A periferia da periferia: mídias alternativas em ambientes não-metropolitanos[1]

Ricardo Oliveira de Freitas[2]
Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Resumo

Propõe-se a pensar os processos de comunicação e as interações sociais destes resultantes, a partir do lugar ocupado pela mídia (mais especificamente, pela produção audiovisual dos últimos cinco anos) para o desempenho das identidades minoritárias e suas expressões no Brasil. Para isso, visa refletir sobre as diversas representações identitárias e as práticas configuradas com base nessas representações, assim como, os novos movimentos e as ações que têm encontrado na mídia (grandes mídias e mídias alternativas) importante suporte para desenvolvimento de novas expressões e alianças entre Estado, democracia, terceiro setor, sociedade civil e grupos ideologicamente minoritários, elaborando novos modos de representação contra-hegemônicos, com a promoção de políticas públicas e culturais para a inclusão social.

Palavras-chave

Comunicação comunitária; cultura de minorias; mídias alternativas e midiativismo.

Partida

O artigo ora apresentado parte da minha experiência como cidadão de uma cidade com seis milhões de habitantes (sem considerar a região metropolitana do Grande Rio), que há doze meses vive numa cidade no interior do Nordeste brasileiro, na Bahia, com seus duzentos e vinte mil habitantes – por isso, 24 vezes menor que a cidade originária. Relutei em escrever tal texto. Primeiro, pelo fato de não ser antropólogo e ter a consciência de que falar a partir de um lugar de distanciamento controlado é tarefa por demais complexa. Segundo, pelo fato de temer cair nas errôneas armadilhas do etnocentrismo, do discurso discriminatório ou da vitimização, ao tentar alcançar a [im] parcialidade necessária para falar a partir desse lugar. Terceiro, pelo fato de me permitir pensar sobre a pluralidade das produções audiovisuais, sem me concentrar num produto, gênero ou veículo específico. Por fim, por entender que os 12 meses que constituem a minha experiência nessa cidade "menor", podem ser considerados demasiado curtos para que se possam tecer considerações acerca da realidade midiática – e sociocultural – regional. Não à toa, utilizo o termo "menor" cravado entre as aspas, por razões, que, no desenrolar do texto, o leitor logo entenderá.

[1] Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação para a Cidadania.
[2] Doutor em Comunicação e Cultura – UFRJ. Docente e Coordenador do Grupo de Pesquisa e Estudos em Mídias Alternativas e Midiativismo – GUPEMA / UESC. E-mail: ricofrei@gmail.com

Aproveito para lembrar-lhes que sigo, aqui, a trilha traçada por Jesus Martin-Barbero, ao reconhecer que os estudos de comunicação não devem, necessariamente, recair sobre as suas especificidades técnicas, mas sobre o lugar em que a comunicação reside no campo da cultura. Dessa forma, entendemos que, "a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto não só de reconhecimento, mas re-conhecimento". Mediações seriam as "articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais para as temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais", que permitem compreender a "natureza comunicativa" do sujeito, esfera em que as noções de cultura e política são redefinidas, saindo da centralidade da esfera que avalia apenas a "mera circulação de informações" dos meios comunicacionais – na qual o receptor é apenas "decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem" – e partindo para o ponto em que ele reveste-se de mero decodificador à "produtor" (Martin-Barbero, 1997).

Por isso, apesar de reconhecer todas as adversidades, sinto-me livre para arriscar. Tentarei, nesse breve encontro, refletir sobre a forma com que a onda de produções audiovisuais, que elaboram uma "nova estética da pobreza" (agora, uma pobreza metropolitana, de um Brasil moderno), se inscreve numa audiência que possui apenas duas sóbrias salas de cinema, que, no mais das vezes, não exibem os títulos que dizem contemplar as periferias brasileiras, além de contar com péssima recepção de sinais na transmissão de canais de TV abertos, jornais semanais com fins estritamente políticos e comerciais e quase nenhum veículo de comunicação comunitária. Tal debate não surge por conta de uma livre escolha. Diz respeito à expressiva e atual produção audiovisual e jornalística que exalta a produção de um "outro" periférico, além de realçar a proliferação de *lan houses* no Nordeste rural, aclamando o ingresso dessas "periferias" no âmbito da tecnologização do Brasil, quiçá do mundo. Mas, apóia-se, especificamente, na recente produção de audiovisual dos últimos cinco anos, que tem privilegiado o Nordeste como cenário de um discurso sobre periferia – que, ao invés de retratá-lo como "periferia da periferia", prefere representá-lo a partir de um modelo periférico como tido e visto pelo e no eixo centro-sul do país – em oposição à fomentação de formas de comunicação comunitária e inclusiva que ganham corpo nos últimos cinco anos. Os dados aqui apresentados dizem respeito à pesquisa que venho desenvolvendo junto ao Grupo de Estudos em Mídias Alternativas e Midiativismo, na Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, que contempla as iniciativas do

Cineclube Caravelas[3], localizado no município de Caravelas, região do Extremo Sul da Bahia, e do Grupo Afro-Cultural Dilazenze[4], localizado no bairro do Alto da Conquista, na cidade de Ilhéus, região Sul da Bahia[5]. A escolha pelas regiões deve-se ao fato de entender que estas podem bem representar o que tenho tratado por "periferia da periferia". Por isso, a questão que aqui repousa é: o que se entende por periferia?

A despedida do centro ou chegada à periferia

De modo geral, periferia diz ser o espaço que está no entorno, na vizinhança de outro espaço tido como central. Está quase sempre associada à idéia de supremacia de um ser ou espaço urbano – vista, assim, como espaço ou ser *sub-urbano*. Também por isso, relaciona-se sempre à idéia de [contra] hegemonia, devido ao valor político e socioeconômico dado ao termo pelos espaços e seres centrais. Contudo, o termo não deve, necessariamente, ser visto como sinônimo de subúrbio, que estaria mais relacionado a questões de densidade demográfica e geografia, que propriamente a questões econômicas. Ainda assim, relacionamos tanto um termo como outro à pobreza, desprestígio, e, por extensão, invisibilidade. Por essa razão, os grupos sociais que habitam os espaços periféricos são tidos como "minoritários". Tal termo abarca os recortes necessários para classificar populações ideologicamente marginalizadas, tais como: raça e etnia, gênero, sexualidade, geração, classe e, também, regionalismos. O termo "minoria" também tem sofrido distorções, já que, no mais das vezes, é relacionado à ordem quantitativa. E como as minorias são, quase sempre, numericamente maiores que as maiorias, a confusão se instaura. Por isso, o termo deve

[3] O Cineclube Caravelas foi fundado em 2006 numa articulação entre movimentos pastorais, organizações culturais locais e o Núcleo de Educomunicação do Parque Marinho dos Abrolhos. Oferece curso de aprendizagem em audiovisual (roteiro, direção, filmagem, edição, produção) e valoriza a participação de moradores locais como atores, mesmo em produções ficcionais. Em Caravelas, existe, ainda, um jornal comunitário, O Timoneiro, que concentra seus interesses na formação em técnicas jornalísticas por jovens moradores da cidade. Caravelas possui vinte e um mil habitantes e está distanciada a quase novecentos quilômetros da capital, Salvador. Situa-se na região do Extremo Sul da Bahia, que compreende, pela costa litorânea, a região entre as cidades de Belmonte e Mucuri.

[4] O bairro no qual o projeto tem sido desenvolvido foi, durante um bom tempo, referência para ilustração dos altos índices de criminalidade e utilização de drogas entre jovens negros e pobres da periferia de Ilhéus. O Dilazenze foi concebido dentro do terreiro-de-candomblé angola Matamba Tombecy Neto, chefiado por Mametu Ilza. Num primeiro momento, o projeto estava exclusivamente voltado para a valorização da negritude e dos traços de africanidade entre jovens e adultos da região, através do desenvolvimento de expressões artísticas: dança, canto, música, estética, indumentária etc. Hoje, o Grupo tem se preocupado com outras esferas de participação inclusiva, entre estas, formação em recursos de mídia e formação de público. Ilhéus possui duzentos e vinte e três mil habitantes e está distanciada quinhentos quilômetros da capital. Situa-se na região Sul da Bahia, que compreende, pela costa atlântica, a região entre Valença e Canavieiras.

[5] O projeto citado está em sua fase inicial, traduzida pelos contatos iniciais com os grupos supracitados. Por isso, este não é um texto que apresenta desde já dados empíricos, já que o início do nosso trabalho-de-campo está previsto para o mês de outubro de 2007. Encaixa-se, pois, no rol de comunicações de pesquisas teóricas, mesmo que tenhamos contemplado alguns poucos dados acerca das organizações sobre as quais a pesquisará versará.

ser entendido em seu sentido sócio-antropológico, que diz ser o grupo que se encontra excluído das bases hegemônicas para limites identificatórios. Tais limites, no mais das vezes, são identificados pelos grupos dominantes e detentores de poder, privilégio e prestígio. As minorias estariam, assim, em desigualdade de direitos e oportunidades em relação aos grupos majoritários, sendo freqüentemente alvos de discriminação, preconceito, exclusão ou invisibilidade. Vale ressalvar, que tais ações (discriminatórias) não são causa da categorização, mas conseqüência.

Ao traduzirmos a idéia de visibilidade como a dinâmica de pertencimento a uma esfera pública constituída e concretizada nos e pelos meios de comunicação, que caracterizam esta como uma sociedade midiática, logo, entende-se que estar invisível revela "não estar nos meios" e, com trocadilhos, "nem estar no meio". É, pois, estar na base e não na ponta – por mais que alguns formadores de opinião teimem em ressaltar a utilização de tecnologias de ponta, de novas tecnologias, pela população do interior do Nordeste. "Não estar nos meios" não deve ser entendido, apenas, como a situação de estar ausente da produção midiática contemporânea – o que está para a ordem produção e distribuição. Significa, do mesmo modo, não ter acesso a estes meios e modos de comunicação – o que diz respeito à ordem da emissão e recepção, à percepção e ao reconhecimento.

A escolha da mídia, seus produtos e formas de produção para desenvolvimento de um texto sobre inclusão, exclusão e identidades regionais, justifica-se pelas polarizadas e antagônicas teorias definidoras da comunicação e à estruturação básica do pensamento sobre comunicação e sociedade, que classificam os meios de comunicação (e a indústria cultural e seus produtos) como instrumentos de projetos de dominação, através da manipulação das consciências individuais com a utilização onipotente das tecnologias e meios de comunicação, causa de uma socialização hegemônica, totalitária e alienante (que provocaria uniformização social) em contraposição às teorias que defendem a idéia de que tais meios de comunicação são projetos de democratização da cultura e da informação para as massas. O fato é que, quer numa visão quer noutra a noção de elitização em mídia esteve sempre evidenciada.

O tema da democratização da comunicação tem sido exaustivamente relacionado à democratização da nação. Antes restrita ao debato acadêmico e governamental, como bem lembra Venício Lima, aos poucos tem se espraiado entre os mais diversos segmentos da sociedade civil "na prática concreta de experiências de comunicação alternativa e através de uma ação deliberada de participação na formulação de políticas

públicas democráticas". Contudo, lembra o autor, a crença de que a grande mídia, "hegemônica, privada e comercial", pode ser democratizada, parece constituir um equívoco (Lima, 2006). Mas, mesmo que se reconheça a quase impossibilidade de presenciarmos a democratização da mídia comercial e privada brasileira, é preciso que atores até então invisibilizados contemplem o que está sendo produzido no e pelos meios de comunicação sobre si. Por isso, mesmo que constatemos que a decisão sobre o que é produzido pela grande mídia por grupos invisibilizados seja uma utopia, não podemos desconsiderar:

> "[...] o fortalecimento da comunicação comunitária, [...] a multiplicação de veículos de informação populares, alternativos, livres e independentes. Também nos deparamos com inúmeras iniciativas, movimentos e atores diretamente relacionados à construção de políticas democráticas de comunicação, que têm na democratização ou nos direitos à informação e à comunicação suas bandeiras." (Lima, idem)

É no gancho da invisibilidade que surgem duas novas ondas no panorama da produção midiática brasileira. Dizem respeito ao movimento de [1] tomar e [2] dar voz aos invisibilizados, excluídos e marginalizados, através de recursos midiáticos – tanto em [1] mídias alternativas como na [2] grande mídia. Para o caso [1] das mídias alternativas[6], surge no bojo dos movimentos e ações que encontram nos recursos e suportes midiáticos importantes suportes para desenvolvimento de novas expressões e alianças político-sociais entre Estado, democracia, terceiro setor, sociedade civil e grupos ideologicamente minoritários. Elaboram, assim, novos modos de representação contra-hegemônicos, acenando para a promoção de políticas públicas para inclusão social. Para o caso [2] da grande mídia, é sobre novas formas de produção artística e cultural como ações inclusivas e sobre a utilização de novas tecnologias na [*off*] indústria cultural [periférica], que tal tipo de produção tem se debruçado – elaborando algo em torno do conceito de "redenção pela arte e tecnologia". Nesse sentido, refiro-me, especificamente, à produção de audiovisual realizada nos últimos cinco anos[7],

[6] A utilização recorrente do termo no percurso desse trabalho deve-se ao proposto por John Downing, que traduz a transformação dos recursos e veículos de mídia em agentes de velhos e novos movimentos sociais, articulando e mediando formas de ações políticas. Para o autor, as "mídias radicais alternativas" são tipos de contra-informação hegemônicas, que entrelaçam cultura de massa comercializada, cultura popular, culturas locais e regionais e culturas de oposição ilustradas pelo grafitismo, internet, *hip-hop*, TV's e rádios comunitárias, teatro de rua e popular, vestuário etc. Downing, 2002.

[7] O recorte sobre o tempo deve-se ao meu interesse em pensar sobre as transformações e inovações nas articulações entre mídia e movimentos sociais pós-Durban. O lançamento do filme *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles, no ano de 2002 é outro importante marco. Sobre os reflexos da Conferência de Durban, realizada em 2001, no panorama midiático brasileiro, indico texto de minha autoria em parceria com o Prof. Julio Tavares, resultado do meu recém-doutoramento na Universidade Federal Fluminense – UFF, com financiamento do CNPq. Ver: Freitas et alii, 2007.

quase sempre, por produtores não-periféricos (e, por isso, centrais) de fora para dentro ou de fora para fora.

O interesse sobre tal tipo de temática não surge por acaso. É resultado do processo histórico sóciopolítico brasileiro, num período configurado pela abertura política e pela determinação de implantar um projeto de democratização das nações periféricas, às raias de ingressarem, de fato, na modernidade pós-ditatorial. A popularização dos movimentos sociais, desmantelando o alijamento das classes populares das decisões políticas e o debate sobre cidadania, desigualdade e inclusão social, permite-nos assistir à cooperação entre sociedade civil (com suas representações societárias, movimentos sociais), Estado e incontáveis organizações mediadoras (ONG's). Tal articulação e toda a sorte de parceria e negociação entre tais esferas traz à tona a necessidade de estabelecimento de políticas públicas e de representação identificatórias, que consolidam um diálogo direto entre poder público e sociedade civil. A expressividade de redes de solidariedade, organizadas entre sociedade civil e terceiro setor, faz emergir, através dos recursos de mídia, vozes subalternizadas e invisibilizadas, excluídas dos projetos de cidadanização e do processo civilizatório brasileiro, através de "atores coletivos cívicos – associações voluntárias, movimentos sociais, porta-vozes de causas" (Maia, 2006). Por isso, a onda de produções que contemplam as formas de representação de minorias ideológicas e grupos politicamente dominados, tanto pela grande mídia como pelas mídias alternativas, nos move a refletir sobre o modo como tais grupos têm sido caracterizados, quando retratados, como grupamentos marginalizados (postos à margem) de representações dignas de reconhecimento. Afinal, essa é uma questão de ordem não apenas tecnocrática, mas, também, político-social. Vale destacar o interesse que a aparição de TV's comunitárias nos subúrbios e favelas das grandes metrópoles brasileiras provocou, a partir da segunda metade da década de 1980, tanto entre defensores da democratização da mídia como entre seus opositores, que temiam o exercício da liberdade de expressão e a democratização de técnicas de produção e transmissão junto a grupos populares, assim como, uma futura reformulação na legislação que contempla os meios de comunicação de massa no Brasil, questionando o sistema brasileiro de concessão de canais de TV.

A importância de nos concentrarmos sobre o que se produz em termos midiáticos no e sobre o Nordeste contempla questões que resignificam o lugar de passividade habitualmente destinado às audiências. O que está sendo veiculado? As audiências sentem-se contempladas pelas representações, construções e desconstruções

de si que surgem nas telas? Qual a participação das audiências para a elaboração de uma contra-informação que reelabora o que é produzido sobre si mesmas? Não falo, aqui, das clássicas e cristalizadas representações paradigmáticas do Nordeste, elaboradas desde a década de 1950[8], a fim de consolidar um modelo de cultura e identidade nacionais e reutilizadas na retomada do cinema brasileiro a partir dos anos de 1990. Trato, especificamente, da produção em audiovisual que tem vislumbrado o Nordeste a partir de uma perspectiva de políticas inclusivas para combate da desigualdade e exclusão social, ressaltando, de certa maneira, a "redenção da miséria pela arte e tecnologia" em oposição à desgraceira da violência urbana, agora, não mais no tom folhetinesco do cangaço da mocinha e bandido ou da paixão de pescadores.

Mesmo que a presença da temática política e inclusiva tenha sido positivada, através de veículos, gêneros e formatos midiáticos que contemplam experiências justas, tais produções ainda são incipientes frente ao enorme número de produções acerca do Nordeste, que cultivam a permanência de resquícios de subalternidade, por conta de uma colonialidade cognitiva – sempre hegemônica, unilateral e etnocêntrica.

> "As apreciações das leituras de textos cultural-comunicativos são percebidas como eventos políticos observados como representações. Representações podem ser negativas ou positivas, desde que a audiência aprenda a lê-las como narrativas elaboradas e discernidas como ideologias e imagens. Essas podem funcionar ou não como mídia, reproduzindo a dominação social, as injustiças, bloqueios e arquiteturas cognitivas do não-reconhecimento, e, portanto, como gramática das discriminações, dos estereótipos e dos estigmas. A idéia de representação que aqui sustentamos é alvo privilegiado da análise cultural. Tal análise é aplicada sobre os processos de comunicação, sejam eletrônicos – TV, vídeo, cinema etc. – ou aqueles produzidos e exercidos pela cooperação natural das interações que surgem no mundo da vida cotidiana, como os encontros, conversações, gestos, etc." (Freitas et alii. 2006).

A mídia, nesse sentido, contribui para a consolidação de um projeto em mão única, que pouca atenção deu à participação de certos segmentos populacionais no processo civilizatório brasileiro, fazendo, assim, de um país diverso e plural, um país unívoco, hegemônico, outro de si mesmo. Mesmo quando visibilizado, os clichês e estereótipos presentes nas clássicas representações em mídia e mesmo as novas representações que se fazem do Nordeste (e que com o tempo veremos cristalizar-se em novos clichês e estereótipos), acabam provocando uma visibilidade que invisibiliza. Uma invisibilidade que não se estrutura na ausência, mas na presença apagada, no apagamento.

[8] *O Cangaceiro*, de Lima Barreto, produzido em 1953, é bom exemplo. Ganhador da Palma de Ouro, no Festival de Cannes, foi incluído na categoria filme de aventura.

O problema aqui levantado remete mesmo um labirinto, pois, além do maniqueísmo entre ser ou não ser representado (questão de ordem quantitativa), bem ou mal representado (questão de ordem qualitativa), um sub-questão, de ordem não menos importante, se apresenta. É que mesmo quando não-estigmatizadas, as populações nordestinas continuam sendo erroneamente representadas. Ponto central das preocupações aqui elaboradas, a periferia apresentada pelas produções cinematográficas dos últimos cinco anos, não corresponde à periferia em que me encontro nos últimos doze meses. Para o caso da Bahia, vale mesmo ressalvar um constante "olhar voltado para a capital", que nos faz tratar Salvador por Bahia. Mesmo as produções em mídias alternativas, ainda essas, aparecem acobertadas por um ideário de visibilidade global, desejosas de exibirem-se mais para fora que para dentro e almejarem inserção na esfera pública política, o que classifica suas questões como "eventos", através da visibilidade por audiência ampla, além de suas comunidades, inserindo seus problemas e prioridades na agenda política (Maia, 2006). A visibilidade midiática também pode contribuir para o apaziguamento das dificuldades com relação à distribuição e à obtenção de subsídios e recursos junto aos órgãos de fomento e financiamento. Por isso, muitas das vezes, acabam, elas mesmas, utilizando-se de representações deturpadas ou estereotipadas[9].

Ademais, deparamo-nos com um tanto de produções realizadas por diretores, com renomada familiaridade no cruzamento entre TV, vídeo e cinema, chegando mesmo a consolidar um mercado de filmes para cinema objetivamente inclinados à posterior exibição em TV, tanto por conta da utilização de uma linguagem técnica e estética padronizada como pela formulação de parceria com renomadas produtoras que transitam pelas duas áreas – entre estas, a Globo Filmes, criada no final da década de 1990, tendo como única finalidade, fortalecer a "sinergia"[10] entre cinema e TV. Junto a isso, um tanto de produções que revelam a vida de comunidades geograficamente muito próximas das audiências, mas, ainda, invisibilizadas e excluídas, dá marca à retomada do cinema e, logo, a uma tendência televisiva e vídeo-publicitária de retratar aspectos da

[9] A Casa de Bonecos, em Itacaré, região potencialmente turística, é bom exemplo. Hoje, na terceira geração de integrantes, seu idealizador e coordenador, Jorge Rasta, entende que sua preocupação não mais se restringe a contribuir para a elevação da auto-estima da população de jovens da cidade, na quase totalidade negra e indígena – lugar em que a valorização da estética e cultura afro-ameríndia tem papel destaque. Jorge Rasta reconhece que os conhecimentos e atributos adquiridos durante a permanência no projeto pela primeira geração de integrantes, há 20 anos, serviram como recurso para ingresso de moças e rapazes nativos na indústria de turismo sexual internacional, através da venda do "exótico", valorizado, num certo sentido, depois da conquista da auto-estima, do resgate da negritude e da profissionalização em ofícios que exaltavam a exuberância das manifestações e traços afro-baianos (capoeira, estética afro, dança afro etc.).

[10] O termo "sinergia" é parte constituinte do texto de apresentação disponibilizado pela produtora, que diz ser "uma das principais responsáveis pela reaproximação do público com o cinema nacional". Disponível em: 'http://globofilmes.globo.com/GloboFilmes/0,,5363,00.html'. Acesso em: 22 abr. 2007.

realidade das minorias brasileiras. Bom mote para a produção de vídeos, que, apropriados de certo despojamento e liberdade causados pelo descompromisso com produtoras e distribuidoras, acabam sendo incorporados pelas grandes emissoras e pela indústria publicitária, com o aval da autonomia anteriormente adquirida. Por fim, vale ressalvar que o Nordeste como auto-produtor de suas manifestações audiovisuais, encontra forte respaldo dessa indústria tele-pub-cinematográfica, que conta com renomados diretores que transitam, por razões de ordem de mercado, por esses muitos veículos e gêneros – muitos destes, nordestinos migrados para os pólos industriais do país; outros, residentes no próprio Nordeste.

Martin-Barbero (2004) acena para o fato de que as alternativas de comunicação popular não devem, necessariamente, ser marginais às grandes mídias. Podem mesmo apoderar-se de traços de cultura massiva[11]. O que não é problema. Entretanto, devem atentar para o fato de que as culturas populares não são homogêneas – tal qual o discurso construído pelas grandes mídias. O problema reside no fato de que no que é produzida para massificação e controle das massas, a cultura massiva tende a negar as diferenças, fazendo com que desapareçam por assimilação e, com isso, homogeneizando-as. Considerando que mesmo o gosto popular está moldado pela cultura de massa, reconhecemos que a comunicação será alternativa ao assumir a complexidade dos processos de massificação da cultura (e formação da comunicação massiva) que são estruturados na quase negação do popular. Digo, quase, já que entendo que numa análise aguçada dos complexos processos de formação da cultura massiva, podemos perceber traços de popularidade, "de códigos e dispositivos em que se imbricam a memória popular e o imaginário das massas" (Martin-Barbero, 2004).

É, pois, necessário tecer uma visão atenta sobre a totalidade das estruturas de produção da informação. Para Martin-Barbero, é nos interstícios das "estruturas transnacionais da informação e estruturas nacionais do poder" que são revelados domínios ideológicos em modos de ver, que não dizem respeito apenas aos espectadores, mas também aos produtores. Estes últimos, também videntes (ou espectadores). Os modos de ver são produzidos socialmente, pelo imaginário coletivo. O que confirma a lógica de que a análise do produto não deve centrar-se exclusivamente no produto em si e na sua condição de reproduzir a verdade, mas nos dispositivos de

[11] Sobre a utilização do termo "massivo", no texto original da versão brasileira do livro, a tradutora optou pela expressão "maciço", ao considerar a inexistência do termo "massivo" em dicionários de língua portuguesa. Eu, por minha vez, optei utilizar o termo "massivo".

enunciação-produção, de percepção e reconhecimento. Tais dispositivos embutem uma divisão social do trabalho na produção da informação (com a especialização e sofisticação das tarefas), que materializam regras de ação e discurso neutros e "acobertam as determinações sociais que as originam e regem" (Martin-Barbero, 2004).

Por isso, a onda de produções que contemplam formas de representação de populações periféricas nordestinas, tanto pelas grandes mídias como pelas mídias radicais alternativas, nos move a refletir sobre o modo como tais grupos têm sido caracterizados, quando retratados, como grupamentos marginalizados (postos à margem) de representações dignas de reconhecimento – questão que se estrutura para além da preocupação que reside em termos quantitativos.

Não podemos desconsiderar a emergência de novos atores periféricos, que traz à tona importante debate sobre novas esferas identitárias: juventude, novas formas de ativismo político, emergência de culturas e estéticas alternativas, midiativismo, mídias radicais e comunitárias, engajamento social, intervenções estético-midiáticas etc. Contudo, ainda assim, não refletem a realidade concreta e objetiva das periferias brasileiras, já que, no mais das vezes, retratam exclusivamente realidades periféricas inerentes ao eixo centro-sul, área-chave do desenvolvimento econômico e (é o que faz parecer) cultural brasileiro.

Mesmo que se reconheça o impulso na produção cinematográfica brasileira que tem privilegiado o Nordeste (com seu velho sertão e lindo mar e coqueirais, tão bem cristalizados em movimentos cinematográficos antecedentes)[12], ainda assim, o Nordeste apresentado parece pouco distanciado do lugar apático e passivo, desde sempre a ele reservado.

> "Percebe-se, por um lado, que, ao promover a distribuição global de notícias, através das agências mundiais, agrava-se a segregação das comunidades locais e dos agentes não-hegemônicos, vítimas do bombardeamento de informações disparados pelas *centrais de produção globais* do noticiário. Por outro lado, a mobilização das comunidades para solucionar questões localizadas acaba sendo tarefa destinada aos meios de comunicação locais (tanto os jornais e emissoras de rádio municipais, como para as organizações não-governamentais – ONGs – que desenvolvem programas de comunicação, como rádios comunitárias), numa tentativa de recuperar a identidade perdida para o mundo entrópico de informação e comunicação, produzido pelas mega-organizações da comunicação global. Consolida-se, nesse espaço, um processo de exclusão social da mídia, a partir do cerceamento do acesso às informações locais, diante da corrida pela disputa pela audiência". (Jambeiro et alii, 2005).

[12] Sobre as representações na construção e desconstrução do Nordeste sertanejo, ver: Bentes, 1999 e Xavier, 1983.

Igualmente, são comuns as representações de um Nordeste metropolitano, que acaba desembocando num modelo de cidade distanciado do Nordeste fora das grandes capitais e que desconsidera os muitos Nordestes existentes[13]. Ouso, mesmo, arriscar dizer que o Nordeste contemporâneo e periférico tem sido representado muito mais em produções ficcionais que em documentários, já que estes últimos se inclinam a descrever o ambiente das periferias aos moldes dos modelos metropolitanos do sul do país. Os recursos para isso dizem respeito a novos e velhos modos de abordagem, que ora privilegiam cenários externos; ora o povo e as populações marginalizadas como protagonistas; planos fechados e enquadramentos próximos; orçamentos baixos; câmera errante e não-fixa; proliferação de tomadas; traços estigmatizantes do caos metropolitano; traços de modernidade caótica num interior de Nordeste sob a égide da globalização e, por fim, certo sentimento de estranhamento estético e pertencimento identitário, ao vislumbrarmos traços de modismos típicos das periferias metropolitanas do eixo centro-sul no seio do Nordeste, que se traduz como imagem fora de lugar e, considerando o hábito adquirido pelas representações cristalizadas, fora de ordem, de lugar nenhum, do não-lugar.

Na minha atual pequena cidade, as duas únicas salas de exibição existentes, assim como os dois únicos jornais impressos semanais e as velhas emissoras de TV abertas não retratam, como se espera, produtos e matérias que falam do Nordeste contemporâneo para além do litoral. Também não culpo a pequena cidade pelo fato. Entendo que parte do problema é de ordem da distribuição; do interesse comercial das salas de exibição, emissoras e empresas de jornal; dos apoios; patrocínios; produtoras e distribuidoras; e, por que não dizer, de interesse do público espectador, receptor, das audiências. Mas, entendo, também, que a articulação entre produção, distribuição, sala, emissora, empresa e público para determinar o que será ou não veiculado, visto e lido pelo interior do Brasil é parte de um hábito nutrido pela não-representatividade do Nordeste em termos de sua diversidade pela indústria cultural (com seus veículos e produtos de comunicação), que fomenta uma falta pelo não-reconhecimento da ausência e presença.

O paradoxo reside no fato de que com a emergência de novas propostas estéticas e abordagens conceituais, acentua-se a articulação e agenciamento entre diversas linguagens, gêneros e modos de produção. Por isso, os estudos das tecnologias ou dos

[13] Sobre a diversidade do Nordeste plural em oposição à lógica de um Nordeste inventado, imaginária e espacialmente, ver: Albuquerque Jr. 2001 e Zaidan Filho, 2003.

meios devem ceder lugar aos estudos debruçados sobre a produção de mensagens situadas no âmbito da cultura, a partir de um prisma que privilegie a interação das mídias na mediação entre indivíduos (produtores, receptores e produtores-receptores) na esfera da cultura e sociedade *versus* uma ideologia tecnocrática, que permeia e esteriliza os esforços da comunicação alternativa, da informação contra-hegemônica, já que não chega a questionar verdadeiramente as estruturas ideológicas e políticas da produção de informação (Martin-Barbero, 2004).

Entende-se que os signos estigmatizados relacionados às populações "indesejadas" e toda a sorte de grupos sociais ideologicamente minoritários no Brasil são, pois, fundamentalmente importantes para legitimar certo tipo de exclusão midiática. Tal exclusão traduz-se por invisibilidade e não-reconhecimento, ao reconhecermos os meios, veículos e tecnologias de comunicação como únicas esferas capazes de possibilitar, hoje, reconhecimento e, por extensão, visibilidade (essa, a idéia de mediações)[14] num mundo regido pela comunicação e seus meios (essa, a idéia de aldeia global)[15]. O que, por extensão, somente contribui para a [re] estigmatização ou estigmatização anteriormente empreendida.

Entender que a representação enganada ou enganosa pode consolidar-se, esta também, em representação pejorativa, é fundamentalmente importante para que questionemos se essa é uma ação planejada pela indústria audiovisual, desejada pelas audiências, proporcionada pela desinformação ou mantida pelo hábito.

Chegada: bem-vindo à periferia da periferia ou entre BR's e paradas

> "O resgate dos modos de réplica do dominado desloca o processo de decodificação do campo da comunicação, com seus canais, seus meios, suas mensagens, para o campo da cultura, ou melhor, dos conflitos entre a cultura e a hegemonia. Aceitar isso é também algo completamente diferente de 'relativizar o poder das mídias'. O problema de fundo coloca-se agora em outro nível: já não no nível das mídias, mas sim dos mediadores e dos modelos culturais". (Martin-Barbero, 2004, p.127)

É necessário que se faça profunda reflexão sobre a importância de tais representações na elaboração de modelos identificatórios entre os diversos grupos minoritários brasileiros (e não somente os metropolitanos), para que se possam perceber as peculiaridades, tanto nas formas de emissão como nas formas de recepção e percepção dos produtos audiovisuais quando retratam realidades objetivas e subjetivas

[14] Martin-Barbero, 1997.
[15] McLuhan, 1969.

dos grupos contemplados. Tal método nos permite refletir sobre os modos com que essas representações são tanto produzidas e distribuídas como recebidas e assimiladas. Uma análise dos processos comunicacionais (e não somente dos produtos), dos processos de produção e distribuição (emissão e recepção), da aceitação ou recusa das mensagens recebidas (percepção, reconhecimento, desconhecimento).

A crença é que o que se produz no e sobre o Nordeste é reflexo e resquício de uma colonialidade cognitiva – resquícios de mentes colonizadas que tanto produzem e veiculam como recebem e reconhecem os produtos midiáticos. Sobretudo, quando sabido que a quase totalidade das produções audiovisuais brasileiras não é contemplada fora dos grandes centros urbanos nordestinos. No interior da Bahia, por exemplo, o acesso aos meios e modos de produção, com a oferta de cursos e projetos de instrumentalização em recursos de mídia, tem sido mais recorrente que o acesso aos produtos finalizados – mesmo quando produzidos aqui[16]. Por essa razão, para as populações do interior nordestino parece haver um único Nordeste, cerceado por traços estigmatizantes, clicherizados e estereotipados, visível na rara produção midiática acessível a essa parcela da população brasileira – no mais das vezes, veiculada pela TV aberta. É como se não precisassem ver-se representados. Desprover as populações do interior do Nordeste do acesso à produção na qual estão sendo vislumbradas, é perpetuar a marginalização e exclusão, agora em termos *midiaudiovisuais*, de grupo tão infinitamente marginalizado e excluído de outras importantes esferas sócio-culturais e políticas e da possibilidade de reconhecimento e reconhecerem-se.

Iniciativas como a de Caravelas e Ilhéus não são somente provas de que estratégias de comunicação comunitária e de mídias radicais alternativas podem reverter tal tipo de exclusão consolidada (afinal, cá estamos a falar de Caravelas e Ilhéus). São, sobretudo, exemplos de que a comunicação horizontal não necessariamente precisa transformar-se em vertical para que "a inserção de novos atores informativos e novas propostas comunicacionais" possa contemplar audiências, públicos ou receptores outros (Paiva, 2003).

[16] Tais tipos de projetos têm se multiplicado por todo território nacional. Contudo, o acesso às produções ainda é incipiente. O *Youtube*, site de hospedagem de vídeos em formato digital, é um bom canal para acesso a tal tipo de produção. Mas, ainda assim, indisponível a quase 90% da população brasileira que não tem acesso à Internet (segundo dados do Mapa da Exclusão Digital, FGV, 2003). Ainda assim, a produção de audiovisual que institui o ator periférico como autor tem sido um projeto recorrente. Talvez, daqui a alguns anos, a questão que se apresentará dirá respeito, não mais à produção de audiovisual por populações invisibilizadas, mas, à necessidade de criação de políticas de emissão e distribuição dos produtos por estas populações elaborados.

Através da promoção de políticas comunicacionais elaboradas ou defendidas por grupos, até então, excluídos do projeto midiático brasileiro, veremos emergir um movimento de produção audiovisual, que terá como principal característica a valorização de aspectos socioculturais inerentes à realidade desses grupos (minoritários, periféricos e invisibilizados). Essa a idéia de mídia-ação, mediação. Como são tanto personagens como protagonistas, transformar-se-ão de invisibilizados em visibilizados, de excluídos em incluídos, de minorias em maiorias, de desprivilegiados em privilegiados, de passivos espectadores em ativos produtores, criando uma espécie de ativismo social midiático, midiativismo, através da geração de meios próprios e específicos elaborados pelos grupos ou comunidades interessadas, baseados em formas de associações alternativas que têm privilegiado a produção e participação em mídia como cenário para a elaboração de novos ativismos sociais e, por extensão, para a organização de redes sociais contemporâneas.

A reflexão sobre a concentração e controle da mídia e a circulação e distribuição massiva da informação *versus* um modelo de comunicação midiática que privilegia problemáticas locais, regionais, anti-hegemônicas e alternativas impõe um outro debate: a forma com que a mídia brasileira contribui para a construção de um imaginário e uma realidade excludente, que diz respeito à reformulação do espaço público das minorias brasileiras, à positivação de sua real inserção no processo civilizatório brasileiro e à demarcação de seu espaço na esfera do exercício de cidadania.

Portanto, pensar a partir do interior do Nordeste, do Brasil, permite-nos refletir sobre o conceito de periferia da periferia – contribuindo, assim, para o debate sobre cidadanização, que extrapola, pois, a esfera da teoria da comunicação e engrossa os estudos sobre sociedade e cultura.

Rodovia Ilhéus-Olivença, Bahia, maio de 2007.

BIBLIOGRAFIA

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz. A invenção do Nordeste e outras artes. São Paulo: Editora Cortez. 2001

BENTES, Ivana. Sertões e subúrbios no cinema brasileiro. Cinemais. n. 15. jan.-fev. 1999.

DOWNING, John. Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora SENAC. 2002.

FREITAS, Ricardo O. de et alii. Caderno de formação de educadores: projeto dinamização da juventude. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho/Secretaria Geral da Presidência da República/Secretaria Nacional da Juventude. 2006.

_____ . e TAVARES, Julio C. S. de. Mídia e etnicidade: considerações acerca da importância da ação afirmativa na [e para a] mídia brasileira. Revista Espaço Acadêmico. n. 31. dez. 2003. Disponível em: http://www.espacoacademico.com.br/031/31ctavares_freitas.htm . Acesso em: 10 mai. 2007.

GRAMSCI, Antonio. Os intelectuais e a organização da cultura. São Paulo: Círculo do Livro. 1982.

GUIMARÃES, César e FRANÇA, Vera [org.]. Na mídia, nas ruas: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Editora Autêntica. 2006.

JAMBEIRO, Othon et alii. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia. Salvador: EDUFBA. 2005.

KEHL, Maria Rita e Bucci, Eugênio. Videologias. São Paulo: Boitempo. 2004.

LIMA, Venício. Vozes da democracia: histórias da comunicação na redemocratização do Brasil. São Paulo: Intervozes/Imprensa Oficial. 2006.

MAIA, Rousiley. Mídia e esfera pública. In: MAIA, Rousiley e CASTRO, Maria Ceres [org.]. **Mídia, esfera pública e identidades coletivas.** Belo Horizonte: Editora da UFMG. 2006.

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

_____ . Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola. 2004.

MCLUHAN, Marshall. O meio é a mensagem. Rio de Janeiro: Record. 1969.

PAIVA, Raquel. O espírito comum. Rio de Janeiro: Mauad. 2003.

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

TAVARES, Júlio. Prólogo à história do presente: do racismo multicultural. Ciberlegenda. n. 8. ano 2002.

XAVIER, Ismail. Sertão mar: Glauber Rocha e a estética da fome. São Paulo: Editora Brasiliense/Embrafilme/MEC. 1983.

ZAIDAN FILHO, Michel. O fim do Nordeste e outros mitos. São Paulo: Editora Cortez. 2ª ed. 2003.