



O revival identitário no humor radiofônico: Múltiplas temporalidades e imaginários regionais¹

Ricardo Pavan²

Universidade do Oeste de Santa Catarina

Resumo

A despeito da multiplicação das mídias interativas, o rádio se mantém como um dos principais meios de expressão das identidades sociais. Nesse artigo trataremos de salientar os imaginários construídos entre as diversas tradições culturais nacionais e regionais e sua inserção no cenário midiático estandardizado contemporâneo. As reflexões têm como referência as produções humorísticas radiofônicas que recuperam estereótipos étnicos. A observação compreende a caracterização identitária das populações descendentes de alemães e italianos por meio das performances cômicas dos personagens *Radicci* e *Willmutt*, dois ícones do caricato midiático desses grupos sociais no Sul do Brasil.

Palavras-chave: Rádio e identidades; identidade étnica; humor radiofônico.

1 – As diferenças na identidade

Preocupação recorrente nas ciências humanas e sociais, a complexidade em torno da identidade parece se acentuar nesse início de século com a 'explosão das diferenças', resultado dos diversos atravessamentos culturais entre o local/nacional/global. A ênfase é para seu caráter relacional, sendo uma construção social que permite aos indivíduos um sentimento de pertença ou uma identificação com uma comunidade em maior ou menor grau de coesão. Daí que a identidade do indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações a um sistema social. O papel do pesquisador, então, passa a ser o de analisar os processos de identificação sem a pretensão de julgá-los com base em hierarquizações ou modelos *a priori*. A compreensão de uma identidade de grupo vai depender, no campo da comunicação, da localização dos traços culturais usados pelos seus membros para afirmar e manter uma distinção cultural.

Uma perspectiva relacional para a identidade também nos parece mais conveniente para superar a velha dualidade entre as concepções objetivista/essencialista

¹Artigo apresentado no Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM 2009, realizado na Universidade Positivo, em Curitiba (PR).

²Doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos - São Leopoldo(RS).



e subjetivista/anti-essencialista. Conforme Cuche (1999), as primeiras estão ligadas às teorias culturalistas e primordialistas, que vinculam a identidade à aspectos referenciados na herança cultural e no grupo étnico, como se as diferenças identitárias possuíssem algum conteúdo inerente, permanente; já a perspectiva subjetivista é capaz de considerar o caráter variável da identidade, mas peca pela ênfase excessiva ao seu aspecto efêmero, reduzindo-a, num caso extremo, a uma escolha individual arbitrária, em que cada um seria livre para escolher suas identificações. O caráter relacional, segundo o autor, dá conta de que a identidade existe sempre em relação a uma outra, resulta das interações entre os grupos e os procedimentos de diferenciação utilizados em suas relações. Para Stuart Hall (2003), deve-se considerar que a identidade se constrói e se reconstrói constantemente no interior das trocas sociais, nem sempre de maneira consciente:

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo 'imaginário' ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre 'em processo', sempre 'sendo formada'. (HALL, 2003, p. 39)

Num primeiro olhar sobre o papel da identidade na sociedade contemporânea, o que se nota é que a criação de manifestações culturais mundializadas não têm provocado o desaparecimento das questões locais. Martín-Barbero (2006) observa que a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades são dois processos que estão transformando radicalmente o lugar da cultura em nossas sociedades. *Tal processo de inclusão/exclusão em escala planetária está produzindo não só reações e entrincheiramentos, mas também uma separação profunda e crescente entre a lógica do global e as dinâmicas do local, entre o espaço da economia política e os mundos da vida* (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 59). À medida que o mundo se torna mais complexo e se internacionaliza, a questão das diferenças se recoloca e há um intenso processo de construção de identidades. *Se a unificação nacional ocorrida no passado se mostrou contrária à manutenção de diversidades regionais e culturais, o mundo está em parte assistindo justamente a afirmação das diferenças* (OLIVEN, 2006, p. 208-209). Ou, como atenta Hall (2003), o localismo não é um mero resíduo do passado.



É algo novo – a sombra que acompanha a globalização. O que é desconsiderado pelo fluxo panorâmico da globalização, mas retorna para perturbar e transtornar seus estabelecimentos culturais.

Com isso, a luta entre os interesses 'locais' e os 'globais' não aparece como definitivamente concluída no âmbito da identidade. Surge desse processo o que Derrida denominou *différance*: *o movimento do jogo que 'produz' (...) essas diferenças, esses efeitos de diferença. Não se trata da forma binária de diferença entre o que é absolutamente o mesmo e o que é absolutamente 'outro'. É uma 'onda' de similaridades e diferenças, que recusa a divisão em oposições binárias fixas* (HALL, 2003, p.60). O autor observa que, mesmo quando se trata de setores mais tradicionalistas, o princípio da heterogeneidade continua a operar fortemente. *Todos negociam culturalmente com algum ponto do espectro da 'différance', onde as disjunções de tempo, geração, espacialização e disseminação se recusam a ser nitidamente alinhadas* (HALL, 2003, p. 76). Assim, o que cria a separação de dois grupos identitários não é a diferença cultural, mas o intuito de se diferenciar e o uso de certos traços culturais como marcadores de sua identidade específica.

Muitos são os termos utilizados para descrever as identidades culturais na contemporaneidade. O que estas noções trazem em comum é o fato de pensar um cenário sociocultural que tem gerado uma grande instabilidade nos grupos/comunidades, demonstrando que é impossível falar das identidades como somente se tratasse de um conjunto de traços fixos, nem afirma-las como a essência de uma etnia ou nação.

Traços mais antigos se combinam com novas e emergentes formas de 'etnicidade', que frequentemente resultam da globalização desigual ou da modernização falha. Essa mistura explosiva revaloriza seletivamente os discursos mais antigos, condensando numa combinação letal aquilo que Hobsbawm e Ranger (1993) denominaram 'a invenção das tradições' e o que Michael Ignatieff (1994) chamou (depois de Freud) de 'narcisismo das pequenas diferenças' (HALL, 2003, p. 57-58).

O quadro nos dá um indicativo de que, sendo uma construção social, a identidade faz parte da complexidade social. No papel de comunicólogos, devemos ter em conta dois aspectos propostos para essa temática por Cucho (1999) e García-Canclini (2000): o primeiro diz que a definição 'pura' de uma identidade cultural é



reduzida e não nos permite compreender a heterogeneidade de todo grupo social; e o segundo que a caracterização das identidades depende de um entendimento dos modos em que as comunidades se imaginam e constroem relatos sobre sua origem e desenvolvimento.

2 – Identidade nacional: a comunidade imaginada

A problemática existente em torno dos conceitos de identidade e nação, como construção social e política, nos traz um significativo alerta para a dificuldade de se pensar as culturas nacionais. A formação dos estados-nação tem seu sentido vinculado, nos últimos dois séculos, as fronteiras geográficas e simbólicas. Se as identidades nacionais permanecem fortes, especialmente com respeito a questões como a dos direitos legais e de cidadania, sua caracterização como grupo social específico é muito vaga:

Uma cultura nacional é um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre 'a nação', sentidos com os quais podemos nos *identificar*, constroem identidades. (...) Com argumentou Benedict Anderson, a identidade nacional é uma 'comunidade imaginada'³ (HALL, 2003, p. 51).

Mesmo com a existência de conflitos internos, alguns aspectos são fundamentais para que as divergências sejam contempladas com um discurso nacionalista comum. O objetivo desse complexo e abstrato discurso é forjar uma identidade nacional consistente, não importando a multiplicidade e as diferenças que a compõe. Para Hall (2003), a tentação de essencializar a 'comunidade' tem que ser resistida – é uma fantasia de plenitude em circunstâncias de perda imaginada. As comunidades migrantes trazem as marcas da diáspora, da 'hibridização' e da *différance* em sua própria constituição. Cuche (1999) é ainda mais contundente: *A ideologia nacionalista é uma ideologia da*

³Segundo o autor, essa idéia passa a existir na medida em que não existe nenhuma 'comunidade natural' em torno da qual se possam reunir as pessoas que constituem um determinado agrupamento nacional, ela precisa ser inventada, imaginada. É necessário criar laços imaginários que permitam 'ligar' pessoas que, sem eles, seriam simplesmente indivíduos isolados, sem nenhum 'sentimento' de terem qualquer coisa em comum. (ANDERSON apud HALL, p. 51-53)



exclusão das diferenças culturais. Sua lógica radical é a da 'purificação étnica' (CUCHE, 1999, p. 188). Dessa forma, o pertencimento a uma identidade nacional não é fruto de uma escolha imediata, mas algo que é conferido por meio de um quadro de representações sociais mais ou menos consolidadas, independente da perspectiva individual.

Interessante nos voltarmos para o raciocínio de Leslie White (apud LARAIA, 2005) para quem toda cultura depende de símbolos. É o exercício da faculdade de simbolização que cria a cultura e o uso de símbolos que torna possível a sua perpetuação. A conclusão é a de que estudar a cultura é estudar um código de símbolos partilhados pelos membros dessa cultura. Oliven (2006) considera que, embora não tenha sido afetado por conflitos regionais ou étnicos, o Brasil, de certo modo, está passando por processos semelhantes aos de outras nações. De um lado, em razão do mosaico cultural que o país é formado; por outro, pelas caracterizações estandardizadas da 'identidade brasileira'. *No Brasil é muito forte a tendência de se apropriar de manifestações culturais originalmente restritas a um grupo social determinado, reelaborá-las e transformá-las em símbolos da identidade nacional.* (OLIVEN, 2006, p. 202)

A diversidade cultural do Brasil sempre foi um fato reconhecido pelos diferentes campos de estudo que abordaram esse tema. As interpretações da identidade brasileira é que, muitas vezes, não coincidiram entre os pensadores do tema. Uma primeira versão revela que o mestiço, junção das três raças⁴ que formaram o povo brasileiro (branca, negra e índia), seria a categoria que melhor traduziria a essência da identidade nacional. Segundo a pesquisadora mineira Simone Maria Rocha (2003), foi dessa junção que surgiu o mito cuja origem pode ser claramente identificada na transição da sociedade escravista para a capitalista, da monarquia para a República: o mito das três raças.

O mito das três raças veio a consolidar-se no século XX, quando o país estava em busca do desenvolvimento, já em processo de industrialização e urbanização. É com Gilberto

⁴Levamos em conta aqui a noção de Hall (2003) para quem, conceitualmente, a categoria 'raça' não é científica. As diferenças atribuíveis à 'raça' numa mesma população são tão grandes quanto àquelas encontradas entre populações racialmente definidas. 'Raça' é uma construção política e social. É a categoria discursiva em torno da qual se organiza um sistema de poder socioeconômico, de exploração e exclusão – ou seja, o racismo. (HALL, 2003, p. 69-70)



Freyre, nos anos 30, que esse mito assume uma forma positiva, solucionadora dos problemas raciais, como a 'inferioridade' do negro, a 'preguiça' do índio. A mestiçagem tornou-se ideologia e símbolo da realidade nacional.(...) O objetivo principal era o de forjar uma unidade na diversidade como inerente à 'natureza brasileira' (ROCHA, 2003, p. 42).

Conclui Rocha (2003) que muitos jornalistas e pensadores construíram a idéia de que o brasileiro é um povo ingênuo e sem determinações políticas, artísticas ou intelectuais, sem limites e totalmente instintivo. O que tentaram quase sempre foi a constituição de uma essência ainda que depreciativa e sem bases empíricas. As identidades regionais no Brasil, entretanto, foram se desenvolvendo, conforme revela Ruben Oliven em seu *A parte e o todo* (2006), desde a Proclamação da República, sendo uma reação a homogeneização cultural. *Essa redescoberta das diferenças e a atualidade da questão da federação numa época em que o país se encontra bastante integrado do ponto de vista político, econômico e cultural sugerem que no Brasil o nacional passa primeiro pelo regional* (OLIVEN, 2006, p. 57-58).

3 – As múltiplas temporalidades e as tradições inventadas

As perspectivas contemporâneas em torno dos processos de globalização da economia e de revolução tecnológica indicam os meios de comunicação como os principais organizadores das múltiplas temporalidades existentes no cotidiano social. *A mídia se transformou, até certo ponto, na grande mediadora e mediatizadora e, portanto, em substituta de outras interações coletivas* (GARCÍA-CANCLINI, 1998, p. 289). A questão tem relevância significativa num cenário que, conforme Martín-Barbero (2006), está gerando uma transformação radical do lugar da cultura em nossas sociedades. *Os processos de globalização econômica e informacional estão reavivando a questão das identidades culturais – étnicas, raciais, locais, regionais -, (...) estão reconfigurando a força e o sentido dos laços sociais e as possibilidades de convivência no nacional e ainda no local.* (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 54). O mesmo autor propõe a idéia de um 'revival identitário' para explicar a febre da memória que tem levado a sociedade pós-moderna à um olhar constantemente voltado ao passado no que



se refere a vida social. Oliven (2006) ratifica esse pensamento dizendo que, nesse processo, a 'tradição' tem uma presença marcante e constitui um pano de fundo de movimentos ligados à construção de diferentes identidades sociais.

Hall (2003) lembra que desde o começo do 'projeto' global do Ocidente no fim do século XV, o binarismo Tradição/Modernidade tem sido progressivamente minado⁵. *O fato das tradições não terem mais uma relação com a situação presente é irrelevante, pois o critério para analisá-las não pode ser seu anacronismo, mas o que elas representam no imaginário dos grupos que as cultuam* (OLIVEN, 2006, p. 209). Hobsbawn e Ranger (1997) definem, como vimos, de 'tradição inventada' o conjunto de práticas, de natureza ritual e simbólica, que visa inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, que implicam numa continuidade em relação ao passado.

O termo “tradição inventada” é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as “tradições” realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado de tempo – às vezes coisa de poucos anos apenas – e se estabeleceram com enorme rapidez (HOBSBAWN E RANGER, 1997, p. 9).

Há uma outra possibilidade, sugerida por Hall (2003): a da 'tradução'. Este conceito pretende descrever aquelas formações de identidade que atravessam e intersectam as fronteiras naturais, compostas por pessoas que foram 'dispersadas' para sempre de sua terra natal. *Elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares pelas quais foram marcadas. A diferença é que elas não são e nunca serão unificadas no velho sentido, porque elas são o produto de várias histórias e culturas interconectadas* (HALL, 2003, p. 88-89). Nesse caso, para a mídia as tradições interessam como referência para reforçar o contato simultâneo entre emissores e receptores. Ou, como observa García-Canclini (1998) é possível afirmar que, em uma escala mais ampla, os meios de comunicação, ao relacionarem patrimônios históricos, étnicos e regionais diversos, e difundi-los maciçamente, coordenam as múltiplas temporalidades de espectadores diferentes.

⁵Para o autor, a tradição funciona menos como doutrina do que como *repertório de significados*. Cada vez mais, os indivíduos recorrem a esses vínculos e estruturas nas quais se inscrevem para dar sentido ao mundo, sem serem atados a eles em cada detalhe de sua existência (HALL, 2003, p. 73-74)



Tradição ou tradução, o certo é que o entendimento das identidades não pode apenas gravitar ao redor dessas concepções, tentando recuperar sua pureza anterior e recobrir as unidades e certezas que são sentidas como tendo sido perdidas. Embora todas as sociedades falem a partir de 'algum lugar', localizando-se em vocabulários culturais, a relação com o passado é válida na medida que for concebida criticamente. *Comportamentos etnocêntricos resultam também em apreciações negativas dos padrões culturais de povos diferentes. Práticas de outros sistemas culturais são catalogadas como absurdas, deprimentes e imorais.* (LARAIA, 2005, p. 74) Do mesmo modo, a idéia de perda ou declínio da identidade em razão dos processos de hibridização⁶ deve ser rechaçada, pois trata-se de um pensamento conservador que não leva em consideração o movimento inverso que esse processo poderá desencadear, do fortalecimento das identidades existentes pela abertura de novas possibilidades.

4 – Diversidade e standardização na cultura midiática

A produção midiática brasileira, em seus mais diversos âmbitos, é reconhecida pela capacidade de construir uma perspectiva de abertura, pluralidade e contaminação mútua entre seus produtos e o mosaico dinâmico do contexto sociocultural. Ao apropriarem-se das mudanças e da vivência social cotidiana do 'pós-moderno' cenário urbano-industrial-tecnológico, seus mais criativos produtores conseguiram torná-la um paradigma de representação da multiculturalidade emblemática da sociedade brasileira

⁶Interessante recorrer as noções de processos de hibridização ou hibridismo propostas por García-Canclini (2000) e Hall (2003). O primeiro explica que esses processos incessantes, variados, de hibridação levam a relativizar a noção de identidade. Questionam, inclusive, a tendência antropológica e um um setor dos estudos culturais a considerar as identidades como objeto de investigação. A ênfase na hibridação não só fechamento a pretensão de estabelecer identidades “puras” ou “autênticas”. Além disso, põe em evidência o risco de delimitar identidades locais auto-contidas, ou que objetivem afirmar-se como radicalmente opostas a sociedade nacional ou a globalização. Quando se define uma identidade mediante um processo de abstração de expressões (língua, tradições, certas condutas estereotipadas) se tende lentamente desprender essas práticas da história de mesclas em que se formaram. Como conseqüência, se absolutiza um modo de entender a identidade e se rechaçam maneiras heterodoxas de falar a língua, fazer música ou interpretar as tradições. Se acaba, em suma, obturando a possibilidade de modificar a cultura e a política. (GARCÍA-CANCLINI, 2000, p. 4, tradução minha) Para Hall, hibridismo não é uma referência à composição racial mista de uma população. É realmente outro termo para a lógica cultural da *tradução*. Essa lógica se torna cada vez mais evidente nas diásporas multiculturais e em outras comunidades minoritárias e mistas do mundo pós-colonial. (...) O hibridismo *não* se refere a indivíduos híbridos, que podem ser contrastados com os 'tradicionais' e 'modernos' como sujeitos plenamente formados. Trata-se de um processo de tradução cultural, agonístico uma vez que nunca se completa, mas que permanece em sua indecidibilidade. (HALL, 2003, p. 74)



contemporânea. O êxito da produção dependerá da forma que ela é capaz de relacionar-se com o mundo e relativizar os valores locais/nacionais dentro do gigantesco caldeirão transnacional. O resultado desse processo, ao contrário do que algumas teorias fatalistas e patrimonialistas projetam, não é a homogeneização, mas sim a diversificação.

Desse modo, não há dúvidas de que a análise de processos midiáticos deve levar em conta que a produção artístico-cultural funda seu território nas interfaces de traduções culturais múltiplas, quase sempre adaptadas às tendências do mercado. *Nesse trajeto, a noção de 'diversidade cultural' se metamorfoseou em pluralidade e da oferta de produtos e de serviços num mercado mundial concorrencial, tecnicamente capaz de produzir a diversidade no próprio seio da standardização de massa* (MATTELART, 2004, p. 196). Em contraponto, como nota García-Canclini (1998), a pretensão dos artistas ou de qualquer trabalhador cultural de operar como mediador entre os campos simbólicos, nas relações entre diversos grupos, contradiz o movimento do mercado rumo à concentração e monopolização.

Passamos a refletir a respeito de nosso objeto de análise, o humor radiofônico e suas construções imaginárias sobre as identidades regionais. Inicialmente, nos parece imprescindível considerar a natureza comunicativa do humor nas suas mais diferentes interpretações.⁷ Embora não esteja no centro da discussão, o antagonismo das perspectivas em torno do cômico e do riso em produtos midiáticos nos mostra o quanto é desafiador trazer um tema de caráter tão complexo para um cenário sociocultural contemporâneo marcado pelas diferenças identitárias e pelos processos de mediatização. *Cada época e cada povo possuem seu próprio e específico sentido de humor e do cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas* (PROPP, 1992, 32).

O lingüista Sírio Possenti (2007) nos indica um primeiro caminho nessa abordagem comunicacional do humor mediatizado. Ele observa que não se pode falar de discurso humorístico sem considerar a relevância dos estereótipos em seu funcionamento. Assim, se se quiser ler os discursos humorísticos também como

⁷Como referência às diversas concepções sobre o conceito, poderíamos lembrar o célebre combate filosófico entre o padre beneditino Jorge, contrário ao ato de rir e às coisas que fazem rir, classificando o riso como uma “deformação do rosto, suscitador de um incentivo a dúvida”; e o franciscano Guilherme de Baskerville, para quem o “riso é próprio do homem, é sinal de sua racionalidade, se ele incentiva a dúvida, às vezes é justo duvidar”In: ECO, Umberto. **O nome da rosa**. Rio de Janeiro: 1986, p. 158-159.



documentos, deve-se passar necessariamente pela questão de saber em que medida os estereótipos representam também verdades. Ele lembra que humor vive em grande medida da exploração de estereótipos e aponta duas razões para isso:

Uma de ordem cognitiva, tem a ver com a facilidade de interpretação que o estereótipo propicia (e o humor exige freqüentemente interpretação instantânea); outra, de ordem genericamente social, e que é constitutiva dos gêneros humorísticos, dado que, em geral, os estereótipos são de alguma forma negativos (POSSENTI, 2007, p 1-2).

É importante salientar a idéia dos estereótipos a essa altura porque eles atuam na construção da identidade cultural, e os meios de comunicação, como emissores de uma variedade de discursos, contribuem para sua consolidação. A tendência do estereótipo é a generalização excessiva, capaz de gerar crenças consensuais a respeito de características marcantes que identificam todos os membros de uma nacionalidade, região, religião, grupo étnico, entre outros. É, portanto, como que reflexo do pensamento e do consenso da sociedade. Por meio dos estereótipos, torna-se possível avaliar como o discurso humorístico apropria-se de construções identitárias e as dissemina sem que seja estabelecida uma relação com o real-histórico.

A natureza comunicacional do humor faz com que apresente em suas diferentes manifestações e suportes, um aspecto predominantemente dialógico e que propicie uma leitura única, do contrário não se entenderia a estratégia geradora do riso. Em sua reflexão sobre o humor contemporâneo, o pesquisador Márcio Acselrad (2003) descreve perspectivas distintas para tratar do mesmo tema. A primeira, sugerida pela psicanalista Elisabeth Roudinesco, enfatiza a 'sociedade liberal depressiva' que produziu um 'novo homem, polido e sem humor, esgotado pela evitação de suas paixões, envergonhado por não ser conforme ao ideal que lhe é proposto'. Em linha oposta, Gilles Lipovetsky observa que o principal sintoma da sociedade pós-moderna seria justamente 'a incapacidade de levar as coisas a sério.'⁸

Independente da opção por uma ou outra visão, o que temos de concreto é que a indústria cultural vem utilizando-se de formatos humorísticos desde suas primeiras produções. Patch Adams, médico norte-americano reconhecido internacionalmente por tentar trabalhar especificamente com a 'cura pelo riso', é crítico em relação forma com

⁸In: ACSELRAD, Márcio. **O humor como estratégia de comunicação**. Belo Horizonte: Compós, 2003.



que as produções midiáticas contemporâneas exploram o humor, com ênfase a padrões estéticos e esvaziadas de conteúdo humano.⁹ A defesa dos produtores frequentemente busca proteção nos índices de repercussão popular.

4.1 O revival identitário: as produções humorísticas de *Radicci* e *Willmott*

A questão identitária se trata de um importante referencial para a produção cultural midiática brasileira, especialmente, conforme já vimos, pelo aproveitamento dos estereótipos em sua confecção. Talvez pela proximidade que estabelece com a oralidade, o rádio tem sido um meio que se mostra capaz de dialogar com o universo da cultura popular. No Brasil o rádio foi fundamental para a gestação do sentimento nacional na tradução da idéia de nação em sentimento e modo cotidiano de viver. Haussen (1996) explica que o projeto cultural do governo tinha a orientação de resguardar os valores nacionais, incentivando principalmente a abordagem de temas e problemas específicos do país. Se, num primeiro momento, o rádio obedeceu esse preceito nacionalista, a proliferação de emissoras pelas demais regiões do país obrigou a se adaptar a multiculturalidade da sociedade brasileira. A inserção do humor na programação radiofônica se deu logo após seu surgimento, aproveitando a capacidade de comediantes circenses, conforme revela Saliba (2002):

(...) a mistura lingüística, a incorporação anárquica de ditos e refrões conhecidos por ampla maioria da população, a concisão, a rapidez, a habilidade dos trocadilhos e jogos de palavras, a facilidade na criação de versos prontamente adaptáveis à música, aos ritmos rápidos da dança e aos anúncios publicitários. (SALIBA, 2002, p. 228)

No sul do país hoje são inúmeros os programas radiofônicos que exploram as características étnicas da sua população. O grande número de descendentes alemães e italianos na região, com suas características culturais mais genéricas, somado ao mito construído em torno da identidade gaúcha rendeu bons personagens para a cultura midiática regional. Nesse cenário são fixados trejeitos e falas que são reconhecidos pelos receptores. *A identidade local é assim conduzida para se transformar em uma representação da diferença que a faça comercializável, isto é, submetida a maquiagens*

⁹Entrevista concedida ao Programa Roda Viva, da TV Cultura em 5 de novembro de 2007.



que reforçam seu exotismo e a hibridações que neutralizem suas classes mais conflitivas (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 61). A carga simbólica atribuída aos personagens dos formatos de humor que exibem a questão identitária pode variar de acordo com as representações/apropriações dos diferentes grupos sociais aí envolvidos. Torna-se evidente, no entanto, que mais que uma reafirmação de identidade, as referências aos diferentes grupos tende a reforçar estereótipos presentes no imaginário social.

Listemos dois personagens que traduzem nossa reflexão em torno dos aspectos comunicacionais dos humorísticos radiofônicos e suas relações com as recentes preocupações acerca da temática das identidades culturais: o ítalo-gaúcho *Radicci*¹⁰ e o teuto-paranaense *Willmutt*¹¹. No primeiro caso, o programa “Demo Via Let's Go” apresentado pela Rádio Atlântida FM de Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, o 'gringo' *Radicci* é uma expressão da herança cultural dos camponeses imigrantes na região da serra gaúcha. Para Golin (2003), a língua do colono¹², a sonoridade da casa natal, feita de sotaque, memórias e afeto, ganharam legitimidade nos palcos, nos jornais e nos programas radiofônicos, em dialeto do tipo vêneto, fusão esta do português e das diversas experiências lingüísticas que os imigrantes trouxeram da Itália. *Ao parodiar o regional, o personagem revela o “colono mal-educado” e alcança o riso ao expor, no exagero, uma faceta grosseira do imigrante italiano e a sonoridade da relação com a língua portuguesa* (GOLIN, 2003, p. 236).

Assim, *Radicci* se transforma num ícone da rusticidade, da avareza, da religiosidade, do apego familiar e do caráter emotivo que caracteriza simbolicamente o comportamento dos descendentes de italianos no Brasil. Nesse caso, como percebe Golin (2003), a caricatura criou o personagem radiofônico que seria uma espécie de 'revanche' ao preconceito contra o colono com tal característica étnica e sócio-cultural. Martín-barbero (2006) atenta que, *o revival identitário apresenta um caráter especialmente ambíguo e até contraditório, pois nele não é só a revanche de*

¹⁰Personagem criado inicialmente em quadrinhos, no início de 1980, e depois em áudio pelo desenhista gaúcho Carlos Henrique Iotti.

¹¹Personagem criado e interpretado pelo humorista paranaense Cleiton Geovani Kurtz em 2005.

¹²O termo colono para a identificação dos pequenos proprietários rurais imigrantes ou descendentes parece o mais adequado, pois assim se auto-denominavam, evitando também a confusão que o termo 'trabalhador rural' pode causar na conotação de assalariados ou outra forma de contrato de trabalho.



identidades negadas ou não reconhecidas que fala; também aí abre-se caminho às vozes alçadas contra velhas exclusões (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 63).

O segundo personagem, *Willmutt*, embora use de referência traços da cultura germânica no Brasil, e especialmente o universo rural¹³, carrega características comunicacionais semelhantes ao *Radicci*. Entre elas está as do improviso, a participação intensa do público nos programas, o volume excessivo da voz, o sotaque teatral da fala, as expressões regionais. Os trotes telefônicos em que *Willmutt* interpreta um atrapalhado descendente de alemães residente na imaginária localidade rural de 'Linha Baixada', começaram em 'brincadeiras' com amigos da cidade de Marechal Cândido Rondon, na região oeste do Paraná. Transformadas em peças de áudio, se tornaram populares a partir da internet e ganharam espaço em programas de emissoras de rádio¹⁴ e nos shows que o humorista realiza em todo o sul do país.

Os personagens *Radicci* e *Willmutt* se apresentam como figuras denotativas de regiões específicas do sul brasileiro, marcadas especialmente pela colonização alemã e italiana. Ambos os personagens transpõe para o rádio os costumes, o idioma e os hibridismos presentes no sotaque dos descendentes dos imigrantes, após a experiência em terras brasileiras. Além do fato de parodiar o caricato regional, *Radicci* e *Willmutt* seduzem o público pela espontaneidade, sustentando suas exposições por meio do improviso, um dos mais apropriados ingredientes para a incitação do riso.

Como em grande parte do país, as emissoras que veiculam os programas atuam de forma regional. Se, por um lado, o rádio está longe de representar um papel central na vida diária de grande parte de sua audiência; por outro, ressalta o diretor de mídia da *MacCann-Erickson do Brasil*, Ângelo Frazão, *poucos conseguem entregar a mensagem com a mesma linguagem, com o mesmo sotaque, nas cores, nos símbolos, nos valores, usos e costumes da comunidade local. E é assim em quase todos os municípios*

¹³Interessante notar que os trejeitos do morador rural do país se traduziu, historicamente, num recorrente mote para criação de personagens humorísticos no Brasil. Cattani e Melo Souza lembram que o primeiro personagem do cinema brasileiro a fazer graça na tela interpretava um caipira. Em *Nhô Anastácio chegou de viagem* (1908), o ator-cantor circense José Gonçalves Leonardo compunha um tipo caipira perdido na cidade grande, que, depois de envolver-se em confusões, tem reservado um final feliz. (CATTANI e MELO SOUZA, 1983, p. 18).

¹⁴Atualmente apresenta diariamente, de segunda a sexta-feira, o programa *Willmutt Show*, pela emissora Marechal FM, de Marechal Cândido Rondon (PR).



brasileiros.¹⁵ Explorando este aspecto, os personagens têm a possibilidade de estimular o imaginário a partir do cotidiano dos ouvintes. Haja vista que, atualmente, muitas regiões do Sul do Brasil se falam dialetos das línguas alemã e italiana, ou se apresenta um português diferenciado, com traços fonológicos e outras mesclas de cultura.

Uma análise mais aprofundada da construção humorística dos personagens permitiria o entendimento de como o humor exibido nos programas é capaz de traduzir tradições e contradições presentes no imaginário popular regional, explorando identidades étnico-culturais que representam uma parte do universo sociocultural em que os programas do *Radici* e do *Willmutt* são veiculados. Também poderiam nos conduzir aos estereótipos identitários construídos na produção dos programas/personagens e de que modo são apropriados no âmbito da recepção tendo como referência sua própria experiência cultural cotidiana. Por outro lado, permitem relativizar a idéia de identidade em tempos de desterritorialização. *A questão das diásporas e da mobilidade espacial é essencial, permite uma abordagem concreta das formas e dos efeitos da globalização e abre um campo que permite ir além da análise de textos. Ela é ainda o lugar do confronto com novas mitologias sociais.* (MATTELART, 2004, p. 188)

A recorrência a estereótipos identitários, muitos deles criados por tradições bem recentes, é reforçada pela disseminação da cultura midiática. Embora tenham um caráter local/regional, os discursos humorísticos em torno dos personagens étnicos se prendem, muitas vezes, à questão nacional, criando generalizações abusivas do tipo 'italiano é assim...' 'o alemão é assim...'. É certo, porém, que, no caso da programação radiofônica regional, essas construções estabelecem uma negociação de sentido e de experiência cotidiana com a audiência. Por isso, tornam-se fundamentais para assegurar à grande parcela de migrantes de descendência italiana e germânica no Sul do Brasil o vínculo comunicacional com seus referenciais culturais.

Referências Bibliográficas:

ACSELRAD, Márcio. **O humor como estratégia de comunicação**. Recife: XII Compós (GT Comunicação e Cultura), 2003.

¹⁵Revista *meio&mensagem*. "Eu amo o rádio". n. 960: Especial/Rádio 28/05/2001, p. 12.



BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de François Rabelais.** São Paulo: Edunb/Hucitec, 1993.

BERGSON, Henri. **O Riso – Ensaio sobre a significação da comicidade.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CATTANI, Afrânio M. e MELO SOUZA, José I. **A chanchada no cinema brasileiro.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: Edusc, 1999.

ECO, Umberto. **O nome da rosa.** Rio de Janeiro: Record, 1986.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade.** São Paulo: Edusp, 1998.

_____. **Notícias recientes sobre la hibridación,** in www.cholonautas.edu.pe, 2000.

GOLIN, Cida. **Radicci apresenta Demo Via Let's Go: o colono falastrão no rádio.** In: CUNHA, Magda. HAUSSEN, Doris Fagundes (orgs) **Rádio Brasileiro – Episódios e personagens.** Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/Unesco, 2003.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HOBBSAWN, Eric e RANGER, Terence (orgs.). **A invenção das tradições.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

LUNARDELLI, Fatimarlei. **Ô Psit! – O cinema popular dos trapalhões.** Porto alegre: Artes e Ofícios, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Tecnicidades, Identidades, Alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século.** In: MORAES, Denis de (org.). **Sociedade Mediatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MATTELART, Armand. **Introdução aos estudos culturais.** São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

OLIVEN, Ruben. **A Parte e o Todo: A diversidade cultural no Brasil-nação.** Petrópolis: Vozes, 2006.



POSSENTI, Sírio. **Humor e estereótipos femininos.** In: POSSENTI, S. (org.), MAINGUENEAU, D. (org.), FONSECA-SILVA, M.C. (org.) **Estudos da Linguagem: representações do feminino.** Vitória da Conquista: UESB, 2007.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso.** São Paulo: Ática, 1992.

ROCHA, Simone Maria. **A 'mineiridade' em questão:** Do discurso mítico ao discurso midiático. Rio de Janeiro: UFRJ (Tese de Doutorado), 2003.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do Riso** - A representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.