conclusão que valores editoriais da empresa e a rotina profissional das redações tinham um peso maior nas decisões dos jornalistas do que suas crenças pessoais.

Os estudos de *newsmaking* (TUCHMAN, 1978) também ampliaram a perspectiva sobre o *gatekeeping*, mostrando que o processo de seleção de notícias é regido em parte pelas rotinas produtivas nas redações, mas também pelos constrangimentos organizacionais, por valores-notícia compartilhados pela comunidade dos jornalistas, pelas escolhas do *gatekeeper* e pelas diversas forças sociais. Recentemente, Shoemaker e Vos também trouxeram um novo ponto de vista. Para eles, *gatekeeping* é "o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna" (2011, p.11). As pessoas confiam em mediadores para serem "editores de seus mundos". "Os jornalistas sondam o ambiente e atuam como representantes institucionais para o restante de nós" (SHOEMAKER & VOS, 2011, p.42).

Por fim, é importante situar que a formação das múltiplas agendas mencionadas neste estudo ocorre no contexto do jornalismo em rede. Se vivemos em uma sociedade em rede (CASTELLS, 2009), o jornalismo não poderia estar imune a ela como parte integrante da sociedade, observa Heinrich (2011). O conceito de jornalismo em rede proposto por Heinrich vai além do utilizado por Bardoel e Deuze (2001), dois dos autores pioneiros na tipificação do jornalismo online como uma nova forma de jornalismo. Para Heinrich, ele implica enxergar as organizações jornalísticas como nós de uma complexa rede da qual participam também cidadãos comuns, as fontes, os jornalistas independentes, blogueiros e qualquer outro ator. Nela, todos têm a possibilidade de se conectarem potencialmente uns com os outros, produzir e trocar informações em múltiplos

sentidos. Embora alguns nós possam ter mais importância que outros, eles compartilham a mesma esfera de troca de informações.

À primeira vista, pode parecer que não há novidade no conceito de Heinrich em relação aos anteriores, que sempre contemplaram a interatividade como uma das características conformadoras do jornalismo contemporâneo. Entretanto, o grande ganho é que a autora enxerga o jornalismo em rede além da internet. Para ela, as transformações no jornalismo atingem o processo jornalístico como um todo, com impactos em todas as plataformas de distribuição, do impresso ao rádio, da televisão ao jornalismo on-line. Como todos estão em rede – fontes noticiosas, jornalistas e o público – todos influenciam e são influenciados pelos demais atores envolvidos no processo, independentemente do grau e do suporte. Portanto, o conceito de jornalismo em rede acaba com a oposição entre meios digitais e analógicos e abarca o jornalismo on-line.

Metodologia

O objetivo deste estudo foi verificar algumas das rupturas e permanências no jornalismo em rede, em caminho já sugerido por Palácios (2003), por meio da comparação entre as chamadas de primeiras páginas e o conteúdo distribuído pelos jornais em suas contas no *Facebook*. Foram analisados 939 *posts*⁷ publicados nas páginas dos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* naquela rede social entre os dias 9 e 14 de janeiro de 2017. Simultaneamente, foram coletadas e observadas as 231 chamadas estampadas pelos três jornais em suas primeiras páginas no mesmo período. A amostragem incluiu todas as publicações de notícias feitas pelos três jornais em suas contas no *Facebook* e em suas primeiras páginas nesse intervalo.

Os três títulos foram selecionados em função de serem os três primeiros jornais de referência (WOLF, 2009) do Brasil. Em dezembro de 2015, a *Folha de S.Paulo* ocupava o primeiro lugar do país, com 310.336 assinaturas impressas e digitais. *O Globo* estava em segundo, com 304.053, e *O Estado de S.Paulo* em quarto⁸, com 220.387, de acordo com o Instituto Verificador de Comunicação (IVC). No *Facebook*, a *Folha de S.Paulo* tinha, em janeiro de 2017, 5.807.406 seguidores; *O Globo*, 5.144.761; e *O Estado de S.Paulo*, 3.399.571.

Após a coleta do material, foi feita a verificação dos conteúdos publicados nas primeiras páginas dos impressos e dos *posts* compartilhados por eles no

⁷Os conteúdos compartilhados no Facebook são chamados de *posts*.

⁸Em terceiro lugar, estava o jornal popular *Super Notícia*, com 272.299, excluído por fugir ao perfil de periódico de referência aqui utilizado.

Facebook. O objetivo era chegar ao índice de incidência das chamadas de capa dos três jornais em suas contas naquela rede social durante o período analisado. As chamadas e os *posts* no *Facebook* também foram organizados em categorias de acordo com os temas de cobertura a que correspondiam. A partir da organização desses dados, foi possível chegar aos temas mais recorrentes nas primeiras páginas e nas contas no *Facebook* dos três jornais. Foram incluídos nas tabelas apresentadas a seguir apenas os temas que, somados, representavam ao menos 75% dos conteúdos publicados nas capas dos jornais e em suas contas na rede social. Os demais foram excluídos pela baixa representatividade. Entre os que foram desprezados, estavam os *posts* patrocinados, por exemplo.

Foram as seguintes as categorias listadas neste estudo: Política, Opinião, Mundo, Esportes, Cultura, Cidade, Celebidades, Polícia, Listas, *Fait divers*, Saúde, Ciência e Tecnologia. Em Opinião, foram agrupados as chamadas e *posts* para editoriais e artigos. Todos os temas apresentados nas tabelas são comuns aos três jornais, salvo *Fait divers*, verificado apenas em *O Globo* e *O Estado de S.Paulo*, e Listas, presente somente em *O Estado de S.Paulo*. Na redação do jornal paulistano, existe uma orientação para a produção diária de listas para serem compartilhadas no *Facebook*. Como parte da metodologia, também foram entrevistados em profundidade os três editores responsáveis pelas mídias sociais nos três jornais⁹.

Múltiplas agendas

O resultado do cruzamento entre os *posts* analisados no período e as chamadas de primeira página mostrou uma incidência de apenas 40,7% dos conteúdos publicados pelos veículos impressos em suas redes sociais (ver tabela 1) Em *O Globo*, foi verificado o mais baixo índice de incidência (34%) e, na *Folha de S.Paulo*, o mais alto: houve uma coincidência de 47% entre os *posts* compartilhados no jornal na rede social e as chamadas publicadas em sua primeira página. A partir dos resultados, foram entrevistados em profundidade os três editores responsáveis pelas redes sociais dos três títulos analisados.

A princípio, 100% dos conteúdos impressos nas capas dos periódicos poderiam potencialmente figurar nas páginas dos veículos no *Facebook*, uma vez que não há limitação de *posts* por dia imposta pela rede social. Entretanto, nas redações, existe a orientação de se publicar um *post* a cada 15 ou 20 minutos,

⁹O presente estudo integra a tese de doutoramento da autora. A observação participante também foi utilizada como parte da metodologia da tese, com 16 incursões nas redações de *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* entre os anos de 2014 e 2017.

visando não chatear o leitor com excesso de informação ou prejudicar o alcance¹⁰ das publicações. O editor de mídias sociais de *O Globo*, Sérgio Maggi, revelou que, quando o jornal abreviou o intervalo para 15 minutos, almejando aumentar sua relevância na rede, amargou efeito contrário¹¹. O alcance regular teria sido pulverizado pelo excedente de publicações resultantes do novo intervalo.

Portanto, existe o cuidado para se evitar excesso de conteúdo na rede social. Todavia, mesmo se os jornais publicassem 100% das chamadas do impresso na rede social, ainda sobraria muito "espaço" na "grade" de publicação que montam para o *Facebook*. Segundo os resultados encontrados, mesmo se tivessem publicado na rede social a totalidade das chamadas que foram estampadas em suas primeiras páginas, ainda teria sobrado "espaço" no *Facebook* para a *Folha de S.Paulo* publicar mais 254 *posts*; *O Globo*, mais 208; e *O Estado de S.Paulo*, mais 246. Chega-se ao número subtraindo a quantidade de chamadas publicadas nas primeiras páginas dos três jornais do total de *posts* compartilhados por eles na rede social no período observado.

A primeira hipótese que poderia explicar o baixo índice de incidência dos conteúdos do impresso no *Facebook* seria a possibilidade de terem ficado "velhos" para serem publicados na rede social depois de terem figurado na primeira página do jornal. No entanto, ela foi descartada a partir da própria metodologia utilizada. Na análise empreendida, o ponto de partida para a verificação da coincidência de conteúdos não foi exclusivamente a primeira página impressa do dia. Na amostragem, também foram levadas em conta as publicações feitas pelos três veículos na rede social na véspera. Caso não tivesse havido esse cuidado, a análise poderia ter caído na armadilha de supor que temas como a redução da taxa de juros, que figuraram nas primeiras páginas impressas, não tivessem sido compartilhados pelos jornais no *Facebook*. De fato, no exemplo citado, ele não o foi na mesma data em que foi "chamado" nas capas dos jornais, e sim na véspera, logo que a medida foi anunciada pelo Banco Central.

TABELA 1 – COINCIDÊNCIA ENTRE CONTEÚDOS PUBLICADOS PELOS JORNAIS NO FACEBOOK E NAS PRIMEIRAS PÁGINAS*

¹⁰O alcance de uma publicação é uma das métricas fornecidas pelo *Facebook* em suas páginas. O "alcance" quer dizer o número de pessoas que foram expostas à publicação, sem necessariamente ter interagido com ela.

¹¹Em entrevista à autora, no dia 8 de julho de 2016, na redação de *O Globo*, no Rio de Janeiro.

Veículo	Nº de posts publicados no Facebook	Nº de conteúdos na 1ª página	Coincidência entre os conteúdos	Índice de coincidência entre os conteúdos (em %)
<i>Folha de S.Paulo</i>	324	70	33	47%
<i>O Globo</i>	287	79	27	34%
<i>O Estado de S.Paulo</i>	328	82	34	41%
Total	939	231	94	40, 7%

*A tabela cruzou as chamadas publicadas nas primeiras páginas dos três jornais entre os dias 9 e 14 de janeiro de 2017 com os *posts* compartilhados por eles em suas páginas no *Facebook*, com o objetivo de verificar a coincidência entre os conteúdos. Dentro da categoria "conteúdos na 1ª página" foram consideradas também as fotos e charges, além das chamadas textuais.

Uma segunda hipótese para justificar a pouca coincidência entre os *posts* e chamadas seria um possível cuidado nas redações para não canibalizar nas redes sociais o conteúdo dos jornais, pelos quais os leitores pagam. Essa explicação também foi descartada pelos editores de mídias sociais dos veículos. A análise mostrou que, no caso de chamadas e manchetes exclusivas, os jornais deixavam para compartilhá-las após a publicação na primeira página impressa para evitar uma suposta canibalização. Então, o que justificaria o descolamento dos conteúdos publicados pelas primeiras páginas dos que circulam nas redes desses jornais? Com a palavra, os editores.

O editor-executivo de *O Estado de S.Paulo*, Luiz Fernando Bovo, responsável pela área digital, afirma que o jornal impresso é apenas um dos produtos do Grupo Estado. Ele lembra que a marca é "uma usina de produção de conteúdo", formada pelo jornal, mas também pela agência *Broadcast*, pelas rádios *Eldorado* e *Estadão*, por blogs e sites parceiros. Bovo enfatiza que o *Facebook* é uma plataforma de distribuição de conteúdo do grupo, e não "a plataforma de distribuição do conteúdo do jornal impresso". Além disso, acentua que o público que lê o jornal é diferente do que acompanha a marca em plataformas digitais, tais como os canais no WhatsApp ou *newsletters*. Portanto, não vê surpresa no baixo índice de incidência dos conteúdos do impresso no *Facebook*:

É natural que o que está na primeira página do jornal do dia seja apenas uma parcela do que o *Estadão* publica nas redes sociais. Do mesmo modo que o jornal impresso publica apenas uma ínfima parte do que é produzido de conteúdo durante todo o dia pelo grupo. O jornal impresso é um dos produtos da casa. E, como tal,

ele tem o seu foco, a sua cara. Tem as reportagens do dia, mas também tem análise, colunistas, edição. Isso o diferencia da *web*, por exemplo. O público de cada produto é diferente. O leitor do jornal impresso não é o mesmo que nos lê nos boletins do WhatsApp ou o que recebe a *newsletter* do *Estadão Noite*¹².

O editor de mídias sociais de *O Estado de S. Paulo*, Gabriel Pinheiro, também deixa transparecer um descolamento intencional entre a agenda dos editores do jornal e a sua. Nem mesmo as chamadas na *home* do jornal têm a garantia que serão distribuídas nas redes:

Levo em conta o termômetro do site, mas também das redes. Às vezes, um assunto não é prioridade para o site e está nos *trending topics*. Então, há temas que vão para as redes e não estão no site, e outros que estão na *home* e não vão para as redes¹³.

O editor de mídias sociais de *O Globo*, Sérgio Maggi, também revela uma falta de coincidência proposital entre a agenda ditada pelos editores do jornal impresso e aquela criada por ele para as redes sociais. Ele informa que não há a obrigação das chamadas da primeira página impressa serem publicadas na página do jornal no *Facebook*. Assim como Bovo, ele descarta a hipótese de canibalização do jornal impresso e afirma que as escolhas são baseadas no perfil do público, que seria diferente do que consome o jornal impresso:

No *Facebook*, tentamos dar uma descolada da edição impressa. Normalmente, damos a manchete do jornal, quando ela não é algum assunto que já tenha rolado no dia anterior. E algumas matérias especiais ou exclusivas, mas não temos a obrigação de colocarmos as chamadas da primeira no *Facebook*. Acabamos não chamando boa parte delas porque são assuntos do dia anterior, que, na maior parte dos casos, não têm mais apelo no dia seguinte. Mas não temos essa preocupação com a canibalização do impresso. É realmente mais uma escolha pensando no público das redes sociais¹⁴.

O secretário de redação assistente da *Folha de S. Paulo*, Leonardo Cruz, responsável pela estratégia digital do jornal, teve acesso aos resultados da análise de conteúdo, mas não respondeu ao e-mail. Entretanto, em entrevista anteriormente realizada à coleta de dados, ele já pregara a necessidade de se entender melhor o que deseja o leitor médio das redes sociais para entregar-lhe um conteúdo sob demanda e criticara o excesso de confiança que os jornalistas sempre tiveram nas escolhas que faziam para o jornal impresso. Para ele, as mídias sociais trouxeram um "choque de realidade":

¹²Em entrevista à autora, por e-mail, no dia 20 de janeiro de 2017.

¹³Em entrevista à autora, no dia 16 de fevereiro de 2016, na redação de *O Estado de S. Paulo*, em São Paulo.

¹⁴Em entrevista à autora, por e-mail, no dia 18 de janeiro de 2017.

Sempre fomos muito mal acostumados nos veículos que vêm da tradição do impresso a acreditar que toda curadoria que fazíamos e colocávamos diariamente no jornal era muito lida, muito apreciada, muito admirada. E aí, quando fazíamos pesquisas a cada três, quatro anos, percebíamos que, na verdade, as pessoas liam muito menos e se interessavam muito menos do que a gente achava. Acho que as redes sociais são um choque de realidade para todos os jornalistas sobre o que as pessoas, de fato, estão interessadas. Acompanho as postagens da minha sogra. Estão longe de serem as coisas que eu compartilharia e que eu acho que a maioria dos jornalistas que decidem quais notícias são mais ou menos importantes compartilhariam e escolheriam, mas eu preciso respeitar a minha sogra como uma leitora média, e tentar entender que tipo de noticiário eu posso entregar para ela para que ela possa compartilhar mais as minhas histórias do que as coisas que ela compartilha¹⁵.

Não é somente a falta de coincidência entre os conteúdos publicados na primeira página e no *Facebook* pelos jornais que chama a atenção nos resultados, mas também a distribuição das chamadas e dos *posts* pelos assuntos. Ela também revela um afastamento das agendas noticiosas abordadas pelos jornais em suas capas daquelas compostas por eles na rede social.

Na *Folha de S.Paulo*, os dois assuntos mais compartilhados no *Facebook* foram Política, com 22,2%, seguido de Celebidades, com 11% (ver tabela 2). Na primeira página impressa, a maior quantidade foi para Opinião (30%), seguida de Política (22,9%). Nota-se a ausência total do tema Celebidades na capa do jornal impresso. Entre os cinco temas mais publicados nas duas plataformas, apenas três foram coincidentes: Política, Saúde, Ciência & Tecnologia (esses três agrupados em um único tema) e Mundo. É preciso ressaltar, entretanto, que, embora domine em quantidade o número de chamadas na capa, os destaques para colunistas (Opinião) não têm o mesmo destaque gráfico da manchete e demais chamadas. A simplificação foi feita tendo em vista que, no *Facebook*, todos os *posts* têm a mesma apresentação gráfica. Na *Folha*, as chamadas para colunistas geralmente ocupam o que os jornalistas chamam de "caramelos", pequenos quadrados coloridos de uma coluna espalhados pela primeira página.

TABELA 2 - TEMAS MAIS FREQUENTES NA 1ª PÁGINA DA FOLHA DE S.PAULO X FACEBOOK DA FOLHA DE S.PAULO*

¹⁵Em entrevista à autora, por telefone, no dia 21 de julho de 2016.

Temas mais frequentes na <i>Folha de S.Paulo</i>	1ª página (em %)	Facebook (em %)
1º	Opinião (30%)	Política(22,2%)
2º	Política (22,9%)	Celebridade (11%)
3º	Saúde, ciência & tecnologia (10%)	Saúde, ciência & tecnologia (10,5%) Cidade (10,5%)
4º	Cultura (8,6%)	Economia (8,3%)
5º	Esporte (5,7%) Mundo (5,7%)	Mundo(7,7%)
6º	Polícia (4,3%)	Polícia (6,5%)
Total	87,2 %	76,7 %

*A tabela foi construída a partir do cruzamento dos conteúdos, por assunto, publicados na primeira página da *Folha de S.Paulo* e na página do jornal no *Facebook*. Só foram listados os conteúdos com mais de 75% de representatividade. O período da amostragem foi entre os dias 9 e 14 de janeiro de 2017.

Em *O Globo*, ainda que com ligeira vantagem, as notícias *fait divers* ocuparam o primeiro lugar entre os *posts* mais compartilhados pelo jornal no *Facebook* (16%), seguidas das de Política (15%). No jornal impresso, a categoria líder na rede social está ausente da primeira página, que é ocupada majoritariamente por Opinião (26,5%) e Rio (19%). Entre os cinco temas mais compartilhados nas duas plataformas, apenas dois foram coincidentes: Política e Saúde, Ciência & Tecnologia (ver tabela 3).

TABELA 3 - TEMAS MAIS FREQUENTES NA 1ª PÁGINA DE O GLOBO X FACEBOOK DE O GLOBO*

Temas mais frequentes em <i>O Globo</i>	1ª página (em %)	Facebook (em %)
1º	Opinião (26,5)	<i>Fait divers</i> (16 %)
2º	Cidade (19%)	Política (15%)

3º	Política (14%)	Mundo (13,2%)
4º	Economia (11,4%) Cultura (11,4%)	Saúde, ciência & tecnologia (10%)
5º	Mundo (6,2%)	Celebridade (9 %)
6º	Saúde, ciência & tecnologia (3,8%) Esportes (3,8%)	Polícia (8,7%) Cidade (8,7%)
Total	96,1%	80,6%

*A tabela foi construída levando em conta o cruzamento dos conteúdos, por assunto, publicados na primeira página de *O Globo* e na página do jornal no *Facebook*. Só foram listados os conteúdos com mais de 75% de representatividade. O período da amostragem foi entre os dias 9 e 14 de janeiro de 2017.

A respeito da discrepância entre os temas abordados na capa do jornal e no *Facebook*, Maggi, de *O Globo*, comenta que a equipe de mídias sociais "anda no fio da navalha". "A questão da distribuição dos conteúdos é bem complicada porque, para termos alcance e engajamento, precisamos postar bizarrices, mas sem nos esquecermos que representamos a marca *O Globo*", observa o jornalista. "Então, andamos bem no fio da navalha, tentando equilibrar as duas coisas", conclui.

Também em *O Estado de S.Paulo*, a distribuição entre os assuntos foi desigual na página do jornal no *Facebook* e no jornal impresso. Os dois primeiros temas mais compartilhados na rede social pelo veículo foram as listas em formato de fotogalerias, que representaram 17,4% dos *posts*, praticamente empatadas com Política (17%). No jornal impresso, o maior número de chamadas foi para Opinião (30,5%) e Política (18,3%). Entre os cinco assuntos mais compartilhados em ambas as plataformas do jornal, houve a coincidência de três: Política, Opinião e São Paulo (ver tabela 4). É digno de nota que o jornalismo em formato de listas está totalmente ausente da capa do jornal impresso e faz parte da produção da redação orientada exclusivamente para as redes sociais.

TABELA 4 - TEMAS MAIS FREQUENTES NA 1ª PÁGINA DE O ESTADO DE S.PAULO X FACEBOOK DE O ESTADO DE S.PAULO*

Temas mais frequentes em <i>O Estado de S.Paulo</i>	1ª página (em %)	Facebook (em %)
1º	Opinião (30,5%)	Listas (17,4 %)
2º	Política (18,3%)	Política (17%)
3º	Economia (11%)	Cidade (8%) Esportes (8%)
4º	Mundo (9,8%) Cultura (9,8%)	<i>Fait divers</i> (7,3%)
5º	Cidade (7,3%)	Saúde, ciência & tecnologia (7%) Opinião (7%)
6º	Esportes (4,9%)	Celebridade (6%) Mundo (6%)
Total	91,6%	83,7%

*A tabela foi construída levando em conta o cruzamento dos conteúdos, por assunto, publicados na primeira página de *O Estado de S.Paulo* e na página do jornal no *Facebook*. Só foram listados os conteúdos com mais de 75% de representatividade. O período da amostragem foi entre os dias 9 e 14 de janeiro de 2017.

Vale registrar que, apesar do descolamento em relação ao conteúdo priorizado pela primeira página do jornal, os três veículos transpuseram para suas páginas no *Facebook* temas considerados importantes pelos valores-notícia do jornalismo (WOLF, 2009), sublinhando uma continuidade no jornalismo em rede. Entre os valores presentes nas notícias, destacam-se: abrangência nacional e mundial, impacto sobre a nação, nível hierárquico dos envolvidos e capacidade de gerar desdobramentos no noticiário. Eis alguns exemplos: 1) o corte de juros anunciado pelo Banco Central; 2) a inflação do ano ter ficado abaixo da meta (verfigura 1); 3) um escândalo envolvendo o deputado federal cassado Eduardo Cunha e o ex-ministro Geddel Vieira Lima, que recebiam propina para facilitar créditos na Caixa Econômica Federal; 4) o discurso de despedida do presidente americano Barack Obama ao deixar a Casa Branca depois de oito anos; 5) a morte do filósofo Zygmunt Bauman; 6) a crise nas penitenciárias brasileiras; 7) a carona pega no jatinho da Presidência pelo ministro do Supremo Tribunal Federal Gilmar Mendes, encarregado do processo de cassação do presidente Michel Temer naquela corte; 8) a ação do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva contra um promotor da

Operação Lava-Jato¹⁶; 9) a revelação de que o secretário Nacional da Juventude recém-empossado Francisco de Assis Costa Filho teve os bens bloqueados por improbidade; 10) o discurso da atriz Meryl Streep contra o presidente americano Donald Trump na entrega do Globo de Ouro.

Figura 1



Fonte: Facebook de O Estado de S. Paulo e da Folha de S. Paulo.

Os posts "propagáveis"

Embora temas considerados importantes pela agenda noticiosa tenham sido mantidos, nota-se claramente nas páginas dos veículos no *Facebook* a disputa pelas notícias com valor de "propagabilidade". Jenkins, Green e Ford (2014, p. 42-44) propuseram o conceito em substituição ao termo "viral", que consideram inadequado, pois ele indicaria um comportamento passivo dos leitores na disseminação de conteúdos. O paradigma da propagabilidade, ao contrário, pressupõe uma participação ativa da audiência na distribuição das notícias. Com características de *fait divers*, os seguintes *posts* "propagáveis" figuraram simultaneamente nas páginas dos três jornais na rede social no período analisado: neve em praia italiana, conforme previsão de profecia apocalíptica; um médico que fez "cirurgia" em brinquedo de criança que seria operada para ela não sentir medo (ver figura 2); e uma ilha na Alemanha que amanheceu com milhares de brinquedos parecidos com os do Kinder Ovo. O *Facebook* de *O Globo* e de *O Estado*

¹⁶A operação Lava Jato é uma investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que envolve políticos e empreiteiros. Estima-se que o volume de recursos desviados pelos envolvidos dos cofres da Petrobras, maior estatal do país, esteja na casa de bilhões de reais, segundo o Ministério Público Federal. Disponível em: <<http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-o-caso>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

de *S.Paulo* também publicaram o mesmo *post* sobre uma mulher que usou uma máscara de Chewbacca, personagem de *Jornada nas Estrelas*, durante o parto.

Figura 2



Fonte: Facebook da *Folha de S.Paulo*, de *O Estado de S.Paulo* e de *O Globo*

A parturiente com máscara foi o *post* mais compartilhado pelos leitores na página de *O Globo* no *Facebook* no dia 9 de janeiro de 2017. O médico que "operou" o brinquedo foi o campeão de compartilhamentos da *Folha de S.Paulo* no dia 10 de janeiro de 2017. A neve em cidade italiana foi a mais compartilhada no dia 12 de janeiro nas contas da *Folha de S.Paulo* (2.833) e de *O Globo* (2.076) e entrou para a lista das dez mais compartilhadas da semana (ver tabela 5).

TABELA 5 – RANKING DOS POSTS MAIS COMPARTILHADOS PELO PÚBLICO NAS PÁGINAS DA FOLHA DE S.PAULO, O ESTADO DE S.PAULO E O GLOBO NO FACEBOOK*

Ranking	Título dos posts	Veículo	Data	Nº de compartilhamentos
1º	'Presídio não é hotel e preso não é hóspede', diz Secretário de Justiça do RN	<i>O Globo</i>	10/01/2017	9.176
2º	Em meio a ação de cassação, Temer viaja com Mendes para Portugal	<i>Folha de S.Paulo</i>	9/01/2017	6.275
3º	Declaração de amor	<i>Folha de</i>	11/01/2017	5.920

	de Obama a Michelle	<i>S.Paulo</i>		
4º	China adverte Trump a se prepara para conflito militar	<i>O Globo</i>	13/01/2017	4.868
5º	Secretário da Juventude de Temer tem bens bloqueados por improbidade	<i>O Estado de S.Paulo</i>	13/01/2017	4.686
6º	Morre aos 91 o filósofo Zygmunt Bauman	<i>O Estado de S.Paulo</i>	9/01/2017	4.307
7º	Motociclista sai andando após ser arremessado em acidente no interior de SP	<i>Folha de S.Paulo</i>	13/01/2017	3.181
8º	Jura que você precisa de um psicólogo?	<i>O Estado de S.Paulo</i>	11/01/2017	3.092
9º	Neva em cidade italiana, conforme defendeu há 500 anos profecia apocalíptica	<i>Folha de S.Paulo</i>	12/01/2017	2.833
10º	Neva dois dias seguidos em praia, conforme previu profecia apocalíptica	<i>O Globo</i>	12/01/2017	2.076

*Para a construção do *ranking*, chegou-se a uma primeira amostragem com as 15 notícias mais compartilhadas pelo público, recolhendo-se a mais compartilhada dia a dia da página no *Facebook* de cada um dos três jornais, entre os dias 9 e 13 de janeiro de 2017. A partir da lista totalizando 15, foram selecionadas as 10 mais compartilhadas, aqui exibidas.

Não seriam os *posts* "propagáveis" as notícias sensacionais que seduziam o público no início da imprensa de massa ou mesmo antes dos jornais, desde as folhas volantes, como nos conta Traquina (2008)? Publicadas na Europa a partir do século XVI, elas eram uma "forma pré-moderna" de jornal, sem circulação regular e dedicadas a um único tema, geralmente monstruosidades, milagres e acontecimentos bizarros (TRAQUINA, 2008, p.64). Amaral lembra que o processo da comunicação em si é sensacionalista, pois mexe com sensações físicas e psíquicas e apela às emoções primitivas (2011). O "sensacional" no jornalismo invocaria a experiência imediata do leitor, ressalta Aguiar (2008). Nossos sentidos, como a visão e audição, não são apenas ferramentas de registro, mas órgãos de conhecimento, lembra Zumthor (2014). Portanto, a recepção passa pelo corpo. O mundo é sempre da "ordem do sensível, do visível, do audível, do tangível" (ZUMTHOR, 2014, p. 75).

Enquanto as folhas volantes do século XVII anunciaram o nascimento de um porco com duas cabeças (TRAQUINA, 2008, p. 64), a página de *O Globo* no *Facebook*, no dia 10 de janeiro de 2017, noticiou o nascimento de um bebê com duas cabeças, que morreu logo após o parto (figura 3). Como se vê, quatro séculos depois, monstruosidades e bizarrices continuam fascinando o público. No dia seguinte ao bebê de duas cabeças, a página de *O Globo* compartilhou outra aberração: um macaco tentando copular com um veado. Como já abordado, as notícias *fait divers* ocupam o primeiro lugar entre as compartilhadas pelo jornal carioca. Portanto, nota-se uma continuidade de valores-notícia do jornalismo nas práticas profissionais em rede: as notícias "propagáveis" do século XXI nada mais são do que as sensacionais, que apelam às emoções. A diferença é que o boca a boca agora é mensurável: sabe-se quantos leitores foram por elas alcançados, o número de compartilhamentos e de acessos ao *link*.

Foi possível observar também nos *posts* compartilhados pelos jornais no *Facebook* um esforço para mobilizar a audiência (BARSOTTI, 2014). O conceito se baseia no fato de que os jornalistas estão se afastando do ideal da objetividade consagrado pela profissão, permitindo-se deslocar da posição de observador distante e "neutro" da realidade para engajar seu público em torno de temas propostos para o debate, por meio de enquetes nos sites, por exemplo. *Posts* publicados pelos periódicos no *Facebook* permitiram confirmar a hipótese do jornalista em rede como mobilizador da audiência, buscando despertar a reação ou mesmo a ação do leitor. Schudson (2010) já observara que o ideal da objetividade foi construído pela imprensa americana justamente diante da constatação da impossibilidade de neutralidade do jornalista.

Figura 3



Fonte: Facebook de O Globo

Tais práticas de sociabilidade com o público ocorrem agora, sobretudo, nas mídias sociais. Vale destacar dois exemplos de *O Estado de S. Paulo*. No dia 10 de janeiro, o jornal publicou naquela rede social uma notícia sobre vagas de emprego, sob o título "HÁ VAGAS: Veja 7 concursos públicos com inscrições abertas; salários chegam a R\$ 3, 8 mil". Acima do título, a equipe de mídias sociais acrescentou: "Procurando emprego? Dê uma olhada nessas oportunidades". Em *post* publicado no mesmo dia pelo jornal paulistano, dados de uma pesquisa revelavam que 76% dos jovens brasileiros sonhavam ter seu próprio negócio. Os jornalistas perguntavam, no espaço destinado ao compartilhamento do *post*: "Você faz parte do número? " (ver figura 4).

Figura 4



Fonte: Facebook de O Estado de S. Paulo

Considerações Finais

A análise de conteúdo dos *posts* dos três jornais no *Facebook* e das chamadas publicadas em suas primeiras páginas permitiu constatar que, na rede social, percebe-se um descolamento dos periódicos da agenda de temas por eles propostos em suas primeiras páginas. Sob a alegação de que precisam atender a um público específico das redes sociais, as páginas de jornais no *Facebook* têm destinado espaço a temas e formatos que dificilmente figuram nas capas dos três impressos, como listas, *fait divers* e celebridades, revelando uma valorização das notícias "propagáveis". Embora tenham superado em volume as notícias consideradas importantes pela cultura profissional, note-se que as notícias com valor de propagabilidade estão presentes no jornalismo desde as formas predecessoras dos jornais como aqui registrado.

O estudo permitiu concluir que os próprios jornalistas estão contribuindo para a fragmentação da agenda noticiosa, ao fazer circular no *Facebook*, em proporção maior do que nos impressos, conteúdos que se aproximam mais das notícias interessantes do que das importantes de acordo com a cultura profissional dos jornalistas (GANS, 1979). Apesar do descolamento entre as agendas da primeira página e as das páginas dos três jornais na rede social, observou-se que notícias consideradas importantes foram compartilhadas no *Facebook* pelos veículos ao longo da semana pesquisada. Portanto, os jornalistas em rede preservam seu papel de *gatekeepers* e ainda filtram as notícias de acordo com os valores-notícia.

Outra conclusão aponta para o fato de as equipes de mídias sociais dos jornais no *Facebook* procurarem despertar sensações e mobilizar a audiência por meio do emprego de perguntas que provoquem reações ou mesmo ações por parte do leitor, revelando uma ruptura no jornalismo em rede. Na rede social, a linguagem empregada estreita a comunicação, permitindo ao jornalista distanciar-se da posição clássica de observador distante da realidade.

Ao imprimir eventos excepcionais e cotidianos em suas capas, os jornais vão construindo uma visão de mundo por suas primeiras páginas e sendo veículos desta, contribuindo para o agendamento da sociedade. Qual visão de mundo emerge das páginas dos jornais nas redes sociais? É fato, como visto aqui, que os jornalistas estão contribuindo para a pulverização da agenda noticiosa com suas estratégias de publicação nessas redes. É claro que não se pode menosprezar a ação dos algoritmos no jornalismo em rede, problema que merece ser investigado em pesquisas posteriores. Mas os resultados do estudo mostram que eles são parte de um ecossistema no qual os jornalistas também têm seu protagonismo.

Referências

- AGUADO, Juan Miguel; MARTÍNEZ, Inmaculada José. La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil. In: _____.(Orgs.). **Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura**. Madrid: Biblioteca Nueva, 2008, p.187-220.
- AGUIAR, Leonel. Imprensa sensacionalista: o entretenimento e a lógica da sensação. In: Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação, 31 ed., 2008; Colóquio Bi-Nacional de Ciências de Comunicação, 1, 2008b, Natal. **Anais...** Natal: Intercom, 2008.
- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2011.
- BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competencies of Old and New Media Professionals. **Australian Journalism Review**, vol. 23, n. 3, 2001. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 12 out. 2016.
- BARSOTTI, Adriana. **Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência**. Florianópolis: Insular, 2014.
- BARTHES, Roland. **Ensaio Críticos**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BELL, Emily. The rise of mobile and social news – and what it means for journalism. **Digital News Report 2015**, Oxford, p.88-91, 2015. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/essays/2015/the-rise-of-mobile-and-social-news/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- BREED, Warren. Controlo social na redacção: uma análise funcional. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999, p. 152- 166.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. Vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- GANS, Herbert. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Pantheon Books, 1979.
- HEINRICH, Ansgard. **Network Journalism**. Londres: Routledge, 2011.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- MCADAMS, Melinda. Inventing Online newspaper. **Interpersonal Computing and Technology: an electronic journal for the 21st century**. Washington, v.3, n.3, p.1-11, 1995. Disponível em: <<http://www.helsinki.fi/science/optek/1995/n3.txt>>. Acesso em: 15 fev. 2017.
- MC COMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para o debate. In: FIDALGO, A. e SERRA, J. P. (Orgs.). **Jornalismo online**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, v.1, 2003, p. 75-89. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf>. Acesso em: 2 out 2015.
- SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Teoria do Gatekeeping: seleção e construção da notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimdo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo volume II**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**: a study in the construction of reality. New York: Free Press, 1978.

WHITE, David. O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999, p. 142-151.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2009.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.