



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

“EU SOU O SAMBA”: UM ESTUDO SOBRE O SAMBA E SUAS REPRESENTAÇÕES NO JORNAL *O GLOBO*¹

Luiza Real de Andrade AMARAL²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Esta pesquisa pretende dar continuidade e aprofundar o estudo iniciado em 2006 (com o trabalho *O samba e suas representações*) ao investigar como o samba é representado no jornal *O Globo* em dois períodos distintos: de 1926 a 1928 e 2000 a 2002. A escolha do samba como objeto de estudo se deu devido à sua importância dentro da(s) cultura(s) brasileira(s). Mas, até chegar ao *status* pelo qual é conhecido nos dias atuais, o samba passou por alterações, influenciadas pelo desenvolvimento social brasileiro, pela indústria fonográfica e também pelos meios de comunicação. Por esta razão, decidiu-se pela realização de uma pesquisa que misturasse esses pontos: o samba e a relação entre mídia e representação.

PALAVRAS-CHAVE: samba; representação; mediação; identidade.

1. Introdução

Esta pesquisa pretende dar continuidade e aprofundar o estudo iniciado em 2006 com o trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, *O samba e suas representações*, no qual foram analisadas as representações do samba no jornal *O Globo* durante o mês de dezembro de 2005. Em “*Eu sou o samba*”: um estudo sobre o samba e suas representações no jornal *O Globo*, objetiva-se estender esse campo de análise ao investigar como o samba é representado no jornal *O Globo* em dois períodos distintos: de 1926-1928 e 2000-2002.

A escolha do samba como objeto de estudo se deu devido à sua importância dentro da(s) cultura(s) brasileira(s). Tanto no Brasil como no exterior, ele é visto como referência de “brasilidade”. Mas, até chegar ao *status* pelo qual é conhecido nos dias atuais, o samba passou por alterações, influenciadas pelo desenvolvimento social brasileiro, pela indústria fonográfica e também pelos meios de comunicação. Por esta

¹ Trabalho apresentado no II Seminário Interno PPGCOM UERJ – Grupo Temático: Representações e Sociabilidade.

² Aluna do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). E-mail: lulureal@oi.com.br.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

razão, decidiu-se pela realização de uma pesquisa que misturasse esses pontos: o samba e a relação entre mídia e representação.

Ao se analisar as representações do samba presentes em matérias do jornal *O Globo* publicadas em períodos históricos tão distantes, verificar-se-á se estas permaneceram ou se adquiriam significados diferentes. Desta forma, este trabalho será uma maneira de compreender de que maneiras as representações foram utilizadas, através dos veículos de comunicação de massa, como instrumentos de consolidação de uma “brasilidade”. Ou seja, será observado como o imaginário sobre a “identidade brasileira” vem sendo formulado ao longo de diferentes épocas da história do Brasil. Para o desenvolvimento dessas questões, a pesquisa irá abordar quatro campos teóricos — o das representações, o das mediações, o da identidade e o do samba.

É importante ressaltar que não se pretende, aqui, investigar as causas pelas quais as representações do samba no jornal *O Globo* foram construídas de determinada maneira. O que essa pesquisa almeja, além de identificar quais são estas representações, é conhecer melhor a relação entre mediação e as representações, verificando como o discurso midiático pode atuar no processo de circulação e consolidação de representações e na fundamentação de imaginários, como o de identidade nacional.

Ademais, o jornal *O Globo* foi escolhido não só por sua abrangência no estado do Rio de Janeiro, mas também pelo fato de que, desde o seu início, eram publicadas com destaque informações sobre samba, sambistas e carnaval. Fundado em 1925, pelo jornalista Irineu Marinho (em parceria com Herbert Moses e Justo Morais), *O Globo* vendia, a princípio, cerca de 33 mil exemplares. Nesta época, as edições eram impressas em uma rotativa alugada, na redação localizada no Largo da Carioca. Já no ano seguinte, a publicação apresentava a coluna *O Globo e o carnaval*, o que possibilitou a presença de representantes do veículo em eventos como os desfiles de blocos e reuniões de agremiações carnavalescas pelas ruas do centro da cidade do Rio de Janeiro. Atualmente, *O Globo* é produzido no parque gráfico mais moderno do Brasil e é lido por mais de 260 mil pessoas nos dias úteis. Durante o carnaval, possui um caderno especial diário sobre os desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro e oferece o prêmio Estandarte de Ouro para as melhores agremiações.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

Como resultado, esta dissertação pretende poder fornecer dados que auxiliem futuros trabalhos que lidem diretamente com o tema cultura, como o jornalismo cultural. Além disso, pesquisa também poderá ser consultada para estudos relacionados à temática da história cultural, principalmente sobre o samba e também sobre alterações de comportamento, hábitos culturais da sociedade brasileira nas épocas analisadas.

2. As alterações ao longo da pesquisa

Até este momento de orientação, a pesquisa sofreu poucas alterações. Estas, porém, se concentram no âmbito do seu embasamento teórico. Atualmente, ao invés da utilização do conceito de representação social (proveniente do campo da Psicologia Social), será usada a conceituação de representação presente nos estudos da Sociologia e da História. Por esta razão, estão sendo estudados outros autores como Émile Durkheim, Roger Chartier e Sandra Jahatay Pesavento. Além disso, como será trabalhada um dos principais aspectos da nossa cultura, o samba, optou-se por aprofundar nossa base teórica sobre cultura brasileira, revisando autores como Renato Ortiz, Nelson Werneck Sodré, Roberto Da Matta e Muniz Sodré.

Já no campo dos procedimentos metodológicos, a única alteração realizada foi a retirada das entrevistas com integrantes de alas de Velha Guarda, que não contribuiriam para o embasamento teórico sobre samba quanto imaginávamos anteriormente. A forma de análise do material – a metodologia utilizada e aprovada em nosso primeiro trabalho, *O samba e suas representações* – não foi modificada.

3. O desenvolvimento teórico da pesquisa

3.1 Representações: tramas entre indivíduos e sociedade

Para realizar este presente trabalho sobre como o samba é representado no jornal *O Globo* em dois períodos distintos (de 1926 a 1931 e de 2000 a 2005), é preciso definir quais abordagens sobre as representações serão utilizadas para servir de base para estas análises. Após o levantamento de diferentes referências sobre as representações – entre elas as presentes na teoria das representações sociais (da Psicologia Social) – os estudos realizados pela Antropologia, Sociologia e História foram considerados os mais adequados à proposta desta pesquisa.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

As representações vão além de simplesmente tornar próximo algo antes visto como exótico, conforme afirmava Moscovici, na teoria das representações sociais (1983): elas são responsáveis pela formação e identificação de grupos sociais e, como consequência, também ajudam a organizar a sociedade. Conforme Pesavento, as representações: “são matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, dotadas de força integradora e coesiva, bem como explicativa do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem da realidade” (2004, p. 39).

O “sentido ao mundo” formulado através das representações pode também ser identificado como sociedade, já que é comum estudiosos da Antropologia, Sociologia e História a considerarem como algo além do ambiente natural dos seres humanos. De acordo com Durkheim, “(...) uma sociedade não é constituída simplesmente pela massa dos indivíduos que a compõem, pelo solo que ela ocupa, pelas coisas que se serve, pelos movimentos que realiza, mas antes de tudo, pela idéia que ela faz de si mesma” (1989, p. 500).

Este pensamento é similar ao proposto pelo sociólogo alemão Georg Simmel para a definição da cultura: “*the maximum development of a person’s potential from its natural*”³ (Apud FRISBY; FEATHERSTONE, 1997, p. 42).

Mas como surgem as representações? Elas nascem da reunião e cooperação dos homens que, através de processos comunicativos, emaranham as suas percepções e sentimentos sobre o real. Desta mistura, surge um conhecimento mais elaborado do que suas necessidades e percepções individuais. Um conhecimento coletivo e impessoal que define, resume e exhibe as características de seus similares. Um conhecimento que o (re)educa a entender os outros componentes da sociedade. Afinal:

Pelo simples fato de que a sociedade existe, existe também, fora das representações e das imagens individuais, todo um sistema de representações que gozam de propriedades maravilhosas. Por meio delas os homens se compreendem, as inteligências penetram umas nas outras. (...) Desde então o indivíduo se dá conta, pelo menos obscuramente, que acima de suas representações privadas existe um mundo de noções-tipo pelos quais é obrigado a regular as suas idéias; entrevê todo um reino intelectual do qual participa, mas que o supera. (DURKHEIM, 1989, p. 515).

³ “O desenvolvimento máximo do potencial de uma pessoa a partir do seu estágio natural” (tradução livre).



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

Portanto, pode-se dizer que as representações têm como função apresentar na esfera social uma necessidade. Uma necessidade, porém, decodificada coletivamente, sem interferências particulares. Ou seja, as representações têm como base a substituição: representar é apresentar de novo algo na sociedade. Esta relação de correspondência entre o “representante social” e o “representado real” não se dá de forma transparente, mas sim através de uma construção simbólica. Deste modo, compreender uma representação é um processo complexo, que inclui percepções, julgamentos, reconhecimentos e classificações.

Isso quer dizer que as representações não são um espelho do que elas reapresentam. Elas agem como a exteriorização do elo de um grupo social, responsáveis por expor como indivíduos de determinados grupos devem perceber os fenômenos que acontecem ao seu redor. Contudo, os processos de transferência realizados pelas representações ocorrem de formas diferentes.

Primeiro, a relação entre representante e representado pode se dar através da substituição que leva à efetiva presentificação do que está ausente. Ela é “instrumento de um conhecimento mediato que faz ver um objeto ausente através da sua substituição por uma ‘imagem’ capaz de o reconstituir em memória e de o figurar tal como ele é” (CHARTIER, 1988, p. 20). A representação, assim, adquire a identidade, poderes e atributos do que será representado, marcando a sua continuidade e a estabilidade. Outra forma de representação se dá pela relação de total substituição (e não mais de presentificação) do representante pelo representado, através de um simbolismo mais elaborado. Desta vez, a representação acontece pela exposição de imagens, objetos, performances e ritos não-miméticos, que mostram aos indivíduos de um grupo o que está sendo representado.

Embora existam mecanismos que auxiliem na propagação de representações, não necessariamente elas serão totalmente aceitas por grupos sociais diversos. Isso porque há um processo freqüente durante esta luta simbólica que resulta no desvio dos objetivos das representações. A este processo dá-se o nome de reapropriação.

Apropriar-se de uma representação é não recebê-la de forma passiva, mas sim acrescentar suas próprias percepções sobre aquele objeto. É:

(...) assimilar a mensagem e incorporá-la à própria vida – um processo que algumas vezes acontece sem muito esforço, e outras vezes requer



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

deliberada aplicação. É adaptar a mensagem à nossa própria vida e aos contextos e circunstâncias em que a vivemos; contexto de circunstâncias que normalmente são bem diferentes daqueles em que a mensagem foi produzida. (THOMPSON, 2005, p. 45).

A representação, então, transforma-se em uma outra coisa, não traduzindo os valores de um só grupo social. É por esta razão que considera-se, aqui, uma difícil possibilidade encontrar representações dominantes. Isso quer dizer que as representações que definiriam as dicotomias entre grupos sociais não os atingem da mesma maneira. As suas percepções passam por um jogo de reemprego e de desvio de significado: passam por uma reapropriação. Logo, o estudo das representações tem que centrar sua atenção “nos empregos diferenciados, nos usos contrastantes dos mesmos bens, dos mesmos textos, das mesmas idéias” (CHARTIER, 1988, p. 136).

Tal concepção sobre representações servirá de base para a pesquisa, pois apresenta a relevância de se estar atento não só à produção (pura redação) das matérias jornalísticas, já que observou-se que a leitura de um texto deve ser vista, na verdade, como uma outra forma de produção criativa, pois o leitor se reapropria das percepções e representações propostas pelo autor criando outras novas.

Portanto, a fim de averiguar quais as representações presentes no jornal *O Globo*, não será efetuada somente análise das construções lingüísticas das matérias do periódico, mas também estudos dos contextos históricos em que elas foram divulgadas e dos grupos sociais que entram em contato com elas.

3.2. Mediações: a cultura dos meios

Diversas são as linhas de pensamento que abordam o campo da Comunicação. Muitas, contudo, focam os seus estudos na ação dos meios, ou seja, no seu teor de transmissibilidade. Logo, a Comunicação não seria considerada como um espaço de interação social nem como um ambiente fértil para a circulação e apropriação de representações e, por conseguinte, para a criação de imaginários. A Comunicação é vista como algo exterior ao campo da cultura.

Comunicar, porém, também pode ser visto como um intercâmbio, um fluxo. Observa-se, então, que a Comunicação vai além de uma simples (e fria) troca de informação na qual cada elemento participante possui um papel fixo e intransferível: ela



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

torna-se campo de experimentação e da resignificação dos códigos (GONÇALVES, 2003, p. 11). É com base nesta concepção – de Comunicação como um espaço de criação, de comunhão e de troca simbólica – que se desenvolve esta pesquisa.

De acordo com esta visão também estão os estudos de Jesús Martín-Barbero. Para o autor, a Comunicação deve ser observada como um processo, como um caminho que dinamiza a sociedade. É por isso que “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para diferentes temporalidades e para pluralidade de matrizes culturais.” (2006, p. 261).

As mediações caracterizam-se como formas através das quais a hegemonia (o discurso que articula uma sociedade) transforma o significado das vidas em comunidade (Ibid., p.265): elas são dispositivos que possibilitam a apropriação do sentido das diferentes mensagens que circulam pela sociedade. Através das mediações um enunciado, ao ser reapropriado por quem o recebe, é reinterpretado e reformulado e pode ganhar outros significados (diferentes daqueles propostos inicialmente por quem o produziu). Em suma, as mediações atuam “fundamentalmente, como um conjunto de fatores estruturantes, que organizam a percepção e a apropriação da realidade por parte do agora mais do que nunca ativo receptor” (SANTI e RONSINI, 2008, p. 106).

Com isso, pode-se observar que as mediações possibilitam uma maior interação entre diferentes grupos sociais. Todos são ao mesmo tempo enunciantes e enunciatários. Melhor dizendo: todos emitem, recebem, reinterpretam e resignificam mensagens. Logo, através de suas mediações, os grupos possibilitam a circulação de representações que serão conhecidas por outros grupos que, posteriormente, irão reapropriá-las:

Dessa forma, a partir da concepção das mediações, é possível transpor os estudos da comunicação para outro patamar. Eles são transferidos do espaço restrito dos meios para o amplo espaço da cultura, e mostram que as mediações têm uma relação direta com o processo de comunicação, uma vez que esse não se estabelece de maneira linear e simétrica. A partir de então, admite-se a existência de uma relação entre diferentes públicos, mediatizada pelos contextos em que o processo de comunicação se estabelece. (Ibid., p. 106).

Mas qual o papel dos meios de comunicação na sociedade? Eles são instrumentos de mediação, já que “o que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação”



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

(GREGOLIN, 2007, p. 16). Por isso, no âmbito das mediações, o “receptor” não é mais um ser passivo e obediente às mensagens que recebe. Ele tem papel ativo na reformulação do sentido do que está sendo divulgado pelos meios. Como afirma Cruz, deve-se:

(...) investigar de que forma a mídia produz a informação, o que pressupõe articulações de cunho interno e externo, regras, aspectos técnicos e visões de mundo. (...) Assim, esse produto chegará depois ao âmbito da recepção e terá, por conseguinte, os mais diversos desdobramentos (usos), levando em conta também um contexto particular (*Apud SANTI e RONSINI, p. 105*).

Observa-se, então, que os meios de comunicação facilitam a disseminação e a circulação de representações, aumentando as relações entre diferentes grupos sociais. Por possibilitar o fortalecimento das trocas simbólicas por estes grupos, os meios também se tornam relevantes no processo de formação de identidades. Conforme acrescenta Gregolin, “o trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente desempenhadas pelos mitos – a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos” (2007, p.17).

Desta forma, é possível afirmar que os meios de comunicação e as mediações que eles proporcionam também auxiliam o processo de construção do imaginário da identidade nacional, pois facilitam a propagação de representações de cunho nacionalistas, que, de acordo com Renato Ortiz, se distinguem das demais por não pertencerem a um determinado grupo, já que:

A memória nacional opera uma transformação simbólica da realidade social, por isso não pode coincidir com a memória particular dos grupos populares. O discurso nacional pressupõe necessariamente valores populares e nacionais concretos, mas para integrá-los em uma totalidade mais ampla. (2006, p.138)

E é justamente este discurso nacional que será veiculado pelos meios. Todavia não se pode esquecer que este discurso passará por mediações e será reapropriado antes de formular o conceito de nacionalismo. Em seu estudo sobre os meios e as mediações, Martín-Barbero dedica atenção ao desenvolvimento deste processo na América Latina e ressalta que, até os primeiros anos do século XX, os países latino-americanos ainda não se destacavam como territórios simbolicamente unos. Com regiões amplas e,



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

geralmente, de difícil acesso, a organização social destes países se baseava principalmente na fragmentação, nas identidades múltiplas:

Das lutas pela independência até a reorganização do imperialismo no começo do século XX, a dinâmica básica foi de fragmentação e dispersão: o rompimento quase permanente das precárias formações nacionais pelas novas metrópoles. Se é verdade que as diferentes formações nacionais tomam rumos e ritmos diversos, também se pode dizer que essa diversidade vai sofrer desde os anos 1930 uma readequação fundamental e de conjunto. A possibilidade de “formar nações”, no sentido moderno do termo passará pelo estabelecimento de mercados nacionais, e estes, por sua vez, serão possíveis em virtude de seu ajuste às necessidades e exigências do mercado internacional. (2006, p. 217).

A partir da década de 20, com o crescimento da industrialização e do desenvolvimento urbano da maioria desses países, se intensificaria a possibilidade de formação de identidades nacionais. As novas estruturas políticas e econômicas latino-americanas permitiram também o surgimento de uma nova burguesia (diferente das oligarquias agrárias) que buscava a inserção de seus países na conjuntura internacional.

Porém, é nos anos 30 que observa-se o primeiro desenvolvimento intensivo dos meios de comunicação de massa, o que facilitou o processo de disseminação de discursos nacionais. Não é à toa que Martín-Barbero credits ao período de 1930 a 1950 a primeira etapa do processo de implantação da mídia e da constituição do massivo nos países latino-americanos. Para o autor, “o papel decisivo que os meios massivos desempenham nesse período residiu em sua capacidade de se apresentarem como portavozes da interpelação que a partir do populismo convertia as massas em povo e o povo em Nação” (2006, p.233).

É durante esta primeira etapa que se desenvolvem o cinema, o rádio e o jornalismo sensacionalista, importantes mediadores do “nacional”. Através deles habitantes das regiões mais dispersas puderam conhecer o que se passava no centro de sua nação. Porém,

(...) como os meios proporcionam mediações e os “receptores” não assimilam pacificamente uma mensagem, só ganham ares de nacional as representações que após serem reapropriadas continuam a ser entendidas como tais. Ou seja, os meios traziam a “interpelação que vinha do Estado, mas que só foi eficaz na medida em que as massas reconheceram nela algumas de suas demandas mais básicas e a presença de seus modos de expressão” (Ibid., p. 233)



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

O cinema e o rádio têm como ponto comum o uso da música como ferramenta de mediação entre o regional e o nacional, promovendo “uma integração musical latino-americana” que torna possível a popularidade de certos gêneros musicais entre vários grupos sociais. Devido a este sucesso, alguns ritmos começaram a ganhar *status* de nacionais, como o tango na Argentina e o samba no Brasil.

Porém, para se tornar nacional a música deveria, antes de tudo, ser popular no sentido de fazer a mediação entre as sonoridades regionais (tradicionalistas) e as urbanas (contemporâneas). Ou seja, as músicas nacionais deveriam realizar a reapropriação das características destes dois pólos culturais, transformando-as numa outra canção, que não é essencialmente folclórica nem erudita (européia), mas sim um meio-termo, uma sonoridade nova e diferente de qualquer outra no cenário internacional. É por este motivo que a música nacional tornou-se um dos instrumentos de mediação para a construção do nacionalismo.

De volta à perspectiva de Martín-Barbero, será na década de 60 que conheceremos a segunda etapa da implantação da mídia e da constituição do massivo na América Latina. A partir deste período, os países latino-americanos são seduzidos pela promessa do desenvolvimento. Desenvolver-se significava progredir economicamente, já que a maior circulação financeira aumentaria a distribuição de bens; e mais bens no mercado significariam a diminuição da desigualdade e o fortalecimento da democracia. Este desenvolvimentista refletiu-se também na organização dos meios de comunicação de massa:

(...) nos “anos do desenvolvimento” o *massivo* passa a designar apenas os meios⁴ de homogeneização e controle de massas. A massificação será detectável mesmo onde não houver massas. E de mediadores, a seu modo, entre o Estado e as massas, entre o rural e o urbano, entre tradições e modernidade, os meios tenderão cada vez mais a constituírem-se no lugar da simulação e da desativação dessas relações. (BARBERO, 2006, p. 252)

Apesar do cinema e do rádio também se adaptarem a esta nova tendência, foi o surgimento da televisão que serviu de marco comunicacional para a “democracia desenvolvimentista”. Mantida através de anúncios publicitários, é a televisão que perpetuará a lógica da massificação “mesmo onde não houver massa”, já que ela tende a

⁴ Grifos do autor.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

absorver as diferenças entre os grupos sociais, produzindo um público mais homogêneo e mais rentável economicamente.

E esta homogeneização dos públicos tornou-se característica em outros segmentos comunicativos. A música novamente serve como exemplo, porque passou a também ser concebida para agradar um grande público, através da disseminação da sonoridade *pop* (de popular). E, por isso, a receita de composição *pop* norte-americana e européia também chegou às músicas latino-americanas, que passaram a acrescentar novos instrumentos (mais modernos, como sintetizadores e teclados) às suas canções. É a estética da música que se perpetua pela televisão através, principalmente, do modelo MTV de produção fonográfica.

No fim dos anos 80, todavia, o cenário dos meios de comunicação de massa na América Latina sofre nova interferência com a disseminação das “novas tecnologias” como o satélite, a televisão a cabo e, mais tarde, a internet. Mais uma vez, a rapidez com o que tais meios se propagaram expõe como os países latino-americanos se mostraram dispostos a estarem inseridos igualmente no contexto global da Comunicação. É a inserção no salto “do qual nenhum país pode estar ausente sob pena de morte econômica e cultural” (BARBERO, 2006, p. 255).

Nesta confusão de apropriações, acabam surgindo diversos conflitos sobre a compreensão da cultura. Para Denise Siqueira:

(...) as redes digitais de comunicação geram uma sensação de perda de referenciais culturais, históricos e sociais. Na tentativa de apreender esse fenômeno, ganhou espaço o pensamento de que o distanciamento do “humanismo” pela técnica seria o resultado do advento de um mundo acirradamente técnico e artificial, que, fugindo ao controle, subjugaria toda a humanidade aos imperativos da virtualidade e velocidade. De outro lado, despontaram interpretações que elegeram as novas tecnologias como responsáveis por uma democratização da cultura e do saber ou como espaço interativo – capaz de redirecionar todo o processo de comunicação, suscitando novas formas de sociabilidade (2008, p. 101-102)

É neste novo (e turbulento) contexto que surge uma importante questão sobre a influência dos meios na construção da identidade nacional: o conflito entre a busca por uma volta aos movimentos culturais mais tradicionais e a hegemonização cultural dos públicos internacionais.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

Neste novo cenário, pode-se mais uma vez compreender a circulação da música como um instrumento de mediações. Primeiro, a própria composição musical novamente atua como o meio-termo entre o “moderno” e o “tradicional” ao unir características destes dois pólos em uma nova música, como acontece nos movimentos do *eletrotango* e *drum'n'bossa*, que misturam sons eletrônicos aos famosos ritmos argentino e brasileiro.

Observou-se, neste breve estudo, como os textos – além de bens culturais – são dispositivos de mediação e o quadro evolutivo da contribuição da mídia na construção do imaginário de “identidade nacional”. E também analisou-se de que forma a música serviu de dispositivo mediador entre os ideais “populares” e “elitistas” de um país, tornando-se símbolo de nacionalismo e como ela foi, então, utilizada através da mediação de diferentes meios como ferramenta de criação desta identidade nacional.

4. O desenvolvimento empírico da pesquisa

A primeira etapa metodológica efetuada neste trabalho envolveu uma extensa pesquisa de referências bibliográficas (livros, artigos e dissertações) sobre samba, representações, mediações e identidade, realizada em bibliotecas (entre elas a Biblioteca Nacional e a do Centro Cultural Banco do Brasil) e acervos particulares.

A pesquisa de referências envolveu investigações históricas sobre o samba, tendo como foco a relação entre este gênero musical e os meios de comunicação. Também foi averiguada a história do jornal *O Globo*, para que se pudesse entender como este veículo de comunicação se tornou o jornal o mais lido no estado do Rio de Janeiro e conhecermos as suas mudanças editoriais. Em relação às representações, às mediações e à identidade, a pesquisa de referência possibilitou uma compreensão mais aprofundada sobre os conceitos que fomentaram a base teórica deste trabalho.

Após este levantamento bibliográfico, foi feita a coleta documental de textos do jornal *O Globo* que citassem ao menos uma vez a palavra samba, divulgados entre 1926 e 1928 e 2000 e 2002⁵. A procura pelos textos publicados entre 1926 e 1928 foi realizada exclusivamente na Biblioteca Nacional, através de visitas semanais à

⁵ Inicialmente, a dissertação objetivava abranger períodos maiores para análise (de 1926 a 1931 e de 2000 a 2005), contudo, devido ao grande número de material encontrado, decidiu-se por diminuir a amostragem a fim de efetuar-se uma avaliação mais cuidadosa.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

instituição. As visitas – ao menos duas por semana, com duração mínima de duas horas – ocorreram de janeiro a junho de 2008.

Para encontrar matérias sobre samba, foi realizada a leitura completa de todas as edições do jornal *O Globo* publicadas nos meses de fevereiro de 1926, 1927 e 1928 (disponíveis por meio de microfílmagens). É importante ressaltar que, neste período, o jornal *O Globo* possuía três edições às segundas-feiras (12h, 17h e 19h) e duas edições de terça-feira a sábado (17h e 19h) – aos domingos não havia circulação do periódico. Já as amostras de 2000 a 2002 foram pesquisadas através do arquivo e da ferramenta de banco de dados digital do jornal *O Globo*, no dia 23 de Junho de 2008. Para restringir a busca, foram utilizados os critérios “palavra-chave” (samba) e “data” (do primeiro ao último dia do mês de fevereiro de cada ano).

Com o levantamento documental do material do jornal *O Globo*, foi encontrada uma variedade de informações sobre o samba. Para conhecer os seus significados, efetuou-se, durante a segunda etapa do processo metodológico, a análise das reportagens selecionadas. Após a coleta, as amostras foram lidas para se ter o conhecimento inicial dos assuntos abordados em seus conteúdos. Neste momento, o objetivo foi simplesmente saber sobre o quê falam os textos, sem ter interesse em avaliar menores detalhes como a presença de determinadas estruturas de linguagem ou códigos.

Depois, foi o momento de iniciar uma leitura mais criteriosa. Nesta etapa, o material foi relido, levando em consideração as impressões ele traz sobre o samba. Na primeira vez que esta análise foi efetuada, verificou-se que o uso de determinadas expressões, verbos e adjetivos (como “frequentadora *assídua* de rodas de samba” e “o samba do Bip-Bip *abriu espaço* para o ritmo de Tom e Vinícius”⁶) favorecia à construção de grupos representativos sobre o objeto estudado.

Ao fim deste exercício, será iniciado o processo de categorização das representações encontradas até então. Para realizar essa nova classificação, as matérias serão inseridas (e interpretadas) numa tabela classificatória, referente a cada ano estudado, que possibilitará a identificação e a descrição das categorias encontradas nos textos. Abaixo, pode ser observado um modelo da tabela utilizada durante a pesquisa:

⁶ Estes exemplos foram retirados do nosso trabalho anterior, *O samba e suas representações*.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

<i>Jornal O Globo – mês e ano</i>			
Matéria	Data, página e editoria	Categoria de samba	Frase significativa

A etapa final deste procedimento metodológico será a avaliação comparativa dos dados encontrados nas análises das edições do jornal *O Globo* publicadas entre 1926 e 1928 e entre 2000 e 2002. A principal meta é avaliar se há alteração nos resultados finais de cada análise. Ou seja, se as representações do samba são vistas da mesma forma ou de maneiras divergentes nos dois momentos. Contudo, esta análise comparativa não poderia acontecer caso não tivesse sido feito o levantamento teórico sobre representações, mediações e identidade e também sobre os contextos histórico-sociais do desenvolvimento do samba no Brasil, ao longo da primeira etapa deste trabalho.

Desta forma, também será possível articular se as categorias representativas sobre samba presentes nos textos de *O Globo* foram utilizadas pelo jornal como ferramenta para a construção da idéia de identidade cultural brasileira. E, se este uso for comprovado, também será observado como ele se concretizou perante os diferentes cenários da formulação do conceito de identidade e quais as suas características.

5. Referências bibliográficas

BARBERO, Jesús Martín. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 4. ed. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2006.

CHARTIER, Roger. *História cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: editora Bertrand Brasil, 1988.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa*. 2. ed. São Paulo: editora Paulus, 1989.

DURKHEIM, Émile. *Sociologia e filosofia*. São Paulo: editora Forense, 1970.

FRISBY, David, FEATHERSTONE, Mike (org). *Simmel on culture: selected writings*. Londres: Sage publications, 1997.

GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das letras, 2006.



II SEMINÁRIO INTERNO PPGCOM

Rio de Janeiro | RJ | 4 a 5 de dezembro de 2008

- GONÇALVES, Fernando. Comunicação e experimentações com a linguagem na performance. *Logos*, Rio de Janeiro, v.10, n. 18, p. 126-146, 1 sem. 2003.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. *Comunicação, mídia e consumo/ESPM*. São Paulo, ano 4, v. 4, n. 11, p. 11-25, novembro de 2007.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigação em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. . *História e história cultural*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- SANTI, Vilson Junior Chierentin, RONSINI, Veneza Veloso M. Um protocolo analítico para os estudos de comunicação: mediações na pedagogia crítica da mídia. *Líbero*, São Paulo, Ano XI, v. 21, p. 99-110, junho 2008.
- SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Comunicação e ciência: estudo de representações e outros pensamentos sobre mídia*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 7. ed. Petrópolis: editora Vozes, 1998.