

Cidadania cultural-comunicativa: uma nova *performance* das minorias na televisão?

Simone Maria Rocha

RESUMO

O objetivo deste artigo é investigar como algumas produções televisivas viabilizam o exercício da "cidadania cultural-comunicativa", ao possibilitar que atores sociais das minorias se apresentem tanto como cidadãos dignos de respeito quanto o reiviniquem, através de sua *performance* e do uso que fazem de sua cultura. Partimos das noções de cidadania, cultura e comunicação segundo duas acepções: "cidadania comunicativa" (MATA, 2006) e "cultura como recurso" (YÚDICE, 2004). Analisamos um episódio do quadro *Minha Periferia*, veiculado no programa *Fantástico*, no qual a apresentadora aborda a produção cultural e os moradores da periferia. Metodologicamente propomos uma articulação entre gênero televisivo e modo de endereçamento para compreender como esse programa apresenta esse tipo de cidadania e concluir pelo papel desempenhado pela televisão enquanto um cenário adequado para seu exercício.

PALAVRAS-CHAVE: Cidadania comunicativa. Cultura. Modo de endereçamento. Periferia. Televisão.

1 Introdução

A importância da televisão atualmente vem sendo amplamente discutida. Com base nos pressupostos apontados por vários autores (FRANÇA, 2006; RINCÓN, 2006; SILVERTONE, 1994; ECO, 1984) abordaremos neste artigo alguma especificidade da relação entre televisão e vida social. Trata-se do que chamamos de “cidadania cultural-comunicativa”, a partir de contribuições recentes que se dedicam a estudar as noções de cidadania e cultura. Uma é a de “cidadania comunicativa” (MATA, 2006) e a outra parte da tese segundo a qual a cultura tornou-se um recurso (YÚDICE, 2004) conveniente às diversas situações da sociedade contemporânea. É possível pensar que algumas produções televisivas podem viabilizar o exercício da cidadania quando vemos grupos socialmente organizados conseguindo ocupar esse espaço e, através do uso de sua cultura, reivindicar a condição de cidadão. Para isso articularemos gênero televisivo e modo de endereçamento (ELLSWORTH, 2001; HARTLEY, 2000; 2002) de um dos episódios de *Minha Periferia*, um quadro apresentado no programa Fantástico entre os meses de julho e dezembro de 2007. Acreditamos que esse seja um percurso bastante rico, pois permite abordar tanto aquilo que é próprio da linguagem televisiva quanto conhecer o contexto sócio-cultural do qual o artefato cultural faz parte.

2 Cidadania comunicativa

O exercício da cidadania vem se expandindo para além das esferas do exercício dos direitos civis e políticos de caráter universal, para incorporar as dimensões da diversidade e da diferença. Para Cristina Mata (2002), no caso da América Latina o achatamento do estado do bem estar e a crescente força do mercado têm provocado ajustes estruturais que enfraqueceram as formas anteriores de modalidades coletivas de satisfação das necessidades básicas de vida das minorias. Essas transformações ampliaram os espaços de poder com os quais os indivíduos devem lidar, bem como as esferas de negociação e enfretamento para fazer valer seus direitos individuais e coletivos, que o estado já não mais respalda. Nesse contexto, surge uma noção de cidadania na qual a comunicação midiática tem um estatuto polivalente e um lugar primordial. Trata-se da cidadania comunicativa, que seria “o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e de demanda no terreno da comunicação pública, e o exercício desse direito” (MATA, 2006, p. 13). Tal cidadania implica no desenvolvimento de práticas que procurem garantir os direitos no campo da comunicação, além de envolver dimensões sociais e culturais vinculadas aos valores de igualdade de oportunidade, qualidade de vida, solidariedade e não discriminação. Mata aponta para a

[...] necessidade de dar conta [...] de que modo os cidadãos se tornam visíveis no espaço midiático, de analisar quais são as representações que os meios constroem da cidadania, e como se auto-representam os espaços de exercício da cidadania. (MATA, 2006, p. 8)

O aumento de visibilidade que os *media* vêm conferindo às práticas tradicionalmente tidas como políticas, amplia e enriquece o espaço público e contribui para o fortalecimento da cidadania. Além disso, eles reproduzem constantemente rostos e vozes sofridos demandando respeito, justiça, trabalho, saúde. Quase sempre apresentados e conduzidos por profissionais do campo, que tomam para si a tarefa de conferir visibilidade a esses rostos e vozes, promovendo, ao seu modo, a inclusão desses sujeitos, muitas vezes sem lhes conceder a possibilidade de se apresentarem como cidadãos, a não ser num nível abstrato. Queremos evidenciar, por outro lado, que a comunicação midiática desempenha importante papel no exercício da cidadania efetiva, tanto na interação, que torna possível a coletivização de interesses, necessidades e propostas quanto na promoção das oportunidades, para que os indivíduos representem a si mesmos.

Interessa-nos indagar em que medida os *media*, especificamente a televisão, têm sido um espaço no qual os sujeitos moradores das periferias brasileiras exercem sua condição de cidadãos, partilhando experiências de vida, visões de mundo e as táticas que desenvolvem para estar nele. O mercado midiático possibilita a realização desses ideais de comunicação? Como a dimensão da cultura contribui para o exercício dessa cidadania? A comunicação contribui para a promoção da cidadania?

3 A tese da cultura como recurso

George Yúdice, em seu livro *A Conveniência da Cultura*, parte da centralidade da cultura (HALL, 2005) para fundamentar a tese segundo a qual ela deve ser entendida como um recurso, como algo que é utilizado para finalidades diversas, sobretudo em expedientes que envolvem desenvolvimento econômico, promoção da cidadania e lutas por justiça social. Para além da grande circulação dos bens culturais nas sociedades modernas, e das somas que essa indústria movimenta, a cultura é também utilizada como forma de fortalecer a fibra do tecido social.

A origem do fenômeno está no contexto da economia neoliberal, no qual o Estado reduziu as subvenções dos serviços sociais como a educação e a saúde. Restou à sociedade civil organizar-se e encontrar novos recursos para sensibilizar os organismos e instituições que se tornaram os responsáveis pelo atendimento das demandas. Nesse novo cenário, no qual se desenham as relações entre as ONG's e os organismos multilaterais de financiamento,

a cultura torna-se um recurso valioso nas lutas “a serviço da cidadania e da justiça social”, pois, através dela, os atores da sociedade civil procurarão mostrar sua condição de atores sociais críticos e criativos, e que o seu uso pode ter repercussões sociais. O neoliberalismo, assim, abriu espaço à mobilização da sociedade civil em novos tipos de ativismo, para os quais a cultura tornou-se um importante recurso de mudança social. Assim Yúdice esclarece este conceito chave:

O discurso é o seguinte: cultura já não é mais arte. A arte é só a ponta do iceberg da cultura. A verdadeira cultura é a criatividade humana. [...]. A questão é como dinamizar essa criatividade, viabilizar, para ter uma série de resultados: auto-estima, emprego, fim do racismo. E isso está muito vinculado ao trabalho das ONG's e à cooperação internacional. E a cultura é o lugar onde mais se manifesta essa criatividade. [...] a cultura serve para alavancar a criatividade (YÚDICE, 2004).

O que legitima a cultura é a sua utilidade. E, para obter financiamento, os atores sociais usam-na como um recurso para o qual se voltam as atenções dos financiadores. E quando essas instituições passam a compreendê-la como alvo de investimento, a cultura é tratada como um recurso que deve trazer algum tipo de retorno. Os bancos financiadores, como os Multilaterais

[...] priorizam projetos de financiamento cultural que mantêm alguma relação com áreas tradicionais destes bancos e precisam ter um resultado instrumental, por exemplo, na saúde, na educação, na formação de capital social ou no apoio e reforço da sociedade civil (YÚDICE, 2004, p. 33).

Para o autor chegou-se ao

[...] senso comum que, para preservar a biodiversidade, as tradições culturais também precisam ser mantidas. Por outro lado, debate-se que o investimento em cultura fortalecerá a fibra da sociedade civil, que, por sua vez, serve de hospedeiro ideal para o desenvolvimento político e econômico (YÚDICE, 2004, p. 14).

Contudo, essa utilização não relega a cultura à condição de mercadoria, nem a reduz à mera instrumentalização. Se, por um lado, Yúdice considera inevitável não lançar mão da cultura como um recurso, por outro, ele entrevê um modo de cognição engendrado por esses usos, chamado performatividade, “a conveniência da cultura sustenta a performatividade como lógica fundamental da vida social hoje” (YÚDICE, 2004, p. 50). Esse conceito, herdado de Judith Butler, pressupõe que a reprodução de hierarquias sociais seja obtida pela repetição de normas performativas. Ao tentar adequar-se a um modelo social, o sujeito necessariamente deixa restar certa discrepância entre sua ação e a norma performativa. E é essa discrepância que permite a agência, no sentido de que os sujeitos podem dela tirar vantagem, como um meio de afirmação de sua vontade, jogando, a todo o tempo, com modelos e normas.

Na medida em que atua, portanto, nos modelos socialmente construídos, a *performance* tem sobre eles um efeito, seja de atualização, negociação ou mesmo resistência. Ao mesmo tempo, a *performance* regula identidades, e a própria forma de articulação dessas identidades depende das possibilidades performativas em uma sociedade. A *performance* é um conceito reflexivo. Ela não é apenas um meio de tornar as coisas conhecidas, mas afeta aquilo que é conhecido, ou seja, o ator se modifica e modifica aquilo que foi dado a conhecer. Sendo assim, ao dizermos que os indivíduos e grupos performam a cultura, quando se utilizam dela para fins, estamos dizendo, também, que atuam nessa cultura, e em suas próprias identidades¹. A televisão, nesse processo, desempenha uma função primordial, pois se constitui num dos principais palcos de visibilidade de tais *performances* dos sujeitos e da cultura.

■
¹ Yúdice cita o exemplo do Grupo Cultural *Afro Reggae*, que se propõe a “promover a inclusão e a justiça social, utilizando a arte, a cultura afro-brasileira e a educação como ferramentas para a criação de pontes que unam as diferenças e sirvam como alicerces para a sustentabilidade e o exercício da cidadania” (disponível em www.afroreggae.org.br). Assim como o *Afro Reggae*, outras iniciativas da sociedade civil buscam agir nos espaços em que se verifica um estado de carência. Os moradores da periferia, sobretudo, têm sido sujeitos de ações de cidadania que buscam, por meio da cultura, promover mudanças sociais concretas e simbólicas.

4 Perspectivas para análise dos produtos televisivos: gênero e modo de endereçamento

A relação entre televisão e vida social é um tanto complexa e até mesmo dialética. Se, por um lado, a intensificação dos processos de midiaticização faz com que a cotidianidade adquira traços de visibilidade televisiva, por outro, a televisão é também a cristalização de um modo de ser da sociedade contemporânea. Se, por um lado, a televisão é capaz de atuar na construção de referenciais comuns, valores e normas sociais, de outro, é constantemente irrigada pela discursividade social. E se ela é, além de tudo, um dos modos preferenciais de experiência da realidade atualmente, uma aproximação do discurso televisivo, tanto de seu conteúdo quanto de seus modos de enunciação, mostra-se bastante promissora quando se quer compreender alguns aspectos de nossa própria realidade, incluindo o que indicamos como o objeto deste artigo, o exercício da cidadania cultural-comunicativa por parte dos moradores das periferias brasileiras.

Se por um lado é inegável a importância que a televisão assume em sociedade como a brasileira, por outro tal fenômeno ainda não recebeu, segundo Itania Gomes (2007) a devida atenção por parte dos analistas:

[...] a importância que a televisão assume no Brasil ainda não produziu, como resultado, o desenvolvimento de métodos de análise adequados de seus produtos. O mais freqüente é que a televisão seja tomada a partir de abordagens mais gerais, macroeconômicas, históricas ou sociais, e que o programa televisivo, enquanto um produto cultural com certas especificidades, seja deixado de lado. Na maior parte dos casos, os estudos que tomam a televisão como seu objeto de investigação, ainda que considere seus produtos, tendem a se dispersar em direção a outros objetos de análise, afastando-se da análise dos programas efetivamente produzidos e veiculados (GOMES, 2007, p. 3)².

■
² Documento eletrônico

Para a autora há poucas exceções. Em seu modelo metodológico³ ela adota os aportes da perspectiva dos estudos culturais, que nos parecem promissores quando se trata de analisar conteúdos de programação televisiva de um modo geral.

O legado dos estudos culturais nos permite pensar a televisão como parte constituinte do circuito comunicativo. Para Raymond Williams (1997) o modo mais correto de se considerar a televisão deve englobar seus aspectos técnico, social e cultural, ou seja, como tecnologia e forma cultural. Isso implica atenção tanto nos aspectos específicos do produto cultural a ser analisado quanto no contexto histórico, político, social e cultural de modo a compreender melhor essa dupla caracterização proposta pelo autor. O autor propõe pensar a televisão como um fluxo de mensagens, caracterizado por uma dinâmica seqüencial e interrompida que acaba por organizar a experiência cotidiana dos sujeitos que a assistem. Isso requer o desenvolvimento de uma metodologia que dê conta de captar, em meio ao fluxo televisivo, alguma especificidade de suas produções bem como o reconhecimento de suas matrizes culturais.

Nesse sentido, propomos acompanhar os pesquisadores que procuraram aprofundar suas reflexões sobre a televisão e/ou cinema abordando ora a noção de modo de endereçamento (ELLSWORTH, 2001; HARTLEY, 2000, 2002; CHANDLER, 2008) ora a noção gênero (MARTIN-BARBERO, 2001), promovendo, no caso da televisão, uma articulação entre essas duas noções⁴ uma vez que, como afirma Hartley (2002, p. 146, tradução nossa).

Modo de endereçamento se apóia no gênero no qual ele aparece. Na comunicação diária, a maneira pela qual a mesma estória é relatada será frequentemente alterada quando contada a um amigo, pai, policial ou através de um documento de escritório. Assim também o é com os textos dos *media*, onde o modo de endereçamento será alterado entre, por exemplo, noticiários, assuntos atuais e show de jogos [...] Modo de endereçamento permite aos textos dos *media* inventar uma imagem ficcional de sua audiência preferencial.

Com a questão “quem este filme pensa que você é?” Elizabeth Ellsworth (2001) nos apresenta essa que se torna uma noção chave a partir da qual descreverá os detalhes e toda a trama que envolve a elaboração de um filme, levando-se em conta o público que se pretende alcançar. Modo de endereçamento seria “um evento que ocorre em algum lugar entre o social e o individual. O evento do endereçamento ocorre num espaço que é social, psíquico, ou ambos, entre o texto do filme e *os usos que o espectador faz dele*” (ELLSWORTH, 2001, p. 13). Refere-se, portanto, aos processos que tomam lugar dentro de um texto e que constroem uma relação entre o endereçador e o endereçado (CHANDLER, 2008).

³ A autora se dedica a esboçar uma metodologia para análise de programas televisivos, em particular os jornalísticos. Não é nosso objetivo detalhar a proposta de Gomes, mas seguir as pistas por ela deixadas.

⁴ Gomes procura conciliar essas noções na construção uma metodologia para análise de telejornais, além de associar a elas uma outra, a de estrutura de sentimento (GOMES, 2007). No Brasil, outros autores também vão trabalhar com modo de endereçamento relacionando a comunicação com outros campos do saber como a educação, por exemplo. (FISCHER, 2003).

No caso da análise fílmica, o modo de endereçamento diz respeito às posições de sujeito às quais o espectador é “convocado” a ocupar para ver um filme, de forma que o mesmo faça sentido para ele, interpelando-o para entrar numa relação particular com a história e o sistema de imagem do filme. No caso dos programas televisivos o modo de endereçamento está relacionado

[...] aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa, diz respeito ao modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência [...] a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais (GOMES, 2007, p. 20)⁵.

■
⁵ Documento eletrônico.

É Daniel Hartley (2001) quem chama atenção para esse aspecto segundo o qual o modo de endereçamento diz respeito ao tom de um determinado telejornal, aquilo que o individualiza em meio aos demais. É com base nele que Gomes (2007, p. 22) afirma que “nessa perspectiva, portanto, o conceito nos leva não apenas à imagem da audiência, mas ao estilo, às especificidades de um determinado programa”. Nessa medida, acreditamos que tal perspectiva permite-nos investigar tanto aquilo que é característico da realidade material do produto, como as especificidades do meio, quanto lidar com os contextos sócio-culturais aos quais um produto está relacionado. Chandler (2008) aponta três fatores inter-relacionados no emprego do modo de endereçamento que são: contexto textual – trata das convenções de gênero e de uma estrutura sintagmática específica; contexto social – relativo à presença e à ausência do produtor do texto, à composição social da audiência e aos fatores institucionais e econômicos; os constrangimentos tecnológicos – relacionados às características do meio empregado.

Isso posto, o entrecruzamento entre as noções de modo de endereçamento e de gênero televisivo nos parece um caminho promissor para a análise de programas específicos. De saída, é preciso pontuar que estamos considerando aqui o que alguns autores têm chamado de gênero televisivo, como o fez Jesús Martín-Barbero (2001). Tal noção ultrapassa as propostas analíticas que gravitam em torno do texto e se propõe a abarcar aspectos sociológicos inerentes ao processo comunicativo. É uma noção que se constitui a partir de uma pragmática da comunicação, uma vez que sua definição não parte do texto, mas das matrizes e do contexto no qual um formato industrial foi produzido. Conforme afirma Martín-Barbero (2001), eles são definidos pelos usos que são feitos – mediados por competências, expectativas e modos próprios de ver do espectador – ainda que exista uma intencionalidade do emissor. Gêneros televisivos seriam abordados como uma relação social que reconhece algumas regularidades, mas vê também transitoriedades. Para Itania Gomes eles são

[...] formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos *media*. Em geral, os programas televisivos individualmente pertencem a um gênero particular, como a ficção seriada ou o programa jornalístico, e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido (GOMES, 2006, p.117).

Os gêneros, portanto, são da ordem de uma estratégia de comunicabilidade da qual parte o emissor, com vistas a provocar o reconhecimento social daquilo que pretende transmitir e que possa, dessa forma, orientar o telespectador a consumir determinado produto, com base nesse reconhecimento. Tal perspectiva reconhece as dificuldades em apresentar características precisas de determinado gênero. Por isso, melhor seria entendê-los como esse conjunto de estratégias que tomam por base matrizes culturais e históricas no processo de produção de textos, além de envolverem também as condições sociais de produção do sentido. Em passagem já conhecida, Martin-Barbero afirma que

Entre a lógica do sistema produtivo e as lógicas dos usos, medeiam os gêneros. São suas regras que configuram basicamente os formatos, e nestes se ancora o reconhecimento cultural dos grupos. [...] um gênero não é algo que ocorra no texto, mas sim pelo texto, pois é menos questão de estrutura e combinatórias do que de competência. [...] gênero é, antes de tudo, uma estratégia de comunicabilidade, e é como marca dessa comunicabilidade que um gênero se faz presente e analisável no texto (GOMES, 2006, p. 313-314).

E prossegue dizendo que a verdadeira função e pertinência metodológica do gênero é ser “chave para a análise dos textos massivos e, em especial, dos televisivos [...]” (GOMES, 2006).

É com base nessa articulação que empreenderemos a análise que nos propomos neste artigo. Ao procurar compreender como determinadas produções televisivas podem contribuir para o exercício da cidadania cultural-comunicativa dos moradores das periferias teremos que compreender, através da gramática de sua produção, os modos pelos quais esses programas “dialogam” com seus pretensos telespectadores.

5 Minha periferia: suas características e modo de endereçamento

O *Minha Periferia* foi um quadro apresentado dentro do programa Fantástico nos domingos de julho a dezembro de 2007. Esse quadro é um dos produtos de uma produção maior chamada *Central da Periferia*, levado ao ar entre setembro e dezembro de 2006, e que incluiu apresentações de bandas e artistas da periferia ou vinculados a ela, exibiu entrevistas com eles, mostrou aspectos da vida e da economia do local, e abordou alguns dos problemas enfrentados pelos moradores. Todos esses produtos foram produzidos pela Pindorama Filmes – empresa de comunicação dirigida pela atriz Regina Casé, que mantém parceria com a Fundação Roberto Marinho e com o Grupo Cultural *Afro Reggae*, pelo Núcleo Guel

Arraes e pelo antropólogo Hermano Vianna. Tanto o quadro *Central*, quanto o *Minha Periferia*, são apresentados por Regina Casé. Ao comentar sobre tais produções Viana afirma que

A novidade mais importante da cultura brasileira na última década foi o aparecimento da voz direta da periferia falando alto em todos os lugares do país. A periferia não precisa mais de intermediários para estabelecer conexões com o resto do Brasil e com o resto do mundo. Antes, os políticos diziam: “vamos levar cultura para a favela”. Agora a favela responde: “Qualé, mane! O que não falta aqui é cultura! Olha só o que o mundo tem a aprender com a gente!” (Disponível em <http://redeglobo.globo.com/Centraldaperiferia/0,30514,5625-p-225395,00.html> acesso em 18/10/2008).

Uma das formas pelas quais a periferia tem desenvolvido essa comunicação se dá através da formação de grupos culturais que articulam produção artística e combate à desigualdade social, com vistas à promoção da cidadania. No episódio que vamos analisar, chamado “mudanças sociais por meio da cultura”, vários moradores falam de suas experiências e contam como a inserção nesses grupos culturais pode trazer mudanças concretas em sua vida.

Diante de nosso objetivo, propomos alguns operadores de análise do modo de endereçamento do programa que possibilite tanto a caracterização da materialidade simbólica quanto as evidências históricas, ideológicas e sociais. Esses operadores seriam

- a) a relação repórter/apresentadora e entrevistados: tendo em vista que o programa, devido ao seu formato específico, inaugura um novo tipo de relação entre entrevistador/entrevistado conferindo mais autonomia e mais espaço aos participantes;
- b) a auto-explicação do gesto cultural: subdivida em três categorias relativas aos momentos dos discursos que representem:

Produções: falas dos sujeitos bem como a forma técnica pela qual a produção do programa descreve as manifestações artísticas dos grupos.

Gestos performáticos: falas e atitudes que revelam como os moradores conferem à sua produção artística a função de trazer mudanças sociais. Pelo discurso do programa veremos que a cultura quase sempre se traduzirá em manifestações artísticas e que elas servem como algo que promove os sujeitos da periferia seja no alcance de melhores condições de vida seja no exercício de algum grau de autonomia.

Testemunhos: relatos de casos particulares e histórias de vida que envolvam as produções artísticas e o papel que elas cumprem em suas vidas ao contribuírem na elevação de sua auto-estima, na reivindicação de respeito e igualdade etc.

6 Gênero televisivo ou pistas para o reconhecimento do *Minha periferia*

Pensar na linguagem e nas especificidades do *Minha Periferia* implica pensar no programa no qual ele está inserido, o Fantástico. Esse programa traz vários tipos de emissões que se caracterizam por reportagem, entrevistas, *sitcom*, *reality shows*. O *Fantástico* se autodenominou como revista eletrônica, cujo formato lhe garante uma estruturação e representação únicas e lhe confere um tom de expectativa e a possibilidade de inovação constante. Esse tom tem a ver com certa curiosidade, algo do não-banal, ainda que o conteúdo o possa ser. Aliado a isso, o programa promete uma pluralidade de conteúdos, temáticas e abordagens, todos eles perpassados por essa expectativa, confirmada pelo próprio nome da atração⁶.

Com isso em mente, ao analisar o *Minha Periferia*, percebemos que ele se constitui numa espécie de reportagem caracterizada pelo tipo de estrutura narrativa (presença de um repórter que guia a narrativa, presença de personagens, realização de entrevistas a partir de um tema geral e de um foco em particular), procedimentos de intervenção e interação empregados (um repórter dá a foz a diferentes “fontes” da reportagem), recorrência a determinadas estratégias discursivas e formas de expressá-las (presença de um repórter que inicia a matéria), códigos de linguagem específicos da reportagem (plano médio, existência de uma tarja para identificar determinadas fontes), definição e estatuto de quem pode falar e daqueles a quem se dirige (a “fonte” sempre se dirige ao repórter, e não ao público), e utilizações de locação fora de estúdio.

Contudo, no âmbito da realização, o *Minha Periferia* se constitui por características específicas. É próprio do quadro que ele se passe em periferias do Brasil e que fale sobre temas relacionados a elas, sua produção cultural e a desconstrução da dicotomia centro-periferia. Esse quadro também possui regras próprias. Nele a autoridade da repórter/apresentadora é frequentemente subvertida, com a presença de interrupções, falas inesperadas e comentários espirituosos. Isso pode ser evidenciado por um caso inusitado, ocorrido em uma das entrevistas de um programa em que, enquanto alguns jovens que estão sentados em uma arquibancada dão seus relatos, outro jovem que segura o microfone, até então fora do quadro, toma a palavra, demandando que o operador da câmera desloque-a para enquadrá-lo.

Para o *Minha Periferia*, a figura de Regina Casé é fundamental, por tudo que sua figura e sua biografia representam. Grande parte da carreira da apresentadora foi dedicada a produções que tratam da periferia, sempre oferecendo um enquadramento alternativo às demais que apresentavam a periferia ligada à idéia de falta, de carência, de violência e de caos. Sendo assim, há

⁶ Para gênero e modo de endereçamento no *Fantástico* ver Gomes, 2006.

uma expectativa de que Casé realize produções que privilegiem outros aspectos, ligados à cultura, ao exercício da cidadania etc. Por isso, a postura da repórter/apresentadora no programa é a de alguém que assume um interesse naquilo que vem da periferia e de seus moradores. O resultado disso é a presença dos sujeitos marginalizados em uma nova configuração que os reposiciona, fugindo de abordagens normalmente feitas por discursos do senso comum.

Como modalidades de transmissão, o quadro apresenta recursos dinâmicos e não-convencionais, como ângulos inusitados, edição frenética, animações gráficas e imagens produzidas pelos próprios grupos da periferia. Todas essas características dão a ver os tons privilegiados de realização do quadro, de irreverência, ousadia, contestação, despojamento, não-sobriedade, dinamicidade, informalidade. Ele traz consigo a expectativa de deslocar um senso comum sobre a periferia, e o faz a partir de um tom que convoca o espectador a levar a sério o que está sendo dito ao mesmo tempo em que é irreverente e procura não criar desconforto ou sentimento de culpa no telespectador.

7 Como o exercício da cidadania cultural-comunicativa aparece no *Minha periferia*?

No episódio analisado Regina Casé visita alguns grupos de periferia (no Rio de Janeiro e em Salvador) que desenvolvem projetos ligados a produções artísticas e afirma que

[...] muitos grupos descobriram que produzir cultura é uma das maiores armas para se acabar com a desigualdade social [...]em todo o Brasil têm grupos propondo mudanças sociais com a música, teatro, dança e vídeo! Eu, agora, por exemplo, nesse momento, estou sendo filmada, toda filmada pelo pessoal da Kabun!.

Nesse programa a repórter/apresentadora dá voz aos jovens integrantes dos grupos para que eles exponham o que entendem por periferia, o seu lugar no mundo, seus anseios e expectativas, suas dificuldades, sua relação com os demais ambientes sociais e com o “centro”. Ao conferir certa autonomia para que cada jovem possa expressar seu ponto de vista e argumentar em favor de uma visão menos estereotipada acerca da periferia, o programa abre possibilidades para que estes sujeitos digam por si mesmos, representem a si mesmos e mostrem como suas produções, sua criatividade, sua cultura enfim, lhes conferem um *status* de cidadãos, a partir do qual eles querem ser vistos e querem se relacionar com os demais.

Quanto às descrições das produções, do trabalho desenvolvido pelos grupos, podemos ver depoimentos como o de Alberto Pita, do Instituto Oyá, de Salvador:

Tudo isso que é feito hoje nas ONGS pelo Brasil inteiro, aqui na Bahia, são formas de atendimentos e de acolhimentos que os terreiros de candomblé já faziam há anos. O que nós pensamos é que tem que ser o melhor para os filhos das classes populares. Essa é a melhor forma de acabar, ou pelo menos diminuir, a questão da marginalização e da violência. Porque vem justamente daí, da falta.

Um dos jovens da Kabun! – um projeto desenvolvido no Rio de Janeiro que trabalha com quatro linguagens: fotografia, vídeo, computação gráfica e *design* gráfico – reivindicou: “fundamental é mostrar que a gente é capaz de produzir as nossas idéias”.

Este programa também mostrou como os próprios jovens performam, através de seus gestos e falas, o lugar que querem ocupar, o que é evidenciado pela relação estabelecida com a repórter/apresentadora. Logo no início do episódio, Regina Casé dirige-se a Emanuel, um dos jovens da Kabun!, que está filmando a apresentadora, e diz: “Cê vê que ele dá entrevista filmando. Vamo fazer alguma loucurinha pra mostrar que cê aprendeu, o que cê quer fazer? Dá um *zoon in*, um *zoon out*, faz um troço aí qualquer”. Ao que ele responde: “Ah! Isso é coisa de amador, né?”.

Outra forma pela qual esses gestos aparecem e que dão a ver o modo pelo qual os jovens de periferia desejam reafirmar sua capacidade e condição de cidadãos se dá por meio da recuperação dos produtos aos quais eles se referem. Há inserções de produções audiovisuais feitas pelos próprios grupos entre as imagens do programa. No momento em que um jovem da Kabun! reivindica a oportunidade de mostrar seu trabalho, inicia-se um vídeo feito pelos jovens da ONG que começa com um desenho de uma favela em cores vivas e saturadas, sobre o qual está escrito “Minha Favela”. Ao som de berimbaus, há a imagem de um jovem operando uma câmera.

Nos testemunhos vêm à tona principalmente as formas pelas quais as participações desses sujeitos nas manifestações culturais influenciaram suas biografias individuais. Sobretudo como a cultura se transformou numa forma de trabalho rentável, exercida como uma profissão. Regina Casé pergunta aos jovens da Kabun!, RJ: “E alguém conseguiu alguma coisa?”. Alguém responde: “Eu fiz um trabalho recente no Teatro Municipal...”. Em seguida outro diz: “Alguns comerciais, que eu já trabalhei” e completa “eu já tô trabalhando de cinco para seis anos nessa área”.

Pela análise é possível perceber que o exercício da cidadania cultural-comunicativa apresentada em *Minha Periferia* revela um processo de legitimação da cultura com base em sua utilidade. A cultura tende a ser validada por seu caráter de coisa útil, na medida em que deixa de ser um fim em si para servir a propósitos variados. Os gestos performáticos são invocados no sentido de trazer para o espaço do Programa algo das produções que são

realizadas pelos grupos. Esses momentos buscam a atenção do telespectador em relação a essas produções e às possibilidades que elas podem representar na vida dos sujeitos. Já as descrições das produções, servem como exemplos do discurso do programa acerca da cultura, para dar forma à idéia de promoção da cidadania e das repercussões possíveis através dela, a partir de suas várias manifestações artísticas. E os testemunhos nos permitem perceber como a produção cultural da periferia trouxe mudanças para as vidas dos sujeitos. Essas falas também confirmam o propósito do Programa, na medida em que traz exemplos de pessoas que obtiveram, por meio de tal produção, ascensão profissional, forma de sustento e fonte de cidadania. Tanto as interpelações dos sujeitos feitas pela apresentadora, quanto os testemunhos, legitimam a cultura como algo que, ao ser tomado como recurso, pode promover resultados notáveis.

8 Apontamentos finais

A análise das especificidades do *Minha Periferia* permitiu que os sujeitos pudessem se auto-representar e se expressar com maior liberdade. Esses sujeitos performam a cultura revelando como se relacionam com as manifestações culturais. Acreditamos que a noção de cultura como recurso para o exercício da cidadania e como meio de promover mudanças sociais, só pode ser performada em programas como este cujo formato é inovador, a ponto de assim o permitir. Contudo, é preciso salientar que na estrutura narrativa há controle, pois os sujeitos são constrangidos por uma série de procedimentos específicos da reportagem.

De todo modo, foi possível perceber como esse programa permitiu que os sujeitos pudessem expor sua potencial capacidade de reivindicar direitos no terreno da comunicação pública, renovando a crença na viabilidade de intercâmbios mais amplos, uma vez que abre a possibilidade de deslocar sentidos fortemente arraigados e, com isso, promover transformações reais.

Cultural-communicative citizenship: a new performance of the minorities on television?

ABSTRACT

The aim of this paper is to investigate how some television programs are important in the exercise of "cultural-communicative citizenship" because they make possible that social actors of minorities present themselves as citizen as they demand it, through their performance and the use they make of their culture. We start from the notions of citizenship, culture and communication according to two senses: "communicative citizenship" (MATA, 2006) and "the expediency of culture" (YÚDICE, 2004). We analyze one episode of *Minha Periferia*, broadcast in the TV program *Fantástico*, in which the presenter approaches the popular communities cultural production and residents. Our methodological proposal matches gender television with modes of addressing to understand how this program presents this kind of citizenship and to conclude the role of television while an appropriate setting of its exercise.

KEYWORDS: Communicative citizenship. Culture. Mode of address. Popular communities. Television.

Cidadanía cultural-comunicativa: ¿una nueva *performance* de las minorías en la televisión?

RESUMEN

El objetivo de este artículo es investigar como algunas producciones televisivas posibilitan el ejercicio de la "ciudadanía cultural-comunicativa", al posibilitar que actores sociales de las minorías se presenten tanto como ciudadanos dignos de respeto cuanto lo reivindiquen, a través de su *performance* y del uso que hacen de su cultura. Partimos de las nociones de ciudadanía, cultura y comunicación según dos acepciones: "ciudadanía comunicativa" (MATA, 2006) y "el recurso de la cultura" (YÚDICE, 2004). Analizamos un episodio de *Minha Periferia*, cuadro difundido en el programa *Fantástico*, en el cual la presentadora aborda la producción cultural de los habitantes de la periferia. Metodológicamente, proponemos una articulación entre género televisivo y modo de direccionamiento para comprender como este programa presenta ese tipo de ciudadanía y concluir por el papel desempeñado por la televisión, considerada como un escenario adecuado para su ejercicio.

PALABRAS CLAVE : Ciudadanía comunicativa. Cultura. Modo de direccionamiento. Periferia. Televisión.

Referências

CHANDLER, D. **Semiotics for beginners**. Disponível em: <www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B> Acesso em: 28 nov. 2008.

ECO, U. *Tevê: a transparência perdida*. In: _____. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ELLSWORTH, E. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema: uma coisa de educação também. In: SILVA, T.T. (Org). **Nunca fomos humanos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. P. 9-76.

- FRANÇA, V. A TV, a janela e a rua. In: _____. (Org.) **Narrativas televisivas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. P. 13-45
- FISCHER, R. M. B. O dentro e o fora da recepção: por uma análise da heterogeneidade dos processos comunicacionais. In: FRANÇA, V.; WEBER, M. H. (Coord.). **Estudos de comunicação**: [Livro do] XI Compós 2002. Porto Alegre: Sulina, 2003. P. 371-384.
- GOMES, I. M. M. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In: DUARTE, E. B. ; CASTRO, M. L. D. (Org.). **Televisão**: entre o mercado e a academia. Porto Alegre: Sulina, 2006. P. 107-123.
- GOMES, I. M. M. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **E-compós**, Brasília, v. 8, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/view/8>> Acesso em: 08 out. 2008.
- GOMES, L. **Fantástico, o show da vida**. Gênero e modos de endereçamento em programas televisivos. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Bahia.
- HARTLEY, J. **Communication, cultural and media studies: the key concepts**. London: Routledge, 2002.
- _____. **Los Usos de la televisión**. Barcelona: Paidós, 2000.
- HALL, S. **A Centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. 2005. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/mundogeo/geopolitica/more/stuarthall.htm>> Acesso em: 08 out. 2008.
- MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.
- MATA, M. C. Comunicación, ciudadanía e poder. **Diálogos de la Comunicación**, Lima: Felafacs, n. 64, p. 65-75, 2002.
- MATA, M. C. Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. **Revista Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, RS, v.8, n.1, p. 5-15, 2006.
- RINCÓN, O. Narrativas televisivas. _____. **Narrativas mediáticas**. Barcelona: Gedisa, 2006. P. 165-202.
- SILVERSTONE, R. Televisión, ontología y objeto transicional. _____. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 1994. P. 17-49.
- VIANA, H. Disponível em <http://redeglobo.globo.com/Centraldaperiferia/0,30514,5625-p-225395,00.html> Acesso em: 18 out. 2008.
- WILLIAMS, R. **Television: technology and cultural form**. London: Routledge, 1997.
- YÚDICE, G. **A Conveniência da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.
- _____. Entrevista. Disponível em www.portalliteral.terra.com.br/artigos/economia-auto-sustentavel Acesso em: 04 out. 2008.

Simone Maria Rocha

*Doutora em Comunicação e Cultura / UFRJ
Pós-Doutorado em Comunicação / UFMG
Professora do Programa de Pós-Graduação em
Comunicação Social / UFMG
Coordenadora do Grupo de Pesquisa em
Comunicação, Mídia e Cultura / CNPq
E-mail: smarocha@ig.com.br*

Recebido: 29/03/2009

Aceito: 29/06/2009

