

A659

Aragão, Mayllin Silva.

Na contramão da hegemonia : vídeo é tudo mentira como produto do midiativismo / Mayllin Silva Aragão. – Ilhéus, BA: UESC, 2013.

117 f.

Orientador: Ricardo Oliveira de Freitas.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Santa Cruz. Programa de Pós-graduação em Letras: Linguagens e Representações.

Inclui referências.

1. Mídia social. 2. Hegemonia. 3. Ativistas comunitários. 4. Minorias . 5. Linguagem e cultura. I. Título.

CDD 303.4833



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC

MAYLLIN SILVA ARAGÃO

**NA CONTRAMÃO DA HEGEMONIA: *VÍDEO É TUDO MENTIRA* COMO PRODUTO
DO MEDIATIVISMO**

**ILHÉUS – BA
2013**

MAYLLIN SILVA ARAGÃO

NA CONTRAMÃO DA HEGEMONIA: VÍDEO *É TUDO MENTIRA* COMO PRODUTO DO MEDIATIVISMO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras como requisito parcial e último à obtenção do grau de Mestre em Letras: Linguagens e Representações da Universidade Estadual de Santa Cruz.

Área de Concentração: Estudos da Linguagem
Linha de pesquisa: Literatura e Cultura, representações em perspectiva

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Oliveira de Freitas

**ILHÉUS – BA
2013**

MAYLLIN SILVA ARAGÃO

**NA CONTRAMÃO DA HEGEMONIA: VÍDEO É TUDO MENTIRA COMO PRODUTO
DO MEDIATIVISMO**

Ilhéus-BA, 10 de agosto de 2013.

Ricardo Oliveira de Freitas – Prof. Dr.
(UNEB-BA)
Orientador

Célia Regina da Silva – Prof^a. Dra.
(UFOPA-PA)

Marlúcia Mendes da Rocha - Prof^a. Dra.
(UESC-BA)

DEDICATÓRIA

A Dio, Vitória, Adelson, Liliam, Naiara e Miguel.
A todos que serviram de exemplo e aos que me incentivaram a nunca desistir.

AGRADECIMENTOS

A ideia de fazer um mestrado faz parte de um sonho de crescimento pessoal e profissional, por isso, momento de extrema alegria chegar até aqui. Foi muito difícil estudar e trabalhar ao mesmo tempo, realidade que não é só minha, mas que não posso deixar de reafirmar o quanto foi difícil. Ao mesmo tempo, foi uma das experiências mais enriquecedoras da minha vida, por isso agradeço a Deus, que me deu forças, sabedoria e coragem para enfrentar as dificuldades do processo. A meu marido, Dio, pelo incentivo e compreensão. A meus pais e irmãs, pelos exemplos de caráter e força, e a Miguel, por tantas alegrias. Agradeço a meus familiares e amigos, por toda torcida, em especial a Rita Virgínia, por tanta generosidade.

Aos colegas de curso e aos novos amigos que ganhei, em especial, Leila, Mercia, Miguel e Messias. A todos os professores do curso, especialmente a Inara, André e Malu, por quem nutro admiração. Agradeço ainda ao Mestrado em Letras: Linguagens e Representações e à UESC, pela possibilidade de crescimento.

Por fim, agradecimento especial a Ricardo Freitas, orientador, pela dedicação, extrema paciência e incentivo. Você foi maravilhoso!

Mostramos que existem formas de confrontarmos os grupos que estão no poder em Caravelas! São forças políticas que buscam nos esvaziar como pessoas com o abandono da cidade, do nosso patrimônio... neutralizar nossa riqueza cultural. Mostramos que é possível nos organizarmos, que a partir da própria população podemos criar, construir outras possibilidades para a cidade. Quando um filme de Caravelas ganha um prêmio na capital cultural do país chegamos para essas pessoas e perguntamos: E aí? (Jaco Galdino, representante da Organização Arte Manha).

NA CONTRAMÃO DA HEGEMONIA: VÍDEO *É TUDO MENTIRA* COMO PRODUTO DO MEDIATIVISMO

RESUMO

Analisa a presença das características do midiativismo no vídeo documentário *É tudo mentira*, da Organização Arte Manha. Para isso, utilizou-se como metodologia o estudo bibliográfico e a análise de conteúdo. O trabalho foi dividido em três capítulos, nos quais foram abordados aspectos da televisão brasileira como monopolizadora da produção audiovisual no país, bem como apreensões da identidade e cultura na pós-modernidade e as formas de representação social. Na sequência, especificações sobre midiativismo e o suporte vídeo e, por fim, a análise videográfica do vídeo *É tudo mentira*. A proposta foi perceber elementos que indicam o ativismo dos movimentos sociais em um suporte antes de domínio hegemônico dos meios de comunicação de massa. Como resultados mais relevantes, afirma-se ser o vídeo *É tudo mentira* um produto do midiativismo. Isso é factível pelo assunto abordado, pela forma de criação e produção do material e principalmente pelo que ele representou em termos de resistência dentro do movimento social em Caravelas.

Palavras-chave: Midiativismo. Contra hegemonia. *É tudo mentira*. Minorias.

IN AGAINST THE TIDE OF HEGEMONY: VIDEO *É TUDO MENTIRA* AS PRODUCT OF MIDIATIVISM

ABSTRACT

Analyzes the presence of midiativism characteristics in documentary video *É tudo mentira*, from Arte Manha Organization. For this reason it was used as the bibliographical study methodology and content analysis. The work was divided into three chapters, in which were discussed aspects of Brazilian television as monopolies of audiovisual production in the country, as well as seizures of identity and culture in post-modernity and the forms of social representation. The second chapter contains specifications on midiativism and video like support and finally, the third chapter, brings the videographic analysis of video *É tudo mentira*. The proposal was perceiving elements that indicate the activism of social movements in a support before hegemonic domain of mass media. As most relevant results, it says be the video *É tudo mentira* a product of midiativismo. This is feasible by subject, by way of the creation and production of material and primarily by what it represented in terms of resistance within the social movement in Caravelas.

Keywords: Midiativism. Against hegemony. *É tudomentira*. Minorities.

SUMÁRIO

RESUMO.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUÇÃO	10
1 A TELEVISÃO BRASILEIRA E A SÍNTESE DA PARADOXAL HEGEMONIA MISTIÇA	14
1.1 A televisão brasileira como monopólio de produção audiovisual.....	15
1.2 Cultura e identidade na pós-modernidade.....	21
1.2.1 Considerações sobre cultura.....	23
1.2.2 Mudanças de concepção da identidade.....	28
1.3 Representações sociais.....	33
2 MEDIATIVISMO E VÍDEO	38
2.1 O midiativismo como sinônimo de mídia alternativa, comunicação comunitária ou popular ou mídia radical	39
2.2 O vídeo como suporte do midiativismo	53
2.2.1 Considerações sobre o gênero documentário.....	59
3 MEDIATIVISMO NO VÍDEO <i>É TUDO MENTIRA</i>	65
3.1 Organização Arte Manha: contexto histórico e social	66
3.2 Metodologia da análise videográfica	67
3.3 Vídeo documentário <i>É tudo mentira</i>	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS.....	111

INTRODUÇÃO

O sistema audiovisual brasileiro apresenta um desequilíbrio no que se refere à produção de conteúdos, pois há uma concentração da criação de produtos audiovisuais pelas emissoras abertas de televisão que monopolizam o cenário. Essa situação, que tem sua raiz no processo de formação das redes nacionais de comunicação, foi beneficiada pelo governo militar que, no final da década de 1960, fomentava um ideal de integração nacional e de uma identidade brasileira unificada, coesa e que representaria todos os brasileiros. Assim, através da televisão, o Brasil passou a compartilhar uma ideia homogênea acerca da identidade cultural brasileira, ratificada pelo não acesso à tela de outras identidades.

Somente no início da década de 1980, passa a ser introduzido, no Brasil, o chamado vídeo doméstico. Com este, abriram-se possibilidades potenciais para a criação de conteúdos independentes e para a atuação do midiativismo, que representa uma forma de ativismo dos movimentos sociais, ao se apropriar de recursos técnicos e da linguagem das mídias tradicionais para produção de conteúdos de contracultura. O midiativismo visa ainda uma postura crítica em relação às mídias hegemônicas. Estes produtos audiovisuais, considerados como alternativos, vão na contramão das produções da televisão brasileira¹ à medida que concebem os mais variados produtos, muitas vezes não atendendo a uma dinâmica mercadológica e contribuindo para a exposição de diferenças culturais e identitárias.

A partir disso, esta dissertação investiga o Movimento Cultural Arte Manha, analisando como a Organização se expressa e representa a realidade social regional através da linguagem audiovisual videográfica, antes de domínio exclusivo de grupos hegemônicos de comunicação. A Organização, que tem sede na cidade de Caravelas, no sul da Bahia, estimula a valorização da capoeira, artes cênicas, visuais, e as manifestações folclóricas regionais, além de contribuir para a comunicação comunitária existente na cidade, que envolve também o Cineclube Caravelas,

¹ O termo televisão brasileira refere-se às emissoras de sinal aberto, excluindo as TVs por assinatura.

movimentos pastorais e o grupo de Educomunicação do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, além de um jornal impresso intitulado *O Timoneiro*.

Em relação aos produtos videográficos, o Arte Manha já produziu: *Outros carnavais* (2007), *Lia* (2007), *É tudo Mentira* (2008), *Não mangue de mim* (2008) e *Itajara e a fantasma do Farol* (2011), nos quais são exploradas temáticas de cunho cultural local.

Tendo como pressuposto que essa Organização busca mostrar temas que são marginalizados por grupos hegemônicos de comunicação, a intenção foi identificar se o vídeo *É tudo mentira* se enquadra como artifício a favor do midiativismo ao contribuir para mudanças na realidade social local a partir de produto midiático e ao contrariar a dinâmica da televisão brasileira.

Acredita-se que, a partir da análise da produção audiovisual *É tudo mentira*, é possível verificar se esta representa uma forma de ativismo dentro do Movimento Cultural Arte Manha, e se significa também, ao menos em nível potencial, uma comunicação mais democrática, já que tem como premissa o desenvolvimento de uma postura crítica em relação às mídias tradicionais e hegemônicas.

A produção analisada se constitui em um documentário, gênero cinematográfico que congrega conteúdos que se dedicam à representação de elementos e episódios do mundo real. Em um documentário, compartilha-se o que comumente se denomina “realidade”, já que estes se ocupam de ser registros de um povo, de um lugar, de uma forma de vida, ou ainda ficções com atributos explicitamente extraídos de uma realidade próxima. Com relação ao Brasil, é notável a ocupação do audiovisual pelo gênero documental pela extensa produção. Como consequência, um número expressivo de produtos que representam a realidade.

Nesse sentido, justificam-se os estudos relacionados a vídeos que se predisponham a retratar a realidade, já que estes se constituem como formadores de opinião sobre os temas abordados nessas produções. Soma-se a isso, o fato de que a muitos dos temas somente se tem acesso através de vídeos destinados a representar a realidade e, conseqüentemente, dos estudos desenvolvidos sobre os mesmos.

A partir de um estudo de caso, ainda que seja um recorte do tema, almeja-se possibilitar uma ampliação dos estudos relacionados ao chamado midiativismo, tema que se apresenta como relevante por considerar que as produções alternativas se inserem no contexto nacional como forma de contestar a cultura televisiva atual, no

que se refere tanto às formas de produção quanto aos conteúdos abordados, sendo necessários os estudos que analisem e discutam essa relação.

O tema ainda desperta interesse por abordar um questionamento de cunho global, porém voltado para o regional, ao pesquisar características dos processos que envolvem o midiativismo no âmbito geral, em linhas mais amplas, mas numa tentativa de enxergá-lo através de uma ótica regional.

Como objetivo geral, busca-se investigar se a produção audiovisual *É tudo mentira*, desenvolvida pelo Arte Manha, atende à dinâmica e se constitui como um produto do midiativismo. Visa ainda identificar representações da identidade cultural local através da linguagem audiovisual, antes de domínio exclusivo de grupos hegemônicos de comunicação.

O trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro aborda a implantação da televisão brasileira, que teve como consequência a formação das redes nacionais de mídia e a concentração da produção audiovisual por grupos de comunicação (PRIOLLI, 2000), (JAMBEIRO, 2000), (MATOS, 2002). São discutidos também conceitos de Gramsci sobre hegemonia (MINAMISAKO, 1995). É composto ainda por considerações sobre identidade (HALL, 2005), (BAUMAN, 2005), (WODWARD, 2000), (CASTELLS, 1999) e cultura (CANCLINI, 2003), (CUCHE, 2002), (LARAIA, 1997), (CHAUÍ, 2003), (BOSI, 2007), que se fazem pertinentes no sentido de embasar como esse tema é discutido na pós-modernidade, na tentativa de analisá-lo nas produções audiovisuais. Apresenta também noções sobre as formas de representação social (CHARTIER, 1990), (WAGNER, 2000), (ABRIC, 2000).

O segundo capítulo explora o midiativismo, que, entre outras perspectivas, se apresenta como conteúdos audiovisuais que contestam o modelo da mídia atual, ou ideologias difundidas como nacionais e integralizadoras. Propõe-se também a exaltar a cultura local ou grupos sociais marginalizados. Nesse sentido, o midiativismo se insere em um cenário de luta pela cidadania. O termo cidadania aqui é entendido não como reduzido a deveres e direitos dos cidadãos, mas como possibilidade de luta, de debate, de intervenções políticas e sociais, além de novas formas de comunicar (FRANÇA, 2001), (DOWNING, 2004), (SILVEIRINHA, 2005), (SODRE, 2005), (PERUZZO, 2006), (FREITAS, 2009), (SANTOS, 2009).

O capítulo versa ainda sobre o audiovisual como suporte do midiativismo, destacando o histórico do vídeo popular, as implicações deste no Brasil e as aplicações aos movimentos sociais, considerando a possibilidade de construir

conteúdos que escapam à dinâmica das Tvs abertas, no que se refere às formas de produção e temáticas abordadas, constituindo-se, por vezes, como mecanismos de luta social (SANTORO, 1989), (MACHADO, 1997), (ARMES, 1999), (DUBOIS, 2004). Foram abordadas também algumas considerações sobre documentários, já que o produto analisado se constitui em um vídeo desse gênero, sendo pertinente apresentar algumas implicações que este segmento videográfico apresenta (PENAFRIA, 1999), (NICHOLLS, 2005).

Por fim, o terceiro capítulo aborda o vídeo *É tudo mentira*, como produto do midiativismo, sendo necessário apresentar o grupo Arte Manha, explicando o contexto histórico e social de sua formação e atuação na cidade de Caravelas-BA (JACO, 2013), (FREITAS, 2009). Há ainda a descrição da metodologia de análise do vídeo *É tudo mentira*, para identificar a presença do midiativismo nessa produção (LAVILLE, 1999), (FONSECA JÚNIOR, 2008), (DOWNING, 2004), (SODRE, 2005), (PERUZZO, 2006).

No intuito de analisar o midiativismo no vídeo *É tudo mentira*, empregou-se a abordagem qualitativa. Além da pesquisa bibliográfica, utilizou-se especificamente a análise de conteúdo, já que esta visa à interpretação de informações coletadas a partir de algo que se constitui em um documento. Este tipo de análise considera, entre outras questões, estudar criticamente o campo das comunicações, especificando, além do conteúdo evidente, os significados existentes de forma oculta. A análise se baseou em uma transcrição do vídeo, seguida da divisão do texto em unidades de análise; nesse caso, cada entrevistado se configurou em uma ou mais unidades, na sequência em que apareciam no vídeo. Depois, cada trecho foi enquadrado em categorias previamente estabelecidas e relacionadas ao tema midiativismo, que permitiram estabelecer inferências sobre esse processo a partir do vídeo.

A intenção foi pesquisar aspectos peculiares do processo de midiativismo, tais como participação da comunidade de Caravelas e do Arte Manha no produto *É tudo mentira*, enquanto artifício do processo de resistência dentro do movimento social, além de identificar na produção audiovisual as aproximações e afastamentos no que se referem à mídia hegemônica e tradicional.

1 A TV BRASILEIRA E A SÍNTESE DA PARADOXAL HEGEMONIA MISTIÇA

É o sudeste branco falando para o Brasil, em nome do Brasil, como se fosse todo o Brasil, e com a anuência pacífica da maioria dos brasileiros.

Gabriel Priolli

Uma sociedade que se quer democrática não deve delegar aos meios de massa tais poderes de persuasão e de transmissão cultural.

Ecléa Bosi

A identidade torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

Stuart Hall

1.1 A televisão brasileira como monopólio de produção audiovisual

A televisão brasileira² nasceu “local”, no que se refere às formas de produção e transmissão de conteúdos; não por opção, mas uma circunstância técnica da época, já que cada antena de transmissão tinha um alcance limitado. Não havia fitas, nem, conseqüentemente, formas de gravação dos conteúdos impossibilitando exibição simultânea de um mesmo produto audiovisual em locais distintos. Os artistas, técnicos e jornalistas produziam um conteúdo televisivo regional e destinado exclusivamente a um público local. Essa situação, descrita por Priolli (2000) como “cordão umbilical da transmissão ao vivo” (p. 17), só mudou com a criação do videoteipe³, que resolveu o problema da impossibilidade do registro de imagens.

Com o videoteipe, os conteúdos que mais agradavam ao público, produzidos por empresas maiores, eram copiados e vendidos para outras emissoras menores. A partir disso, tem-se o princípio de constituição das redes nacionais de comunicação. Para as emissoras locais, essa possibilidade se apresentou como oportuna, já que o custo para a aquisição de um programa pronto era menor do que o valor para produzir um programa em âmbito regional. Como no Sudeste do país, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, as emissoras tinham melhor preparo técnico e artístico, empenharam-se em conquistar esse mercado, o que fez a produção regionalizada entrar em declínio.

Aliado ao intercâmbio de programas gravados, o processo de formação das redes nacionais foi impulsionado pelo regime militar com sua proposta de integração nacional:

Com o golpe de 1964 e a implantação do regime militar, as emissoras de rádio e televisão passaram a ser utilizadas para promover as ideias oficiais e impedir a divulgação de opiniões contrárias a ideologia dominante, contribuindo dessa forma para legitimação do poder ditatorial (JAMBEIRO, 2000, p. 79).

² Televisão brasileira refere-se apenas às emissoras abertas de TV, excluindo-se emissoras a cabo ou por assinatura, que atendem a outra dinâmica não descrita neste trabalho.

³ Equipamento que possibilitava a gravação de imagens em fita magnética.

Nesse sentido, criou-se a Rede Básica de Microondas, que conectava as regiões do país, permitindo a transmissão simultânea de conteúdos de TV, ao vivo e em tempo real, o que dispensava a permuta de fitas.

O regime usou a mídia eletrônica a fim de construir o espírito nacional baseado na preservação das crenças, culturas e valores. Foi também através da mídia que as aspirações e conceitos de desenvolvimento, paz e integridade do regime de exceção foram impostos à população brasileira (MATOS, 2002, p. 42 e 43).

Essa configuração de transmissão de sinais significou, no entanto, muito mais do que uma evolução tecnológica. Representou a consolidação do monopólio de produção de conteúdos televisivos, pois as emissoras que vendiam parte da sua programação, sem a exigência de fidelização com relação aos compradores e exibidores, criaram um novo esquema de venda, no qual as emissoras regionais ficavam obrigadas a exibir conteúdos disponibilizados pelas chamadas geradoras da programação, o que diminuiu o número de produtores de conteúdos.

Com a consolidação das redes nacionais, configurou-se um desequilíbrio na produção audiovisual do Brasil. As grandes emissoras produziam os conteúdos com qualidade técnica muito superior do que as emissoras regionais poderiam alcançar. A partir disso, os brasileiros passaram a compartilhar uma ideia de Brasil e de identidade cultural estimulada e difundida pela televisão:

A televisão tem sido um poderoso instrumento de difusão desse sentimento nacional, que articula incluídos e excluídos em torno de uma certa ideia básica de Brasil, e existe ao mesmo tempo como unidade e diversidade. Cumpre esse papel com mais clareza, desde o início dos anos 70, quando a tecnologia permitiu a implantação de uma rede de telecomunicações em todo território e as imagens puderam trafegar a longas distâncias. Centrada no Rio de Janeiro e em São Paulo, os dois maiores mercados de produção e consumo do país, a indústria televisiva vem produzindo um determinado imaginário que se pretende nacional e que acaba sendo assim apreendido com consequências profundas na política, na economia e nas relações sociais. É o sudeste branco falando para o Brasil, em nome do Brasil, como se fosse todo o Brasil, e com a anuência pacífica da maioria dos brasileiros (PRIOLLI, 2000, p.15).

Nessa configuração, que vigora até os dias atuais, a televisão brasileira impede o acesso de outras identidades e aspectos culturais divergentes e contrastantes, mas que na realidade integram a diversidade identitária que compõem o Brasil. “Se são muitas as identidades nacionais, nem todas passam na TV- é preciso afirmar de saída. Os diversos atores sociais nem sempre surgem como protagonistas, vivendo suas

próprias histórias e proclamando seus próprios valores culturais” (PRIOLLI, 2000, p. 14).

Esse contexto de criação e consolidação da TV brasileira desencadeou um panorama de hegemonia da produção audiovisual, que foi favorecido também pela falta de condições de grupos pequenos produzirem conteúdos. Além da inexistência de equipamentos portáteis, havia os altos preços dos equipamentos. Portanto, mesmo que existisse a intenção de criar produtos audiovisuais independentes, que retratassem identidades culturais que se tornaram marginalizadas pelas emissoras de televisão, não havia condições técnicas e financeiras para desenvolver essas produções.

O termo hegemonia, utilizado aqui para descrever a relação das emissoras de TV no que tange a soberania de criação de produtos audiovisuais, se apoia nos conceitos de Gramsci, sendo necessário esclarecer a definição do mesmo.

A ideia de hegemonia, aqui tratada na concepção gramsciana, exige a compreensão de outras definições. De acordo com Minamisako (1995), para sustentar a ideia de Gramsci sobre hegemonia, é necessário enxergar que a dinâmica das relações sociais pertence a um cenário composto de infra-estrutura e superestrutura e estas compõem o que chama de “Bloco Histórico”. “A infra-estrutura e superestrutura formam um bloco histórico, ou seja, o conjunto complexo - contraditório e discordante – da superestrutura é o reflexo do conjunto das relações sociais de produção” (GRAMSCI apud MINAMISAKO, 1995, p. 12).

Juntas, infra-estrutura e superestrutura, que correspondem respectivamente a sociedade econômica e a sociedade política, formam uma unidade ideológica, sendo que a superestrutura, sociedade política, aglutina tanto o estado quanto a sociedade civil.

Podemos distinguir dois grandes níveis na superestrutura o que pode ser designado como sociedade civil, isto é, conjunto de organismos habitualmente chamados de internos e privados e o da sociedade política ou Estado correspondendo respectivamente, à função de hegemonia que o grupo dominante exerce sobre o conjunto do corpo social e à de dominação direta ou comando que se expressa através do Estado e do poder político (MACCIOCHI apud MINAMISAKO, 1995, p. 13).

Assim, é possível delimitar uma diferenciação entre sociedade civil e sociedade política, pois uma destina-se ao consenso e a outra à força. A civil refere-se a

ideologia, aqui vista como forma de ver o mundo, e atende a proposta de unificação e consenso, funcionando como elos dentro da estrutura.

A sua articulação dá-se em três níveis: ideologia propriamente dita; estrutura ideológica que são as organizações e instituições, que criam e difundem a ideologia (Igreja, organização escolar e os meios de comunicação de massa), isto é, os instrumentos de difusão da ideologia (MINAMISAKO, 1995, p. 13).

Já a sociedade política, destina-se as atividades de coerção da superestrutura, “por constituir-se um prolongamento da sociedade civil como base coercitiva e, por abranger no exercício da coerção o governo jurídico, enquanto força legal, não se limitando ao domínio militar”. (MINAMISAKO, 1995, p. 14)

Da relação dialética entre consenso e força, conformidade e coerção, estabelece-se a ideia de hegemonia para Gramsci, que, através das instituições e formas de coibição, atuam em nome da coletividade. Pelo Estado ou meios de comunicação massivos, as massas são direcionadas a legitimar ideologias propostas pela classe dominante, a hegemonia, acreditando ser essas as suas próprias e legítimas ideologias.

As instituições, Estado, meios de comunicação, igreja, universidades, atuam como o que Gramsci, citado por Minamisako (1995), chama de “intelectual orgânico”, entendido como

Todo aquele que ‘organiza’, ou seja, só se define partindo da função exercida na sociedade: a função de organização. Agindo na superestrutura, os intelectuais só indiretamente mantêm relações com a produção; ao contrário, seu campo de ação reside na busca do consentimento da direção imprimida à sociedade pelo grupo dominante. Tal é o cerne da função hegemônica (p. 16).

São os intelectuais orgânicos que funcionam a favor da hegemonia, na organização das ideologias, entre eles a hegemonia da TV brasileira, que implicou uma dinâmica desigual de produção de conteúdos. Em termos culturais, o Brasil passou a compartilhar um ideal sobre a identidade brasileira criada, estimulada e defendida pelo Sudeste, logo factível de apresentar uma limitação, se for levado em consideração que a ideia de uma única identidade cultural é uma construção e que, na realidade, há um conjunto de identidades diferentes, parte das quais ainda busca uma forma de se expressar:

Além disso, se considerarmos que os conglomerados das redes de televisão, tal como as organizações Globo, incluem revistas, jornais, companhias cinematográficas, indústria fonográfica, emissoras de rádio e TV, televisão a cabo e internet é fácil concluir que o interesse público do brasileiro, seus gostos, crenças, culturas e valores estão sob controle de corporações as quais estão criando uma estrutura de dependência a fim de reforçar e impor seus produtos à sociedade (MATTOS, 2002, p. 47).

Quando se pensa em identidade cultural brasileira, obviamente existem características que corroboram para uma ideia de sentimento nacional, como, por exemplo, o processo histórico de colonização, algumas experiências culturais e principalmente uma única língua. No entanto, o que aqui se discute é a intenção de difusão de uma identidade cultural em termos totalitários, uma vez que algumas semelhanças não significam uma padronização geral, nem excluem a possibilidade de coexistência de identidades e processos de hibridização cultural e mestiçagem.

O termo mestiçagem aqui utilizado refere-se não a aplicação do termo como parte da teoria para cruzamentos biológicos, mas como alguns teóricos enxergam-no em outros espaços sociais e nem sempre relacionado a características físicas ou cor da pele, mas diante dos reflexos que o encontro de culturas pode causar às sociedades. Segundo Laplatine e Nouss (2002), funciona, ainda, como forma de legitimar a dificuldade de sustentação de ideais de segregação ou hegemonias que atuam em nome da pureza racial ou da hierarquização. Contrária à síntese, a mestiçagem não se fecha em termos totalitários ou características pré-determinadas sobre uma cultura, uma língua, uma religião ou um território, mas se oferece como uma terceira via de coabitação. “A mestiçagem não é fusão, coesão, osmose, antes confrontação, diálogo” (LAPLATINE; NOUSS, 2002, p. 9).

Entendendo a identidade cultural como uma contínua construção, pela constante interpelação do contexto histórico e social, suas representações são sempre limitadas, recortes de um todo sempre em mutação. São na realidade tentativas de sínteses, pois culturas que apresentam um número ilimitado de influências necessitam de formas diversas de representação no intuito de tentar dar conta da diversidade de possibilidades que se abrem. Assim, o Brasil como país mestiço que é, jamais poderia considerar a identidade cultural brasileira como algo coeso e unificado, pois, na realidade, não o é. “Nada mais autoritário, como forma de conhecimento, do que a ideia, eurocêntrica, de que haja uma origem perdurável, invariante, superior ao que se mescla e traduz” (PINHEIRO, 2006, p. 28).

Quando se pensa em uma televisão brasileira, insurge a ideia de um veículo, assim como a sociedade, mestiça. Porém, contrariando a teoria da mestiçagem e atendendo à dinâmica da síntese cultural, a televisão no Brasil converge a uma atuação mercadológica e, diferente do que se demonstra, os brasileiros não vivem uma harmonia identitária totalitária. “Toda tendência à unificação (querer estar no centro do contemporâneo) embute o medo de habitar fronteiras móveis da periferia onde estão os complicados labirintos do conhecimento” (PINHEIRO, 2006, p. 30).

Dessa forma, percebe-se que a ideia de uma televisão consumida como brasileira é uma construção. A realidade é de uma televisão “sudestina” atuando em nome de uma televisão brasileira. “Essa elite que vive de costas para o restante do Brasil, cria sua peculiar imagem do país, quase sempre folclorizando índios, negros e asiáticos pelo ângulo racial, mulheres e homossexuais, pelo ângulo do gênero; e nordestinos e nortistas, pelo ângulo geográfico” (PRIOLLI, 2000, p. 15).

Somente no início da década de 1980 é que emerge, no Brasil, o chamado mercado de vídeo doméstico, com videocassetes e câmeras portáteis, que representavam potencialmente novas formas de exploração audiovisual. A partir desse momento, os mais diversos grupos sociais ou pessoas passaram a produzir vídeos e, desde então, o que se percebe é um crescente desenvolvimento da produção audiovisual independente, proporcionado pelas tecnologias digitais (que aproximaram tecnicamente as produções domésticas das profissionais) e pela diminuição dos custos dos equipamentos.

Esse panorama despertou em diversos grupos e movimentos sociais o interesse em produzir seus próprios vídeos. Aliado a isso, iniciativas do governo, instituições privadas, e organizações não governamentais de incentivo a essas produções passaram a surgir na forma de estímulos, subsídio e capacitação técnica, permitindo uma estrutura para o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais:

O emergente mercado de vídeo doméstico, entretanto, produz essa ‘abertura democrática’. Com câmeras VHS em mãos, os mais heterogêneos grupos sociais – de deficientes mentais a índios aldeados, de moradores das periferias urbanas e militantes camponeses – passam a produzir um novo imaginário que contesta o monolitismo da cultura televisiva comercial. É uma nova forma de guerrilha cultural, a microtelevisão corroendo o *mainstream* da reprodução de ideologias. Esse ‘florescimento de mil telas’ não chega a revolucionar o sistema audiovisual, que segue ancorado nas grandes redes de TV, mas põe seguramente em crise a sua legitimidade como fonte emissora da identidade nacional (PRIOLLI, 2000, p. 21).

Essas possibilidades, apesar de não significarem grandes transformações, já que as formas de exibição ainda são restritas, representam potencialmente uma forma de inclusão social. São organizações não governamentais, associações, cineclubes que buscam habilitar tecnicamente grupos alheios às formas e construções da linguagem audiovisual, e que desenvolvem, além da capacidade técnica, uma postura crítica em relação às produções existentes e à criação de novos produtos, que, por sua vez, enfatizam e divulgam a realidade social desses grupos:

Até pouco tempo, as redes de TV's abertas só tinham que se preocupar umas com as outras. Elas se mantinham hegemônicas no comércio audiovisual do país. Hoje com tudo, da mesma forma que em outras partes do mundo, a concorrência, com outras modalidades de serviços de Tv vem mudando paulatinamente o panorama (JAMBEIRO, 2000, p. 77).

Desde a introdução do vídeo doméstico no Brasil, nos anos 1980, até os dias atuais, a produção audiovisual brasileira segue majoritariamente ancorada às grandes redes de comunicação, que, além de terem maior acesso ao público, têm ampla qualidade técnica, retorno em percentuais de audiência e conseqüentemente interesse e incentivo financeiro, seja sob a forma de patrocínio direto ou pagando os altos valores para exibição em intervalos comerciais. Em contrapartida, é notório o crescimento de produtoras independentes, grupos ou organizações que produzem seus conteúdos audiovisuais. Muitos ainda esbarram na problemática da exibição, um pouco minimizada com a internet, mas é inegável a diversidade de conteúdos que estão sendo construídos a partir da conscientização dessa possibilidade de criação independente e com temáticas e abordagens que não facilmente são encontradas na televisão aberta brasileira.

Tendo como pressuposto que a televisão brasileira tem como dinâmica o pertencimento às grandes redes nacionais de comunicação e uma relação direta com a problemática das identidades culturais ao transmitir padrões, mostra-se pertinente afirmar que: ao modificar a dinâmica de produção de conteúdos audiovisuais com grupos que fogem ou tentam burlar a dinâmica da televisão brasileira, exige-se outra compreensão de como as representações culturais e, ou identitárias são compreendidas na pós-modernidade e conseqüentemente como são apresentadas.

1.2 Cultura e identidade na pós-modernidade

Em paralelo à nova dinâmica de produção de conteúdos audiovisuais, houve mudanças relacionadas aos estudos culturais que, na pós-modernidade, evidenciam alterações, entre outras coisas, na percepção do que é cultura. Isso ocorre pelo fato de não ser mais possível conceber uma unidade cultural, mas a constatação da multiplicidade de culturas, pelas subdivisões que compõem um povo:

A existência de múltiplas culturas, distribuídas em tribos e facções, regiões, cidades e bairros, ou até na esquina ou no condomínio, cada uma com sua especificidade e necessidades, determina uma alteração radical no campo dos estudos literários. A proliferação de manifestações linguísticas que aspiram ao estado de arte verbal, lado a lado e rivalizam com formas expressivas não verbais ou semiverbais, também desdobrando-se e espalhando-se numa velocidade eletrônica, põe em causa a delimitação do objeto das teorias literárias, confundido cada vez mais com outros produtos culturais que reivindicam semelhantes poderes de significação estética (BORDINI, 2006, p. 2).

Embora a autora se refira à literatura, o que se percebe é que não há mais uma limitação em termos artísticos culturais não só nessa área, mas em todas as formas artísticas. São outras possibilidades de expressão que entram em cena como arte e essa liberação não necessariamente segue instruções normativas canônicas, mas busca enfatizar e ilustrar novas formas de interpretação cultural que, mesmo diferentes, são tão válidas quanto as tradicionais.

Soma-se a isso o fato de que os estudos culturais não compreendem a cultura como algo coeso, mas constituída de diversas e diferentes possibilidades, originadas a depender da realidade a qual esteja condicionada e passível de remodelações.

Desde meados do século XX, há uma espécie de reavaliação na forma como são concebidas a identidade e a diversidade cultural. De acordo com Denys Cuche (2002), estudos relacionados às identidades ganharam outra dinâmica a partir da década de 1970, com os movimentos de exaltação das diferenças culturais.

De maneira mais precisa, a recente moda da identidade é o prolongamento do fenômeno da exaltação da diferença que surgiu nos anos setenta e que levou tendências ideológicas muito diversas e até opostas a fazer a apologia da sociedade multicultural, por um lado, ou, por outro lado, a exaltação da ideia de “cada um por si” para manter sua identidade (CUCHE, 2002, p. 176).

Aliada à cultura, a identidade também passa a atender a uma dinâmica plural e diversa. A importância da identidade se deve inicialmente a sua capacidade de situar

os indivíduos nos contextos sociais, como classe social, sexo, idade, nação, sendo resultante de interações com outros membros da sociedade, ou da relação com um ou vários aspectos culturais. Sendo impossível a inexistência de identidades, Calhoun (apud CASTELLS, 1999) afirma: “Não temos conhecimento de um povo que não tenha nomes, idiomas ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro, nós e eles, não seja estabelecida” (p. 22).

Para Hall (2005), o sujeito pós-moderno assume uma identidade mais maleável na contemporaneidade, sendo resultado de um processo cumulativo de identidades. Estas, por sua vez, estão, atreladas às mudanças culturais. Assim, internalizar uma identidade cultural não significa anular uma outra, elas podem coexistir.

Dessa forma, Canclini (2003) enfoca a identidade atrelada às determinações das mudanças culturais por considerar que a cultura apresenta constantes transformações de acordo com as especificidades de cada sociedade. “Não é possível falar das identidades como se tratasse apenas de um conjunto de traços fixos, nem afirmá-las como essência de uma etnia ou de uma nação” (XXIII) De acordo com Laraia (1997), a cultura precisa ser considerada como um processo dinâmico, e esta dinamicidade é proporcionada pelas transformações que influenciam no comportamento e na vida social dos indivíduos que passam a adotá-las e misturá-las com aspectos culturais já existentes. Essa concepção é potencializada na modernidade pelos meios de comunicação. Assim, estudar os veículos e suas produções midiáticas possibilita análises de como a identidade cultural é representada na atualidade.

1.2.1 Considerações sobre cultura

Refletir sobre a cultura exige compreendê-la como permeada por contrastantes e diversos conceitos; como integralizadora e também como uma forma de distinção de povos; como algo biológico/natural ou uma construção. Muitos desses conceitos foram modificados ao longo do tempo e isso ocorre tanto pela variedade de aplicações que se dá ao termo cultura quanto pela dinamicidade que envolve a cultura por ela mesma dentro das sociedades. Como consequência, a cultura tem uma condição sempre relativa, podendo variar a depender do contexto no qual esteja inserida.

A noção de cultura, compreendida em seu sentido vasto, que remete aos modos de vida e de pensamento, é hoje bastante aceita, apesar da existência de certas ambiguidades. Esta aceitação nem sempre existiu. Desde seu aparecimento no século XVIII, a ideia moderna de cultura suscitou constantemente debates acirrados. Qualquer que seja o sentido preciso que possa ter sido dado à palavra – e não faltaram definições de cultura – sempre subsistiram desacordos sobre sua aplicação a esta ou àquela realidade (CUCHE, 2002, p. 11).

Assim, para estudar a cultura, é necessário analisá-la considerando um grupo, um período histórico e sob quais processos sociais se está submetido. Pensar a cultura na pós-modernidade requer enxergá-la como espaço de conflito e de relações de poder, uma vez que não é mais possível aceitar algo em termos totalizantes e sim espaços de constantes interpelações e negociações.

Interpretar o significado das culturas implica em reconstruir, em sua totalidade, o modo como os grupos se representam, as relações sociais que o definem enquanto tais, na sua estruturação interna e nas suas relações com outros grupos e com a natureza, nos termos e a partir dos critérios de racionalidade desse grupo (ARANTES, 2007, p. 34).

Isso ocorre pela dinamicidade que envolve as relações culturais, pois, ao mesmo tempo em que a cultura envolve um grupo, pela reunião de crenças, conhecimentos, costumes, diferenciando de outros grupos sociais, ela é potencialmente distinta dentro de um mesmo grupo; além disso, a cultura sofre alterações a depender do contexto na qual está inserida. “Mesmo em sociedades relativamente homogêneas, os sistemas culturais comportam incoerências” (ARANTES, 2007, p. 40).

Nesse sentido, quando se submete uma dada comunidade a mudanças de contexto social e econômico, ocorrem atualizações culturais e, quanto mais envolvida a um ritmo de mudança, mais suscetível de alterações e remodelações culturais fica um grupo. Laraia (1997) nomeia esse processo de “endoculturação”, referindo-se a um constante aprendizado cultural a que os indivíduos estão expostos, alterando aspectos de uma dada cultura:

Posição da moderna antropologia é que a ‘cultura age seletivamente’, e não casualmente, sobre seu meio ambiente, explorando determinadas possibilidades e limites ao desenvolvimento, para o qual as forças decisivas estão na própria cultura e na história da cultura (LARAIA, 1997, p. 24).

Percebe-se assim que a cultura está mais atrelada a um processo adaptativo, aos sistemas de uma dada comunidade, do que a uma relação biológica, como alguns estudiosos já buscaram relacioná-la. “Se cultura não é um dado, uma herança que se transmite imutável de geração em geração, é porque ela é uma produção histórica, isto é, uma construção que se inscreve na história e mais precisamente na história das relações dos grupos sociais entre si” (BALANDIER apud CUCHE, 2002, p. 143).

Analisar as formas de representação cultural de um grupo, portanto, requer a percepção de que, no mundo pós-moderno, o ritmo de permutas culturais a que se está potencialmente submetido interfere na forma de assimilação e internalização da cultura. Além disso, as pessoas assumem posições culturais considerando a forma em que culturalmente foram interpeladas, e essas vinculações são feitas, muitas vezes, por normas inconscientes.

O fato de que o homem vê o mundo através de sua cultura tem como consequência a propensão em considerar o seu modo de vida como o mais correto, e o mais natural. Tal tendência, denominada etnocentrismo é responsável em seus casos extremos pela ocorrência de numerosos conflitos sociais (LARAIA, 1997, p. 75).

Assim, a uma representação cultural será dada a forma pelo ponto de vista de quem vê e pelo lugar de enunciação. Somado a isso, o fato de que as sociedades têm a rotina de modificar-se e essa condição encontra impulso na pós-modernidade, pela dinâmica que as relações sociais assumem com a tecnologia e o intercâmbio de bens materiais e simbólicos.

Estudar uma cultura local através de representações é encará-la como limitada. Ao buscar enxergá-la por uma ótica endógena, é necessário estabelecer relações sobre o que, para uma dada comunidade, se constitui como cultural e quais características e visões de mundo são compartilhadas.

Nesse processo de representação, a tecnologia assume um papel relevante pela possibilidade de registro e dispersão de conteúdos mais regionalizados. Cooperam para isso, por exemplo, as mídias eletrônicas como o vídeo de uso doméstico, o rádio e a internet. “Uma nova cultura apóia-se num novo sistema de significação, novas relações intelectuais entre o homem e as coisas e os meios de torná-las comunicáveis” (MAZZARINO, 2000, p. 46).

Considerando que a cultura está numa dinâmica que permite mudanças, pode-se falar que, embora haja uma tentativa de homogeneização cultural estimulada pela globalização, o que se percebe é uma fragmentação desses processos. Os blocos oriental e ocidental estão descentralizados e, de acordo com Friedman (1990), em seu lugar, há um renascimento cultural, uma vez que a “fragmentação intelectual do mundo frustrou qualquer tentativa de uma interpretação única da situação atual” (p. 329).

A libertação e a autodeterminação, o fanatismo histórico e o aumento dos conflitos de fronteiras, tudo isto anda de mão dadas com a multinacionalização cada vez mais crescente dos produtos do mercado internacional. A interação entre o mercado mundial e a identidade cultural, entre o processo local e o global, entre o consumo e as estratégias culturais, faz parte de uma tentativa de descoberta da lógica envolvida nesse caos aparente (FRIEDMAN, 1990, p. 330).

A fragmentação fez surgir outras identidades culturais, étnicas, nacionais e muitas delas dentro de grupos culturais que buscam espaços de expressão que são híbridos. Entendendo hibridação como “processos, socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2003, p. XIX), tem-se a cultura como geradora de produtos que mesclam atributos antes divididos em dicotomias como alta e baixa cultura. Dessa forma, a cultura assume a posição de flexibilidade e descentralização do seu lugar de produção.

Falar sobre cultura requer ainda estabelecer algumas variações do termo, como: cultura erudita, popular e de massa. Mesmo que na pós-modernidade essas distinções tenham ficado deslocadas, devido ao hibridismo cultural e permutas simbólicas as quais as culturas têm sido submetidas, essas terminologias ainda são utilizadas.

As primeiras distinções da cultura foram ligadas à condição social de divisão de classes. De acordo com Chauí (2003), com a estabilização dos Estados Nacionais, no século XIX, no que se refere a definições de território, língua e formas de governo, surgiram as ideias envolvendo os nacionalismos. Consequentemente, houve uma preocupação em reunir costumes e tradições nacionais que compunham a cultura, associada à intenção de preservação da mesma. Ocorre, porém, que a sociedade da época não era homogênea e, ali, já reinavam os ideais do capitalismo, a divisão de

classes sociais e, por conseguinte, as categorias culturais. “A cultura e as artes foram distinguidas em dois tipos principais: a erudita (ou de elite), própria dos intelectuais e artistas da classe dominante da sociedade, e a popular (ou ingênua), própria dos trabalhadores urbanos e rurais” (CHAUÍ, 2003, p. 289).

Ainda de acordo com Chauí (2003), a cultura popular recebe ainda a nomeação de folclore quando relacionada a um passado nacional coletivo, tradições, danças, lendas, ritos populares etc. Já a cultura erudita, é direcionada à elite consumidora de obras de arte, a burguesia.

Embora essa distinção tenha origem nas classes econômicas, e a estas não deva ser atribuído juízo de valor em termos de superioridade, elas são absorvidas e difundidas seguindo uma espécie de hierarquia, relegando às artes populares o *status* de simples, ligadas às tradições e ao passado, desenvolvidas por uma coletividade, portanto, inferior. A cultura de elite, por sua vez, estaria interligada a sofisticação, complexidade, a ser de vanguarda, e produzida não por comunidades em ambiente coletivo, mas com uma clara distinção entre artista e consumidores, logo, superior.

Com as migrações do homem rural para os centros urbanos, houve também remodelações em torno das culturas.

À medida que se desagregava a estrutura feudal-rural em que as classes se reduziam praticamente a duas, a do senhor e a do servo; e à medida que se diferenciavam nas cidades os grupos sociais em alta, média, baixa burguesia, artífices e operários, a cultura também foi perdendo seu caráter rigidamente dual: cultura aristocrática e folclore (BOSI, 2007, p. 85).

Com o contexto social, dinâmica de trabalho, moradia e relações sociais novas, foram surgindo outras culturas também chamadas de populares. “Claramente não folclórica; abertamente organizada por empresários da indústria do lazer, fortemente estruturada em função de um certo público-massa; e necessariamente distinta das experiências da ‘alta cultura’” (BOSI, 2007, p. 90).

Soma-se a isso o fato de que essa nova população da cidade se tornou consumidores em potenciais dos bens industrializados e produzidos em larga escala. “É necessário acrescentar nesse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é baseada no consumo de bens; é necessário enfim, a ocorrência de uma sociedade de consumo” (COELHO, 1980, p. 10). Em função desse processo de

industrialização e de uma sociedade do consumo, surgiram a indústria cultural e a cultura de massa.

Cultura de massa, aqui entendida como a cultura moldada, pensada para um grande número de pessoas e atendendo a uma dinâmica do capital, coaduna à ideia de indústria cultural, “expressão cunhada por Theodor Adorno e Max Horkheimer, numa obra intitulada *Dialética do esclarecimento*, para indicar uma cultura baseada na ideia e na prática do consumo de ‘produtos culturais’ fabricados em série” (CHAUÍ, 2003, p. 290).

Como característica desses produtos industrializados, há o fato de ser reprodução das artes eruditas, porém de forma mais simples, com qualidade inferior, numa tentativa de deixar a massa com a sensação de pertencer à cultura erudita. A esse direcionamento de produção cultural, deu-se o nome de cultura de massa.

Dessa maneira, em nossos dias, as artes costumam ser distinguidas em: folclore (as tradições coletivas nacionais populares), popular (as criações dos artistas que pertencem a classe trabalhadora), erudita ou de elite (as criações complexas e de vanguarda de artistas individuais que se dirigem a um público restrito) e de massa (financiada por empresas que fazem tanto as reproduções simplificadas das obras de arte erudita como também compram para produção em escala industrial as obras de artistas individuais e as destinam ao mercado de consumo em larga escala) (CHAUÍ, 2003, p. 289).

Nesse processo que envolve a indústria cultural e a cultura de massa, os meios de comunicação assumem um papel relevante, à medida que colaboram na divulgação e persuasão das dinâmicas de consumo. Assim a cultura passa por um processo de ser produzida em série, podendo ser comercializada e consumida como um objeto. “Produto padronizado, como espécie de *kit* para montar, um tipo de pré-confecção feito para atender necessidades e gostos médios de um público que não tem tempo de questionar o que consome” (COELHO, 1980, p. 11).

Como os meios de comunicação massivos se adéquam à cultura de massa, tem-se questionamentos dos possíveis problemas que essa relação pode desencadear, tais como os efeitos sobre o público. “Existe o perigo de que esses instrumentos de comunicação de massa, tecnicamente avançados, levem a séria deterioração dos gostos estéticos e dos padrões culturais populares” (LAZARSELD, 2000, p. 111).

Assim, analisar a cultura em produtos audiovisuais alternativos, que atuam em nome de um grupo e buscam fugir da dinâmica dos meios massivos de comunicação, permite enxergar como essa cultura está sendo representada.

1.2.2 Mudanças de concepção da identidade

Definindo a identidade de uma forma simples, tem-se a constatação básica de características que unem determinadas pessoas e que de forma simultânea as diferenciam de outros grupos. No entanto, essa visão reducionista, que já foi aplicável às sociedades em geral, não se estende à pós-modernidade.

Para Castells (1999), “identidade é o processo de construção de significado com base em um atributo cultural ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras fontes de significado” (p. 22). Como essas construções se dão dentro dos contextos sociais, esses acabam sendo fatores determinantes na edificação das identidades. Mas a identidade também funciona como forma de estabelecer diferenciações entre os grupos, uma vez que, ao requerer uma identidade, excluem-se outras contrárias.

Hall (2005) apresenta três concepções da identidade, modificadas historicamente. A primeira relacionada ao sujeito do iluminismo como um ser plenamente imutável e referenciada socialmente. A segunda, o sujeito sociológico, com identidade construída pela interação, mas homogênea e que tem os grupos como referência, não estando suscetíveis a mudanças. Por fim, o sujeito pós-moderno, que apresenta uma visão não essencialista e permeada por processos de construção, identificação e interpelação, podendo ser alterada constantemente.

A identidade torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 1987). É definida historicamente e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2005, p. 13).

Percebe-se assim que, no âmbito das relações sociais, a identidade tem assumido diferentes significados ao longo do tempo, saindo de uma situação de sujeito tido como coeso até chegar a uma condição atual de fragmentação. Segundo

Hall (2005), essa mudança de percepção sobre a identidade abre um questionamento acerca de uma possível crise em relação à identidade, justamente pela proliferação de identidades a qual um sujeito está submetido e pela condição identitária sempre provisória na pós-modernidade. Esse período é chamado por Bauman (2005) de modernidade-líquida, por conta da característica transitória e adaptável das identidades sociais, culturais e sexuais. “As ‘crises de identidade’ são características da modernidade tardia e sua centralidade atual só faz sentido quando vistas no contexto das transformações globais que tem sido definidas como características da vida contemporânea” (GIDDENS, apud WOODWARD, 2000, p. 20).

É possível afirmar que essa crise de identidade, a que Hall (2005) se refere, coaduna com um processo macro de mudança. O contexto social, as formas de estabelecer relações e as possibilidades de intercâmbios culturais mudaram, assim como a consciência da fragmentação do sujeito enquanto ser social. Essas alterações estruturais que permeiam a sociedade pós-moderna interferem tanto nos ideais de integração propostos pelas identidades mais gerais quanto nas identidades pessoais.

Assim, os estudos envolvendo questões de identidade abarcam também as formas de representação. Através das representações, as identidades atuam nas sociedades em nome de autonomia e autenticidades, mas na realidade são construções simbólicas que operam de forma relacional, variando a depender da necessidade de afirmar uma dada identidade em determinado momento da vida.

Consequentemente tem-se a identidade como uma questão central, pela atuação em diferentes âmbitos como uma tentativa de elucidar algumas inquietações da contemporaneidade:

Na arena global, por exemplo, existem preocupações com as identidades nacionais e com as identidades étnicas; em um contexto mais local, existem preocupações com a identidade pessoal, como por exemplo, com as relações pessoais e com a política sexual (WOODWARD, 2000, p. 16).

Assim, o estudo das identidades implica ainda na compreensão da organização global que as sociedades têm assumido em consonância com o impacto causado pelos processos midiáticos. Para Canclini (2003), “a globalização, que acirra a concorrência internacional e desestrutura a produção cultural endógena, favorece a expansão de indústrias culturais com capacidade de homogeneizar e ao mesmo tempo contemplar de forma articulada as diversidades setoriais e regionais” (p. 22).

Essa dinâmica de trocas simbólicas assumida pela globalização altera as relações estabelecidas a partir das identidades culturais que agem como um sistema de características que reforçam essa ideia de unificação e, ou pertencimento.

Ocorre que essas identidades homogeneizadas, delimitadas em fronteiras, são mais verossímeis nas suas representações do que de fato no mundo moderno, mais especificamente no final do século XX. No seu lugar, a constatação de que as identidades são construídas a partir do seu contexto histórico, transitando pelas experiências coletivas, e também pelas individuais, resultando em um sujeito composto de várias identidades, por vezes até contraditórias. São as identidades que representam a coletividade e também outras identidades que não envolvem a totalidade de uma comunidade.

Ainda que os nacionalismos sejam produtos culturais construídos sem previsão para acabar, gera-se um incômodo na forma como outras identidades passaram a ser assimiladas e consideradas como relevantes tanto quanto as identidades nacionais. Somado a isso o fato de que se pode falar em lutas por espaços de expressão identitária que corroboram para ideia de múltiplas identidades culturais, que podem ser modificadas a depender do contexto histórico, das experiências coletivas e também das individuais. Desse modo, é relevante considerar as identidades como plurais e mestiças e ao mesmo tempo individuais; como regionais, mas também como nacionais; como algo que segrega e, ao mesmo tempo, une.

Bauman (2005) apresenta a questão das comunidades como algo que baliza e define as identidades. Assim, existem dois tipos de comunidades, as de vida, na qual os homens convivem em uma ligação de pertença pelo ambiente físico e contexto histórico no qual estão situados; e as comunidades de destino, que se estabelecem através do contexto social, e pelo compartilhamento de ideias, e através das quais desperta a noção de identidades. “A questão da identidade só surge com a exposição a comunidades da segunda categoria – e apenas porque existe mais de uma ideia para evocar e manter unida a ‘comunidade fundida por ideias’ a que se é exposto em nosso mundo de diversidades e policultural” (p. 17).

Na pós-modernidade, percebe-se que há uma proliferação infinita do que Bauman (2005) chamou de comunidades de destino, de modo que as relações do ser humano com as identidades tornam-se provisórias, podendo ser refeitas a todo o momento, além disso, há uma conscientização dessa dinâmica. É como se as pessoas passassem a ter consciência de que determinadas características identitárias

fossem mais reconhecíveis para si mesmos em dados momentos, podendo, em outros, desaparecerem completamente.

Tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade” (BAUMAN, 2005, p. 17).

Além das questões em torno do fato de que a adesão a uma identidade pode ser constantemente modificada ou substituída, há a constatação de que são potencialmente muitas referências às quais os seres humanos ficam suscetíveis podendo associar-se de modo simultâneo. As identidades não são mais excludentes, podendo ser associativas: “Em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida, ou até menos do que a vida toda, mas para um longo tempo à frente, é um negócio arriscado” (BAUMAN, 2005, p. 96).

Com essa dinâmica de aceitação de fragmentação do sujeito e constante interpelação, outras identidades locais passam a buscar um lugar de aceitação e a criar formas de exaltação e representação. São novas formas de se posicionar no mundo que geram desordens:

Enquanto nos anos 70 e 80 a luta política era descrita e teorizada em termos de ideologias em conflito, ela se caracteriza agora, mais provavelmente pela competição e pelo conflito entre as diferentes identidades, o que tende a reforçar o argumento de que existe uma crise de identidade no mundo contemporâneo (WOORDWARD, 2000, p. 25).

Além do posicionamento identitário que ocorre localmente em um processo simultâneo ao nacional ou ao global, há a construção da identidade em um nível pessoal. Nesse sentido, o “global” e o “local” são pensados numa outra perspectiva: a de gerar uma identidade híbrida, pois o mundo globalizado, de fronteiras dissolvidas e sem continuidades, coloca as velhas hierarquias das sociedades em questão. As identidades locais passaram a se fortalecer, pela reação de determinados grupos que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas. A globalização vai justamente contestar essa postura: “Ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e

tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas” (HALL, 2005, p. 87).

Essas relações podem ser analisadas por uma perspectiva das representações sobre uma dada comunidade. É uma atitude estimulada pelos Estudos Culturais, que consideram a interdisciplinaridade como mecanismo de análise da vida social e buscam ainda escapar aos estudos de questões de representação tidas como hegemônicas.

No presente trabalho, entre outras propostas, há a intenção de enxergar o midiativismo⁴ como ferramenta de representação das identidades culturais locais, a partir da conscientização de como as identidades são assimiladas na pós-modernidade, mais especificamente como ocorre essa representação de resistência local no conteúdo videográfico *É tudo mentira*, da Organização Arte Manha.

A Organização Arte Manha se constitui em grupo social que atua em Caravelas, no sul da Bahia, e busca agregar artes e comunicação local em favor de mobilização social, tendo como foco dar visibilidade a realidade regional.

Se, num primeiro momento, o grupo priorizava apenas a arte e suas expressões como elemento central em suas atividades, após bom tempo utilizando recursos de mídia como ferramentas para registro, divulgação e documentação (fotografia e vídeo, mais especificamente), seus componentes perceberam que produtos audiovisuais poderiam transformar-se em fortes aliados para o fortalecimento das propostas do grupo (FREITAS, 2009).

A partir da conscientização em torno das potencialidades envolvendo a comunicação alternativa, a Organização desenvolveu numerosa produção que envolve o Cineclubes Caravelas e outras parcerias para criação de produtos culturais. Uma dessas produções é o vídeo *É tudo mentira*, criado em 2008, que permite uma leitura da representação de resistência da comunidade de Caravelas contra a carcicultura - dados a serem abordados especificamente no capítulo III, mas que exigem uma compreensão sobre as formas de representação.

⁴ Termo utilizado como sinônimo de comunicação alternativa e que pressupõe a utilização da mídia como forma de ativismo dentro dos movimentos sociais. Abordado com maior propriedade no capítulo III.

1.3 Representações sociais

As representações são mecanismos de convivência social intrínsecos às sociedades, à medida que permitem as relações sociais entre pessoas e grupos. Responsáveis pela produção de significados, vão estar diretamente relacionadas à comunicação e à forma de apreensão de objetos e da realidade. Durante toda a vida, um ser humano é exposto a representações que permitem que o mesmo crie conceitos, conhecimento, referências e possa atuar e conviver em sociedade. Segundo Chartier (1990), “As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe ou tenta impor a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio” (p. 17).

Essas ideias de referencialidade do mundo social permitem uma relação com a concretude à medida que estabelecem um elo entre a realidade e a apreensão de um saber em âmbito individual e também para o coletivo. Para Wagner (2000), representação é “um conteúdo mental estruturado- isto é, cognitivo, avaliativo, afetivo e simbólico – sobre um fenômeno social relevante, que toma a forma de imagens ou metáforas, e que é conscientemente compartilhado com outros membros do grupo social” (p. 2).

Visto dessa forma, tem-se que as representações acompanham toda a vida de uma pessoa e transitam num universo infinito que vai, por exemplo, desde o aprender de uma palavra a formas mais elaboradas que as comunidades criam na tentativa de se sentirem representadas. Está relacionada tanto à forma como as pessoas são culturalmente interpeladas quanto pela maneira como querem fazer-se enxergar.

A representação funciona como um sistema de interpelação da realidade que rege as relações dos indivíduos com seu meio físico e social, ela vai determinar seus comportamentos e suas práticas. A representação é um guia para a ação, ela orienta as ações e as relações sociais. Ela é um sistema de pré-decodificação da realidade porque ela determina um conjunto de antecipações e expectativas (ABRIC, 2000, p. 28).

Ainda de acordo com Abric (2000), as representações teriam quatro funções principais. São elas: a *função de saber*, relacionada ao senso comum, responsável por contemplar a compreensão e explicação da realidade; a *função de orientação*, que

guia condutas; a *função justificadora*, que sustenta ou reforça a posição do grupo de referência; por fim, a *função identitária*, que conceitua a identidade de um grupo e busca condição de proteção.

No presente estudo, o foco está direcionado para as representações coletivas, mais especificamente nas abordagens representativas de atributos relacionados às identidades culturais que podem constituir-se como midiativismo.

Tendo como pressuposto que as representações se estabelecem e se concretizam através dos discursos, é necessário especificar que estes são aqui considerados como uma organização de palavras para construção de uma fala, significado, trazendo intrínsecos nessa sistematização uma intenção, uma ideologia.

Os discursos vão, portanto, materializar as 'visões de mundo' das diferentes classes sociais, com seus interesses antagônicos, os quais se manifestam através de um estoque de palavras e de regras combinatórias que constituem a maneira de determinada classe social pensar o mundo num determinado momento histórico: são as várias formações ideológicas correspondentes as várias formações discursivas (BACCEGA, 2003, p. 52).

Estudar representações, portanto, pressupõe a análise de uma dada realidade para um determinado indivíduo ou grupo, através das formações discursivas. Estas são construídas levando em consideração uma formação ideológica, o contexto social e a forma como foram interpelados culturalmente.

Representações sociais são socialmente construídas por meio de discursos públicos nos grupos. A forma como as pessoas pensam sobre as coisas "reais e imaginárias" o seu mundo, isto é, o conhecimento que as pessoas tem do seu universo é o resultado de processos discursivos e, portanto, socialmente construídos (WAGNER, 2000, p. 11).

Considerando que os conteúdos audiovisuais também se constituem como discurso, compreende entender que são potencialmente construções sobre uma dada realidade que pode ser individual ou coletiva. Permite ainda destacar que é algo limitado, à medida que as representações podem não dar conta de toda uma realidade. Assim, um vídeo sobre um lugar ou situação vai representar/destacar o que é relevante em um contexto específico, considerando quem produz e com qual finalidade. "Representar um objeto social é construir formas de pensar e explicar esse objeto. Construir uma representação social de um objeto é compartilhar dos modelos de pensamento e de explicações existente na sociedade (SANTOS, 2000, p. 156)".

Visto dessa forma, o ato de representar implica uma relação que envolve um elemento ou situação a ser representado e um sujeito que faz a articulação entre realidade e representação, destinando a esta a capacidade de gerar significados.

Isto permite definir a representação social como uma visão funcional do mundo, que permite ao indivíduo ou grupo dar um sentido a suas condutas e compreender a realidade através de seu próprio sistema de referência, logo, adaptar-se e definir seu lugar nessa realidade (SANTOS, 2000, p. 157).

À medida que objetos e, ou sujeitos são representados, tem-se acesso a indicativos sobre a forma como determinado grupo ou indivíduo encara a sua realidade e a representa. De modo simultâneo, muitas características que também permeiam a realidade representada são deixadas de lado. Tem-se assim que muitas representações são parciais, pois são feitas de realidade, mas também de exclusões.

De acordo com Chartier (1990), o que se apresenta como história cultural pode ser estudado pelo viés das representações. História cultural é aqui entendida como mecanismo que busca identificar o modo como dada realidade é estabelecida, consumida e disponibilizada a depender do contexto no qual esteja.

Por um lado, é preciso pensá-la como a análise do trabalho de representação, isto é, das classificações e das exclusões que constituem, na sua diferença radical, configurações sociais e conceptuais próprias de um tempo ou de um espaço. As estruturas do mundo social não são um dado objetivo, tal como o não são as categorias intelectuais e psicológica: todas elas são historicamente produzidas pelas práticas articuladas (políticas, sociais, discursivas) que constroem as suas figuras (CHARTIER, 1990, p. 27).

Em contrapartida, entender a história cultural como mecanismos parciais de construção de sentidos rompe com a ideia de um saber canônico, hierárquico e soberano e abre possibilidades infinitas de apreensão da realidade.

Dirige-se às práticas que, pluralmente, contraditoriamente, dão significado ao mundo. Daí a caracterização das práticas discursivas como produtoras de ordenamento, de afirmação de distâncias, de divisões; daí o reconhecimento de práticas de apropriação cultural como formas diferenciadas de interpretação (CHARTIER, 1990, p. 27).

Como uma sociedade é permeada por constantes mudanças, no que tange a processos e relações sociais, pode-se dizer que as formas de representar também podem mudar, não só em termos de conteúdo, mas também enquanto suporte. Isso

é mais claramente identificado quando se analisa as mudanças tecnológicas de produção de conteúdo que permitem acesso a novos modelos de representação. No caso específico analisado nesta pesquisa, tem-se o vídeo enquanto base tecnológica para a representação social do Arte Manha. Assim, o vídeo se constitui como suporte tecnológico de representação, à medida que potencialmente pode registrar sons e imagens de uma realidade ou conteúdos de ficção para construção de discursos de uma comunidade. Através da criação de produtos em formato audiovisual, o grupo cria representações sobre aspectos identitários e culturais que podem refletir a formação ideológica do grupo.

As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam. Daí, para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de quem os utiliza (CHARTIER, 1990, p. 17).

As representações funcionam como mecanismos que diferenciam os grupos, e são, ao mesmo tempo, práticas que buscam assumir uma posição no mundo, são símbolos que indicam a presença pública de alguma coisa ou alguém. Como consequência, tem-se que assimilação de uma representação pode ser aprendida de forma diferente da forma como foi pensada, idealizada e preparada.

A problemática do 'mundo como representação', moldado através dos seus discursos que o apreendem e o estruturam, conduz obrigatoriamente uma reflexão sobre o modo como uma figuração desse tipo pode ser apropriada pelos leitores dos textos (ou das imagens) que dão a ver e pensar o real (CHARTIER, 1990, p. 23).

Assim, considerando os vídeos produzidos pela organização Arte Manha como representações sociais da identidade cultural local, tem-se informações para análise da representação do midiativismo nessas produções. Considera-se pertinente saber como se configura o midiativismo, numa tentativa de melhor identificá-lo nessas produções.

2 MEDIATIVISMO E VÍDEO

O papel da mídia radical pode ser visto como o de tentar quebrar o silêncio, refutar as mentiras e fornecer a verdade. Esse é o modelo da contra-informação

John D.H. Downing

Vídeo: uma imagem-ato. A imagem como olhar ou o olhar como imagem. No começo era o verbo. No fim do trajeto, apenas um adjetivo errante. E, entre os dois, nem mesmo um nome. O vídeo é bem o lugar de todas as flutuações, e não devemos estranhar que ele apresente, no final das contas, incomensuráveis problemas de identidade.

Philippe Dubois

2.1 O midiativismo como sinônimo de mídia alternativa, comunicação comunitária ou popular, ou mídia radical

O termo midiativismo se compõe da junção das palavras mídia e ativismo e pressupõe a utilização da mídia, enquanto linguagem e suporte de veiculação, porém engajada em práticas de modificação da realidade social. Indica uma comunicação mais democrática e alternativa, por entender que a comunicação ocupa uma questão central nas lutas sociais.

O midiativismo está direcionado à necessidade de formas comunicacionais que busquem dar visibilidade a problemas locais, que não encontram expressão na mídia tradicional. Essa exposição através da mídia pode acontecer em diferentes níveis, podendo visar uma comunicação entre membros da própria comunidade que produz os conteúdos alternativos ou algo mais amplo, mas ambas relacionadas à intenção de reconhecimento.

Também por isso, comunicação comunitária passa a traduzir a ideia de pertencimento de grupos e comunidades ideologicamente minoritárias junto à esfera hegemônica, relacionando, pois comunicação comunitária, cultura de minorias, mídias alternativas, midiativismo e ações de resistência. (FREITAS, 2009).

A ideia do midiativismo ou ativismo midiático tem suas origens no que se chama de mídia tática ou *culture jamming*. A mídia tática congrega a proposta de uma mídia mais acessível originada da possibilidade de as pessoas consumirem produtos eletrônicos mais baratos, que permitam a criação de seus próprios conteúdos. De acordo com Mazetti (2007), ao se apropriar dos conceitos de Garcia e Lovink (1997), são produtos ao estilo “do it yourself” ou “faça você mesmo”, para difundir conteúdos culturais burlados pela mídia tradicional.

A concepção de uso tático das mídias surgiu na Europa, fruto de intensas experimentações na cultura do vídeo entre as décadas de 80 e 90, possibilitadas pela revolução tecnológica que “democratizou”, através do consumo eletrônico, o acesso, naquele momento, principalmente às câmeras de vídeo e à distribuição de conteúdo independente por canais de TV públicos a cabo. Com a popularização e barateamento das tecnologias digitais, o

conceito de mídia tática rapidamente abrigou diferentes usos das mídias digitais e da internet, além de espalhar por todo o globo, inclusive no Brasil (MAZETTI, 2007, p.3).

Ainda de acordo com Mazetti, (2007), *Culture Jamming*, embora tenha a mesma premissa da mídia tática em termos ideológicos, está relacionada à ideia de sabotagem da mídia com ações mais efetivas contra a mídia tradicional. Surgida nos Estados Unidos na década de 1980, a prática envolvia a subversão de mensagens midiáticas como notícias falsas, alteração de *out doors* ou mensagens publicitárias.

A diferenciação entre midiativismo das mídias táticas ou *Culture Jamming* está no fato de estas estarem relacionadas a ações mais sazonais e rápidas. “É possível dizer que estas iniciativas se caracterizam por uma atuação errática, fugidia, do tipo “bater e correr” (hit andrun)” (CLINIO, 2011).

O ativismo midiático se configurou e se desenvolveu sob diversas influências, alcançando formas de atuação das mais variadas pela possibilidade de se apropriar dos diversos suportes tecnológicos, desde vídeos à atual internet. O midiativismo ocorre em qualquer forma midiática e com finalidades que não envolvem o lucro financeiro, antes ganhos sociais. Como consequência, há o impulso a novos discursos e expressões, desenvolvido por grupos de comunicação comunitária que se apropriam do suporte midiático e promovem uma ampliação em termos artísticos e culturais e contemplam, ao mesmo tempo, formas políticas engajadas em causas sociais, ambientais, políticas. “A questão central é tornar o ser humano sujeito do processo de mudança social, que passa pela comunicação, mas também pelos demais mecanismos de organização a ação populares” (PERUZZO, 2006a, p.19).

Com uma variedade de atuações junto aos movimentos sociais, o midiativismo busca visibilidade através das mídias e, embora o termo atualmente contemple outras formas de nomeação, como a comunicação popular, alternativa, radical, entre outras, todas consideram uma mídia mais democrática em termos de produção, mais ilimitada em relação aos conteúdos e mais plural no que tange à exaltação das identidades culturais. Além disso, agrega a possibilidade de se constituir em resistência.

Essa variedade de termos, aqui encarados como sinônimos do midiativismo, exige a necessidade de elucidar como essas formas comunicacionais são apreendidas. Ao analisar os termos mídia alternativa, comunicação comunitária, popular, midiativismo ou mídia radical, tão comuns na atualidade, é importante destacar que todos estão relacionados a processos de comunicação que se

constituem em outra opção que não seja a mídia convencional, hegemônica. Na realidade, é uma postura contrária à mídia tradicional, no que se refere aos conteúdos exibidos, finalidade, formas de apresentação e alcance, sendo pertinente explicar o que desencadeou esse cenário midiático diversificado com profundas implicações sociais.

Segundo Peruzzo (2006b), o termo “comunicação alternativa” era comum entre os anos de 1960 e 1980 podendo expressar duas vertentes: “Ela surgiu para designar tanto a comunicação popular, [...] como para caracterizar o tipo de imprensa não alinhada à linha da mídia tradicional, então sob a batuta da censura do regime militar no Brasil” (p. 7). Na atualidade, embora o Brasil não esteja sob um regime militar, há formas veladas de censura, à medida que os conglomerados de mídia impedem o acesso democrático para produção de conteúdos e disponibilizam uma mídia centralizada em redes de comunicação.

Ainda segundo a autora, os meios alternativos de comunicação se iniciaram, no Brasil, nas décadas de 1970 e 1980, tendo como característica ser parte de um conjunto de ações de grupos e movimentos populares, envolvendo mobilização e criação de meios particulares de comunicação.

Em síntese, a comunicação popular e alternativa se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa (PERUZZO, 2006b, p. 4).

Embora nesta pesquisa a intenção seja a análise de vídeos, a mídia alternativa pode acontecer em diferentes suportes, como o rádio, cinema, internet, jornal impresso, revistas e outras expressões artísticas, tais como a fotografia, o teatro, a dança, a música, o grafite ou ainda ações organizadas de movimentos sociais, entre outros.

Como exemplos de mídias radicais podem ser apontados: o grafite feito por gangues de jovens; o teatro popular e de rua; a internet radical; canções

populares; a culture-jamming; os murais políticos; as xilogravuras; a cultura *hip-hop*; broches; *buttons*, e adesivos de para-choques; a arte dos pôsteres, dentre outras (SANTOS, 2009, p. 256).

Mesmo que a mídia alternativa sempre tivesse existido em paralelo às mídias tradicionais, e de diversas formas, pode-se falar que somente no final do século XX e início do século XXI elas passaram a ser analisadas, dada a importância atual adquirida no cenário midiático pelo alcance atingido e a apropriação de outros recursos. À medida que novas tecnologias foram sendo incorporadas às formas comunicacionais, também foram ampliadas as formas de comunicação. “Esses meios de comunicação não são, de forma alguma, recentes na cultura e na política. A questão é que só há pouco tempo eles entraram na pauta da teoria dos estudos oficiais que tem uma predileção pelo que parece óbvio e fácil de verificar” (DOWNING, 2004, p. 21).

Alguns fatores contribuíram para o interesse de inserir, nos estudos sobre comunicação, a temática da comunicação popular e alternativa de forma mais enfática, entre eles, o crescimento da produção de conteúdos de caráter alternativo, que é uma consequência tanto da abertura democrática, relacionada à distribuição dos equipamentos de áudio e vídeo e o advento da internet, quanto das questões em torno da descentralização das identidades culturais, que proporcionaram novas perspectivas no que tange à comunicação.

A rejeição do sujeito coletivo da vida social como uma entidade una e estável implicou um novo entendimento da identidade como uma construção negociada pela relação com os outros num processo de sistemática definição e redefinição dos seus contornos. Abandonados os macrossujeitos históricos, os grupos minoritários passaram a constituir-se no espaço público democrático com base nas suas reivindicações políticas tocantes à sua diferença e a sua representação nos destinos coletivos (SILVEIRINHA, 2005, p. 41).

Entre as mudanças na produção de conteúdos midiáticos estão a possibilidade de criar produtos fora das grandes redes de comunicação, estando a criação atrelada a grupos e movimentos sociais, entre outros. Além disso, uma espécie de “liberação” da temática e abordagens exploradas nesses produtos. Na prática, isso significa que os processos comunicacionais foram ampliados, tornaram-se mais disponíveis, o que aumenta substancialmente a circulação de informações. “Alterou-se também o processo de ação e de concepção da comunicação no contexto dos movimentos

populares proporcionando o surgimento de formas mais plurais, avançadas e ágeis de comunicação” (PERUZZO, 2006b, p. 4).

Tendo como pressuposto que as sociedades são plurais, em termos identitários, e que não há espaço midiático que explore essa variedade cultural em sua totalidade, os discursos alternativos assumem um papel importante, à medida que proporcionam o acesso a identidades culturais marginalizadas.

As identidades se constroem discursivamente, isto é: identidade são falas, discursos que dão visibilidade (projetam) traços de caracterização e de unificação, provocam compartilhamento – e por aí também estabelecem tanto os pares quanto os não iguais. Processos identitários estabelecem tanto as semelhanças e os semelhantes quanto à diferença e os diferentes – o outro (FRANÇA 2001, p. 4).

Através dos discursos, os mais distintos grupos sociais podem ser representados e isso gera uma busca para ter acesso às mídias, na tentativa de discursar, alcançar um espaço, um reconhecimento, um lugar no qual possam, de fato, ser representados. Para França (2001), a centralização da mídia desencadeou representações que desconsideram e distorcem a realidade, no sentido de que fala-se em nome de outro.

Ora nas sociedades estratificadas em que vivemos, marcada pela diferença, mas também pela dominação e intolerância, o “outro” não fala. Ele é “falado” pelos discursos identitários que, ao estabelecer o padrão (quem somos nós), vem exatamente posicioná-lo enquanto “outro” (o “outro” do “nós”) (FRANÇA, 2011, p. 4).

Ainda segundo a autora, essa dinâmica de conscientização de variedade de discursos desperta para a necessidade do que chama de *novos lugares de fala*, no qual, mesmo em espaços coletivos de convivência social urbana, com diferenças, é possível ter ambientes para expressão de variadas vozes, aqui entendidas como diferentes pontos de vista, visões de mundo que buscam acessibilidade para se comunicar.

Um sujeito social se constrói relacionalmente (no meio dos outros); o acesso à palavra lhe dá uma outra forma de aparição, de visibilidade pública (da mesma maneira como podemos entender que o não acesso à palavra produz

um apagamento simbólico, um processo de sujeição não só comunicacional, mas política) (FRANÇA, 2001, p. 7).

Para França (2001), a situação desperta para a necessidade de criar espaços alternativos de fala, que correspondem justamente a uma comunicação mais acessível em termos de produção e volume. São novos discursos que surgem a partir de novos lugares de fala. Estes, por sua vez, corroboram para uma outra dinâmica dos meios de comunicação que não envolvem apenas os conglomerados de mídia, mas os veículos de comunicação, podendo ou não ser de massa, coordenados democraticamente.

A questão da comunicação é tratada muitas vezes do ponto de vista dos direitos individuais – direito à informação; direito de expressão. Naturalmente ela tem essa dimensão, e não se trata de minimizá-la. Mas ela deve ser tomada, sobretudo, do ponto de vista mais coletivo. É através da palavra, da construção de projetos e lugares de fala que os grupos sociais acedem ao universo das representações – e constroem sua identidade (FRANÇA, 2001, p. 4).

As novas formas de disponibilização de conteúdos ou lugares de fala, discursos, recebem vários nomes, entre eles os já citados: mídia alternativa, comunicação popular, comunicação comunitária ou midiativismo, apreendido como recurso das organizações em um processo que alia a mídia como veículo de representação dos movimentos sociais.

A comunicação popular foi também denominada de alternativa, participativa, horizontal, comunitária e dialógica, dependendo do lugar social e do tipo de prática em questão. Porém o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização visando atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política (PERUZZO, 2006b, p. 2).

Embora o termo “comunicação comunitária” tenha sido o mais utilizado no Brasil, todos exploram a perspectiva de uma comunicação produzida pelas minorias e para as minorias e sem a intenção principal de uma empresa que visa o lucro, mas sim

uma forma democrática de produção de conteúdos. Embora para alguns autores haja diferenças entre essas expressões, serão utilizadas aqui como sinônimos.

Um problema em relação à utilização do termo “comunicação comunitária” é que tanto pode estar relacionado a comunicação popular das minorias, quanto uma apropriação do termo pela própria mídia hegemônica em relação a produções específicas. Para Peruzzo (2006b, p.2), essa situação gera a necessidade de recorrer às definições de comunidade para melhor entendê-la. Conceituando o termo comunitário, por um viés histórico, está relacionado a “comunicação do povo “feita por ele e para ele, por meio de suas organizações e movimentos emancipatórios visando à transformação das estruturas opressivas e condições desumanas de sobrevivência”.

Dessa forma, fica evidenciado que há tanto conteúdos da mídia popular e, ou comunitária produzida pelo povo/comunidade, quanto produtos dos meios de comunicação tradicional que se dirigem ao povo e, por isso, apropriam-se do nome de comunitário ou popular, porém sem qualquer engajamento político social, não sendo assim o veículo de expressão de uma minoria.

[...] a comunicação comunitária se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania. Engloba os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão sob controle dos movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos. Em última instância, realiza-se o direito à comunicação na perspectiva do acesso aos canais para se comunicar (PERUZZO, 2006b, p.9).

A comunicação comunitária refere-se não só ao acesso a informações, que são vedadas nos meios tradicionais de comunicação, mas assume a perspectiva de os cidadãos serem produtores de conteúdo.

Muitos estudiosos buscaram conceituar esse tipo de comunicação, na tentativa de balizar as atuações da comunicação comunitária. Em comum a todos, há a intenção de ser um processo comunicacional do povo, que envolve liberdade de expressão, diversidade de experiências em comunicação, finalidade de ser transformadora e educativa. Peruzzo (2006b) destaca um conceito de Gimenez (1979), do início da prática de comunicação popular, e que serviu de base para muitas abordagens teóricas sobre o assunto. Para ele, este tipo de comunicação “implica a quebra da lógica da dominação e se dá não a partir de cima, mas a partir do povo,

compartilhando dentro do possível seus próprios códigos” (GIMENEZ apud PERUZZO, 2006b, p. 3).

Outro termo para comunicação comunitária, utilizado por Downing (2004) é *mídia radical*. Para o autor, refere-se: “à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas” (p. 21).

Para entender essa relação entre mídia hegemônica, aqui também chamada de tradicional ou convencional e a mídia de oposição ou contra-hegemônica, é necessário esclarecer a acepção e utilização desses termos. Optou-se por utilizar os conceitos trabalhados por Downing (2004), pela correlação que o autor estabelece entre esses conceitos e a mídia radical alternativa, que também são foco de interesse deste trabalho. O autor, por sua vez, faz as conceituações baseadas em Gramsci, a partir de textos que se constituíram como base reflexiva sobre poder, capitalismo e cultura.

De acordo com Downing (2004), hegemonia está relacionada a liderança, havendo uma necessidade de questioná-la enquanto instrumento de dominação cultural. Para isso, a afirmação de que há formas alternativas de se organizar, atitudes de oposição. Para o autor, a expansão do capitalismo está associada a um ideal de sociedade estimulado e difundido por órgãos de informação e cultura como sendo um formato correto e primordial a ser seguido. Assim, através das escolas, centros universitários, meios de comunicação, igreja e literatura, por exemplo, foi sendo espalhada a ideologia do capital. Na contramão, a perspectiva socialista, que não prevê a dinâmica do lucro, seria a alternativa de contra-hegemonia, justamente por contestar as premissas do capitalismo. Isso faz com que o contra-hegemônico seja caracterizado por contrariar ou contestar características difundidas como primordiais, absolutas, verdadeiras, corretas ou analisadas numa perspectiva dialética, levando em consideração questões como contexto social.

As noções de *contra-hegemonia* e *contra-hegemônico* (grifo do autor) tornaram-se bastante comuns entre os escritores influenciados pelo pensamento de Gramsci – embora ele próprio nunca tenha usado esses termos- como forma de categorizar as tentativas de contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma visão radical alternativa. Muitos dos meios de comunicação radicais alternativo pertencem a esse modelo. A proliferação dessa mídia seria vital, tanto para ajudar a gerar essas alternativas no debate público como para limitar qualquer tendência da liderança oposicionista, seja qual for a forma que ela assuma, de radicar-se como agência de dominação em vez de liberdade (DOWNING, 2004, p. 48).

É pertinente, portanto, entender que formas alternativas às lideranças, aqui entendida como hegemônias, são importantes para questionar ideologias e disponibilizar outras expectativas sobre um mesmo fato, que pode ser tanto relacionado a uma perspectiva maior como as questões políticas, quanto a assuntos mais cotidianos como a contestação da mídia tradicional. “O papel da mídia radical pode ser visto como o de tentar quebrar o silêncio, refutar as mentiras e fornecer a verdade. Esse é o modelo da contra-informação” (DOWNING, 2004, p. 49).

Ao contrariar a mídia padrão, as dinâmicas alternativas potencialmente disponibilizam para o público dados não apresentados e, ao mesmo tempo, questionam os discursos hegemônicos que demonstram uma visão limitada, além de fortalecer a intenção de mudar a realidade na qual dada comunidade esteja submetida.

Comum a essas propostas é a convicção de que as lutas de identidade apenas possuem força de legitimação na medida em que todos os grupos possam ter acesso ao espaço público político para fazer ouvir a sua voz e articular as suas necessidades. Isso passa naturalmente, por um lado, pela sua representação, isto é, por assegurar as condições reais de uma utilização dos direitos formalmente iguais que ofereçam uma verdadeira igualdade de oportunidades no nível público, mas também por outras condições: encontrar formas comunicativas que não centrem exclusivamente na questão do argumento, considerar a deliberação não apenas como o processo que visa o bem comum, mas como aquele que ajuda os participantes a clarificar os seus interesses (SILVEIRINHA, 2005, p. 66).

A ideia de uma comunicação não ligada a interesses de uma hegemonia corrobora para a premissa de uma comunicação mais lateralizada, à medida que estas proporcionam o compartilhar de diferentes visões de mundo, a luta por espaço ou ainda na tentativa de minar formas veladas ou expressas de tirania.

A resistência, em outras palavras, é resistência às múltiplas fontes de opressão, mas requer, por sua vez, diálogo nos diversos setores – por sexo; por raça, etnia e nacionalidade; por idade; por categorias profissionais – para que possa efetivamente tomar forma. A mídia radical é central nesse processo (DOWNING, 2004, p. 53).

É necessário também tornar clara a ideia de que a mídia alternativa, por ser democrática, sofre com sua própria generosidade, pois está potencialmente isenta de

valores morais e preceitos éticos que regem e são cobrados dos veículos tradicionais de comunicação e ainda assim ser considerada alternativa. Não há controle legal sobre muitas dessas produções, como ocorre, por exemplo, com uma emissora de televisão.

Dessa nova relação entre sociedade e meios de comunicação alternativos, há algumas especificidades, dentre elas: a relação da sociedade com esses “novos” suportes, as formas de exibição desses conteúdos, a apropriação dos recursos de linguagem e técnica dos conglomerados de comunicação e a utilização dessas criações como forma democrática de mídia ou como forma de ativismo dentro dos movimentos sociais.

Downing (2004) elenca algumas características que balizam as diferenças entre a mídia radical alternativa e a mídia convencional, entre elas o fato de que

Esses meios (alternativos) são tipicamente de pequena escala, dispõem em geral de poucos fundos, às vezes não são amplamente conhecidos, de tempo em tempo tornam-se alvo da raiva, do medo ou do ridículo de alguma autoridade, ou mesmo do público em geral, ou ambos. Às vezes tem vida curta, como uma espécie de epifenômeno; outras perduram por muitas décadas. Às vezes são atraentes; às vezes, entediantes e repleto de jargões; às vezes alarmantes; e, às vezes, dotados de humor inteligente (p. 29).

De forma simplista, a comunicação alternativa serve a dois propósitos: primeiro ser um espaço democrático de comunicação, avesso a centralização da mídia e com a possibilidade de ser oposição a estruturas hegemônicas, além de informar pessoas e convencê-las sobre essas estruturas de poder ou qualquer outro conteúdo que esteja fora das mídias convencionais, podendo a mídia alternativa dar acesso a essas abordagens. Segundo, essa mídia de oposição está quase sempre atrelada a alternativas de validar aspectos culturais populares.

Para além da possibilidade de abordar temas contra-hegemônicos, a comunicação alternativa está ligada a conceitos de: (a) minorias, (b) movimentos sociais e (c) comunidade, sendo necessário especificar como essas questões são apreendidas.

a) O conceito de minoria está relacionado a quantificação em escala menor, tendo como antônimo a palavra maioria, que representa uma superioridade em termos de quantidade. Sodré (2005) destaca uma definição contemporânea de minoria ligada a possibilidade de “ter voz”. Para o autor, é comum dizer que, num regime

democrático, prevalecem os anseios da maioria, mas que isso seria um posicionamento quantitativo. Ao mesmo tempo, essa quantificação cede espaço para as minorias, sendo estas as partes qualitativas da democracia.

A noção contemporânea de minoria – isto que aqui se constitui em questão – refere-se à possibilidade de terem voz ativa ou intervirem nas instâncias decisórias do Poder aqueles setores sociais ou frações de classe comprometidas com as diversas modalidades de luta assumidas pela questão social. Por isso são considerados minorias os negros, os homossexuais, as mulheres, os povos indígenas, os ambientalistas, os antineoliberalistas etc. O que move uma minoria é o impulso de transformação (SODRÉ, 2005, p. 11 e 12).

Ainda assim, o conceito de minoria não está fechado em uma ideia de um número de pessoas que compartilha pensamentos e ideias, mas sim isso acrescido de uma intenção de mudança. Isso confere às minorias um *status* de lugar, não necessariamente um espaço físico, antes um posicionamento, em uma dinâmica democrática, logo espaço de conflito. “Minoria não é, portanto, uma fusão gregária mobilizadora, como a massa ou a multidão ou ainda um grupo, mas principalmente um dispositivo simbólico com uma intencionalidade ético-política dentro da luta contra-hegemônica” (SODRÉ, 2005, p. 12). Assim, minoria é assimilada como contrária à centralização e ao consenso. Busca por espaços de voz e luta contra-hegemônica.

(b) Os movimentos sociais e as mídias alternativas são interdependentes, uma vez que os primeiros estabelecem-se pela organização e dinâmica de resistência ou luta em relação a alguma instituição ou causa. Assim, potencialmente, podem utilizar-se das mídias radicais alternativas como forma tanto de conscientização interna de seus pares, quanto de divulgação externa de suas intenções, atos ou informações que considerarem pertinentes de publicação.

Arato e Cohen, citados por Downing (2004), elencam três acepções sobre a utilização do termo movimentos sociais em diferentes momentos históricos:

O modelo mais antigo referia-se a rebelião das massas, à multidão em tumulto, agindo de maneira cega e insensata, levada apenas por emoções impetuosas e descontroladas. [...] O segundo, o modelo dos movimentos sociais como atores racionais. Como não tem propriedades e geralmente são pobres, os membros do público em geral precisam criar recursos alternativos para exercer influência sobre o processo político e de alocação. Esses recursos alternativos consistem em ações coletivas como greves, ocupações, passeatas, operações tartaruga, bloqueio de tráfego. O terceiro modelo vem do estudo acadêmico sobre os chamados Novos Movimentos Sociais

(NMSs), ou seja, os movimentos sociais, ecológicos, feministas ou pacifistas (p. 56).

Os Novos Movimentos Sociais, que surgiram nas décadas de 1960 e 1970, não necessariamente visam benefícios econômicos ou resultados materiais, em seu lugar, buscam ganhos culturais e identitários em termos de conscientização, conhecimento e valorização pessoal e coletiva. A somar a esse processo, são utilizadas estratégias comunicativas produzidas como forma de mobilização e propagação de ideias e valores, conferindo à mídia alternativa relevância dentro dos movimentos. “A enorme - ainda que oscilante - importância da mídia radical alternativa se deve ao fato de ser ela, comumente, que primeiro articula e difunde as questões, as análises e os desafios dos movimentos” (DOWNING, 2004, p. 65). Vale destacar que a dinâmica das mídias alternativas não está restrita ou condicionada à existência dos movimentos sociais, elas existem fora dessas situações como em ambientes acadêmicos, editais de cultura ou criações independentes, por exemplo.

(c) Comunidade. A mídia radical ou mídia alternativa também é chamada de comunicação comunitária e este termo remete à ideia de comunidade, como a circulação de conteúdos em um ambiente delimitado. Embora esse conceito não esteja errado - já que se tem as rádios e TV's comunitárias, por exemplo, que são limitadas tecnologicamente para atender a um ambiente físico para o qual foram programadas legalmente - os termos comunitário e comunidade podem designar outras situações. Para Downing (2004), no que tange à mídia alternativa, é utilizado com uma realidade local, regional em contraposição a uma centralização midiática.

Em relação à atuação, a mídia alternativa age como forma de suprir uma lacuna intrínseca a uma sociedade plural, pois tem grande potencial para atingir milhares de interessados que buscam formas de representação em um ambiente coletivo. Dentre os benefícios proporcionados, Downing (2004) cita: a expansão da disponibilidade de informações sobre os mais variados assuntos, possibilitando a reflexão sobre a limitação da comunicação centralizada; a sensibilidade de “dar voz” a grupos excluídos e marginalizados, ao permitir a espontaneidade e a exposição de opiniões e visões de mundo que não têm espaço nas mídias convencionais; o fato de as comunicações alternativas não precisarem atender a uma dinâmica mercadológica nem censurar conteúdos em nome de autoridades religiosas ou do estado; e, por fim, o fato de que os conteúdos alternativos ajudam no desenvolvimento de identidades

culturais sem a premissa de estarem sempre relacionadas a uma instituição formal. Em seu lugar, acesso ao popular e ao local. “Esses elementos combinados justificam plenamente a ideia de que a mídia radical é o agente da capacidade de desenvolvimento, não apenas instituições de contra-informação e, com certeza, não enfadonho enxame de mosquitos passageiros” (DOWNING, 2004, p. 81).

Como consequência, a comunicação alternativa apresenta benefícios incalculáveis para quem a produz ou para quem é impactado por ela:

Implica que cada um tenha a oportunidade de criar suas próprias imagens acerca de si mesmo e do ambiente; que cada um seja capaz de recodificar a própria identidade de acordo com os signos e códigos que escolha, rompendo assim a aceitação tradicional dos signos e códigos impostos por fontes externas; que cada um reconstrua o retrato pessoal que tem da própria comunidade e da própria cultura; que explore as possibilidades infinitas do próprio corpo, do próprio rosto, para criar expressões faciais (uma nova codificação de rosto) e linguagens não-verbais (uma nova codificação do corpo) até então desconhecidas; que cada um retire a própria linguagem do seu esconderijo habitual e traga para fora, para a esfera pública, observando como ela funciona, de que maneira anula as outras linguagens ou é anulada por ela (RODRÍGUEZ apud DOWNING, 2004, p. 89).

Potencialmente, a mídia alternativa se constitui como suporte midiático para uma comunicação mais democrática e acessível, em termos de produção. Possibilita ainda alterações nas dinâmicas sociais pelos impactos causados por essas produções.

Dentre as mudanças perceptíveis no cenário midiático, está o fato de que a comunicação alternativa ou comunitária ampliou seu alcance, pois a ideia de produção do povo para o povo foi potencialmente substituída pela postura de criação de conteúdos partindo do local, mas adquirindo reconhecimento global. Isso é possível, não apenas pelo advento da internet, através da qual qualquer conteúdo pode ser disponibilizado e acessado em qualquer parte do mundo, mas pela apropriação, por grupos minoritários de veículos massivos de comunicação, tais como Rádios e Tvs comunitárias. Consequentemente novas linguagens foram incorporadas a esses processos midiáticos.

Essa complexidade gerou conceitos que permitem tomar expressões comunicação popular, alternativa e comunicação comunitária como sinônimos, mesmo conhecendo características próprias em cada um dos processos. Em decorrência das dificuldades para se fazer demarcações precisas consistentes entre ambos os processos é aconselhável captar experiências e teorizar sobre elas a partir de casos concretos (PERUZZO, 2006b, p. 7).

Independentemente da terminologia, esse tipo de comunicação alternativa, comunitária, busca comunicar e assim visa técnicas e tecnologias que facilitam a compreensão por parte de quem consome os conteúdos disponibilizados.

[...] a comunicação comunitária vem se desenvolvendo no País através de múltiplas formas e linguagens, pois há uma convivência de formatos artesanais, modos grupais, de canais massivos de radiodifusão e de meios digitais de comunicação. Tudo depende do lugar onde ela se realiza, já que o Brasil é o país de contrastes. Trata-se de uma comunicação que pode ser caracterizada como de pequena escala, também denominada alternativa, popular ou comunitária, mas que se torna expressiva porque está dispersa por todo o País e se multiplica de diferentes maneiras e em diferentes lugares, dentro do Brasil e do mundo (PERUZZO, 2006a, p.4).

Outra perspectiva da comunicação comunitária ou alternativa, proposta por Peruzzo (2006a), refere-se ao direito à comunicação. De forma superficial, dirige-se aos direitos relacionados ao acesso a informação ou liberdade de expressão. Mas também se destina à ideia de ser o comunicador. “Assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social, na condição de emissores-produtores e difusores de conteúdo. Trata-se, pois de democratizar o poder de comunicar”.

É comum o acesso dos grupos e movimentos a ações envolvendo jornal impresso, rádios e TVs comunitárias e outras formas de se fazer enxergar.

A pressão social provocou um avanço na democratização dos meios de comunicação, o que pode ser identificado no aumento do número de emissores, principalmente por meio de canais de uso gratuito na TV a cabo, na área do rádio de baixa potência e com a presença crescente de entidades populares na internet (PERUZZO, 2006b, p.4).

O grande espaço que a mídia ocupa na vida social contemporânea reflete-se na relação que as pessoas têm com o ambiente em que vivem e na forma como se representam. Dessa forma, é natural que grupos e movimentos busquem justamente a linguagem midiática como forma de se aproximar das suas audiências. Uma mediação que cada vez mais oportuniza a interatividade dos usuários tem como consequência o despertar nestes o desejo de, além de serem consumidores, constituir-se como produtores de conteúdo. Soma-se a isso o acesso aos

equipamentos técnicos antes restritos aos conglomerados de mídia e na atualidade disponíveis de forma mais acessível e a intenção de uma comunicação efetivamente mais democrática em termos identitários culturais.

Uma questão que desperta interesse é justamente saber se, além da apropriação da linguagem midiática, há uma reprodução dos discursos e das ideologias ou se existe de fato uma comunicação que colabora para educação e exercício da cidadania.

2.2 O vídeo como suporte do midiativismo

Falar especificamente do vídeo⁵ enquanto um meio de comunicação exige afirmar que, no espectro dos outros veículos, este também passou a incorporar as apropriações por grupos e minorias como uma forma de ativismo social. Associado ao acesso mais democrático das tecnologias, o vídeo passou, a partir da década de 1980, no Brasil, a fomentar novas formas de comunicação. “Assim como o cinema independente e a fotografia não oficial, a diversidade na utilização do vídeo é ampla, incluindo desde registros feitos em família e expressões pessoais até experimentos artísticos ou intervenções políticas” (DOWNING, 2004, p. 260).

Enxergar o midiativismo em construções videográficas exige uma delimitação não só do funcionamento do ativismo utilizando os suportes midiáticos, analisado anteriormente, mas também inclui compreender como o meio vídeo é encarado, sua utilização e características identitárias que o compõem.

Ao definir vídeo, Armes (1999, enfatiza: “mero dispositivo neutro de gravação, com possibilidades evidentes de criatividade pouco maiores do que uma fotocopiadora xerox” (p. 11). Essa conceituação do vídeo reflete o pensamento de muitos teóricos e pesquisadores sobre esse dispositivo durante muitos anos, até a década de 1970.

⁵ A utilização do termo vídeo, presente na dissertação, refere-se exclusivamente a conteúdos gravados em suporte de fita magnética, atualmente substituído pelos cartões de memória. Utilizados em gravações para conteúdos televisivos. São considerados também os filmes convertidos para formato DVD ou *Blue-ray*.

Para o próprio autor, no entanto, apresenta-se como reducionista à medida que não enxerga outras possibilidades de exploração do vídeo, sendo necessário considerá-lo com diversas potencialidades.

Muito se questionou sobre os usos e aplicações do vídeo e, ao procurar delimitar uma identidade específica do meio, é preciso elencar algumas características históricas presentes na construção desse suporte que refletem a ideia do mesmo como mero suporte de reprodução e a consolidação como meio independente.

É necessário destacar que é muito comum a destinação do vídeo à margem, uma vez que, para muitos, não se pode falar em linguagem exclusiva, por acreditar ser este apenas um apoio para televisão e cinema, à medida que permitem a reprodução dos conteúdos desenvolvidos pelo cinema e TV ou uma flexibilidade na produção televisiva, ao possibilitar a gravação de conteúdos para serem editados e exibidos de acordo com a vontade da emissora.

Além disso, costuma-se conferir à televisão e ao cinema um *status* de autoridade em relação às particularidades desses meios, por apresentar características que permitem delimitar uma linguagem específica, e que não seria possível no vídeo, pela inserção do mesmo no cenário audiovisual marcado por uma postura parasitária em relação aos outros meios. Na prática, cinema, TV e vídeo - salvo as particularidades de cada veículo - são suportes audiovisuais para comunicação podendo ter diferentes níveis e propósitos. “Todos eles (os meios) lutam para se apresentar como meios naturais e sem problemas, e seus praticantes alegam reproduzir o mundo “tal como ele é”, quando, na verdade, oferecem representações do mundo” (ARMES, 1999, p. 164). Entender que todos funcionam seguindo uma mesma lógica, que é a da representação, portanto, é ponto chave para explorar o vídeo de forma consciente. Aliado a isso, o fato de que a intenção a sub-julgar o vídeo, em nome de tendências, capacidade estética ou especificidades de uma linguagem, não subtrai a potencialidade comunicativa que o mesmo apresenta.

Esta “estetização” do vídeo como imagem me parece, no entanto, ocultar sua outra face, quase nunca visível: a do vídeo como processo, puro dispositivo, sistema de circulação de uma informação qualquer, “meio de comunicação”, tudo isto independentemente do seu resultado visual e do conteúdo das mensagens que ele pode veicular (DUBOIS, 2004, p. 73).

Embora sua utilização inicial tenha sido destinada a ser veículo do cinema ou na gravação de materiais para exibição na televisão - e isso continue sendo uma prática - o vídeo ganhou outras proporções, principalmente com a ampliação dos processos de produção de conteúdos audiovisuais.

Nesse sentido, a vídeo-arte foi pioneira em denunciar e negar essa tendência passiva do vídeo, ao mesmo tempo em que logrou definir para ele estratégias e perspectivas próprias. Mais recentemente, com a generalização da procura de uma “linguagem” específica, o vídeo deixa de ser concebido e praticado apenas como uma forma de registro ou de documentação, nos sentidos mais inocentes do termo, para ser encarado como um sistema de expressão pelo qual é possível forjar discursos sobre real (e sobre o irreal) (MACHADO, 1997, p. 188).

Para Armes (1999), compreender o vídeo exige uma análise ampliada e de um ponto de vista que o correlacione aos outros meios tanto de áudio quanto de vídeo. Por ser versátil e flexível, o vídeo se constitui como híbrido, atendendo a diferentes veículos, com elementos emprestados do cinema, da fotografia, da televisão, do rádio. Mesmo que o seu nascimento esteja interligado ao desenvolvimento de tecnologias de gravação e apresentação de conteúdos com imagem e som, é possível destacar também que o vídeo assumiu outras perspectivas com uma variedade de aplicações, como consequência, uma identidade eclética ao misturar características de outros meios.

Historicamente, o vídeo está atrelado a três fases da reprodução do som e da imagem. De acordo com Armes (1999), na primeira fase, estava relacionado ao desenvolvimento de recursos da fotografia, disco, cinema, telégrafo sem fios e gravações em fita, no final do século de XIX. Na segunda fase, está conectado ao que o autor denomina revolução eletrônica com as transmissões de rádio e o desenvolvimento da televisão. E na terceira fase, com a introdução das gravações eletromagnéticas.

O vídeo se desenvolveu próximo ao cinema, porém com a especificidade de ser uma forma de entretenimento em ambiente doméstico e não coletivo, ao reproduzir os filmes, hoje disponibilizados não mais em fitas como o VHS, mas em DVD ou *Blue Ray*. Com relação à televisão, surgiu e se mantém como suporte tecnológico na

gravação de produtos em ambiente interno ou externo, posteriormente exibido em *broadcasting* (veiculação em larga escala).

Na sequência de desenvolvimento, emergiu o mercado de vídeo doméstico – que surgiu na metade da década de 1960 -, que se diferencia dos equipamentos profissionais pelo preço mais baixo, tamanho menor e qualidade técnica inferior.

Dessa forma, o vídeo se consolidou atendendo a áreas distintas para depois se constituir como um meio independente. “O vídeo só pôde começar a existir como meio próprio quando as câmeras e unidades de gravação portáteis o libertaram de sua subserviência em relação à televisão e ao sistema doméstico” (ARMES, 1999, p. 139). Com relação à exibição, assumiu a perspectiva de também atender a gravações que não tinham a intenção ou possibilidade de ser *broadcasting*.

Além das aplicações ao cinema e à televisão, o vídeo passou a ser utilizado na produção de documentários, ficções, videoclipes, enfim pelo setor não televisivo, ganhando uma nova dimensão. “Isso tem acontecido amplamente no setor empresarial em que o vídeo provou ser um meio eficaz e flexível de informação, promoção e entretenimento. Tem havido também uma larga aplicação em áreas como serviço social e comunitário” (ARMES, 1999, p. 98).

A consolidação do vídeo como suporte de comunicação independente despertou não só para iniciativa de construção de conteúdos, mas também para a tentativa de criar mecanismos de divulgação, podendo ser através de distribuidores exclusivos de vídeo alternativo, disponibilização na internet, exibição em festivais e congressos ou por canais fechados e, ou comunitários. “Já existem vários circuitos de distribuição de vídeos, e o vídeo tem demonstrado que tem potencial para se tornar um instrumento comunitário que a televisão jamais conseguiu ser” (ARMES, 1999, p.145).

Se em um primeiro momento, até metade da década de 1960, o vídeo foi conceituado apenas como suporte de gravação, na sua história, essa definição foi ampliada para um mecanismo de gravar, porém sem ser um modo de produção delimitado, podendo ser de diversas formas, uma vez que o vídeo tem várias maneiras de se dirigir ao expectador.

Com o vídeo pode-se fazer “TV fora da TV”, isto é, produzir programas de modo absolutamente independente, sem necessidade de nenhuma estrutura de exibição pré-montada, que se realiza como próprio equipamento de gravação. Tem evidentemente, uma penetração incomparavelmente menor do que a televisão, mas permite com isso um direcionamento absoluto do público, que chega até a individualização (SANTORO, 1989, p. 18).

Essa dinâmica, atrelada ao desenvolvimento tecnológico, fez com que dificultasse uma delimitação para atuação do vídeo e despertou para a afirmação de que algumas características que o balizam em dado período histórico não são reconhecíveis em outros.

Tudo, no universo das formas audiovisuais, pode ser descrito em termos de fenômeno cultural, ou seja, como decorrência de um certo estágio de desenvolvimento das técnicas e dos meios de expressão, das pressões de natureza socioeconômica e também das demandas imaginárias, subjetivas, ou se preferirem, estéticas, de uma época ou lugar (MACHADO, 1998, p. 191).

Segundo Machado (1997), ao indagar as especificidades do vídeo pelo termo linguagem, gera-se uma incoerência, pois não há uma sistematização de procedimentos e regras como em uma língua natural. O vídeo é, por natureza, híbrido e não algo natural, uma vez que na sua constituição atuou com elementos de outros meios, situação que o torna impuro e, ao mesmo tempo, qualifica-o, pela justaposição de diferentes meios em um único suporte.

O discurso videográfico é impuro por natureza, ele reprocessa formas de expressão colocadas em circulação por outros meios, atribuindo-lhes novos valores, e sua “especificidade”, se houver, está sobretudo na solução peculiar que ele dá ao problema da síntese de todas essas contribuições (MACHADO, 1997, p. 190).

Pensar o vídeo em uma acepção atualizada requer aceitá-lo como mecanismo que potencialmente reprocessa as formas de produção e distribuição de conteúdos, além disso, amplia a perspectiva de atuação das formas de comunicação com a disseminação de informações. “O vídeo deve ser visto como um elemento nesse agregado de sistemas de gravação e transmissão que, conjuntamente, estão modificando as nossas percepções do mundo em que vivemos” (ARMES, 1999, p. 17). Constituem-se como formas de representação ao registrar fatos do mundo real em documentários ou ficções.

Potencialmente os vídeos também podem atender as necessidades de comunicação/difusão de conhecimentos em um ambiente comunitário, pequeno,

reunindo uma audiência que, em números, é pequena, porém priorizando conteúdos que despertem o interesse apenas das pessoas da comunidade e para a localidade à qual a mensagem videográfica se destina.

O vídeo assumiu um lugar de meio de comunicação perfeitamente apto aos trabalhos de produção a nível grupal e individual, permitindo uma série de trabalhos de expressão, criação e documentação que multiplicou consideravelmente o número de produtores audiovisuais, fazendo com que inclusive os não-profissionais tivessem acesso à atividade (SANTORO, 1989, p. 18).

São variadas ações isoladas de pessoas ou grupos, com experiências que fogem à dinâmica comercial das emissoras de televisão e atuam com a ideia do vídeo como uma alternativa a TV comercial, “reforçando, sobretudo o caráter independente e alternativo do vídeo, encarando-o por vezes como uma resposta, a nível local e grupal, da crescente massificação imposta pela televisão de massa a nível nacional e transnacional” (SANTORO, 1989, p.18).

Nessa perspectiva alternativa, o vídeo se aproxima do midiativismo, que visa apropriar-se dos recursos tecnológicos de meios de comunicação tradicional, porém modificando os conteúdos, que podem seguir uma lógica fora da dinâmica comercial e não se dirigir a grandes audiências.

A recapitulação e a condensação que o vídeo e o filme fazem dos distintos elementos que constituíam as tecnologias de mídia anteriores – som, impressão, animação, cor, edição, imagens, arte – oferecem a eles possibilidades particularmente ricas de contribuir para a formação e o desenvolvimento de esferas públicas alternativas (DOWNING, 2004, p. 266).

O vídeo como forma de ativismo enfrenta alguns problemas, entre eles as questões de financiamento das produções e distribuição para consumo. Como, muitas das vezes, os vídeos estão relacionados a contra-argumentar estruturas hegemônicas, dentre elas a própria mídia, governos ou instituições privadas, fica difícil o apoio ou investimento dessas organizações para as produções alternativas. Assim, os ativistas recorrem à captação de recursos próprios, apoio de organizações não governamentais, produções com orçamento zero ou apoio do próprio governo, que disponibiliza orçamento para projetos especificamente culturais.

Com relação à distribuição dessas produções em vídeo, têm-se outras inconsistências. Se a intenção da exibição do conteúdo audiovisual for para a própria

comunidade na qual foi criado, não há grandes desafios. Por outro lado, se a proposta do vídeo for de divulgação ampla, em nível nacional ou além, os grupos sofrem com ausência de mecanismos específicos de exibição dessas produções.

A despeito dos esforços monumentais de produção, muitas vezes faltava energia ou experiência organizacional para lidar de maneira prática com a ausência de um procedimento de *marketing* (grifo do autor). Nem as salas de cinema nem as redes de tevê e as distribuidoras de filmes tinham o menor interesse em divulgar o trabalho. Ainda hoje constitui um sério desafio conseguir divulgar amplamente ao público a informação *a)* de que o filme/vídeo existe e *b)* de como alugá-lo (DOWNIG, 2004, p. 263).

Dessa forma, a maioria das produções de vídeo alternativo fica restrita à própria comunidade, exposições em festivais, encontros e ambiente acadêmico, representando uma séria problemática de escoamento desses materiais. E mesmo a internet sendo um canal aberto, constituindo-se em um ambiente de potencial exibição, o acesso é desordenado, competitivo e muitas das pessoas que acessam não têm envolvimento com temas abordados, freando um possível impacto do vídeo.

Ainda assim, as produções videográficas atendem a necessidade de muitos grupos sociais, no sentido de divulgar ações ou conteúdos que não são disponibilizados pela mídia hegemônica, para mobilizar a própria ou outras comunidades. Além dos embates com a mídia tradicional, podem funcionar como uma vitrine sobre como muitos movimentos sociais se reconhecem e se representam nessas produções, constituindo-se como fontes de informações sobre dada comunidade, em termos culturais e identitários. São produtos que conseguem ser realizados apenas em dinâmicas alternativas de produção por se referirem a identidades regionais e que contrariam ideias de identidades totalizadoras, no seu lugar, ideias que corroboram para a pluralidade identitária da pós-modernidade.

O vídeo permite que uma comunidade atue como produtora de conteúdo ao instituir novos mecanismos de se expressar em imagens e sons. É nesse contexto que ocorre o midiativismo, ao se apresentar como a apropriação dos recursos da mídia, no que se refere a técnicas e linguagem, para difusão de conteúdos de cunho ideológico, político, de contracultura ou de valorização e exaltação de determinadas culturas marginalizadas. Propõe, ainda, mais uma forma de ativismo dentro dos movimentos culturais e sociais, além de significar, pelo menos em nível potencial, uma comunicação mais democrática, já que tem como premissa o desenvolvimento de uma

postura analítica em relação às mídias tradicionais e hegemônicas e possibilita a construção de conteúdos com outras propostas temáticas.

Visto dessa forma, a combinação vídeo e dinâmicas alternativas de comunicação se interpenetram e se completam. Através dos discursos videográficos, os mais variados grupos podem explorar conteúdos que não encontram espaço em outras mídias audiovisuais como televisão e cinema. E ainda que as formas de disponibilização sejam muito restritas, pode-se falar em mecanismos de produção mais democráticos.

Tendo como ponto de partida que o vídeo analisado trata-se de um documentário, é pertinente apontar como esse gênero é assimilado e quais as características que envolvem esse tipo de vídeo, uma vez que se modificam tanto as formas de criação/produção, quanto a forma como as mensagens são assimiladas por suas audiências.

2.2.1 Considerações sobre o gênero documentário

Os conceitos de gênero, documentários e obras não ficcionais aqui expostos referem-se, teoricamente, ao cinema, porém, aplicam-se aos vídeos, que são objetos desta análise, à medida que o meio vídeo desempenha, entre outras coisas, o papel de suporte do cinema ou como alternativa técnica de baixo custo para produção de obras audiovisuais, podendo ser aplicadas as definições que gravitam a produção cinematográfica aos vídeos, excluindo-se as características estéticas e linguagem, ainda que estas também possam ser semelhantes.

Como a análise é pautada em um documentário, é pertinente entender as características que o diferenciam de uma obra de ficção. Gêneros são aqui apreendidos como um conjunto de características narrativas e estéticas que individualizam um filme/vídeo de um gênero de outro de gênero diferente, podendo ser enquadrados, por exemplo, como ação, comédia, dramas, romance, suspense, documentários, entre outros.

Os documentários se consolidaram como um gênero do cinema, por enquadrar determinadas especificações que o diferenciavam das obras ficcionais. Embora as

obras não ficcionais tivessem presente nos primeiros filmes, no final do século XIX, ainda não havia uma sistematização de gêneros no cinema, o que descarta a ideia de que já fossem documentários. Na realidade, o que interessava à época era mais a possibilidade de registro de imagens em movimento do que o conteúdo dessas obras.

Com o passar dos anos, o cinema foi-se aperfeiçoando em técnicas e os gêneros foram-se consolidando, conseqüentemente os documentários foram sistematizando formas que os diferenciavam dos outros tipos de filme. Nicholls (2005) aponta duas características que contribuíram para o desenvolvimento do cinema documentário: primeiro, a possibilidade de ser um registro físico de algo real. Segundo, a conscientização de cineastas em explorar essa potência.

Em relação à identidade dos documentários, estão alguns processos que balizam a sua construção: o fato de oferecer imagens obtidas *in loco*, ser o registro do real, ter seu argumento pautado por algo que existe independente do filme e a organização do material coletado que se constituirá em filme.

O termo documentário só passou a existir na década de 30 do século XX, com o chamado documentarismo britânico, em um período chamado por Penafria (1999) de fase de afirmação do cinema documentário, pela apropriação do termo e produção específica do gênero. Desde esse período, os filmes documentários passaram a se desenvolver continuamente e a despertar o interesse em registrar a vida, sempre com referência à realidade, elemento que direciona a dinâmica deste tipo de produção.

Há argumentos contrários no uso do nome documentário. Manuela Penafria (1999) define, como nome para um filme com caráter de documento, “Um filme documentário seria então um documento visual e/ou sonoro que constituiria um vestígio, mais concretamente, um registro do então presente que é agora passado” (p. 19).

Nichols (2005) propõe que a definição de documentário seja estabelecida a partir de uma relativização, por considerar que este não se constitui em cópia da realidade, antes uma representação, logo pautada por um determinado ponto de vista.

Julgamos uma reprodução por sua fidelidade ao original – sua capacidade de se parecer com o original, de atuar como ele e de servir aos mesmos propósitos. Julgamos uma representação mais pela natureza do prazer que ela proporciona, pelo valor das idéias ou do conhecimento que oferece e pela qualidade da orientação ou da direção, do tom ou do ponto de vista que instila (NICHOLS, 2005, p. 47).

Existem também as definições que baseiam o documentário com relação à representação social ou portador de mensagem educativa, institucional, de mobilização ou potencialmente um instrumento de intervenção social.

O documentário é por natureza um filme experimental e, contrariamente à impressão geral, pode utilizar atores, pode trabalhar com a fantasia ou com fatos, pode ou não possuir um enredo; há, no entanto, algo em comum: cada um deles é concebido como instrumento de intervenção relativamente à temática abordada no filme, em última análise será um instrumento de propaganda (BARSAM apud PENAFRIA, 1999, p. 32).

É fato a dificuldade em delimitar os documentários, além disso, muitas características que balizaram o documentário no seu início, não são mais reconhecíveis. Isso ocorre tanto pelas mudanças de ordem tecnológica que possibilitam novas intervenções criativas quanto pela função político-ideológica que o documentário pode assumir, como, por exemplo, o caráter educativo que assumiu na década de 1930.

A prática do documentário é uma arena onde as coisas mudam. Abordagens alternativas são constantemente tentadas e, em seguida, adotadas por outros cineastas ou abandonadas. Existe contestação. Sobressaem-se obras prototípicas, que outras emulam sem jamais serem capazes de copiar ou imitar completamente. Aparecem casos exemplares, que desafiam as convenções e definem os limites da prática do documentário. Eles expandem e, às vezes alteram esses limites (NICHOLS, 2005, p. 48).

As formas de construção de um documentário estão assim atreladas às dinâmicas sócio-culturais, constituindo-se como algo flexível sem abandonar, no entanto, o seu material base, que, de acordo com Penafria (1999), seria o “mundo que nos circunda” (p. 32)

Nichols afirma que todo filme é um documentário, podendo ser de dois tipos: os documentários de satisfação de desejo seriam a ficção: “Esses filmes expressam de forma tangível nossos desejos e sonhos, nossos pesadelos e terrores” (2005, p. 26); os documentários de representação social, chamados também de não-ficção, seriam os que estão ligados à ideia de representações do mundo: “Tornam visível e audível de maneira distinta, a matéria de que é feita a realidade social, de acordo com a seleção e a organização realizadas pelo cineasta” (NICHOLS, 2005, p. 26).

Dessa forma, as diferenças entre documentário e ficção estão guiadas pela forma de produção do filme, o que também não impede que a ficção tenha características documentais ao representar um lugar, uma cultura etc. Para Penafria

(1999), os filmes de ficção possuem “aspectos ou momentos documentais”, mas não o *status* de ficção.

A ficção se pauta por ser irreal, já os documentários referem-se ao registro de fatos, lugares, pessoas que existem de fato. O que é registrado tem referência a uma realidade exterior ao filme. Os documentários são assim filmes de não ficção, tais como as reportagens televisivas ou as obras publicitárias, com a diferença de não possuir um conjunto de técnicas ou regras que podem ser aplicadas a qualquer tema e é justamente nessa característica de não ter determinações que norteiem todas as produções documentais que reside a identidade desse tipo de filme/vídeo.

Em sua forma de estabelecer asserções sobre o mundo, o documentário caracteriza-se pela presença de procedimentos que o singularizam com relação ao campo ficcional. O documentário, antes de tudo, é definido pela intenção de seu autor de fazer um documentário (RAMOS, 2008, p. 25).

Um vídeo documentário pode ser pautado pelos desígnios do que o autor quer e na ordem em que achar mais adequada para expor o assunto do vídeo, podendo ter a intenção de comprovar algo. O documentário busca, assim, elementos que ratifiquem o argumento proposto no filme. Nesse sentido, são utilizados elementos que componham um discurso, como, por exemplo, o verbalismo, através de entrevistas com pessoas que façam parte da história argumentada no filme, que reforcem e comprovem o que está sendo defendido.

Os documentários mostram aspectos ou representações auditivas e visuais de uma parte do mundo histórico. Eles significam ou representam os pontos de vista de indivíduos, grupos e instituições. Também fazem representações, elaboram argumentos ou formulam suas próprias estratégias persuasivas, visando convencer-nos a aceitar suas opiniões (RAMOS, 2008, p. 30).

Nichols (2005) faz uma distinção entre as pessoas que aparecem nos filmes, sendo denominados atores sociais dos documentários os atores da ficção. “As pessoas [...] continuam a ser atores culturais e não artistas teatrais. Seu valor para o cineasta consiste não no que promete uma relação contratual, mas no que a própria vida dessas pessoas incorpora” (p. 31). Não podendo, no entanto, descartar a ideia que de essa realidade apresentada será sempre uma representação, pois a partir do momento que um ator social “vive” diante da câmera, elementos ficcionais são incorporados ao documentário, pois há uma alteração comportamental que pode ser

de inibição ou mudança de comportamento por estar diante da câmera por parte do entrevistado.

Soma-se a isso o fato de a própria postura do documentarista poder cortar uma frase, mudá-la, reinventá-la a depender do contexto, mudando assim o sentido. Pode também induzir o entrevistado a dizer o que acha pertinente para compor seu vídeo etc. Essas características podem modificar a realidade que se propõe a representar.

Diante disso, a ética deve ser atributo-chave de um documentário. Os documentaristas são responsáveis pelo que está sendo mostrado, pois, a partir do momento em que se propõem a representar o real, desencadeiam efeitos nos receptores, modificam opiniões, criam expectativas. Muitos documentaristas colocam seus entrevistados em uma situação de deboche, à medida que, após a edição, estes são retratados como bobos, ou quando não informam aos atores sociais que outras pessoas irão julgar suas condutas, opiniões, estilos de vida etc.

Todas essas questões apontam para os efeitos imprevisíveis que um documentário pode ter sobre os que estão representados nele. As considerações éticas tentam minimizar os efeitos prejudiciais. A ética torna-se uma medida de como as negociações sobre a natureza da relação entre o cineasta e o seu tema têm conseqüências tanto para aqueles que estão representados no filme como para os espectadores (NICHOLS, 2005, p. 36).

O documentarista, ao filmar pessoas para sustentar o argumento proposto em um filme, constitui-se como o representante dos entrevistados ou personagens e da empresa produtora. Essa inclusão gera conflitos no que tange a ideia criativa pretendida pelo cineasta e os direitos do entrevistado, que pode não ter noção da intenção do filme ou da transformação que poderão sofrer as palavras ditas se mudadas de contexto.

Os cineastas que têm a intenção de representar pessoas que não conhecem, mas que tipificam ou detêm um conhecimento especial de um problema ou assunto de interesse correm risco de explorá-las. Os cineastas que escolhem observar os outros, sem intervir abertamente em suas atividades, correm o risco de alterar comportamentos e acontecimentos e de serem questionados sobre sua própria sensibilidade. Os cineastas que escolhem trabalhar com pessoas já conhecidas enfrentam o desafio de representar de maneira responsável os pontos comuns, mesmo que isso signifique sacrificar a própria opinião em favor da dos outros (NICHOLS, 2005, p. 36).

Ao falar sobre um tema ou pessoas, o documentarista as representa e tem a intenção de difundir informações. Nessa postura, o cineasta desvia das técnicas persuasivas para explorar mais uma opinião particular, constituindo-se em técnica

bastante eficaz. “O que ganha expressão é o ponto de vista pessoal e a visão singular do cineasta. O que faz disso um documentário é que essa expressividade continua ligada às representações sobre o mundo social e histórico dirigidas aos espectadores” (NICHOLS, 2005, p. 41).

Uma vertente também explorada, nessa linha de análise, é quando o cineasta é integrante do grupo representado no vídeo. Na atualidade, é muito comum vermos comunidades que se organizam para produzir seus próprios documentários, como da Organização Arte Manha. “No cinema antropológico, a mudança para essa formulação recebe o nome de “auto-etnografia”: Refere-se ao empenho de povos indígenas em fazer filmes e vídeos sobre sua própria cultura” (NICHOLS, 2005, p. 45).

Nessa linha de raciocínio, de pequenas comunidades produzindo seus próprios filmes, analisa-se a produção em vídeo *É tudo mentira*, da Organização Arte Manha.

3 MEDIATIVISMO NO VÍDEO É TUDO MENTIRA

A sociedade abre-se a múltiplas experiências. O mais importante é que, ampliando o número de emissores, se democratize a comunicação e se faça uma comunicação cidadã.

Cicília Peruzzo

Nós vamos continuar na nossa batalha e não vamos ter medo desses tubarões que vêm aí do estrangeiro, pra vim aqui pra nossa região destruir o que é nosso não.

Não acreditem naquilo que é dispersado facilmente pelos meios de comunicação, completamente dominados pelos mais ricos.

Trechos do vídeo *É tudo mentira*

3.1 Organização Arte Manha: contexto histórico e social

A organização Arte Manha atua em Caravelas, cidade brasileira localizada no Extremo Sul do Estado da Bahia. De acordo com último recenseamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE-2010), o município tem 21.414 habitantes e tem como principais atuações a pesca artesanal e a agropecuária. Rica em belezas naturais e situada em área de Mata Atlântica, Caravelas é banhada pelo Oceano Atlântico e é base de saída para o Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, já que é o ponto da costa brasileira mais próximo do arquipélago.

O Movimento Cultural Arte Manha foi criado e atua na cidade de Caravelas. Fundado em 1982, o grupo atuou de maneira informal durante 10 anos, quando, em 1992, através de registro formal das atividades, com criação de cadastro nacional como pessoa jurídica⁶, o grupo passou a funcionar de forma mais sistemática. Dentre as atividades registradas na Receita Federal, estão: associação de defesa de direitos sociais, e organizações associativas ligadas à cultura e à arte. O Grupo tem como missão:

Realização de ações educacionais e culturais visando uma integração entre o fortalecimento da identidade e diversidades culturais da comunidade como atividades de geração de trabalho e renda para jovens e adultos, mulheres e homens, habitantes das regiões periféricas da cidade (JACO, 2013).

Em um primeiro momento, o grupo funcionou com a oferta de aulas de Capoeira Angola, mas desenvolveu a perspectiva de, através da arte, disponibilizar melhor qualidade de vida para a população pobre. Nesse sentido, passou-se a valorizar, além da capoeira, artes cênicas, plásticas, as manifestações folclóricas regionais. De acordo com Jaco Galdino (2013), entre as atividades desenvolvidas pelo Arte Manha, estão a dança, a música, o cinema, as artes plásticas, o turismo pedagógico e cultural, a valorização das construções rústicas, além de ações junto a conselhos e movimentos socioculturais e ambientais da região. Realizam ainda reuniões ordinárias e desenvolvem cronograma de atividades culturais.

⁶Pessoa Jurídica, inscrita sob CNPJ, nº 42.683.755/0001-88.

Com oficinas de cunho profissionalizante, já atenderam mais de 250 jovens e, com as manifestações folclóricas, já envolveram mais de 3.000 integrantes da comunidade. Desde a institucionalização em 1992 até hoje, o grupo, liderado por jovens e adultos que se reconhecem como afro-indígenas, contribui para a comunicação comunitária existente na cidade, que envolve também movimentos pastorais e o grupo de Educomunicação do Parque Marinho dos Abrolhos, além de um jornal impresso intitulado *O Timoneiro*, o Cineclube Caravelas e a Avenida Filmes.

Destaca-se aqui o Cineclube Caravelas e a Avenida Filmes, por estes serem parceiros do Arte Manha na produção do vídeo analisado. O Cineclube Caravelas faz parte da área de comunicação da Organização Arte Manha e realiza exibição de filmes, produção de cursos e oficinas e parcerias nas produções de vídeos documentários e ficções produzidas em Caravelas. A cidade possui ainda algumas produtoras de vídeo, entre elas a Avenida Filmes, que atua como parceira em alguns projetos em vídeo da Organização Arte Manha.

Entre as atividades desenvolvidas pelo grupo, estão as oficinas de técnicas de produção audiovisual e produção de vídeos. Desde 2007, quando foi ofertado um curso de cinema com o cineasta Josias Pereira, a convite do Cineclube, ocorreu um impulso com relação à criação de conteúdos em formato audiovisual em Caravelas. Com a explanação das fases de produção, envolvendo desde o roteiro até a edição, já foram produzidos cinco vídeos, sendo dois documentários, *Outros carnavais* (2007) e *É tudo Mentira* (2008), e três ficções, *Lia* (2007), *Não mangue de mim* (2008) e *Itajara e a fantasma do Farol* (2011), nos quais são exploradas temáticas de cunho cultural local.

Hoje, o Grupo possui alguns equipamentos para gravação e edição. Quando há necessidade, utilizam aparelhos emprestados de outros projetos que existem na cidade. Em geral, os projetos são voluntários ou associados a outros que recebem verba, como o projeto Pererê, que tem financiamento para um ponto de cultura, no qual, em convênio com a prefeitura, pagam despesas como água, luz, internet e telefone.

3.2 Metodologia de análise videográfica

Ao estudar a produção videográfica *É tudo mentira*, da Organização Arte Manha, buscou-se verificar elementos que contribuem para enquadrar o vídeo como instrumento de midiativismo. A proposta foi verificar se as abordagens temáticas e discursivas fogem à dinâmica de hegemonia identitária e cultural, difundida pela TV aberta brasileira. Buscou-se, ainda, através das representações culturais no vídeo, identificar se as mesmas se enquadram nas premissas que envolvem a comunicação alternativa ao representar uma identidade cultural local, que muitas vezes não encontra formas de expressão em outras mídias.

Partindo do pressuposto de que os vídeos também são formas de representação social, acredita-se que este pode se configurar como midiativismo dentro do Arte Manha. “Os sistemas simbólicos fornecem novas formas de se dar sentido à experiência das divisões e desigualdades sociais e aos meios pelos quais alguns grupos são excluídos e estigmatizados” (WOODWARD, 2000, p. 19).

A metodologia empregada foi a análise de conteúdo, que se ocupa do estudo de materiais que se constituem em documentos, no caso específico o vídeo produzido pelo Arte Manha. “A Análise de conteúdo (AC), em uma concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JÚNIOR, 2008, p. 280).

Partindo da ideia de que a análise de conteúdo pode ser muito generalista em suas aplicações, Krippendorff (apud FONSECA JÚNIOR, 2008) apresenta seis categorias de análise: sistemas, normas, índices e sintomas, representações linguísticas, processos institucionais e comunicações. Esta última se apresenta como mais apropriada a esta pesquisa.

Comunicações: o intercâmbio de mensagens ocorre dentro de um determinado contexto e modifica as relações estabelecidas entre duas ou mais pessoas. A análise das comunicações pode contribuir para explicar as causas e os efeitos inerentes a essa mediação simbólica, como a existência de psicopatologias, o aparecimento de conflitos e de consenso ou mesmo a transformação de uma cultura material (FONSECA JÚNIOR, 2008, p. 291).

De acordo com Laville (1999), a análise de conteúdo pode ser aplicada a múltiplos objetos, entre eles as representações, pois “consiste em desmontar a estrutura e os elementos desse conteúdo para esclarecer suas diferentes

características e extrair sua significação” (p. 214). Para o autor, não há um conjunto fixo de regras, nem algo que se aplique a todos os objetos investigados através da análise de conteúdo. Essa condição gera a necessidade de delimitação sobre o que será analisado especificamente e como os objetos de análise podem ser separados, para que o pesquisador tenha condições de estudá-los com maior qualidade.

Uma vez fixada as modalidades do recorte e determinada a escolha das categorias no interior das quais as unidades resultantes serão organizadas, o pesquisador pode proceder à classificação dessas unidades, depois ao estudo dos resultados assim adquiridos (p. 216).

Dessa forma, o primeiro passo metodológico adotado foi a escolha do vídeo a ser analisado. Embora o grupo tenha produzido cinco vídeos no total, optou-se por analisar o documentário *É tudo mentira*, e a escolha se pautou por dois quesitos: primeiro por buscar representações do gênero documentário, pela premissa de representar a realidade, e segundo por esta ser uma das obras mais reconhecidas do grupo, tendo participado de festivais de cinema no Brasil e em outros países. Acredita-se que, a partir da análise do produto destacado, é possível estabelecer inferências sobre o midiativismo nessa produção e a relação desse vídeo com a dinâmica de hegemonia da TV brasileira e da comunicação alternativa.

Primeiro foram estabelecidas especificações contendo a ficha técnica, um resumo, as condições técnicas de criação e produção, tais como equipamentos, profissionais e, ou pessoas da comunidade de Caravelas envolvidas e as formas de financiamento.

O segundo passo da proposta metodológica de Laville (1990) refere-se à separação conteúdos, destacando assim os dados que serviram de análise. Esses materiais extraídos podem ser chamados de *unidades de análise, de classificação, ou de registro*. O pesquisador pode extrair dados estatísticos, relacionados à recorrência das unidades de análise nos textos ou fazer somente a eleição de alguns trechos e depois as devidas interpretações. Esta segunda opção foi a escolhida para a pesquisa.

O vídeo foi transcrito, contendo os diálogos ou narrações, aqui entendidas como unidades de análise que remetessem aos conceitos estimulados e difundidos pelo midiativismo, a partir de cinco categorias.

As unidades de análise serão ainda palavras, expressões, frases ou enunciados que se referem a temas, mas esses elementos, em vez de serem enumerados ou medidos, serão vistos em função de sua situação no conteúdo, em função do conjunto dos outros elementos aos quais vêm-se ligados e que lhes fixam o sentido e o valor (LAVILLE, 1999, p. 217).

A divisão em categorias pode seguir três modelos: o *aberto*, no qual os grupos para análise não são especificados no início da apreciação, mas no decorrer da mesma; o *modelo fechado*, quando há uma delimitação inicial; e o *modelo misto*, quando existe uma demarcação primeira, mas o pesquisador admite alterações no decorrer da pesquisa.

Aqui se optou pelo modelo misto, sendo que, em um primeiro momento, os grupos de análise basearam-se nos conceitos que permeiam o midiativismo, tais como: exploração e exaltação da identidade cultural local, abordagens temáticas que fogem às exploradas pelos grupos hegemônicos de comunicação, veiculação de ideias por uma comunidade local. A intenção foi destacar dados que se apresentem como significativos divididos nas cinco especificações a seguir:

a) Criação de conteúdo por grupo minoritário: retomando brevemente o conceito de minoria de Sodré (2005), tem-se uma definição ligada à busca do direito de ter voz/espço por frações da sociedade engajadas em questões sociais e que buscam transformações, sendo exemplos de minorias, por exemplo, indígenas, ambientalistas, homossexuais etc.

b) Conteúdo de ativismo dentro do movimento social: entendendo os “novos movimentos sociais”, numa expressão de Downing (2004), como a organização e sistematização de processos de conscientização em favor de uma causa com ganhos em termos de fortalecimento cultural e identitário. Nesse sentido, as mídias alternativas podem corroborar para o desempenho desses movimentos.

c) Conteúdo que tem como referência a identidade cultural local: considerando que a representação de uma identidade cultural é formada atendendo anseios de um determinado ponto de vista, têm-se que o lugar de onde se fala interfere na forma como se representa. Para Hall (2003), soma-se a isso o fato de que o mundo pós-moderno e fragmentado gerou buscas por expressões identitárias étnicas, plurais, assim identidades culturais antes solapadas buscam construir significado de atributos antes ignorados, tais como etnias, lugares, autonomias, sensação de pertencimento, que atuam à medida que precisam ser afirmadas em determinado momento ou situação.

d) Conteúdo de crítica às hegemonias, ou conteúdo contra-hegemônico: proposto por Downing (2004); a partir das ideias de Gramsci, tem-se o conceito de hegemonia como ligado à ideia de algo que domina, lidera ou comanda em termos de identidades culturais; têm-se a difusão de ideias e conceitos que atendem à dinâmica do capitalismo assimilados como corretos. O seu oposto seriam mecanismos alternativos para efetivar oposição, por considerarem as hegemonias como limitadoras e excludentes. O denominado contra-hegemônico seria a perspectiva contrária ao capital e à difusão de ideias como absolutas.

e) Crítica aos meios de comunicação de massa: Falando especificamente das dinâmicas que envolvem a comunicação alternativa, comunitária, a mídia radical ou midiativismo, espera-se que, entre outras coisas, os conteúdos possam estar relacionados a estabelecer crítica às mídias tradicionais que limitam o acesso à tela de uma pluralidade de identidades culturais e dominam o espaço midiático atuando em nome de uma maioria.

Obviamente os recortes vão ser permeados pela subjetividade do pesquisador em enxergar e interpretar esses elementos de análise em alguns deles e em outros não. Para Laville (1999),

Em compensação, a pesquisa dos temas pode melhor aproximar o pesquisador do sentido do conteúdo, pois ele se vê obrigado, mais do que com os fragmentos que dependem da estrutura lexical ou gramatical, a construir suas unidades de análise a partir de sua compreensão desse conteúdo. Alguns censurarão o caráter subjetivo das inferências necessárias, ao que se pode retorquir que toda análise compreende uma parte de interpretação em que o pesquisador explicita o que ele entende dos resultados obtidos (p. 217).

Depois de dividido o texto do vídeo em unidades de classificação, seguiu-se para a fase de relacionar os trechos às categorias delimitadas, iniciando de fato a análise dos materiais coletados com a checagem das categorias enquadradas, e por fim a discussão da forma apresentada e considerações acerca do midiativismo no vídeo. O exame de conteúdo, embora possa, segundo Laville (1999), contemplar tanto uma abordagem quantitativa - relacionada à frequência de palavras ou expressões no texto estudado - quanto uma abordagem qualitativa de conteúdo, pautou-se apenas pela segunda opção, por entender que o teor buscado pode não se manifestar de maneira direta em palavras-chave, já que se refere a conceitos, visões de mundo, podendo a análise não dar conta do pretendido.

A pesquisa qualitativa pode ser dividida em três possibilidades, são elas: o *emparelhamento*, que se baseia na comparação do material extraído com um referencial. A *análise histórica* é o segundo tipo de abordagem, que foca a evolução de um fato e, por fim, a *construção iterativa de uma explicação* que não estipula previamente um referencial teórico, “pois o pesquisador elabora pouco a pouco uma explicação lógica do fenômeno ou da situação estudados, examinando as unidades de sentido, as inter-relações entre essas unidades e entre essas categorias em que elas se encontram reunidas” (LAVILLE, 1999, p. 227).

A partir da escolha da abordagem *iterativa*, passou-se efetivamente para análise do vídeo. A tentativa foi extrair considerações relacionadas ao vídeo, baseadas em elucidações significativas sobre o midiativismo na produção videográfica *É tudo mentira*.

3.3 Vídeo documentário *É tudo mentira*

O documentário intitulado *É tudo mentira* foi criado em 2008 como uma forma de alertar a população de Caravelas, no extremo sul da Bahia, para os perigos da carcinicultura, que é a criação de camarão em cativeiro, uma vez que havia projetos que visavam à implantação desse tipo de cultura na região.

O vídeo tem como argumento que essa implantação seria maléfica para a comunidade de Caravelas e assim tenta comprovar os possíveis prejuízos que essa modalidade de criação acarretaria para a população local. Como projetos semelhantes já haviam sido implantados em outros lugares do Brasil, o vídeo se apropria de depoimentos de pessoas de outras comunidades para relatar a experiência da carcinicultura, evidenciando argumentos para que a população de Caravelas possa entender os problemas e dificuldades desse cultivo e não aceitar a implantação dessas fazendas de camarão. Somam-se a isso depoimentos de representantes do IBAMA e do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, que alertam para possíveis impactos ambientais irreversíveis para a região. O vídeo enfatiza que são mentiras as propostas relatadas pelos donos das fazendas de camarão para convencer as pessoas a aderirem à carcinicultura, daí o nome do vídeo ser *É tudo mentira*.

Havia uma mobilização em Caravelas contra a instalação do projeto de construção da maior fazenda de carcinicultura do Brasil. A partir disso, foram desenvolvidas ações contrárias à implantação, dentre elas o vídeo. As ações envolveram parcerias entre o Movimento Arte Manha, a Avenida Filmes e o Cineclube Caravelas, além das instituições Ecomar, CI Brasil, Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, escolas e sindicatos.

O vídeo foi financiado por uma Organização não governamental inglesa, chamada EJJ - Foundation of Environmental Justice, que enviou uma equipe técnica composta de cinegrafista, diretor e editor, para acompanhar a produção do vídeo. As despesas com viagem e hospedagem foram pagas pela EJJ, que ainda doou microfone profissional, câmera filmadora Sony HVR Z1 e um *notebook* para a Organização Arte Manha. Além da equipe enviada pela ONG, duas pessoas do Cineclube Caravelas participaram da gravação do vídeo. De acordo com Jaco Galdino (2013), coordenador do Arte Manha e diretor do filme, eles desenvolveram o roteiro durante a viagem e aprenderam a utilizar os equipamentos durante as gravações no Ceará: “Foi o exercício de aprender fazendo” (Sic)⁷.

O vídeo foi gravado na cidade do Cumbe, no estado do Ceará, e na cidade de Canavieiras, no estado da Bahia, justamente para se apropriar de depoimentos de pessoas que moram em lugares nos quais houve a implantação da carcinicultura e podiam falar, com propriedade, sobre os malefícios dessas fazendas. De acordo com Jaco Galdino (2013), a intenção

foi mostrar que a propaganda que estavam fazendo de geração de renda era mentirosa porque não gerava a quantidade de empregos prometidos, além de provocar muitos danos ambientais [...] e ainda tinha abrolhos e os manguezais de caravelas considerados como uns dos mais importante manguezal do Brasil, e berçário da fauna marinha (Sic).

Foram 15 dias entre gravação e edição do material, depois a exibição para a comunidade de Caravelas, através do Cineclube. O vídeo foi exibido ainda no Brasil, no Festival Internacional de Meio Ambiente, em Salvador-BA, e Festival GAIA de Meio Ambiente, no Rio de Janeiro, além de exibição nos Estados Unidos e na França no Festival Brasil em Moviment.

⁷Jaco Galdino: Depoimento [mai. 2013]. Entrevistadora: Mayllin Silva Aragão. Entrevista concedida à dissertação de conclusão do mestrado em Letras: Linguagens e Representações da Universidade Estadual de Santa Cruz.

O vídeo é composto de imagens e áudio, sendo estes divididos em: entrevistas, também chamadas de sonoras; trilhas sonoras, que são músicas escolhidas para compor o material e som ambiente, que são ruídos coletados *in loco* junto com as entrevistas ou imagens de cobertura. A parte imagética do vídeo é composta de imagens dos entrevistados ou imagens de cobertura, que foram coletadas para exemplificar e reafirmar o que está sendo dito, podendo aparecer combinadas com as trilhas ou cobrindo trechos de entrevista. Nessas ocasiões, os trechos de entrevistas transformam-se em *off*, que são as “vozes ou sons presentes, sem que se veja a fonte que os produz” (COMPARATO, 1995, p. 398), situação na qual é perceptível a entrevista/narração de alguém, mas a pessoa que fala não aparece no vídeo.

No vídeo *É tudo mentira*, os chamados personagens, “quem vive a ação dramática” (COMPARATO, 1995, p. 398), são substituídos por atores sociais, por se tratar de um documentário. Para Nicholls (2005), os atores sociais agem de modo semelhante ao que fariam sem a presença de uma câmera, ou seja, demonstram a própria vida. No que tange às imagens do vídeo, há ainda as informações em caracteres, como os créditos das pessoas que compõem o vídeo, indicações de lugares e informações técnicas sobre outras fazendas de carcinicultura.

Para a análise, utilizou-se a transcrição do vídeo, que foi decomposto em áudio e vídeo. Como o vídeo é composto de sonoras, a descrição se dividiu por cada sonora individualmente. Assim, cada sonora representa uma unidade de análise; ainda que tenha trechos de entrevista transformados em *offs*, foi considerado como da mesma unidade de análise. Para facilitar o entendimento, foram nomeados de “sonora on” os trechos de entrevista nos quais o entrevistado aparece no vídeo e “sonora coberta”, os trechos dos depoimentos que foram transformados em *off*, com imagens de cobertura.

Faz-se necessário especificar alguns termos utilizados na transcrição do vídeo e que são utilizados em roteiros como forma de especificar como determinada imagem deve aparecer no vídeo. O enquadramento refere-se à eleição e disposição de elementos gravados em um quadro. “Inclui o lugar da câmera, a objetiva escolhida, o ângulo de tomadas, a organização do espaço e dos objetos filmados no campo” (VANOYE, 1994, p. 37). Tendo como parâmetro o ser humano em quadro, existem indicações sobre como o mesmo deve ser enquadrado. Tem-se, assim, as indicações de plano médio ou plano americano, quando “vê-se a pessoa da cintura para cima”

(COMPARATO, 1995, p. 398). Primeiro plano ou close, quando enquadra o rosto ou ainda “plano que acentua um detalhe” (COMPARATO, 1995, p. 395).

A transcrição foi feita em tabela, sendo que, do lado esquerdo, estão as indicações de áudio e vídeo, na qual aparecem o texto e as referências de imagem e som e, do lado direito, estão as interligações ou não a alguma unidade de análise, na sequência em que aparecem no vídeo. Por fim, há considerações gerais sobre o vídeo, relacionando-o ou não ao midiativismo.

Antes de seguir a transcrição, há a necessidade de esclarecer que as sonoras transcritas correspondem exatamente à forma como foram utilizadas no vídeo, apresentando por vezes erros gramaticais e com a presença de uma linguagem coloquial, sem atender a normas e regras. A transcrição não se baseou na descrição total de planos, enquadramentos e movimentos de câmera, por acreditar que não é objeto desta pesquisa a análise em termos técnicos, estéticos ou estilísticos, embora estes dados também possam dar indicações das mensagens videográficas. A proposta principal é uma análise das mensagens, do discurso fracionado e total da obra videográfica, na tentativa de responder: Qual efeito o vídeo *É tudo mentira* pode produzir? Qual a ideia gerada por ele e possíveis consequências? Adequação as características do midiativismo?

Transcrição: Vídeo *É tudo mentira*

Vídeo e Áudio	Enquadramento categorias
CENA 1 DURAÇÃO: 06” a 12” VÍDEO: Homem não identificado, em primeiro plano, tendo um campo verde como cenário de fundo. ÁUDIO: Sonora on: <i>Isso é pura mentira deles. São vocês são mentiroso. São “os principal” mesmo, mentiroso mesmo. Tudo mentira deles aí.</i>	A fala inicial desperta curiosidade sobre o que e sobre quem o homem se refere. Revela ainda a ideia de acusação ao afirmar que alguém está mentindo sobre alguma coisa. Categorias: a) Minoria: O discurso é de um homem aparentemente pobre, pelas vestimentas e provavelmente sem estudos, pela ausência de normas gramaticais em sua fala.

	<p>b) Ativismo: discurso que contraria/nega alguém ou alguma coisa.</p>
<p>CENA 2 DURAÇÃO: 13” a 14” VÍDEO: Caracteres na cor branca, com o nome do vídeo: <i>É tudo mentira</i>, em fundo preto. ÁUDIO: Música em BG</p>	<p>Categoria:</p> <p>b) Ativismo: Instiga o debate e desperta o espectador para o fato de que o que alguém, até então desconhecido para quem assiste, fala é mentira. O título do vídeo expõe uma acusação e a intenção de negar algo, dizer que algum assunto posto em pauta é mentira.</p>
<p>CENA 3 DURAÇÃO: 15” a 30” VÍDEO: Planos gerais de imagens em preto e branco de matas sendo devastadas, trator juntando troncos de madeira, imagens aéreas de desmatamento, piscinas de camarão em cativeiro, homem puxando rede, camarões sendo despejados em isopor com gelo. ÁUDIO: Música em BG</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo: Denúncia sobre devastação. As imagens sugerem um problema de ordem ecológica ao mostrar primeiro a mata sendo derrubada e, na sequência, imagens de piscinas artificiais de camarão em cativeiro, como uma substituição.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local, por mostrar um problema comum em muitos lugares, mas por uma ótica endógena.</p> <p>d) Contra-hegemônico, por mostrar exemplo de impacto ambiental grave em favor da lógica do capital. Na sequência, a substituição de mata nativa por produção em cativeiro e em escala industrial.</p>

<p>CENA 4</p> <p>DURAÇÃO: 31" a 42"</p> <p>VÍDEO1: Planos gerais de imagens coloridas de áreas de carcinicultura e piscinas de camarão em cativeiro.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de Geraldo Pereira, com cidade ao fundo.</p> <p>Caracteres: Geraldo Pereira - analista ambiental.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: Geraldo Pereira: <i>Essas áreas que hoje são ocupadas por carcinicultura antes eram áreas de reprodução e de moradia do guaiamum.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>E eram áreas muito visitadas pela comunidade para a coleta desses organismos.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo: Exposição de elementos que ratificam a necessidade de luta e do debate em termos ecológicos. Revelação de que a área ocupada pela carcinicultura outrora era área de manguezal, o que ocasionou não só a destruição do mangue, que tem extrema importância para manutenção dos ecossistemas, como interrompeu o acesso da comunidade local àquela área e aos organismos, que poderiam ser utilizados tanto para consumo próprio como fonte de renda. O fato de a sonora partir de um analista ambiental sugere que o alerta é embasado em estudos específicos.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao expor as consequências para a comunidade local.</p> <p>d) Crítica às hegemonias ao se posicionar contra a carcinicultura, que na situação representa uma hegemonia ao favorecer uma classe de empresários ricos.</p>
<p>CENA 5</p> <p>DURAÇÃO: 43" a 54"</p> <p>VÍDEO 1: plano geral de área de mangue seguido de detalhes de organismos na lama de um mangue.</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo ao especificar malefícios da carcinicultura. Depoimento se caracteriza por ser uma voz de autoridade no assunto. O título de professor em geografia reveste o depoimento de embasamento ao</p>

<p>VÍDEO 2: Primeiro plano do prof. Dr. Jeovah Meireles, plano de fundo assemelha-se a sala de escritório.</p> <p>Caracteres: prof. Dr. Jeovah Meireles Depto de geografia UFC.</p> <p>VÍDEO 3: Imagens de embalagens de produtos químicos, camarão congelado, tonéis despejando líquido nas piscinas.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: <i>A carcinicultura não pode ser desenvolvida dentro do ecossistema manguezal.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on prof. Dr. Jeovah Meireles: <i>utilizando a água que recebe com boa qualidade.</i></p> <p>ÁUDIO 3: Sonora coberta: <i>e devolvendo com problemas nas nossas bacias hidrográficas.</i></p>	<p>afirmar que a carcinicultura é prejudicial ao manguezal, além de revelar preocupação com a água.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local ao expor possíveis consequências ao mangue e água, que atendem a comunidades locais.</p> <p>d) Crítica às hegemonias por contrariar a carcinicultura.</p>
<p>CENA 6</p> <p>DURAÇÃO: 55" a 01'11"</p> <p>VÍDEO 1: Plano médio de Nelson e plano de fundo área seca, com solo rachado.</p> <p>Caracteres: Nelson ex-funcionário da carcinicultura – Cumbe.</p> <p>VÍDEO 2: plano geral de rio com manguezal de fundo. Mulher dentro de rio. Homem ao fundo pescando em canoa.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora on: <i>Eu era o responsável por 35 fazendas do Ceará ao Rio Grande do Norte. Eu fazia essa</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por representar classe de trabalhadores rurais</p> <p>b) Ativismo por expor condições de trabalho. Testemunho de que a própria dinâmica da carcinicultura prejudica os rios ao despejar dejetos nas águas do rio, contribuído para poluição com ordem de algum superior.</p> <p>d) Crítica às hegemonias ao relatar que errava com ordens de fazendeiros.</p>

<p><i>área aqui todinha e eu à noite, a gente trabalhando e eu que jogava água de merda do sulfito.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>dentro do rio, com ordem deles.</i></p>	
<p>CENA 7</p> <p>DURAÇÃO: 1'12" a 1'30"</p> <p>VÍDEO 1: Imagens mulheres trabalhando no mangue. Catando e lavando caranguejo.</p> <p>VÍDEO 2: Primeiro plano de Lidiane. Ao fundo, vegetação e árvores.</p> <p>Caracteres: Lidiane, marisqueira, Cumbe.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: <i>Tem que matou o camarão, matou o caranguejo, o aratu. Tudo que a gente usava pra comer e pra vender não tem mais. Tudo morreu e agora o que tem, o pouco que sobrou é muito miúdo.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>não passa fome porque "a gente somos" trabalhador, batalha mesmo, porque se não tava passando fome mesmo.</i></p>	<p>Categorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Minoria, já que a fala é de uma marisqueira. b) Ativismo pela denúncia da destruição dos organismos do mangue, afirmando que tinha renda e se alimentava de organismos do mangue e que na atualidade perdeu essa fonte de renda. Denúncia de que algo matou o camarão, o caranguejo e o aratu nativos. Continuando a sonora anterior, assimila-se que o sulfito, despejado no rio, pelas fazendas de carcinicultura, matou esses organismos. c) Referência a identidade e cultura local pelo consumo dos organismos do mangue como batalha de muitas pessoas da região para sobreviver.
<p>CENA 8</p> <p>DURAÇÃO: 1'31" a 1'46"</p> <p>VÍDEO 1: Imagens de piscinas de camarão em cativeiro, cercas em volta das piscinas e placas de proibição de</p>	<p>Categorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Fala de uma marisqueira. b) Ativismo pela denúncia da relação real entre fazendeiros e nativos. Revela que, embora a

<p>pesca no canal, segurança fechando portão.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de Sonia. Ao fundo, vegetação e rios.</p> <p>Caracteres: Sônia, marisqueira, Cumbe.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: <i>E a pessoa não pode passar, é tudo cercado.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>Ali ninguém pode passar pra vim pra maré não, é tudo cercado, a gente tem de pular as cerca, porque eles cercam pra mode a gente não passar, pensa que quando a gente vai passar, vai bulir nos viveiro do camarão... não pode não.</i></p>	<p>fazenda esteja na região, é algo alheio e distante da comunidade que não pode passar pelos viveiros.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local pela perda de espaço.</p> <p>d) Crítica às hegemonias por assumir que os fazendeiros dominam o espaço regional. A cerca física, a que a marisqueira se refere, representa os espaços segregados entre nativos e fazendeiros.</p>
<p>CENA 9</p> <p>DURAÇÃO: 1'47" A 1'53"</p> <p>VÍDEO: Primeiro plano de Rosângela. Ao fundo, vegetação.</p> <p>Caracteres: Rosângela, marisqueira, Cumbe.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on: <i>Eles prometeram emprego para as pessoas da comunidade, não colocaram pessoas da comunidade. Colocaram gente de fora.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria pela fala de uma pescadora.</p> <p>b) Ativismo pela denúncia da falsa oferta de trabalho. Testemunho demonstra insatisfação de moradora local do Cumbe ao revelar que houve uma promessa de emprego para nativos da comunidade do Cumbe, mas que isso não se concretizou. Fala refere-se a uma das mentiras ditas em nome da implantação de fazendas de carcinicultura, que seria a geração de empregos para comunidade na qual for instalada. O depoimento ratifica</p>

	<p>que esse argumento é frágil pela mudança de postura com relação à comunidade do Cumbe.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local pela atribuição a comunidade na qual está inserida que foi enganada.</p> <p>d) Crítica às hegemonias que enganam as populações carentes com falsas promessas.</p>
<p>CENA 10</p> <p>DURAÇÃO: 1'54" a 2' 01"</p> <p>VÍDEO: Imagens de marisqueiras trabalhando.</p> <p>ÁUDIO: som ambiente.</p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por mostrar marisqueiras.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local por demonstrar forma de trabalho artesanal e costumes locais.</p>
<p>CENA 11</p> <p>DURAÇÃO: 2'02" a 2'06"</p> <p>VÍDEO: Plano médio de Josimar com mangue ao fundo.</p> <p>Caracteres: Josimar, caranguejeiro, Cumbe.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on Josimar: <i>Não, o lucro aí na carcinicultura, no meu entender, é só "pro" dono mesmo.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por se tratar de um caranguejeiro.</p> <p>b) Ativismo pela denúncia da carcinicultura não trazer lucros para comunidade na qual está inserida.</p> <p>c) Contra hegemonias por expor que carcinicultura privilegia apenas os fazendeiros. Afirmação de que a comunidade local não participa efetivamente dos lucros da carcinicultura.</p>

<p>CENA 12</p> <p>DURAÇÃO: 2'07" a 2'24"</p> <p>VÍDEO 1: Imagens de homens trabalhando na carcinicultura, carregando isopores, abastecendo caminhões.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de Nelson. Ao fundo solo seco e rachado.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta de Nelson: <i>Era um trabalho como se fosse um trabalho escravo. Sábado o dia todinho, domingo o dia todinho. 7 horas tinha que bater o ponto, pra entrar, pra sair, não tinha hora pra bater ponto não, não tinha hora pra sair não.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on de Nelson: <i>E durante esses nove anos que trabalhei lá dentro, tenho 6 meses de carteira assinada. Nunca recebi direito de nada não.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria, por ser trabalhador rural.</p> <p>b) Ativismo, por ratificar que a carcinicultura é ruim para o trabalhador rural e expor condições de trabalho. O depoimento de Nelson revela as condições de trabalho as quais as comunidades que aceitam as fazendas de carcinicultura estão submetidas, além da alegação grave de que o trabalho é em condições sub-humanas e sem direitos trabalhistas. Afirmação que possivelmente contraria um dos benefícios propostos pelos donos das fazendas de carcinicultura, que é o trabalho com registro e respeitando os direitos do trabalhador. Vale ressaltar que essa proposta representa-se, para as comunidades como a do Cumbe ou de Caravelas, por exemplo, como atrativa.</p> <p>c) Contra hegemonias ao se posicionar contra a carcinicultura.</p>
<p>CENA 13</p>	<p>Categorias:</p>

<p>DURAÇÃO: 2'25" a 2'31"</p> <p>VÍDEO: Plano médio de Cleonice. Ao fundo, cabana de madeira com pessoas dentro.</p> <p>Caracteres: Cleonice, líder das marisqueiras, Cumbe.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on: <i>uma ilusão total pra todos. Pra todos, pra todos os gerais.</i></p>	<p>a) Minorias por ser a fala de uma marisqueira.</p> <p>b) Ativismo por reafirmar que carcinicultura é ilusão criada por fazendeiros. Testemunho confirma que a ideia exposta pelos fazendeiros de camarão em cativeiro representa uma ilusão para o morador do local no qual a fazenda é implantada.</p>
<p>CENA 14</p> <p>DURAÇÃO: 2'32" a 3'11"</p> <p>VÍDEO 1: Caracteres: Cumbe, Ceará Imagem das piscinas da carcinicultura vazias. Placas de apoio dos bancos, solo rachado e seco, siri morto.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de João Luis em frente à área que era utilizada para o cultivo do camarão.</p> <p>Caracteres: João Luis, líder Comunitário, Cumbe.</p> <p>VÍDEO 3: Imagens de crianças brincando em área seca, coberta de areia, grande areal e dunas.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta João Luis: <i>A partir de 97, fomos tomados de surpresa. Chega uma atividade aqui que era justamente o cultivo do camarão em cativeiro, então nós fomos "os cobaia" e hoje o que nós temos é a herança dessa atividade está aí.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por ser voz de um líder comunitário.</p> <p>b) Ativismo por denúncias do atual estado físico da cidade do Cumbe no Ceará, pós implantação da carcinicultura. O depoimento de João demonstra as consequências da carcinicultura, o estado físico que ficou a região com animais mortos, solo estragado. Discorre ainda sobre a falta de importância que essa comunidade destinava ao mangue, sem reconhecer a importância e dando o devido reconhecimento apenas quando vivenciaram a experiência da carcinicultura.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local por referir-se ao mangue como riqueza regional,</p>

<p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>sobrou essas crateras, NE, que estão aí aberta, sem nenhuma utilização para comunidade, e nós.</i></p> <p>ÁUDIO 3: Sonora coberta: <i>tínhamos o mangue aí ao nosso lado e não dávamos nenhuma importância para o mangue e hoje depois que perdemos as pessoas vem se lamentar, né? Do que fizeram no passado.</i></p>	<p>ainda que valorizada apenas depois da região ser devastada.</p> <p>d) Crítica às hegemônias por imposição de implantação e ao mostrar ainda que essas empresas receberam apoio e incentivo de bancos, pelas placas que têm na área informando isso.</p>
<p>CENA 15</p> <p>DURAÇÃO: 3'12" a 3'29"</p> <p>VÍDEO: Imagem de dunas desertas</p> <p>Caracteres: no Cumbe, 2/3 das fazendas de camarão foram infectadas pelo vírus da mancha branca.</p> <p>ÁUDIO: Som ambiente de vento soprando.</p>	<p>Categorias:</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local a um problema enfrentado na região. Os caracteres dão uma indicação de que pode ter diminuído a produção do camarão em cativeiro na cidade do Cumbe. Além do descaso dos produtores que se instalaram na área, prometeram empregos e rendas e, diante do problema, foram embora deixando a população com os desequilíbrios ambientais e problemas sociais na região.</p>
<p>CENA 16</p> <p>DURAÇÃO: 3'30" a 3'33"</p> <p>VÍDEO: Imagem de praias.</p> <p>Caracteres: Canavieiras, Bahia.</p> <p>ÁUDIO: Som ambiente de praia.</p>	<p>Categorias:</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao mostrar as praias e belezas naturais de Canavieiras. Os caracteres indicam mudança de local de</p>

	gravação, revelam ainda algumas belezas naturais da cidade de Canavieiras-BA.
<p>CENA 17</p> <p>DURAÇÃO: 3'34" a 3'42"</p> <p>VÍDEO 1: Plano médio de Carlinhos em área com vegetação, em frente à praia.</p> <p>Caracteres: Carlinhos, líder comunitário, Canavieiras.</p> <p>VÍDEO 2: Planos gerais de piscinas de carcinicultura de canavieiras e cercas.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora on Carlinhos: <i>Eles chegaram "praqui" no início de 2003. Eles fizeram uma propaganda que iam gerar 5.000 empregos aqui. Hoje eles mesmo.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>"tão" dizendo que não geram nem 200.</i></p>	<p>Categorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Minoria por ser fala de um líder comunitário, b) Ativismo por denunciar promessas não cumpridas por carcinicultores, sendo destacada a geração de empregos que foi prometida uma quantidade e efetivamente não foi desenvolvido o prometido. c) Referência à identidade e cultura local pela situação dos empregos em Canavieiras. d) Contra hegemonias ao demonstrar o que fazendeiros prometem e não cumprem.
<p>CENA 18</p> <p>DURAÇÃO: 3'43" a 3'55"</p> <p>VÍDEO 1: Primeiro plano de João Santana</p> <p>Caracteres: João Santana – extrativista – Canavieiras.</p> <p>VÍDEO 2: Plano geral de rua de Canavieiras com crianças brincando de bola, bicicleta e grupo de crianças reunidas.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora on de João Santana: <i>esse pessoal, sinceramente eles tão</i></p>	<p>Categorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Minoria pela fala de um pescador. b) e d) Ativismo e contra hegemonias por revelar a ilusão de desenvolvimento da cidade criada pelos empresários como forma de convencer as pessoas de que a carcinicultura é algo bom para o desenvolvimento da

<p><i>acreditando que “os carcinicultura” e os empresários vão colocar.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>a cidade dentro de um túnel e amanhã sair uma maravilha, todo mundo ganha seus milhões.</i></p>	<p>comunidade na qual é implantada.</p>
<p>CENA 19:</p> <p>DURAÇÃO: 3’58” a 4’ 15”</p> <p>VÍDEO 1: Plano geral de dois homens em canoa em área de mangue.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de Derson com rio e mangue ao fundo.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: <i>sai dizendo por aí que gera emprego.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>por enquanto o meu município mesmo aqui eu não vi nada não, além de mais daquilo ali não. Eu vejo as pessoas sofrendo aí, quando eles começaram a fazer esse camarão aí, passar umas pessoas, uns coitado passar ali todo melado de lama ali, passar ali, né, fazendo aquilo ali como se fosse um escravo.</i></p>	<p>Categorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Minoria por ser fala de pescador. b) Ativismo pelo testemunho de quem foi contra a carcinicultura e não trabalha na fazenda de camarão em Canavieiras, ratifica a falsa ideia de geração de emprego e revela a sensação de que se aproxima de um trabalho escravo, pela condição que percebe de outros moradores que trabalham nas fazendas. c) Referência à identidade e cultura local por exemplificar situação da cidade de Canavieiras. d) Crítica às hegemonias pelas falsas promessas de emprego.
<p>CENA 20</p> <p>DURAÇÃO: 4’6” a 4’27”</p> <p>VÍDEO 1: Close de João Santana.</p> <p>VÍDEO 2: Plano geral de mulheres lavando pratos no rio e crianças brincando no rio.</p>	<p>Categorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Minoria pela fala de pescador. b) Ativismo pela exposição das mudanças que Canavieiras sofreu com a carcinicultura. Testemunho ratifica que a carcinicultura trouxe prejuízos

<p>ÁUDIO 1: Sonora on de João Santana: <i>Canavieiras antes da carcinicultura era, tinha muito rendimento em marisco...</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta de João Santana: <i>...peixe e também hortas, frutas e hoje em dia nós não estamos mais vendo isso.</i></p>	<p>em termos de fonte de renda para os moradores de Canavieiras, uma vez que outras culturas foram banidas em detrimento da carcinicultura.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local por confirmar outras fontes de renda que Canavieiras costumava ter.</p> <p>d) Contra hegemonia ao se opor à carcinicultura.</p>
<p>CENA 21</p> <p>DURAÇÃO: 4'28" a 4'45"</p> <p>VÍDEO 1: Imagem de reflexo no rio de um homem em pé.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de Derson sentado em canoa, com rio de fundo.</p> <p>VÍDEO 3: Detalhes de caranguejos dentro de sacos e mão manipulando os caranguejos.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta de Derson: <i>Olha, eu antes mesmo, quando o caranguejo tava bom...</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on de Derson: <i>...eu pegava até 70 cordas, eu pegava. Hoje eu tô pegando 6 cordas, 10 cordas de caranguejo, 9 é o que...</i></p> <p>ÁUDIO 3: Sonora coberta: <i>...nós "tamo" pegando agora, hoje em dia. "Tamo" tendo uma "perca", mais ou menos, mais de 70%. Perdemos já.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minorias por ser fala de pescador.</p> <p>b) Ativismo por depoimento ratificar possíveis impactos ambientais da carcinicultura, como a diminuição de caranguejos no mangue, que tem consequências na fonte de renda de algumas famílias que tiram sustento do mangue.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por expor situação atual do mangue.</p>
<p>CENA 22</p> <p>DURAÇÃO: 4'50" a 5'05"</p>	<p>Categorias:</p>

<p>VÍDEO 1: Plano geral de barcos e canoas atracados em beira de rio. Imagem de estátua de Iemanjá em rio e ao fundo canoa passando com pescadores. Homem retirando água de canoa e barcos ao fundo. Barcos atracados.</p> <p>VÍDEO 2: Close de Carlinhos.</p> <p>VÍDEO 3: Plano geral de rua da cidade de Canavieiras, homem passando de bicicleta e fachada de uma colônia de pescadores.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: <i>Todas as entidades que representam os pescadores de Canavieiras apoiam a reserva Extrativista.</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>A reserva extrativista não foi feita para carcinicultura, nem para político, nem para comerciante, ela foi feita “pros” pescadores.</i></p> <p>ÁUDIO 3: Sonora coberta: <i>Fique claro isso: os pescadores, as entidades que representam eles apoiam a reserva extrativista.</i></p>	<p>a) Minoria por ser fala de um pescador.</p> <p>b) Ativismo por declaração em nome de toda uma classe de pescadores de apoio a reserva extrativista, contrária a carcinicultura.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local pelas entidades de Canavieiras.</p> <p>d) Crítica às hegemonias por apoiar a reserva extrativista e fazer distinção clara sobre o que as entidades de Canavieiras apoiam deixando claro não pertencer as hegemonias representadas na ocasião por políticos, comerciantes e carcinicultores.</p>
<p>CENA 23</p> <p>DURAÇÃO: 5'06" a 5'25"</p> <p>VÍDEO 1: Plano médio de Geraldo. Pereira. Ao fundo cidade.</p> <p>VÍDEO 2: Plano geral de estrada de chão em Canavieiras com coqueiros nas laterais, imagem de praia com</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo pela sonora que revela existência de uma reserva extrativista em Canavieiras e o objetivo da mesma, apresentando a resex como uma postura crítica frente a culturas como a carcinicultura</p>

<p>vegetação à margem. Homem andando de bicicleta na praia.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora on: <i>resex reserva extrativista é uma modalidade de unidade de conservação que foi...</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>...criada na realidade pela comunidade. O objetivo da reserva extrativista, resex, é proteger os recursos naturais e as comunidades que sobrevivem e moram nesses locais.</i></p>	<p>e uma preocupação e envolvimento com a comunidade e com os recursos naturais.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao expor preocupação com o local e com os objetivos da reserva extrativista que tem atuação regional.</p>
<p>CENA 24</p> <p>DURAÇÃO: 5'26" a 5'34"</p> <p>VÍDEO: Caracteres: 1/3 da população de Canavieiras sobrevive da área protegida pela resex. Imagem de praia com ondas quebrando, ao fundo.</p> <p>ÁUDIO: som ambiente.</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo por informação que mostra que a reserva extrativista consegue ajudar 1/3 da população da cidade. Percentual alto e mais significativo que a carnicultura que gera em torno de 200 empregos.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por mostrar as belezas naturais da região.</p>
<p>CENA 25</p> <p>DURAÇÃO: 5'35" a 5'49"</p> <p>VÍDEO 1: Primeiro plano de Renato Cunha.</p> <p>Caracteres: Renato Cunha, ambientalista.</p> <p>VÍDEO 2: Imagens da cidade, pessoas caminhando e vendendo coisas. Situação assemelha-se a uma feira livre. Plano médio de criança em pé na rua.</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo ao expor depoimento de ambientalista sobre a forma de como deve ser o desenvolvimento das comunidades aliadas à sustentabilidade.</p> <p>c) Referência a identidade e cultura local ao afirmar a não necessidade de trazer estratégias de crescimento e melhorias de fora, mas sim explorar os recursos naturais regionais de forma</p>

<p>ÁUDIO 1: Sonora on de Renato Cunha: <i>que o que tem que se desenvolver, já tá lá, não precisa trazer nada de fora, a não ser políticas de sustentabilidade, objetiva, de apoio, né?</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>A essas populações e ao município como um todo, né?</i></p>	<p>consciente e estruturada, aliadas a políticas públicas de apoio.</p> <p>d) Contra hegemonias ao privilegiar e buscar soluções para problemas localmente.</p>
<p>CENA 26</p> <p>DURAÇÃO: 5'50" a 6'06"</p> <p>VÍDEO 1: Plano geral da cidade de Canavieiras. Homem passando de bicicleta.</p> <p>VÍDEO 2: Primeiro plano de Jeovah Meirelles.</p> <p>VÍDEO 3: Plano geral de mangue com raízes expostas, rio de fundo, areia com caranguejo movimentando-se.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora coberta: <i>Os nossos estudos demonstraram que a articulação comunitária...</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora on: <i>...no sentido de proteger o ecossistema manguezal, gerar mais qualidade...</i></p> <p>ÁUDIO 3: Sonora coberta: <i>...de vida e também promove a sustentabilidade de um ecossistema de fundamental importância para sociedade como um todo.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo pela articulação comunitária em favor da proteção da natureza e qualidade de vida com sustentabilidade.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao ratificar a ideia de que a articulação das comunidades em proteger os mangues e explorá-lo levando em consideração a sustentabilidade contribui para melhorar a situação da comunidade e também para manutenção de outros ecossistemas que dependem dos manguezais.</p> <p>d) Contra hegemonias ao privilegiar o local.</p>
<p>CENA 27</p> <p>DURAÇÃO: 6'07" a 6'20"</p>	<p>Categoria:</p>

<p>VÍDEO: Plano geral de barcos atracados. Homem remando em barco pequeno.</p> <p>Caracteres: Caravelas, Bahia.</p> <p>ÁUDIO: Som ambiente de pássaros e vento.</p>	<p>d) Referência à identidade e cultura local pelas imagens e caracteres que ambientam o espectador sobre a cidade, formas de trabalho, como a pesca artesanal,</p>
<p>CENA 28</p> <p>DURAÇÃO: 6'21" a 6'33"</p> <p>VÍDEO: Primeiro plano de Antonio com vegetação ao fundo.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Antônio: <i>É essa solução que eles trazem de fora aqui para Caravelas. É tudo negativo, porque eles fala que essa, essa, esse empreendimento que vem aqui para Caravelas que vai dar o mundo e o fundo de empregos e não vai dar é nada.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por ser fala de pescador.</p> <p>b) Ativismo: Depoimento revela que há promessas para cidade de Caravelas envolvendo a carcinicultura, mas que ele entende que são promessas que não irão se cumprir. Demonstra descrença em torno dos benefícios apresentados pela carcinicultura.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao deixar claro que o que vem de fora é ruim, negativo.</p> <p>d) Contra hegemonias ao afirmar que o que trazem de fora como solução na verdade não é.</p>
<p>CENA 29</p> <p>DURAÇÃO: 6'34" a 6'51"</p> <p>VÍDEO 1: Primeiro plano de Lierte. Ao fundo, vegetação.</p> <p>Caracteres: Lierte, pescador, Caravelas.</p> <p>VÍDEO 2: Primeiro plano de raízes da vegetação do mangue e, ao fundo, rio com canoas passando.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora on de Lierte: <i>Eles "tão" derramando esse camarão no</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minorias por ser fala de um pescador.</p> <p>b) Ativismo da pesca artesanal contra carcinicultura, já que testemunho destaca que o camarão em cativeiro, cultivado mesmo fora de Caravelas, já acarreta em impactos em termos de vendas para pesca artesanal da cidade, pela perda de valor que o camarão assumiu em detrimento do</p>

<p><i>mercado interno do país e tá desgraçando com a vida do pescador, entende? O nosso camarão perdeu valor. Perdeu o valor, nós perdemos a renda de alimentação...</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>Como é que vai ficar essa situação?</i></p>	<p>camarão produzido em larga escala. Consequentemente os pescadores perdem fonte de renda e de alimentação.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao especificar problema regional.</p> <p>d) Contra hegemonias ao expor que o camarão industrializado, “hegemônico” prejudica o artesanal.</p>
<p>CENA 30</p> <p>DURAÇÃO: 6’52” a 7’</p> <p>VÍDEO: Primeiro plano de Antonio com rio e vegetação ao fundo.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Antonio: <i>Nós vamos continuar na nossa batalha e não vamos ter medo desses tubarões que vem aí do estrangeiro, pra vim aqui pra nossa região destruir o que é nosso não.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minorias por ser fala de pescador.</p> <p>b) Ativismo de luta das minorias. Depoimento de Antonio ratifica a necessidade de lutar contra a carcinicultura, contra o poder de grandes empresários e a consciência de que a busca destes é pelo lucro, mesmo que implique em graves impactos ambientais para a região.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao relacionar o que vem de fora a “tubarões do estrangeiro”, logo alheio ao regional.</p> <p>d) Crítica às hegemonias ao ser contrário ao que vem de fora.</p>
<p>CENA 31</p> <p>DURAÇÃO: 7’01” a 7’40”</p> <p>VÍDEO 1: Plano médio de José Tostato.</p> <p>Caracteres: José Tostato, diretor da unidade de conservação – SEMARH.</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo por se posicionar contra a Coopex.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local pela valorização a atributo regional, no caso o Parque Nacional</p>

<p>VÍDEO 2: Plano geral de mão manipulando rede de pesca e ao fundo o rio com vegetação às margens. Aérea do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, aéreas do mar com baleias jubarte nadando.</p> <p>ÁUDIO 1: Sonora on de José Tostato: <i>Nós já, publicamente, consideramos já, já condenamos, né, a implantação de um grande projeto de carcinicultura lá em Caravelas, né, denominado Coopex. Nós já nos manifestamos publicamente, condenando esse modelo numa região tão importante,</i></p> <p>ÁUDIO 2: Sonora coberta: <i>que tem outras vocações. Hoje, uma parte significativa dos empregos gerados, da renda gerada vem exatamente em função da existência do Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, e vem em função dos recursos naturais que foram conservados pelas comunidades tradicionais e em função das baleias jubarte.</i></p>	<p>Marinho dos Abrolhos, recursos naturais, comunidades tradicionais e às baleias jubarte.</p> <p>d) Contra hegemonias ao confirmar o posicionamento formal e contrário a implantação da Coopex em Caravelas, além de ratificar que a implantação da carcinicultura traria impactos ambientais a outras atividades que já existem e geram empregos na região.</p>
<p>CENA 32:</p> <p>DURAÇÃO: 7'42" a 8'</p> <p>VÍDEO 1: Plano geral de imagens aéreas do Parque.</p> <p>VÍDEO 2: Plano médio de Marcello Lourenço com vegetação ao fundo.</p> <p>Caracteres: Marcello Lourenço, chefe do parque marinho dos abrolhos.</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo, pelo posicionamento contra algo que acabe com o Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, dada a importância deste em termos de biodiversidade, além da interligação do parque com o ecossistema manguezal, logo a indicação de que ao interferir no mangue, interfere na</p>

<p>VÍDEO 3: Imagem de lama de mangue, ao fundo rio com homens passando de barco. Planta brotando no mangue.</p> <p>ÁUDIO 1: <i>Sonora coberta de Marcelo Lourenço: O banco dos Abrolhos é a área de maior biodiversidade da costa brasileira, né?</i></p> <p>ÁUDIO 2: <i>Sonora on: E essa biodiversidade ela é garantida pela presença de outros ecossistemas associados aos corais, como por exemplo, o manguezal, né, que garante a reprodução das espécies.</i></p> <p>ÁUDIO 3: <i>Sonora coberta: e com isso garante os recursos naturais das quais vivem centenas de famílias na região.</i></p>	<p>manutenção de Abrolhos e na forma como as comunidades sobrevivem a partir dos manguezais.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local o falar de Abrolhos.</p>
<p>CENA 33</p> <p>DURAÇÃO: 8'01" a 8'22"</p> <p>VÍDEO 1: Plano geral de rio com barco ancorado, ao fundo arco-íris com vegetação.</p> <p>VÍDEO 2: Primeiro plano de José Tostato, ao fundo rua com prédio.</p> <p>VÍDEO 3: Plano geral de rio com cidade ao fundo. Homem navegando com canoa em rio. Homem pescando.</p> <p>ÁUDIO 1: <i>Sonora coberta: É exatamente nessa linha...</i></p> <p>ÁUDIO 2: <i>Sonora on: ...é onde estão as alternativas de desenvolvimento sustentável pra Caravelas. É</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo ao confirmar a importância do desenvolvimento sustentável, no caso de Caravelas, contrário a carcinicultura e associado a pesca artesanal, além de reforçar que este é o melhor caminho para a região.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por propor desenvolvimento tendo como base atributos regionais.</p> <p>d) Contra hegemonias ao privilegiar o local e não o global.</p>

<p><i>exatamente na pesca artesanal, é exatamente na agregação de valor.</i></p> <p>ÁUDIO 3: Sonora coberta: <i>dos produtos retirados pelas marisqueiras e isso me parece que é, é a grande solução, essa é a vocação de Caravelas.</i></p>	
<p>CENA 34</p> <p>DURAÇÃO: 8'23" a 8'46"</p> <p>VÍDEO: Plano geral de rio com baronesas. Pôr do sol.</p> <p>Caracteres: em Caravelas, a Coopex planeja implantar a maior fazenda de camarão do Brasil.</p> <p>ÁUDIO: Bg de música regional de capoeira.</p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo pela conscientização dos planos para Caravelas.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local pela música de fundo, ligada à capoeira.</p> <p>d) Contra hegemonias ao enfatizar os planos da Coopex, assimilando esta como estrutura hegemônica.</p>
<p>CENA 35</p> <p>DURAÇÃO: 8'47" a 8'51"</p> <p>VÍDEO: Primeiro plano de Lidiane.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Lidiane: <i>A mensagem que eu mando "pro" pessoal de Caravelas, que nunca aceite essa proposta que vai piorar tudo.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por ser fala de uma marisqueira</p> <p>b) Ativismo por orientar pessoas sobre a carcinicultura. Depoimento direcionado para comunidade de Caravelas, no sentido de não apoiar a implantação da Coopex, ratificando a ideia de que trará malefícios para a região.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por ser mensagem de local (Cumbe) para local (Caravelas).</p> <p>d) Contra hegemonias ao entender que a carcinicultura atende interesses de grupos hegemônicos.</p>

<p>CENA 36</p> <p>DURAÇÃO: 8'52" a 8'56"</p> <p>VÍDEO: Primeiro plano de Sonia.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Sônia: <i>Não aceite viveiro, porque não é bom, porque aqui no Cumbe destruiu tudo.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por ser fala de uma marisqueira.</p> <p>b) Ativismo por instigar o espectador a ser contrário, negar, não aceitar. Reafirma a ideia de que carcinicultura não é benéfica, pela experiência tida na cidade do Cumbe.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por ser mensagem de local (Cumbe) para local (Caravelas).</p>
<p>CENA 37</p> <p>DURAÇÃO: 8'57" a 9'01"</p> <p>VÍDEO: Close de Cleonice.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Cleonice: <i>Que eles não aceite, eles tenham o grito de guerra.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria por ser fala de marisqueira.</p> <p>b) Ativismo por incentivar a resistência de Caravelas em relação à implantação da Coopex.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por ser mensagem de local (Cumbe) para local (Caravelas).</p>
<p>CENA 38</p> <p>DURAÇÃO: 9'02" a 9'06"</p> <p>VÍDEO: Close de Nelson.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Nelson: <i>essa própria fazenda destruiu isso aqui, ela hoje pode tá destruindo lá em Caravelas.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minorias por ser fala de trabalhador rural</p> <p>b) Ativismo ao indicar que a mesma empresa que contribuiu para degradação do Cumbe esteja querendo se instalar em Caravelas.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local por ser mensagem de local (Cumbe) para local (Caravelas).</p> <p>d) Contra hegemonias ao se posicionar contra fazenda de camarão, tendo esta como instrumento hegemônico.</p>
<p>CENA 39</p>	<p>Categorias:</p>

<p>DURAÇÃO: 9'07" a 9'14"</p> <p>VÍDEO: Close Jeovah.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Jeovah: <i>A comunidade de Caravelas, se organizando, no sentido de proteger essas áreas, está prestando um serviço para a sociedade como um todo.</i></p>	<p>b) Ativismo ao incentivar a organização de resistência em Caravelas, com a indicação de que a comunidade prestará um serviço não apenas para a área, mas para o meio ambiente em geral, logo para toda a sociedade.</p> <p>c) Referência à identidade e à cultura local ao estimular a preservação.</p>
<p>CENA 40</p> <p>DURAÇÃO: 9'15" a 9'19"</p> <p>VÍDEO: Close de João Santana</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de João: <i>É o futuro deles e dos filhos deles e dos netos deles.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minorias por ser fala de extrativista.</p> <p>b) Ativismo ao reforçar a premissa que resistir a implantação da carcinicultura é uma ação do presente, mas com consequências benéficas para as próximas gerações.</p>
<p>CENA 41</p> <p>DURAÇÃO: 9'20 a 9'24"</p> <p>VÍDEO: Close de Renato Cunha.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de Renato: <i>As promessas que aparecem muitas vezes não correspondem à realidade.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>c) Ativismo ao ratificar a resistência pela ideia de que as promessas são falsas.</p>
<p>CENA 42</p> <p>DURAÇÃO: 9'25" a 9'32"</p> <p>VÍDEO: Close de José Tostato.</p> <p>ÁUDIO: Sonora on de José: <i>quando essas propostas não têm vínculo com a cultura local, vêm de pessoas de fora que não têm compromisso com o futuro daquela região, o futuro de Caravelas.</i></p>	<p>Categorias:</p> <p>b) Ativismo ao despertar a comunidade para o fato de que as propostas não têm vínculo local.</p> <p>c) Referência à identidade e cultura local ao apresentar a ideia de que uma proposta que vem de fora despreza valores, tradições e a cultura regionais, além de não se preocupar com o futuro da região.</p>
<p>CENA 43</p> <p>DURAÇÃO: 9'33" a 9'40"</p>	<p>Categorias:</p> <p>a) Minoria ao ser fala de pescador.</p>

<p>VÍDEO: Close de Derson. ÁUDIO: Sonora on: <i>que não vá nisso não, que eles quer crescer nome são eles, porque pra eles dão, pros pescador não dá nada.</i></p>	<p>b).Ativismo ao reforçar a intenção de não aceitar as propostas de implantação da carcicultura, porque será bom apenas para os proprietários das fazendas.</p>
<p>CENA 44 DURAÇÃO: 9'41" a 9'47" VÍDEO: Close Carlinhos. ÁUDIO: Sonora on de Carlinhos: <i>se implantar um empreendimento em cima de uma área onde já se gerava emprego, a justificativa de se gerar emprego, ela é mentirosa.</i></p>	<p>Categorias: a) Minoria pela fala ser de líder comunitário. b) Ativismo ao apresentar a proposta da carcicultura de geração de emprego como mentirosa, uma vez que na região há geração de empregos. d) Contra hegemonias ao contestar promessas da carcicultura.</p>
<p>CENA 45 DURAÇÃO: 9'48" a 9'55" VÍDEO: Close Geraldo Pereira. ÁUDIO: Sonora on Geraldo Pereira: <i>não acreditem naquilo que é dispersado facilmente pelos meios de comunicação, completamente dominados pelos mais ricos.</i></p>	<p>Categorias: b) Ativismo ao incitar que as pessoas não acreditem no que comumente é exposto como algo bom. d) e e) Contra hegemonias e faz crítica aos meios de comunicação de massa, uma vez que o depoimento gera ideia de que os veículos de comunicação, pela dinâmica de hegemonia que têm, vão priorizar os mais ricos, logo vão apresentar a carcicultura como algo bom. Dessa forma, chama atenção para a comunidade de Caravelas não acreditar em tudo que assistem e ouvem pelos meios de comunicação.</p>
<p>CENA 46 DURAÇÃO: 9'56" a 10' VÍDEO: Close Rosângela.</p>	<p>Categorias: a) Minorias pela fala ser de marisqueira.</p>

<p>ÁUDIO: Sonora on de Rosângela: <i>Tudo fica mais difícil e que eles não aceitem, porque o que eles tão falando é tudo mentira.</i></p>	<p>b) Ativismo pela ênfase para a comunidade de Caravelas não aceitar a Coopex e reafirmação de que todas as promessas da implantação da carcinicultura são mentiras.</p>
<p>CENA 47 DURAÇÃO: 10'01" a 10'22" VÍDEO: Caracteres: é tudo mentira Você vai cair nessa? Campanha de resistência em Caravelas. Letras em branco e fundo preto. ÀUDIO: Música instrumental.</p>	<p>Categorias: b) Ativismo ao reafirmar a ideia de mentira, além de cobrar das pessoas que assistem ao vídeo, uma postura sobre o assunto. Deixa claro ainda que há uma campanha de resistência contra a Coopex.</p>

As ligações dos trechos de entrevista às unidades de análise permitem uma visualização da recorrência destas no discurso como um todo e possibilitam enxergar que essas unidades representam características que direcionam o vídeo *É tudo mentira* para a dinâmica que envolve a comunicação alternativa, popular, o midiativismo.

A primeira unidade de análise, identificada pela letra a minúscula, refere-se à *criação de conteúdo por grupo minoritário*: o vídeo é uma parceria da Organização Arte Manha e do Cineclube Caravelas com grupos ambientais e organizações não governamentais, que têm como característica o fato de serem minorias. Estas, na concepção de Sodré (2005), refere-se a grupos ou classes que buscam assumir luta sociais em contraposição a atuações de uma maioria ou em nome de uma maioria. No vídeo, essas minorias são representadas por pescadores, marisqueiras e ambientalistas.

A segunda unidade de análise, representada pela letra b, indica se os trechos exibem *conteúdo de ativismo dentro do movimento social*. Partindo do pressuposto de que o ativismo se baseia nas práticas sistematizadas e destinadas à transformação social, são encontradas, nos trechos de sonoras, várias falas que corroboram para o ativismo, que é premissa do midiativismo, no vídeo. Falas engajadas contra a

carcinicultura e a favor da preservação ambiental e cultural local, que é o foco central do discurso videográfico, são reforçadas durante todo o material. Soma-se a isso o fato de o produto *É tudo mentira* ser parte de manifestações de resistência à instalação de uma fazenda de camarão em cativeiro na região. As falas em conjunto revelam o desejo de instruir a população a negar a carcinicultura e transformar a realidade local.

A terceira unidade de análise, identificada pela letra c, aponta os *conteúdos que têm como referência a identidade cultural local*. Embora essa representação seja mais explícita em alguns trechos, a obra como um todo enaltece a identidade cultural local, ao privilegiar a dinâmica de pesca artesanal, a preservação de áreas ambientais, em detrimento de alternativas que visam o global, como cultivo industrializado de produtos. Faz isso tanto ao estimular que a população de Caravelas privilegie essas questões, quanto ao selecionar pessoas com características sociais e econômicas semelhantes às de Caravelenses para expor essa situação.

A quarta unidade de análise, indicada pela letra d, ressalta *conteúdos de crítica às hegemonias*. Esses trechos também são mais reconhecíveis explicitamente em alguns momentos, porém, no conjunto da obra, é factível a intenção de contrariar dinâmicas hegemônicas. O vídeo busca evidenciar que as propostas feitas pelas pessoas que querem implantar a carcinicultura em Caravelas são falaciosas. Tem como pressuposto que, no caso analisado, configuram-se como hegemônicos os fazendeiros, ricos, que buscam altos lucros através da industrialização de processos artesanais, ainda que isso implique em desastres ambientais para a região e, na contramão, em um viés contra hegemônico, a população pobre e carente composta de pescadores e marisqueiras e ambientalistas.

Por fim, a quinta unidade de análise, representada pela letra e, configura-se como *crítica aos meios de comunicação de massa*. Uma única fala, especificamente a cena 45, faz referência direta aos meios de comunicação de massa: “*não acreditem naquilo que é dispersado facilmente pelos meios de comunicação, completamente dominados pelos mais ricos*”, numa indicação de que esses veículos colaborariam para disseminar o que a carcinicultura apresenta como benéfico. Além desse trecho, o vídeo faz uma crítica aos meios de comunicação tradicional pelo fato de buscar o seu próprio suporte e particular forma de exibição, uma vez que não encontraria espaço em uma mídia tradicional, que normalmente não permite esse tipo de dinâmica local em suas programações.

O enquadramento dos trechos de entrevistas, assimilados aqui como unidades de análise, corrobora para uma série de fatores que permitem enquadrar o vídeo *É tudo mentira* enquanto uma ação de midiativismo. Isso é factível pelo mesmo apropriar-se de um formato midiático, antes restrito a grupos hegemônicos de comunicação, para estabelecer ativismo dentro da cidade de Caravelas. Faz isso através de uma comunicação comunitária, alternativa e, segundo os conceitos de Downing (2005), radical, na qual há efetivamente a participação popular. Ao fazer parte de um movimento de resistência contra a carcincultura na cidade de Caravelas, o vídeo possibilitou a participação ativa, o conhecimento e a educação para um assunto até então desconhecido e apresentado como benéfico para região.

É educativo pelo processo porque a participação direta ajuda a desenvolver pessoas. O cidadão que passa a escrever para o jornalzinho; a falar no rádio; ao fazer papel de ator num vídeo popular, a criar, produzir e transmitir um programa de rádio ou de televisão; a discutir os objetivos, a linha editorial e os princípios de gestão do meio de comunicação; a selecionar conteúdos etc., vive um processo de educação informal em relação à compreensão da mídia e do contexto onde vive. Situação que ajuda a desmistificar a mídia, pois a mesma costuma ser vista como algo inacessível – como coisa só de especialistas, de “gente estudada” – pelo cidadão comum (PERUZZO, 2006a, p. 17).

O fato de o gênero escolhido ser um documentário suscita algumas premissas, tais como, potencialmente, apresentar questões do mundo histórico e constituir-se em espaço de divulgação de conteúdos que não encontram outras formas de expressão, conferindo ao vídeo o *status* de representante de uma realidade social.

Como representação, tornam-se uma voz entre muitas numa arena de debate e contestação social. O fato de os documentários não serem uma reprodução da realidade dá a eles uma voz própria. Eles são uma *representação* do mundo, e essa representação significa uma visão singular do mundo. A voz do documentário é, portanto, o meio pelo qual esse ponto de vista ou essa perspectiva singular se dá a conhecer (NICHOLLS, 2005, p. 73).

Considerando que o tema/problemática da implantação da carcincultura é de cunho local, apreende-se que o vídeo *É tudo mentira* atende a perspectiva do midiativismo ao estabelecer como cenário cidades pequenas como Cumbe, no Ceará, e Canavieiras, no sul da Bahia, sendo estas enquadradas no que Freitas (2009) intitula como “periferia da periferia”. Tendo como pressuposto que periferias estão relacionadas a comparações entre centro e margem, tem-se, às margens dos grandes

centros urbanos, as periferias. Já as cidades distantes dos grandes centros urbanos e com poucos habitantes são enquadradas como “periferia da periferia”.

A importância de pensar o conceito de periferia da periferia deve-se ao fato de que, ao assumi-la, incorporam-se tanto as noções de pertencimento, dentro de uma perspectiva global, como as noções de pertencimento a partir de uma lógica local; tanto do Brasil em relação as grande potências mundiais, como do nordeste em relação ao eixo centro-sul do país (FREITAS, 2009).

Assim, cidades do interior do Nordeste brasileiro, que já se constituem em periferia do Sudeste, não são atrativos para “atuar” na dinâmica da mídia brasileira, exceto em situações exóticas ou de desastres humanos e ecológicos. No vídeo analisado, vêem-se moradores de cidades nordestinas com menos de 25.000 habitantes atuando como protagonistas, tendo suas vidas representadas e um espaço de fala. “Ela (a mídia radical alternativa) frequentemente tenta ser mais sensível do que a mídia convencional às vozes e aspirações dos excluídos” (DOWING, 2004, p. 81).

Em defesa de uma causa social e com o argumento de que prejudicará ambiental e socialmente a região de Caravelas e o Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, o discurso videográfico é construído pelos depoimentos de pessoas que vivenciaram a carcinicultura em outras cidades e podem testemunhar, com propriedade, sobre a realidade das fazendas de camarão em cativeiro. Pelo viés do midiativismo, tem-se a exploração de forma democrática, enquanto espaço para comunicação e tema, de um discurso contra hegemônico, uma vez que a carcinicultura atende anseios de uma produção industrializada e dirigida por empresários, contrariando a lógica da pesca artesanal que já existe em Caravelas.

Silveirinha (2004) utiliza o termo “democracia deliberativa” para referir-se à ideia de reconhecer diferenças como premissa essencial. Para a autora, há a necessidade de enxergar formas identitárias minoritárias em sociedades multi-identitárias, descentralizando a ideia dos macrosujeitos (nação, classe) e privilegiando formas de participação efetiva, que gerem reconhecimento. Esse conceito coaduna com as ideias do midiativismo de reconhecimento de minorias e descentralização de produção comunicativa. Essas características estão presentes no vídeo *É tudo mentira*, ao permitir que uma minoria crie seu espaço de divulgação dos seus anseios e tenha participação efetiva na construção do vídeo, além de permitir que as pessoas

da comunidade de Caravelas que assistiram ao vídeo se reconhecessem e se identificassem com as informações transmitidas.

O objetivo da “democracia deliberativa” constituiu-se, em alternativa, uma forma de explorar as formas de diálogo democrático que possam transformar as compreensões que os participantes têm de si mesmos, dos seus interesses, e dos interesses dos outros, e dessa forma criar as bases legítimas para um consenso democrático em torno das reivindicações em questão (SILVEIRINHA, 2004, p. 43).

Ao analisar o vídeo *É tudo mentira*, percebe-se o que Freitas (2009) chama de refuncionalização da mídia ao estabelecer uma comunicação comunitária. Além de permitir que esta seja produzida em âmbito local, fora dos grandes conglomerados de mídia, coopera para uma produção mais democrática e para que os assuntos em pauta promovam a exaltação das diferenças identitárias e culturais, ao gerar ações regionais que não teriam espaço nas mídias hegemônicas para desenvolver o referido trabalho.

A utilização de recursos de comunicação por sociedades tradicionais acena para a configuração de novos panoramas, que promovem a descontextualização das funções canônicas dos veículos de comunicação e, por extensão, a sua refuncionalização e ressignificação, contribuindo objetivamente para mudanças no consumo e uso dos veículos e produtos comunicacionais, a partir de uma estratégia de desconstrução, cumprida, no mais das vezes, pela cultura hegemônica diante das culturas subalternas (CANCLINI apud FREITAS, 2009).

Como consequência da refuncionalização midiática, há uma ressignificação do papel desta nas “periferias das periferias” e para sociedade como um todo. Os atores sociais locais assumem o direito de ser produtores de conteúdo, saindo da relação de passividade e consumo dos produtos audiovisuais para criar novos produtos, exaltar diferenças sociais, engajar-se politicamente, estabelecer uma comunicação mais democrática, enfim, ter espaço que possibilite permutas culturais em âmbito local ou global.

Tais trocas são importantes, pois promovem a inclusão de novos atores no cenário midiático, com a inclusão de novas mídias e produtos no cenário mundial, além de encontrarem nos recursos midiáticos importantes suportes para desenvolvimento de novas expressões e alianças político-sociais entre estado, governo, democracia, terceiro setor, sociedade civil e grupos ideologicamente minoritários (FREITAS, 2009).

No vídeo *É tudo mentira*, desperta atenção o lugar de enunciação. A Organização Arte Manha, o Cineclube Caravelas e outros parceiros viram a necessidade de alertar a população e estabelecer resistência à implantação da carcinicultura. Muitas formas poderiam ter sido utilizadas para representar essa situação e a resistência, no entanto, a escolha foi em fazer isso através de depoimentos de pescadores e marisqueiras, do Cumbe e de Canavieiras, cidades com estruturas físicas semelhantes às de Caravelas, e que têm ainda a fonte de renda da pesca como outra afinidade. Esse lugar de fala revela, entre outras coisas, a fala de pescadores pobres que foram enganados pela carcinicultura e gera uma relação de proximidade com quem fala e sobre o que se fala. Como resultado, há uma relação de empatia e reconhecimento nas pessoas de Caravelas em se sentirem representadas e ao estabelecerem o lugar do outro como referência para si mesmas. Esse “outro”, apesar da distância física, é próximo pelas condições sociais e econômicas nas quais vivem.

Ao colocar o povo como protagonista, tem-se uma forma particular para exaltar a concepção de mundo que é a local. Com histórias, formas de vida e linguagem semelhantes, há uma sintonia de fala local para um lugar também local, há ainda um reforço à descentralização das identidades culturais ao não colocar macrossujeitos como fonte de informação. “Anseiam, pois, pela aquisição de reconhecimento de seus problemas, prioridades e, sobretudo, de seus anseios, modos de vida e visões de mundo, junto às esferas de poder e aos seus pares” (FREITAS, 2009).

Se fosse, por exemplo, um conteúdo da mídia tradicional e hegemônica, haveria a figura de um repórter para mediar as falas e conduzir a história narrada, além de dar espaço para os fazendeiros falarem “o outro lado da história”, seguindo a lógica da objetividade que permeia as produções telejornalísticas. Isso se distancia da proposta do Arte Manha em dar voz aos que não têm voz e acesso à fala.

A carcinicultura atua com promessas de geração de emprego, desenvolvimento social e econômico da região na qual as fazendas são implantadas, além de direito e respeito às condições de trabalho. Porém essas promessas partem dos produtores de camarão, empresários, fazendeiros, ricos, que recebem uma série de incentivos de bancos e lucram muito com essa atividade, atuando assim como lideranças, ricas e hegemônicas. Na contramão dessas promessas, está o discurso do vídeo *É tudo mentira*, que demonstra a insatisfação de algumas pessoas que tiveram a experiência da carcinicultura, defendendo o posicionamento de que, na fase de implantação das

fazendas de camarão em cativeiro, houve promessas, mas que, na efetivação do negócio, o que aconteceu foi o contrário, acarretando em desequilíbrio ambiental, ameaça aos manguezais, contaminação de água, condições sub-humanas de emprego e pouca geração de emprego. Essas afirmações atuam no sentido de desmistificar as promessas dos fazendeiros, e assumem uma postura contra-hegemônica ao priorizar e dar voz ao discurso das minorias que não têm espaço de dispersão dessas informações. “Em primeiro lugar, a mídia radical alternativa expande o âmbito das informações, da reflexão e da troca a partir de limites hegemônicos, geralmente estreitos, do discurso da mídia convencional” (DOWNING, 2004, p. 81).

Representam um modo particular de articulação e mobilização social, voltada para desmistificação do que é dispersado pelas hegemonias e pelos veículos de comunicação de massa.

Ora, é a mídia que nos dias de hoje detém o maior poder de dar a voz, de fazer existir socialmente os discursos. Então, ocupá-la torna-se tarefa primordial da política da diferença, dando vazão à luta das minorias no que ela tem de mais radical (no sentido de raiz): poder falar e ser ouvida (BARBALHO, 2005, p. 36).

Como um todo, o vídeo apresenta um conteúdo crítico em torno da carcicultura e ao mesmo tempo prevê uma reivindicação e uma emancipação de atitudes das pessoas de Caravelas. Ao mesmo tempo, ele contribui de forma educativa para qualquer pessoa que o assista, sendo de Caravelas ou não acerca dos impactos ambientais desse tipo de cultura.

Enquadrando o vídeo às premissas do midiativismo, tem-se que se constitui em um espaço de fala alternativo, com temática de cunho local que foge à dinâmica da televisão brasileira. Em termos de comunicação, possibilita uma ampliação por representar novas formas comunicacionais, que ainda têm falhas, como a de distribuição de vídeos, por exemplo, mas ainda assim fomenta novos produtos culturais. Barbalho (2005) fala em democracia comunicativa: “Trata-se de dar voz aos grupos marginalizados por meio de mecanismos especiais de representação de forma que ajude a contrariar o estatuto dominante e as hierarquias culturais” (p. 55 e 56). Representa ainda uma forma eficaz e ágil de ativismo, já que a Coopex não foi implantada em Caravelas.

Numa concepção de França (2001), através desses novos espaços de fala, têm-se acesso a culturas marginalizadas e ampliação de conhecimentos sobre uma

variedade de assuntos que não seriam conhecidos de outras formas. Na situação do vídeo, o pescador, a marisqueira, o líder comunitário, o ambientalista adquirem um espaço de fala, eles representam os interesses de uma minoria e para isso negam a carcini-cultura e o discurso da “maioria”, dos empresários. Incluem um reposicionamento sobre as fazendas de camarão em um projeto de implantação da mesma.

Ainda sobre o midiativismo, tem-se a premissa de não envolver fins lucrativos, assim como no vídeo analisado não houve lucros em termos financeiros, mas sim o fato de terem conseguido desarticular a Coopex em Caravelas. Isso só foi possível porque parcela da população articulou e atuou ativamente ao expor sua opinião sobre o assunto e ter tido acesso a um canal de comunicação, no caso específico um produto videográfico, que buscou quebrar a lógica da dominação e ser uma alternativa às hegemonias. Assim o midiativismo atua com um suporte hegemônico, no caso o vídeo, mas em uma perspectiva contra-hegemônica.

Nós não estamos em um mundo onde haja instrumentos hegemônicos, de um lado, e, do outro lado, instrumentos contra-hegemônicos puros. Temos que usar contra-hegemonicamente instrumentos hegemônicos – entre eles obviamente, os meios de comunicação e a revolução da informação. (SANTOS apud FREITAS, 2009).

O midiativismo pressupõe uma intenção de mudar a realidade, como o desejo de mudar uma postura, representada em *É tudo mentira*, ao negar e contrariar as promessas da carcini-cultura. Implica ainda em envolver grupos em pequena escala, com pouca ou nenhuma verba, como no caso a Organização Arte Manha e do Cineclube Caravelas, que atuam com produções de custo zero ou incentivos de organizações não governamentais, por exemplo. Buscam ainda ganhos culturais e identitários que não encontram expressão em mídias hegemônicas, no caso analisado, a preservação ambiental, a pesca artesanal na Cidade de Caravelas.

(Comunicação comunitária) É sem fins lucrativos e se alicerça nos princípios de comunidade, quais sejam: implica a participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; a propriedade coletiva; o sentido de pertença que desenvolve entre os membros; a co-responsabilidade pelos conteúdos emitidos, a gestão partilhada; a capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; o poder de contribuir para democratização do conhecimento e da cultura (PERUZZO, 2006a, p.4).

Nesse sentido, a comunicação comunitária estabelece a cidadania ao atender as necessidades das comunidades na qual exercem alguma atividade. O midiativismo,

assim como a comunicação alternativa, popular, comunitária ou a mídia radical, funcionam como agentes de desenvolvimento ao possibilitar exaltação de diferenças culturais, ao se engajar politicamente em causas sociais, ao dar voz a excluídos e marginalizados, ao atuar ativamente dentro de movimentos sociais. Como conseqüência, há um efetivo exercício da cidadania e uma comunicação efetiva para educação.

As relações entre educação e comunicação se explicitam, pois as pessoas envolvidas em tais processos desenvolvem o seu conhecimento e mudam o seu modo de ver e relacionar-se com a sociedade e como próprio sistema dos meios de comunicação de massa (PERUZZO, 2006a, p. 18).

O vídeo produz como efeito a resposta da cidade de Caravelas em não aceitar a implantação da Coopex e a instalação de fato não acontecer. A intenção de uma comunicação lateralizada e efetiva ocorre baseando-se em premissas de preservação da identidade cultural local e em um canal midiático produzido localmente.

Ao analisar o conjunto da obra *É tudo mentira*, sabe-se que se refere a um conteúdo de ativismo, à medida que tenta difundir uma ideia de resistência à implantação das fazendas de camarão em cativeiro. Contribui ainda para o fortalecimento da identidade local, à medida que busca valorizar o local enfatizando as vocações da própria cidade.

Para Jaco Galdino (2013), coordenador da Organização Arte Manha,

o mais importante nesse trabalho é o envolvimento da comunidade e o desejo de fazer um trabalho voltado para as causas sociais, ambientais e culturais valorizando os saberes locais e ancestrais das comunidades tradicionais, além de dar voz a uma população excluída dos meios de comunicação de massa (Sic).

Independente da temática e da realidade representada, o vídeo simboliza uma mudança de lógica de produção audiovisual. Refere-se a uma ampliação nas formas comunicacionais. Chama atenção o poder de mobilização que este tipo de mídia pode adquirir, fato que coloca *É tudo mentira* na contramão da hegemonia e enaltece as vantagens do midiativismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou apresentar o vídeo *É tudo mentira*, da Organização Arte Manha, como um produto do midiativismo. Isso é possível, ao burlar a dinâmica limitada de produção audiovisual da televisão brasileira e criar um produto local que, apesar de ter semelhante suporte e linguagem, foge à dinâmica de hegemonia imposta pela TV em termos identitários e culturais e representa uma forma de ativismo dentro do movimento social.

O vídeo, apesar de não fazer claramente uma oposição aos veículos tradicionais de comunicação, representa uma contestação pelo fato de buscar criar seu próprio produto midiático, pela conscientização de não encontrar espaço nas mídias hegemônicas.

É tudo mentira mostra a realidade da “periferia da periferia” ao abordar uma problemática da pequena cidade baiana de Caravelas. Revela, através do discurso videográfico, um problema local, que na ocasião era a intenção de implantação da carcinicultura na região, mas faz isso através de um ponto de vista interno, já que o vídeo é produzido por caravelenses. A proposta era revelar os malefícios do camarão em cativeiro, a partir de depoimentos de pessoas que vivenciaram a experiência da carcinicultura, e desmistificar a proposta de desenvolvimento regional e salvação de problemas que permeava os apoiadores do projeto intitulado Coopex.

A partir do direcionamento dos trechos de entrevista às unidades de análise, foi possível estabelecer inferências que enquadram o vídeo *É tudo mentira* como produto de uma ação de midiativismo. Dentre as características do ativismo através da mídia na produção analisada, foi destacada a criação de conteúdo por um grupo minoritário, já que a ideia do produto partiu da Organização Arte Manha e do Cineclubes Caravelas, com parcerias de grupos ambientais. Estes, por sua vez, constituem-se como minorias ao encabeçarem um desejo de transformação social em contraposição àqueles que atuam em nome de uma maioria.

O conteúdo do vídeo é outra característica que permitiu a ligação do vídeo a uma forma de midiativismo, pois o discurso videográfico analisado representa diretamente uma forma de resistência a carcinicultura, além de imbuir, a quem assiste

ao vídeo, de informações que corroboram para a ideia de que as fazendas de camarão em cativeiro acarretam em malefícios ao meio ambiente e, no caso específico, a uma das fontes de renda da região, que é a pesca artesanal.

Além de contrariar e negar a carcinicultura, o discurso do vídeo permite a exploração de conteúdos que ressaltam características da identidade cultural local, sendo esta também uma indicação das ações do midiativismo, que valoriza a identidade e a cultura regional e não prioriza sínteses culturais, como faz a televisão aberta brasileira. Vê-se a exaltação da pesca artesanal, o trabalho de pescadores e marisqueiras e a preservação do meio ambiente.

Ao priorizar o local e descartar a dinâmica da industrialização de produtos, *É tudo mentira* faz uma crítica às hegemonias, que na ocasião estão concebidas pelos fazendeiros. Estes buscam lucro e incorporam uma produção industrializada, que “engole” o pescador e a marisqueira, além de atuar como liderança em nome do progresso e do desenvolvimento.

O midiativismo ainda é factível no vídeo, pela especificação de não aceitar o que é dispersado pelos veículos de comunicação de massa, por acreditar que estes vão seguir a lógica da dominação e da hegemonia. Para fugir a isso, a criação do vídeo em outros moldes, no caso a produção local, apresentou-se como mais adequada à dinâmica da Organização Arte Manha.

A Organização Arte Manha se apropriou do suporte videográfico e da linguagem televisiva para produção do vídeo *É tudo mentira*. Fez isso na intenção de estabelecer comunicação com seus pares, através de participação popular na construção do mesmo. Como consequência, pode-se afirmar que possibilitou ampliação das formas de comunicação, da educação sobre o tema carcinicultura e funcionou como instrumento de ativismo e resistência dentro de Caravelas. Constituiu-se espaço de voz, de fala, de discurso de uma minoria, privilegiando outras identidades, contrárias à síntese cultural, e permitiu um produto que se assimila como descentralizado da dinâmica de hegemonia da produção audiovisual.

O produto *É tudo mentira* é uma demonstração da refuncionalização da mídia, que sai dos moldes hegemônicos e permite ser mais democrática, ao abordar temáticas locais e conseqüentemente valorizar outros aspectos identitários e culturais que não ganham espaço na mídia tradicional. Permite ainda que a relação emissor - receptor seja reavaliada, podendo o povo ser protagonista e criador dos produtos.

O fato de a Coopex não ter sido instalada em Caravelas representa a vitória de um movimento de resistência, conseqüentemente reveste o vídeo de importância ao servir de comunicador e ponte em favor da educação, do ativismo, de mudança da realidade regional.

Colabora ainda para enquadrá-lo como ação do midiativismo o fato de o vídeo *É tudo mentira* não ter fins lucrativos; em seu lugar, lucros ambientais, pela preservação, e ganhos sociais, pela valorização das identidades culturais locais.

A problemática da comunicação não cede espaço para minorias, sendo pertinentes espaços alternativos de fala e discursos dos diversos grupos sociais que se representam e constroem sua identidade cultural local.

Os exemplos de comunicação alternativa como o *É tudo mentira* possibilitam análises de práticas sociais que se tornaram mais comuns, pela acessibilidade de produção audiovisual, e se constituíram como objetos de desejo pela centralização que a mídia tem na vida social. O vídeo é apenas uma das formas de exercer o midiativismo, que pode atuar de outras maneiras e em outros suportes, mas tem como semelhança de outros produtos a premissa da contra-hegemonia e uma ampliação das formas comunicacionais. Tais práticas não são originais nem apresentam novas fórmulas, mas representam a proliferação de ações que buscam ser uma alternativa à mídia tradicional e hegemônica. Chamam atenção pela capacidade de mobilização, por agregar valor à identidade cultural regional, por colocar as minorias como protagonistas de suas próprias histórias.

Ao confirmar que *É tudo mentira* se configura como produto do midiativismo, a intenção não foi associá-lo a uma forma diferenciada de atuação da comunicação popular e alternativa, mas exemplificar um processo midiático em termos de suporte, e contra-hegemônico em sua atuação. Como consequência, uma comunicação, democrática, aliada ao desejo de transformação, de ser resistência e que efetivamente atende a essas propostas. O vídeo analisado contribuiu para educação da população sobre o assunto da carcini-cultura, como exercício da cidadania ao permitir que as pessoas da comunidade expusessem seu ponto de vista sobre o assunto e como contra-hegemônico ao burlar a dinâmica de produção audiovisual e concretizar-se como resistência.

REFEFÊNCIAS

- ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das representações sociais. In: Moreira, Antonia S.P e Oliveira, Denize Cristina de (Orgs.) **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB, 2000.
- ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- ARMES, Roy. **OnVideo**. São Paulo: Summus, 1999.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso**. História e literatura. São Paulo: Ática, 2003.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BORDINI, Maria da Glória. **Estudos culturais e estudos literários. 2006**. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/viewFile/610/441>. Acesso em: jan. 2013.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: Leituras de operárias**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2003.
- CHARTIER, Roger. **A história cultural. Entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2003.
- CLINIO, Anne. **Mídias táticas no Brasil: dinâmicas de informação e comunicação**, 2011. Disponível em: http://tede-dep.ibict.br/tde_arquivos/1/TDE-2011-06-09T11:32:16Z-70/Publico/clinio2011.pdf. Acessado em: jun. 2013.
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.

DOWNING, John D.H. **Mídia radical**. Rebelia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

DUBBOIS, Philippe. **Cinema, video, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1990.

FRANÇA, Vera. **Convivência Urbana, lugar de fala e construção do sujeito**. 2001. Disponível em: seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3392/4320 . Acesso em: jan. 2013.

FONSECA JÚNIOR, Wilson C. da Fonseca. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FREITAS, Ricardo. Apagamento e visibilidade autorrepresentada: comunicação autóctone na periferia da periferia. 2009. Disponível em: <http://www.pacc.ufrj.br/z/ano6/2/ricardo.php>. Acesso em: jun. 2013.

FRIEDMAN, Jonathan. Ser no mundo: globalização e localização. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.) **Cultura Global**. Petrópolis, RJ:Vozes, 1990.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

IBGE-2010. Disponível em: www.ibge.gov.br/cidadesat. Acesso em: jun. 2013.

JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador: Edufba, 2000.

LAPLANTINE; NOUSS. **A mestiçagem**. Portugal: Instituto Piaget, 2002.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LAZARSELD, Paul. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (Org.) **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MAZETTI, Henrique. **Ativismo midiático, redes sociais e novas tecnologias de informação e comunicação** 2007. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0688-2.pdf>

MAZZARINO, Jane. **Fragmentos & discursos da cultura midiática**. Porto Alegre: Unisinos, 2000.

MINAMISAKO, Maria Celia C. **A questão da hegemonia em Gramsci**. São Paulo: Cabral, 1995.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

PAIVA, Raquel. Mídia e política de minorias. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Orgs). **Comunicação e Cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PENAFRIA, Manuela. **O Filme documentário**. História, identidade, tecnologia. Lisboa: Edições Cosmos, 1999.

PERUZZO, Cicília Maria k. **Direito a comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. 2006a. Disponível em:

<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0019/>.

Acesso em: maio 2013.

PERUZZO, Cicília Maria K. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. 2006b. Disponível em:

<http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia%2BPeruzzo%2B.pdf>. Acesso em: abr.

2013.

PINHEIRO, José Amálio de Branco. Mídia e Mestiçagem. In: PINHEIRO, José Amálio de Branco (Org.). **Comunicação & Cultura: barroco e mestiçagem**. Campo Grande: UNIDERP, 2006.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da Brasilidade. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal, o que é mesmo documentário**. São Paulo: Senac, 2008.

SANTORO, Luiz Fernando. **A imagem nas mãos. O vídeo popular no Brasil**. São Paulo: Summus, 1989.

SANTOS, Luísa Aquino. Estudo da interface entre ciberativismo e mídia radical alternativa nos movimentos de militância virtual *anti drogas e psicotropicus*. In: FREITAS, Ricardo O. (Org.) **Mídia alternativa: estratégias e desafios para a comunicação hegemônica**. Ilhéus: Editus, 2009.

SANTOS, Maria de Fátima de Souza. Representação social e identidade. In: MOREIRA, Antonia S. P.; OLIVEIRA, Denize Cristina de (Org.) **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB, 2000.

SILVEIRINHA, Maria João. Democracia e reconhecimento: repensar o espaço público. In: PAIVA; RAQUEL; BARBALHO, Alexandre (Orgs). **Comunicação e Cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA; RAQUEL; BARBALHO,, Alexandre (Orgs). **Comunicação e Cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÈTÈ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas, SP: papiros, 1994.

WAGNER, Wolfgang. Sócio-gênese e características das representações sociais. In: MOREIRA, Antonia S.P(Org.); OLIVEIRA, Denize Cristina de (Org.) **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB, 2000.

WOODWARD, Kathryn. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.