



Jornais cariocas, favela, funk e tecnobrega: olhares críticos sobre as relações entre grande mídia e cultura no Brasil¹

Clarissa Pires NABACK²

Priscila VIEIRA E SOUZA³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A presente proposta apresenta uma aproximação inicial das relações entre a concentração da mídia e construções sócio-culturais, no contexto de pesquisas transdisciplinares desenvolvidas na linha Estado, Mídia e Cultura. Procura destacar na teoria crítica e em diagnósticos da atualidade conceitos e problematizações que contribuam para a compreensão de tais imbricamentos. Apresenta pesquisas que articulam a reflexão crítica com casos concretos e que evidenciam as desigualdades produzidas e reproduzidas pela mídia. Como apontamento, percebe movimentos sociais em curso que revelam insatisfação em relação a modelos comunicacionais excludentes e propõem novas formas de atuação, capazes de incluir como atores grupos até então deslocados da produção e difusão midiática. Assim, além de apresentar o caminho de pesquisa já percorrido, delimita temas e propõe continuidades para o projeto.

Palavras-chave: Comunicação; cultura; estereótipos; resistência

1. Introdução

Do desenvolvimento das teorias críticas da comunicação, ainda no início do século XX, até pesquisas e reflexões sobre a atualidade, é possível perceber confluências entre as dimensões da cultura, das próprias tecnologias e meios comunicacionais e da política. Estas esferas sociais constroem-se mutuamente através do intercâmbio das relações e produções de sentido e de poder. A presente proposta apresenta uma aproximação inicial das relações entre a concentração da mídia e aspectos sócio-culturais, procurando destacar noções, conceitos e problematizações que contribuam com a compreensão de tais imbricamentos.

As reflexões apresentadas são fruto dos primeiros esforços de mapeamento teórico em trabalho desenvolvido junto à linha Estado, Cultura e Mídia do Grupo de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do curso de Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; e-mail: clapires.naback@gmail.com .

³ Doutoranda do PPGCOM da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; e-mail priscilavieira@ufrj.br.



Pesquisa em Globalização e Teoria do Estado - GPTEG, da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, com colaboração de pesquisadores das áreas de Comunicação e Ciências Sociais. Trata-se, assim, de trabalho transdisciplinar, que busca compreender as inter-relações entre elementos políticos, jurídicos e culturais na conjuntura de questionamentos do atual sistema de comunicação e concessões do país e, portanto, de disputas de projetos, modelos e expectativas tanto da sociedade civil organizada em torno da questão, quanto do governo e também dos atuais proprietários de concessões, sistemas e estruturas de veiculação de mídia. A atual proposta emerge do desafio de inserir neste debate questões da comunicação e cultura, a partir de seu próprio campo e perceber, na transdisciplinaridade, com olhares que incluem contribuições das ciências sociais, a complexidade da questão abordada.

Dados este contexto, decidiu-se iniciar por breve revisão que apresenta marcos e autores utilizados na fase de contextualização teórica da comunicação e cultura. O recorte utilizado foi a aderência dos autores e pesquisadores às linhas críticas da comunicação que, acredita-se, são mais adequadas para a reflexão proposta. Assim, como referência inicial, coloca-se Guy Debord em diálogo com Douglas Kellner, na tentativa de apreender tanto a noção de espetáculo do primeiro quanto a atualização que o segundo faz do conceito já no final do século XX. Para uma outra abordagem sobre a cultura atual, apresentam-se alguns diagnósticos que Zygmunt Bauman faz da contemporaneidade, especialmente a tensão existente entre globalização e questões locais e populares.

Para estabelecer relação com o contexto nacional e carioca, buscou-se pesquisadores atuais que articulam reflexão com dados empíricos. A seleção destes trabalhos proporcionou contato com casos concretos que revelam os imbricamentos que se pretende estudar, especialmente sobre a grande mídia e sua participação nas dinâmicas culturais. Neste ponto, as proposições e questionamentos presentes nas pesquisas de Raquel Paiva e Gabriela Nora, sobre o noticiário da grande mídia sobre favelas cariocas; de Luciane Soares da Silva, que analisa o funk também no Rio de Janeiro; e, trazendo deslocamentos em relação ao sudeste brasileiro, de Marcelo Gabbay, mostraram-se relevantes, especialmente para a percepção das desigualdades produzidas e reproduzidas midiaticamente no país.

A articulação entre as reflexões sobre espetáculo, globalização e comunicação na atualidade com os casos analisados evidencia permanências e conflitos em relação às noções e diagnósticos propostos teoricamente. Além disso, aponta para as múltiplas



dimensões da realidade e diferentes possibilidades de análise – algumas delas marcadas e direcionadas nas conclusões. Neste ponto, percebem-se movimentos sociais em curso que revelam insatisfação em relação aos modelos comunicacionais fechados e excludentes e propõem novas formas de atuação, capazes de incluir como atores grupos até então deslocados da produção e difusão midiática. Assim, além de apresentar o caminho de pesquisa já percorrido, esta reflexão delimita temas e propõe continuidades para as próximas etapas do projeto.

2. Comunicação e cultura: espetáculo, globalização e hibridização cultural

A presente análise parte das teorias críticas da comunicação, produzidas no século XX, especialmente de matriz hegeliana e marxista – que, atualmente, já podem ser consideradas tradicionais no campo. Um dos autores marcantes desta linha é o francês Guy Debord que, participante do movimento Internacional Situacionista⁴, desenvolve, ainda nos anos 60 do século passado, a teoria da sociedade do espetáculo. Sua abordagem capta a mudança de uma cultura escrita para a valorização crescente da imagem, que trazia, a reboque, novos hábitos de consumo e a aceleração da circulação de informações.

Para este autor, o espetáculo não é mero conjunto de imagens; trata-se da relação social entre pessoas e entre classes, mediada por imagens (DEBORD, 1997, p. 14; 20). Nos conteúdos dessas imagens estão as representações da vida e o espectador, ao contemplá-las, deixa de viver, torando-se alienado em favor do objeto contemplado (DEBORD, 1997, p. 14). A imagem, separada da realidade, ganha, assim, autonomia. A tais aspectos, o autor denomina “inversão concreta da vida”. (DEBORD, 1997, p. 13)

Debord interpreta o aspecto da separação também como integrante de um certo tipo de organização da produção no sistema capitalista em que os trabalhadores perdem a comunicação direta entre si, porque não visualizam de forma unitária toda a atividade produtiva. Assim, a separação coloca-se entre trabalhadores e aquilo que produzem (DEBORD, 1997, p. 26). Dessa forma de organização decorre a característica social do isolamento. Por esta razão, defende o autor que a comunicação desempenha a função de

⁴ Movimento criado por intelectuais e artistas na Itália em 1957. Anos mais tarde, alcançou maior público com os acontecimentos de Maio de 1968. Uma de suas principais propostas era a “superação da arte” pela qual desfazia-se a ideia de uma arte separada e especializada. Informações retiradas das notas introdutórias do livro A sociedade do espetáculo, edição brasileira de 1997.



unificação, e o espetáculo torna-se o modelo atual da vida dominante, que liga os espectadores, mas os reúne separadamente (DEBORD, 1997, p. 23):

Se o espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos 'meios de comunicação de massa', que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao auto movimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa 'comunicação' é essencialmente unilateral; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração. A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do Estado moderno, isto é, da forma geral de cisão na sociedade, produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe. (DEBORD, 1997, p. 20; 21)

A relação entre o consumo e a mídia é pensada pelo autor na conjuntura econômica de sua época, em que novas (pseudo)necessidades são criadas de acordo com a escala produtiva. Pela propaganda, o produto é apresentado de forma singular, como objeto prestigioso do espetáculo, que torna-se vulgar ao adentrar na casa do consumidor. (DEBORD, 1997, p. 46)

Para Debord, no espetáculo uma das formas de consumo é a da cultura, tornada mercadoria. A cultura a que ele se refere se diferencia daquela da sociedade do mito, em que há unidade social. Na sociedade do espetáculo, a cultura é uma esfera separada, é objeto morto de contemplação das representações do não vivido. Neste escopo, os meios de telecomunicação são espaços de consumo, pelos quais fluem diversos programas justapostos, que repassam a falsa ideia de escolha diante da abundância espetacular:

A falsa escolha em meio a abundância espetacular, que reside na justaposição de espetáculos concorrentes e solidários e na justaposição de papéis (principalmente expressos e incorporados por objetos) que são ao mesmo tempo exclusivos e implicados, desenvolvem como luta de qualidades fantasmáticas destinadas a açular à adesão a banalidade quantitativa. Renascem assim falsas posições arcaicas, regionalismos, ou racismos encarregados de transfigurar em superioridade ontológica fantástica a vulgaridade dos lugares de consumo. (DEBORD, 1997, p. 41)

Em suma, a teoria de Debord apresenta meios de comunicação que influem na organização da sociedade, de modo a mediar as relações sociais e a dramatizar os conflitos. O espectador, isolado e passivo, se porta assim como consumidor das

imagens. A comunicação, nesse sentido, remonta a um fluxo unilateral de informações direcionado em bloco para destinatários anônimos, sem qualquer interação.

Apropriando-se da noção de espetáculo, o teórico norte-americano Douglas Kellner produziu um estudo sobre a cultura da mídia, no final do século passado. Sua análise investiga fenômenos espetaculares específicos, no intuito de desenvolver interpretações que revelam os modos de vigência deste conceito na atualidade. Assim, enquanto Debord reflete de modo geral e abstrato a noção de espetáculo como elemento do novo contexto do capitalismo, Kellner busca entender através de exemplos concretos qual é a influência dos espetáculos estudados na organização da política, da economia, da sociedade e da vida cotidiana contemporânea. Nesse sentido, ele aponta a extravagância e sensacionalismos dos produtos e conteúdos que repercutem na mídia.

De forma ampla, seu estudo passa pela interpretação de várias esferas sociais, como a economia, a política e a cultura. Na primeira esfera ele identifica a publicidade, o marketing e as relações públicas como partes essenciais do espetáculo das mercadorias no mercado global (KELLNER, 2001, p.6). Inseridas nesse contexto, as celebridades, além de ícones da cultura do espetáculo, se apresentam também como marcas para a venda de seus produtos.

O esporte, o cinema “hollywoodiano”, a vida privada dos políticos, a moda, os realities shows, a arquitetura contemporânea, a música, a gastronomia, o erotismo e até mesmo a guerra são eventos e elementos produzidos em grande dimensão e repercussão, de forma exagerada ou, dito de outro modo, espetacular. Cada um desses componentes integra a cultura da mídia e o infoentreterimento participa de todas as esferas sociais – economia, política, sociedade e vida cotidiana –, utilizando-se das tecnologias necessárias e das celebridades como ícones de comportamento e alvo de publicidade.

No entanto, Kellner não identifica, como Debord, um triunfo soberano do espetáculo. A partir de exemplos de revezes de espetáculos, como a derrota de grupos políticos de oposição na tentativa de impeachment do ex-presidente Clinton por causa de seu escândalo sexual, Kellner analisa que há contradições dessa organização, o que revela uma potencialidade de movimentos em contraposição ao espetáculo. O autor assim conclui:

(...) estamos entrando numa nova cultura do espetáculo que constitui uma nova configuração da economia, sociedade, política e vida cotidiana, que envolve novas formas de cultura e de relações sociais e novos modelos de experiência. Isso está produzindo uma nova cultura do espetáculo com o surgimento de diversos espetáculos, de



megaespetáculos e de espetáculos interativos. Isso é evidente nos EUA, neste novo milênio, e pode muito bem constituir novas formas de cultura global. A teoria social crítica, dessa forma, se depara com novos desafios no mapeamento teórico e na análise dessas novas formas de cultura e de sociedade e de que forma elas devem conter novas formas de dominação e de opressão bem como a potencialidade para a democratização e a justiça social. (KELLNER, 2001, p.14)

Entretanto, as interpretações dadas por Guy Debord para a influência da mídia na organização da sociedade de meados do século XX não alcançam as transformações ocasionadas pela consolidação da globalização anos mais tarde. O teórico Zygmunt Bauman estuda, em perspectiva diferenciada, porém também crítica, questões inerentes ao fenômeno global na atualidade, dentre elas a proliferação de computadores e o contato via internet entre pessoas em diferentes espaço e tempo.

Em direção semelhante à de Debord, este autor afirma que as novas tecnologias da comunicação de modo algum aumentam a interatividade, mas acentuam as distâncias de uma elite global – extraterritorial, tendo em vista que possuem condições de circular entre diferentes espaços, em uma maior velocidade – e as periferias ou grupos locais (BAUMAN, 1999, p.110). A estas, são impostas restrições tanto ao direito de ir e vir quanto à produção de informações nos meios já dominados por empresas e corporações – neste ponto, pode-se remeter também ao ciberespaço, cujo acesso é restringido por provedores.

Assim, Bauman capta os novos movimentos da elite, que se influencia por diferentes expressões culturais, descrevendo a hibridização cultural:

A hibridização cultural dos habitantes globais pode ser uma experiência criativa e emancipadora, mas a perda de poder cultural dos habitantes locais raramente o é; trata-se de uma tendência compreensível mas infeliz dos primeiros confundirem a mesma coisa e assim apresentarem sua própria versão de “má consciência” como prova de deficiência mental dos segundos. (BAUMAN, 1999, p.109)

Além disso, o pensador percebe a influência dos meios de comunicação de massa, como a televisão, que se somam às formas de dominação na contemporaneidade. Em alusão à figura do panóptico⁵, usada por Michel Foucault, o autor interpreta que na atualidade vivemos em um mundo sinóptico, onde muitos vigiam poucos; os vigiados são

⁵ Projeto elaborado por Jeremy Bentham que em como proposta a criação de vários mecanismos de controle, cujo fim era impor disciplina e o comportamento uniforme dos internos. Sobre isso, ver páginas 56 e 58 do livro Globalização: as consequências humanas, de Zygmunt Bauman.



celebridades, da moda, do cinema, da política, do esporte, dentre outras esferas que ditam estilos de vida, abafando os hábitos locais. (BAUMAN, 1999, p.61;62)

3. A comunicação no Brasil: estereótipos das periferias e expressões culturais

Tendo percorrido sobre pensadores que se debruçam sobre o estudo geral referente à influência da comunicação nas sociedades, propõe-se abordar estudos brasileiros direcionados à compreensão do contexto da mídia no país e as representações de estereótipos culturais em seus conteúdos. Pesquisadores como Raquel Paiva junto com Gabriela Nora, e Marcelo Gabbay estudaram casos específicos da produção de conteúdo nos meios de comunicação de grande repercussão no Brasil. Em geral, é possível identificar o predomínio de visões de uma classe ou região sobre grupos de diferentes condições sociais e culturais, como argumenta-se na reflexão que se segue.

O contexto brasileiro de comunicação se caracteriza pela a concentração dos meios de teledifusão em torno de grupos “Cabeças-de-Chaves”⁶. Como já visto, a mídia é canal de influência, tendo o espetáculo sua melhor expressão. Nesse sentido, o domínio dos espaços comunicacionais por poucos, no cenário nacional, acentua a univocidade, restringe a pluralidade e, por conseguinte, influencia com suas visões de mundo – principalmente em canais de telecomunicação que, diferentes da internet, não reproduzem uma interação entre quem produz informação e quem recebe.

Nessa direção, Raquel Paiva e Gabriela Nora desenvolveram uma pesquisa⁷ sobre a forma como três jornais de grande circulação enunciam sobre comunidades cariocas. A proposta do estudo é identificar, também na comunicação, as esferas sensíveis, para além do discurso, pautando-se na concepção de “humanismo prático”, que, segundo as autoras, “consiste na compreensão e aproximação das diferenças sociais. Adaptando à singularidade do homem no espaço”. (PAIVA; NORA, 2008, p.13)

As pesquisadoras constataram que o conteúdo veiculado sobre a periferia carioca fundava-se na tríade favela-tráfico-violência, deixando de lado outras questões como

⁶ Essa expressão é utilizada para denominar a influência de grandes empresas de comunicação, em torno das quais orbitam as redes regionais, que transmitem a programação das primeiras. Segundo a EPCOM – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação – são seis, as empresas Cabeça-de-redes, dentre as quais estão: Globo, com 23 veículos, Record, com 39 veículos, Rete TV, com 5 veículos, SBT, com 9 veículos, Band, com 18 veículos, e CNT, com 5 veículos. Além disso, a maioria das Cabeças-de-redes se localizam na região sudeste do país, tendo a Globo o maior número de filiais: 204. Também é importante atentar para o fato de que 81% dos brasileiros assistem TV todos os dias e 88% ouvem rádios todos os dias. Esses são, portanto, os meios mais acessados pelos brasileiros. Dados retirados do site www.donosdamidia.com.br

⁷ A pesquisa foi desenvolvida, entre 2005 e 2006, no projeto “Comunicação, Comunidade e Humanismo Prático”, pelo Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (Lecc) da ECO-UFRJ.



moradia e necessidade de políticas públicas, não traduzindo, portanto, a complexidade das comunidades. A centralidade dos materiais informativos se reportava ao tráfico. Nesse sentido, os aspectos negativos de “criminalidade” e “bandagem” eram predominantes.

Segundo Paiva e Nora, em um dos jornais analisados, O Dia, a estrutura textual utilizada para a construção de matérias sobre favelas era mais próxima da narrativa do que de texto informativo. O periódico descrevia, por exemplo, detalhes da vida particular de um traficante – namorada, família, hábitos corriqueiros – após a sua morte. A forma sensacionalista e mercadológica demonstrava indiferença à questão humana, atribuindo ao tráfico o caráter espetacular.

Entendendo que o jornalismo não atende apenas o objetivo de informar, mas também é palco dos conflitos e dramas humanos, a notícia, assim, “deve ser pensada a partir dos sentidos culturais que dissemina” (PAIVA; NORA, 2008, p.19). Conforme as pesquisadoras, a mídia não atende esses aspectos, disseminando esteriótipos e pré-conceitos. Defendem, assim, uma comunicação que reproduza o humanismo prático, cujos princípios a comunicação comunitária atende:

É nesse contexto que a imprensa comunitária se apresenta como alternativa possível à representação standartizada gerada pelos grandes veículos de comunicação, uma vez que o humanismo prático traz consigo o laço comunitário, para além dos laços societários, adequado a singularidade das comunidades. Defende-se, pois, a idéia de uma mídia comunitária na qual a agregação se dê pela valorização da sua identidade, enfoque na aglutinação de sua população em busca da solução de seus problemas. (PAIVA; NORA, 2008, p.27)

Os esteriótipos sobre a favela se dão também na esfera cultural. No estudo desenvolvido por Luciane Soares da Silva em sua tese de doutorado⁸, identifica-se o estigma do funk como fator de compreensão das tensões nas relações sociais e territoriais entre os moradores do asfalto e os moradores da favela no Rio de Janeiro. Segundo Silva, esse estilo de música representa não só a cultura da favela, mas a cultura carioca em geral, tendo em vista que ele transcende os espaços das comunidades pobres no Rio de Janeiro. O funk não é somente tocado nos bailes, mas em outros meios de mídia, atingindo um público diversificado.

⁸ DA SILVA, Luciana Soares. *Funk para Além da Festa: Um Estudo Sobre Disputas Simbólicas e Práticas Culturais na Cidade do Rio de Janeiro*. 2009. 212 f. Tese de Doutorado (Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.



No entanto, na década de 90 do século passado, esse tipo musical foi restringido de diversas maneiras pelo Estado, através de Comissões Parlamentares de Inquérito – CPIs e leis⁹. A pesquisadora defende que um dos motivos para as ações restritivas foi a repercussão dada pela mídia a fatos específicos, como os “arrastões da praia de Ipanema”, em 1992, e a morte do jornalista Tim Lopes, ocorrida em um cenário que misturava 'baile funk' e tráfico. Os grandes meios de comunicação divulgaram reiterada e intensamente esses fatos, para todo o país, além de outros, como mortes de jovens em bailes.

No caso dos arrastões, a composição de imagens e conteúdo do texto informativo demonstrava o medo sofrido pelos banhistas que viram a “galera” de território diferente em seu espaço social. A versão da Polícia Militar era que se tratava de turmas rivais que frequentavam bailes funk. Assim, estavam estigmatizados os usuários da música, uma vez que a figura do funkeiro era associada à 'baderna' e/ou à delinquência.

E como os bailes ocorriam nas favelas, a identificação do funkeiro como morador de favela e este como funkeiro, ampliava o pré-conceito pelo local de moradia. Embora o funk não seja unicamente ouvido nos espaços da favela, o que está em discussão é, sim, o espaço:

O que é combatido é o funk como espaço de sociabilidade na favela. Portanto uma das possíveis interpretações sobre o processo atual de proibição de bailes na cidade do Rio de Janeiro refere-se as formas de uso do território. (DA SILVA, 2009, p.122)

No cenário do funk também há disputas que se dão no mercado da indústria fonográfica. Funkeiros que já conquistaram certa fama e/ou as gravadoras se apropriam de ritos e monopolizam os ganhos com as músicas. Segundo a pesquisadora Luciane da Silva, na favela, a distribuição ocorre de forma diferente; as relações de venda e consumo, de modo geral informais, se organizam de acordo com a dinâmica local e sua moralidade (DA SILVA, 2009, p.43;44). Por isso, a autora constata que o funk não é somente um estilo musical, mas uma rede de interação social, que reflete um certo tipo de identificação e de estilo de vida, ou seja, de um comportamento. Dessa forma, o funk

⁹ A lei 5625/2008 de autoria do deputado Alvaro Lins restringiu a realização dos bailes funks em comunidades. Essa lei foi derrubada em 2009, tendo a organização Associação dos Amigos do Funk (APAFUNK), composto por parlamentares, MCs, integrantes da universidade e outros militantes do funk, o movimento expoente da luta contra a criminalização do funk. DA SILVA, Luciana Soares. Funk para além da festa: um estudo sobre disputas simbólicas e práticas culturais na cidade do Rio de Janeiro. p. 186.



se torna mais uma das representações culturais da favela – espaço identificado com originalidade de produção, já que reconhecido como reduto do samba –, cuja cultura ressoa em outros espaços sociais. Vale também destacar que o Rio de Janeiro facilmente dissemina suas produções artístico-culturais em todo território nacional, já que possui a indústria fonográfica erradicada em seu território.

A concentração dos meios acarreta também a produção de estereótipos regionais. A exemplo, tomamos a análise de Marcello Gabbay sobre o fenômeno tecnobrega no Brasil. O pesquisador demonstra, em estudo sobre a cultura brega, que os grandes meios de comunicação no Brasil usam de estereótipos para representar a periferia brasileira e, assim, impõem uma hegemonia¹⁰ cultural da elite nacional, que perdura desde o período colonial.

No campo da produção cultural nacional, os padrões de estilos de vida e gostos são o principal viés de consolidação de ideologias ou visões de mundo hegemônicas, que, nas últimas cinco décadas, vem sendo agenciadas pela mídias massivas, em especial a televisão. Gosto e estilo estão comumente relacionados à escolha e articulação simbólica de mercadorias e formas de consumo num movimento de ‘distinção social’ de classes e expressão social de indivíduos dentre de uma cultura mais ampla. (GABBAY, ANO 2008, p. 133)

Por estes meios, uma determinada classe impõe suas visões de mundo e estilo de vida a outras, influenciando e organizando também as formas de consumos. E, dessa maneira, determinados grupos sociais exercem seu domínio sobre outros. No entanto, segundo Gabbay, a cultura brega retrata uma tentativa de movimento contra-hegemônico ao predomínio nacional da cultura carioca, semelhante a observação de Douglas Kellner, no que tange aos movimentos contra-corrente à maré do espetáculo.

O estudo relaciona a cultura paraense e a carioca, sendo esta de grande influência em todo Brasil. Do período colonial até parte da república, o estilo de vida europeu em ambas regiões era o paradigma. No entanto, era na capital, até então, a cidade do Rio de Janeiro, que as heranças culturais do velho mundo eram mais fortes. Atualmente, esta mesma cidade continua a exercer influência sobre as demais regiões. Gabbay apresenta a informação de que 80 % da produção nacional de audiovisual é realizada no Rio de Janeiro, o que seria um indício do controle simbólico exercido pela

¹⁰ O autor trabalha com a concepção gramsciana de hegemonia, segundo a qual uma das formas de dominação se dá no campo da consciência. Esta é uma forma de legitimação das relações sociais através da cultura e de representações da vida. Dessa maneira, narrações oficiais sobre a história serão naturalizadas e versarão sobre a visão de uma determinada classe ou região.



cidade carioca no que se refere à construção de visão de mundo da cultura brasileira. Assim, identifica-se na globalização um movimento de valorização de culturas locais, convergindo com interesses de mercado. Neste sentido, o autor capta a chegada da cultura tecnobrega às elites cariocas sob a ótica do consumo. É o que Bauman retrataria como hibridização cultural.

Segundo o pesquisador, o tecnobrega não só é um tipo musical em que se misturam tradições musicais com aparelhos eletrônicos da mais alta tecnologia, mas um comportamento frente à cultura massiva. Em sua forma de negócio, predomina difusão dos conteúdos. A banda Calyпсо chegou a distribuir seus CDs nos mercados populares. Contudo, Gabbay atenta para a capacidade que o capital possui de apropriação e transformação de qualquer focus de resistência. Neste contexto, cita reportagem da revista do jornal O Globo, feita com a banda Calyпсо, em o periódico caracteriza o grupo como extravagante e exuberante. Sua moda é o brega-chique. Sendo assim, para as elites cariocas, o tecnobrega representa um interesse de consumo sobre o exótico, e não uma identificação cultural.

Para o autor, a busca dos artistas do circuito tecnobrega foi em direção à inserção na esfera da indústria cultural e ao status de celebridade (GABBAY, 2008, p. 147). Atenta, assim, que mesmo podendo haver resistência no campo do consumo da mídia, seu chão é um tanto escorregadio, devido à capacidade de apropriação das expressões populares pelo mercado.

Nesse sentido, o autor defende que para haver um movimento de autêntica expressão contra-hegemônica é necessário uma consciência política coletiva de resistência. No caso do tecnobrega, é necessário que, para além dos interesses individuais de produção e sucesso, haja reivindicações por um sistema de políticas culturais mais amplo, a fim de que todo o processo de produção-distribuição-consumo seja modificado. (GABBAY, 2008, p. 148)

4- Apontamentos finais: mobilizações por uma comunicação democrática

A reflexão realizada aponta para a percepção de que a comunicação, principalmente a de massa, está organizada de forma concentrada na atualidade – a exemplo do que ocorre no Brasil – e representa um instrumento de poder e influência nos estilos de vida, consumo e nas visões de mundo.

O caso estudado por Raquel Paiva e Gabriela Nora sobre o modo como três jornais de grande circulação tratam favelas do Rio de Janeiro pode ser associado ao que



Guy Debord discorre sobre espetáculo. O modo como a mídia noticiou reiterada e negativamente sobre os bailes funks ou os próprios funkeiros se insere nesta mesma lógica. Esta forma de abordagem dos fatos na grande mídia gera terror nos consumidores dessas informações e impede uma percepção aprofundada dos problemas sociais da cidade. Assim, estigmas e estereótipos são reforçados e multiplicam-se.

Contudo, também questiona-se a absolutização do espetáculo. Como apontado por Kellner, esse sistema possui contradições. O tecnobrega pode ser um exemplo de tentativa de contornar a segregação econômica e cultural, embora Gabbay apresente também que o consumo das elites cariocas por essa música não ocorre em razão da identificação, mas pelo apelo do 'exótico'. Percebe-se, neste processo, o que Bauman denomina por “hibridização cultural das elites globais”. Emerge disto uma tensão em curso: produtos culturais das margens são apropriados pelas elites e sistemas de compra e venda da cultura; por outro lado, isso acarreta manifestações híbridas, que indicam a permanência – através da negociação – de elementos 'marginais' mesmo nos produtos mais comercializáveis.

O próprio tecnobrega consiste em um interstício entre ritmos tradicionais e composições eletrônicas. A globalização, assim, não atinge de forma favorável somente as elites. É ferramenta também utilizada, em diferentes graus e possibilidades, pelas classes populares. No exemplo utilizado, o estilo cultural alcançou não só os segmentos cariocas de alta condição, mas também outras regiões do país e classes sociais. Logo, seu consumo abrange um amplo público, incluindo aqueles que se identificam com a cultura ao redor do tecnobrega.

Assim, é possível identificar tentativas de contornar o acesso restrito aos meios de comunicação, no campo político, e, na esfera cultural, há indícios da vontade de repercutir expressões abafadas pela grande mídia. Portanto, observa-se que há movimentos, mesmo que marginalizados, produzindo suas próprias formas de comunicação. Podem ser citadas as rádios comunitárias que – embora perseguidas, criminalizadas, prosseguem ativas, mesmo que em diferentes lugares, apontando para esta vontade de expressão –; o próprio tecnobrega e outras manifestações regionais, que hibridizam estilos e instrumentos de forma inovadora; e o movimento Apafunk, só para citar alguns exemplos de produção cultural concebidas na contra mão da lógica espetacular de mercado.

De modo algum ignora-se que a reprodução de estereótipos e estigmas nos meios de comunicação de grande circulação retrata as visões e domínios de uma classe, de um



determinado grupo social, como também apontaram os autores aqui utilizados. Acredita-se que estas tensões remetem a dois marcos recentemente construídos por grupos que atuam no conflito pela democratização da comunicação no Brasil: a Conferência Nacional de Comunicação – Confecom e o Plano Nacional de Direitos Humanos – PNDH III. Na dimensão cultural em que a presente reflexão desenvolve-se, estes dois eventos emergem no contexto da luta pela pluralidade, pela garantia de visibilidade a grupos sociais excluídos do atual sistema.

A Confecom produziu 600 resoluções, das quais posteriormente foram selecionadas 78 prioritárias. Diversas versam sobre o respeito a questões identitárias, como raça, gênero, orientação sexual, dentre outras. A multiplicidade também pode ser percebida na configuração dos participantes: grupos estudantis, entidades religiosas, movimentos feministas e pela igualdade étnico-racial, movimento de trabalhadores do campo, organizações pelo direito às crianças e jovens, movimentos de moradia, sindicatos e tantos outros, bastante diversos entre si, colocaram-se ativamente no processo. Já o PNDH III busca criar mecanismos de controle e garantia para fomentar uma cultura dos Direitos Humanos nos conteúdos transmitidos pela mídia.

Acredita-se que a abordagem transdisciplinar proposta tem nesses documentos rico material de análise, que abrigam conjunções entre aspectos culturais – como os aqui analisados -, políticos e jurídicos. Na esfera da cultura, esses movimentos revelam a insatisfação com o atual modelo. O interior do país, as regionalidades, as localidades desejam não apenas ver-se retratadas, mas também repassar suas expressões a partir de suas próprias formas e lógicas de pensar, interpretar e criar mundo. Por isso, aqueles que se veem estigmatizados ou sofrem estereótipos nos conteúdos transmitidos ou distribuídos requerem ou traçam novas formas de se comunicarem e assim repercutirem suas vozes.

Apona-se, ainda, como indicativo para futuras reflexões, que há uma lacuna normativa nas legislações brasileiras, em que se inserem movimentos – formados por diferentes segmentos sociais – pela criação do marco regulatório como forma de democratizar a comunicação no país. Enquanto isso, grupos buscam formas alternativas para construir e difundir suas expressões. Coloca-se, assim, a necessidade de desdobramento deste estudo no sentido de compreender essa maneira marginal de concretizar o direito à comunicação que, em sociedades midiaticizadas, vincula-se à própria cidadania e ao empoderamento.



É válido, neste ponto, retomar o apontamento de Bauman sobre hibridizações culturais: elas carregam tanto o potencial de criatividade e emancipação quanto a possibilidade de perda de poder pelos produtores locais. Interessa, portanto, perceber os movimentos que procuram potencializar os agenciamentos criativos e garantir o protagonismo dos autores, especialmente quando se trata de produtos fruto de experiências compartilhadas, regionais e comunitárias.

Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DA SILVA, Luciana Soares. **Funk para além da festa: um estudo sobre disputas simbólicas e práticas culturais na cidade do Rio de Janeiro**. 2009. 212 f. Tese de Doutorado (Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

GABBAY, Marcello M. **O Tecno-brega no Rio de Janeiro: uma leitura hegemônica da cultura paraense para as elites cariocas**. In: PAIVA, Raquel; DOS SANTOS, Cristiano H. R. (orgs). *Comunidade e Contra-hegemonia: Rotas de Comunicação Alternativa*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 131-150.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo**. *Líbero*, ano VI. v. 6, n. 11. p.4-15. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3901/3660>. Acesso em 5 de junho de 2009.

PAIVA, Raquel; NORA, Gabriela. **A comunidade e humanismo prático: a apresentação da periferia no Rio de Janeiro**. In: PAIVA, Raquel; DOS SANTOS, Cristiano H. R. (orgs). *Comunidade e Contra-hegemonia: Rotas de Comunicação Alternativa*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p.13-28.