

# Sentidos de identidades culturais produzidos na recepção midiática do Balé Folclórico de Teresina

Janete de Páscoa Rodrigues

## RESUMO

Esta pesquisa visa compreender os sentidos identitários construídos na recepção midiática do Balé Folclórico de Teresina (BFT), no Piauí. A metodologia, de natureza qualitativa, fundamentou-se na aplicação de entrevistas junto a amostra composta por 12 receptores moradores de Teresina-PI. Estes foram dinamizados mediante exposição de um DVD mostrando diversas danças folclóricas piauienses. Os receptores constroem sentidos identitários numa esfera de unicidade cultural acerca dos piauienses e dos nordestinos. Sentidos de exclusão social foram manifestados quando os receptores fazem alusão à miséria econômica do povo piauiense e nordestino em razão das secas. Sentidos de tradição foram verificados na recepção quando estes esboçaram resistência às reformulações coreográficas feitas nas danças folclóricas mostradas pelo BFT. Outros receptores expressaram sentidos de tradução cultural ao defenderem inovações nas danças folclóricas locais. Concluímos que as mensagens midiáticas do BFT agiu como mediador e co-produtor de múltiplos sentidos identitários culturais junto aos receptores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia. Recepção. Identidade cultural. Piauí.

## 1 Introdução

A grande dimensão territorial brasileira constitui diversidades socioculturais entre suas regiões as quais são determinadas por fatores etnográficos, históricos, geográficos e outros que marcam o caráter mestiço do Brasil em relação às suas populações internas. Nesse contexto, a mídia se insere como agente minimizador de distâncias espaciais e temporais ao confrontar as culturas das diferentes regiões do país por meio dos diversos dispositivos midiáticos existentes hoje.

Denys Cuche (1999) lembra que um dos sentidos de cultura amplamente aceito e usado atualmente é o que remete aos modos de vida e de pensamento dos sujeitos sociais. Falar sobre cultura implica falar no que é exclusivo ao ser humano. A cultura, por sua vez, oferece a possibilidade de conceber a unidade do homem na diversidade de seus modos de vida e de crenças, enfatizando, conforme o entendimento de quem a analisa, a unidade ou a diversidade.

Para um entendimento de identidade, Silva (2000) sugere retornarmos ao conceito de representação, que inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos. É por meio dos significados produzidos pelas representações que os seres humanos dão sentidos às suas experiências. Neste aspecto, a mídia participa hoje ativamente em nossas decisões sobre como e que posição de sujeito particular devemos ocupar no mundo, e os anúncios da mídia só serão “eficazes” no seu objetivo de nos vender sentidos e “coisas”, se fornecerem imagens com as quais possamos nos identificar (SILVA, 2000).

O Piauí, por sua vez, considerado estado periférico em relação aos grandes centros de decisão do País, caracteriza-se como uma sociedade que vivencia padrões midiáticos que privilegia as culturas elaboradas e ofertadas pelos estados da região central do Brasil. O que pode promover nos sujeitos locais novas formas de agir e de pensar sua cultura ao incluir materiais oriundos de diferentes realidades socioculturais.

Outra perspectiva assumida pelas culturas ditas periféricas ou locais que surge em meio a esse processo de aparente homogeneização cultural seria o movimento de resistência e enfrentamento às culturas externas pelos sujeitos locais, as quais resultam em negociações entre as ofertas globais e as locais. A mídia, mais uma vez, penetra nesse contexto e o inclui em suas lógicas de produções midiáticas, e as culturas locais passam a integrar as formulações culturais, muitas vezes a partir da espetacularização da cultura pautada na idéia do “exótico”.

Canclini (2001) afirma que o patrimônio é o melhor lugar

de sobrevivência atual da ideologia dos setores oligárquicos, ou seja, do tradicionalismo substancialista. Os poderes hegemônicos incorporaram neste propósito alguns bens populares, denominados de “folclore”, marca que indicava tanto suas diferenças com respeito à arte quanto à sutileza do olhar culto, capaz de reconhecer até nos objetos dos “outros” o valor do genericamente humano. Nesse propósito, os meios de comunicação de massa mostram-se muito bem sucedidos porque alcançam audiência de milhões de pessoas, onde tanto as empresas midiáticas como o Estado avaliam seus resultados mediante a quantificação de seus públicos, mas quase nunca realizam estudos qualitativos sobre como se processam essas mensagens na esfera da recepção midiática.

Os sujeitos piauienses, a exemplo da maioria das sociedades culturais contemporâneas sofrem com inquietações acerca de suas identidades frente às demais culturas nacionais. Assim, apresenta-se como objeto de estudo viável para tentarmos buscar respostas sobre as concepções dos próprios sujeitos piauienses acerca dessas questões identitárias culturais na perspectiva daquilo que Canclini (2000) comenta acerca da ausência de estudos com foco na qualidade das mensagens recebidas quando o patrimônio cultural é produzido midiaticamente e ofertados pelas classes hegemônicas.

O BFT, por sua vez, constitui-se num fenômeno artístico cultural criado pelo poder público local alvejado pelo assédio da mídia local, onde é enunciado, entre outros, como um agente de “resgate”, de “manutenção” e de “representação” da cultura piauiense. Essas referências midiáticas sobre o grupo, quase sempre de caráter celebrativo e apologético, contemplam objetivos das forças locais quanto à atração de investimentos dentro dos preceitos da indústria cultural. Isto é, como forma de manter a sobrevivência do Piauí como cultura periférica inserida na nova ordem social capitalista de produção de bens simbólicos e culturais a serem comercializados com apoio da mídia.

Portanto, esta pesquisa teve como objetivo, compreender o processo de construção de sentidos de identidades culturais dinamizados a partir das interações entre receptores midiáticos do Balé Folclórico de Teresina e as ofertas discursivas/imagéticas midiáticas propostas pelo grupo. Para tanto, foram mapeados e analisados elementos identitários culturais presentes nas falas desses receptores após exposição de mensagens televisivas apresentando coreografias do BFT aos sujeitos receptores.

As estratégias metodológicas empregadas no desenvolvimento do estudo se pautaram no emprego de recursos audiovisuais (DVDs), cujos conteúdos eram espetáculos coreográficos do BFT tematizando danças folclóricas do Piauí (“A Dança do Calango”, “Cavalo Piancó”, “Reisado” e outras). Após isso foram aplicadas

entrevistas semi- estruturadas e abertas aos receptores no período de oito a 31 de janeiro de 2010. A amostra foi composta por 12 pessoas escolhidas de forma aleatória e mediante convite pessoal feito pela pesquisadora com propósito de compor um grupo amostral diversificado quanto ao perfil individual. Todos os receptores residem na cidade de Teresina/PI, sendo seis homens e seis mulheres, com níveis de escolaridade entre o ensino fundamental e o ensino superior completo. Todos os receptores investigados tinham experiências midiáticas com o BFT antes do contato promovido para fins deste estudo, ou seja, antes de assistirem as coreografias apresentadas no DVD produzido e aplicado pela pesquisadora.

O método utilizado foi o analítico descritivo sob uma abordagem qualitativa. Conforme Rudio (2008), a pesquisa qualitativa é indicada para estudos que se preocupam com o estado subjetivo dos sujeitos investigados, ao buscar descrever e interpretar os dados coletados. Já Marconi; Lakatos (2009, p.6), discorrem que a pesquisa descritiva aborda quatro aspectos de um estudo: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos e suas funcionalidades no presente. O método analítico pode ser entendido conforme Thomas; Nelson (1996), como sendo um estudo que envolve a avaliação aprofundada dos dados disponíveis a fim de explicar o contexto de um fenômeno.

## **2 Sentidos de identidades culturais acionados na recepção midiática do Balé Folclórico de Teresina - BFT**

Os estudos de Martín-Barbero (2001) sobre recepção mostram sua importância à medida que, ao contrário da escola de Frankfurt, entende o receptor não como um consumidor passivo, mas sim como um “co-produtor”, pois este também cria sentidos através de negociações entre suas subjetividades e as mensagens recebidas via mídia. Segundo o autor, vários campos influenciam o receptor, os quais o levam a aceitar-repudiar-ressignificar as mensagens.

Dessa forma, partimos neste estudo das várias possibilidades de leituras dos receptores sobre os discursos midiáticos do BFT, definidas na relação entre as estruturas de significação da produção e da recepção como possibilidades de negociações de significados propostos por ambas às instâncias. Tais discursos são analisados considerando as adaptações desses sentidos conforme contextos locais e temporais em que se processam as negociações de sentidos verificados na recepção. Nem o receptor, nem os produtores midiáticos são vislumbrados nas discussões sobre as ofertas de sentidos identitários culturais propostas pelo

BFT midiaticizado, como fontes únicas de significação, dada a necessidade de se pensar em um circuito de produção em que as audiências tem a faculdade de operar como co-produtor. Por isso, os discursos dos sujeitos receptores são concebidos como polissêmicos, ao abandonar-se a idéia de um receptor singular para se visualizar uma recepção pluralizada em suas diferenças de gênero, de idade, de classe social, de nível de escolaridade etc. Pinto (1999) ressalta que todo texto é híbrido ou heterogêneo quanto à sua enunciação, no sentido de que ele é sempre um tecido de “vozes” ou citações, cuja autoria fica marcada ou não de outros textos preexistentes contemporâneos ou do passado.

## 2.1 Sentidos de exclusão social ofertados pelo BFT midiático

Todos os entrevistados nesta pesquisa demonstraram conceber o BFT como um fenômeno cultural de representação da cultura piauiense e da região Nordeste de forma indistinta. Jacks (1998) lembra que as identidades regionais são produzidas no antagonismo entre as diferenças reais ou imaginadas. Tais oposições podem ser verificadas entre as regiões de um mesmo país e destas com relação à própria nação. Frente a isso, alguns receptores afirmaram não conseguir fazer uma distinção clara entre elementos próprios da cultura piauiense frente às culturas de outros estados do Nordeste. A maioria dos receptores entrevistados não conseguiu apontar elementos de identidades culturais específicas dos piauienses quando expostos as mensagens televisivas ofertadas pelo BFT:

■  
<sup>1</sup> Entrevistado 1, jan. 2010.

Eu não consigo tirar uma identidade exclusivamente piauiense do que ele passou, como eu já disse, eu não sou piauiense, sou paulista, não conheço os outros estados do Nordeste a fundo, mas a essência que ele passou pra mim é nordestina, pode ser que tenha, mais eu não consegui ver, pra mim o que tem exclusivamente piauiense é a coreógrafa e os bailarinos, inclusive até a música que ela escolheu nem toda ela é nordestina. O que conseguiram passar é o que o Nordeste trás. Pra mim, passou aquilo que mídia passa sobre o Nordeste, que é a seca, a viúva de marido vivo, é o sofrimento, o trabalho, a guerra diária pra sobreviver no local que é muito difícil devido à seca (informação verbal)<sup>1</sup>.

■  
<sup>2</sup> No espetáculo “A Dança do Calango”, o BFT utiliza movimentos de um lagarto típico da região da caatinga e do semi-árido nordestino, conhecido como “calango”, para narrar a saga rural sertaneja piauiense. Uma das principais características desse réptil seria sua capacidade de sobrevivência em meio tão hostil. Assim, nesse espetáculo, o BFT tematiza o modo de vida e a cotidianidade do nordestino sertanejo por meio de narrativas coreográficas em que o grupo mostra a luta dessas populações pela sobrevivência em meio à terra seca de forma comparativa aos hábitos do lagarto.

As identidades culturais piauienses num entendimento do regional nordestino acionadas nas interações entre BFT midiático e sua recepção, foram reveladas por meio da coreografia “A Dança do Calango”<sup>2</sup>. As mensagens midiáticas negociadas pelos receptores a partir desse espetáculo foram apontadas pelos entrevistados como forma de retratar contextos dos percalços da vida rural no semi-árido nordestino de maneira generalizada:

Primeiro, ele fala da estiagem, da seca do Piauí, porque eles ficam dançando e outro falando como é a seca aqui no nordeste. A dança deles não só daqui, graças a Deus, aqui no Piauí uma boa parte não é da seca, graças a Deus que não é (informação verbal)<sup>3</sup>.

■  
<sup>3</sup> Entrevistado 3, jan. 2010.

No espetáculo “Calango”, eu vejo esse feeling nordestino na questão do homem como ser forte, que batalha, que tem uma paixão pela sua região, que faz de tudo pra não sair dela, de conviver com a morte, com a solidão, eu acho que traz tudo isso o Balé. E da perspectiva de melhora que acho que é inerente ao próprio nordestino, todo nordestino tem isso de se apegar ao seu santo, a religião, de ser fiel, dessa amizade, tudo isso você canalizado. No momento em que o Balé Folclórico fala do Piauí, não é só do Piauí, é do nordeste inteiro. [...] Mostrar o calango como um símbolo da resistência da seca, essa comparação com o homem nordestino resistente, que ainda acredita em novas perspectivas, a chuva como a esperança de fertilidade, que todo nordestino tem, quem é nordestino carrega isso, acho que ele traduziu muito bem isso, de associar esse animal ao ser nordestino, batalhador, resistente, persistente à seca (informação verbal)<sup>4</sup>.

■  
<sup>4</sup> Entrevistado 4, jan. 2010.

Na dança do “Calango”, foi exatamente a presença do calango na vida nordestina, aquele momento inicial em que ele mostra o sofrimento do nordestino e que o calango é a salvação dele onde ele vai comer o calango, vai se alimentar daquele animal, então, o Calango, de alguma forma, mesmo na quentura, ele continua esperto e vivo, arisco, saltitante e ainda vai matar a fome daquele que está penando, sofrendo (informação verbal)<sup>5</sup>.

■  
<sup>5</sup> Entrevistado 8, jan. 2010.

O espetáculo “A Dança do Calango” retrata pra mim, antes de qualquer coisa, a alegria que os nordestinos passam, que é uma alegria que supera qualquer dor, qualquer sofrimento. Pode faltar água, pode faltar o que comer, mas não falta sol, não falta calor e, principalmente, calor humano. [...] quando eu assisti e quando eu assisto, sempre me envolvo com aquela situação, sentindo sede, sentindo calor com eles, me comovendo com a morte do calango e alegrando, sabendo que não é o único calango, não é o único sertão, não é o único povo (informação verbal)<sup>6</sup>.

■  
<sup>6</sup> Entrevistado 6, jan. 2010.

Porém um dos receptores argumenta que, embora o BFT apresente no espetáculo questões identitárias ancoradas sobre manifestações existentes em outras localidades do Nordeste, ele percebe que o “homem-calango” mostrado pelo BFT é uma concepção ofertada no entendimento exclusivo dos piauienses:

Tudo que eu vi ali para mim é o nordeste todo. Aliás, se mostrar aquele Balé no Rio de Janeiro e não disser de onde é, as pessoas podem achar que é de qualquer Estado nordestino, porque qualquer estado nordestino tem essa realidade da fome, da seca, do calango, o próprio cenário, os adereços, então infelizmente eu não consegui, assim, identificar, e acho até que isso não é ruim, acho que o trabalho da Luzia se torna até mais universal ainda (informação verbal)<sup>7</sup>.

■  
<sup>7</sup> Entrevistado 7, jan. 2010.

Sobre a construção imagética-discursiva do Nordeste desde o Brasil imperial, Albuquerque Junior (1999) diz que a região foi a mais bem elaborada construção identitária regional do Brasil, que serviu de trincheira para reivindicações, conquistas de benefícios econômicos e cargos no aparelho do Estado, desproporcionais à importância econômica e à força política que a região possui desde o Brasil império até os dias atuais.

Paralelo a isso, surgem discursos capazes de afirmar uma sensibilidade constituinte de um conjunto de saberes que marcam até hoje as identidades culturais do Nordeste, o que torna esse processo de busca pela “definição” identitária nordestina se configurar no confronto entre dois processos de caráter universais e interligados: a globalização do mundo pelas relações sociais e

econômicas, devido aos fluxos culturais globais promovidos entre outros pela mídia, e a nacionalização das relações de poder centralizado nas mãos do Estado. Essa identidade regional possibilita tecer uma memória, inventar tradições, localizar uma origem que liga os indivíduos de hoje a um passado. Para o mesmo autor, o “Nordeste tradicional” é, portanto, um produto da modernidade possível de ser pensado apenas sob essa ótica.

Vale lembrar que em situações de escolha de elementos como o cangaço, o messianismo, o coronelismo e a seca, para se definir o Nordeste, isto ocorre em meio a uma multiplicidade de outros elementos que costumam não ser iluminados como matérias capazes de dar uma cara à região. Esta escolha geralmente é dirigida pelos interesses em jogo, tanto no interior da própria região que se formou há séculos, como na sua relação com outras regiões do Brasil. Embora o Nordeste se apresente como uma produção imagética-discursiva formada a partir de uma sensibilidade específica de difícil desconstrução, esta formulação identitária regional começa a dar sinais de uma nova formulação de “verdades” sobre a região que se pautam em seus novos espaços urbanos, no desenvolvimento do turismo internacional, no redirecionamento dos sistemas educacionais que ocorrem em todo o país, e na formação de novos sentidos de cultura desencadeados nas interações promovidas pelos meios de comunicação e informação contemporâneos. Assim, outra perspectiva apontada pelos receptores ao discorrerem suas impressões sobre o BFT mostrado via mídia, diz respeito ao discurso de superação e resistência ao sentido de exclusão social verificado até então:

Na verdade, o problema no Norte e no Nordeste do país não é a seca, mas a cerca, é tão verdade que no Norte, estados como o Pará, Roraima etc. não têm seca, as terras são férteis e chove todo dia, no entanto, as pessoas vivem na pobreza tanto quanto no Nordeste. Então na verdade o problema não é a seca, a seca é só um elemento a mais, problema é a cerca de quem pertencem às terras (informação verbal)<sup>8</sup>.

■  
<sup>8</sup> Entrevistado 6, jan. 2010.

Nesse espetáculo, o Piauí é mostrado cheio de energia, é muito colorido na medida certa, e mostra o Piauí, não aquele Piauí pobre, massacrado, excluído. Eles mostram um outro lado, que também existe energia, um sol, uma vontade de crescer, [...] faça o seu lugar o melhor lugar do mundo, pra mim eles passam muito isso (informação verbal)<sup>9</sup>.

■  
<sup>9</sup> Entrevistado 9, jan. 2010.

## 2.2 Sentidos estéticos acionados pelo do BFT midiático

Os receptores observaram no BFT midiático alguns aspectos que revelam sentidos artísticos relacionados às danças mostradas pelo grupo. Elementos como cenário, coreografia, figurino, trilha sonora e técnicas de dança dos bailarinos foram destacados pelos receptores como sentidos estéticos acionados pelo grupo via mídia.

A maioria dos receptores se diz satisfeita com os cenários dos

espetáculos de danças apresentados pelo BFT. Os entrevistados elogiam a confecção dos cenários a partir de materiais pertencentes ao universo rural piauiense, como peneiras de palha, madeiras de buriti, redes e outros. “O cenário é simples, na verdade não caberia ali um cenário luxuoso. O cenário é uma cerca de talo, um sol vermelho, é o cenário que o espetáculo pede” (Entrevistado 11, janeiro de 2010); “Tem uns que eu gosto muito. O figurino básico, que é a roupa do calango, é muito legal e a parte mais primorosa do espetáculo que eu acho do figurino, é quando eles colocam as redes” (informação verbal)<sup>10</sup>.

Os entrevistados demonstram satisfação também com relação às músicas adotadas na composição das danças folclóricas pelo fato de o grupo utilizar somente músicas do repertório popular brasileiro. Tal posição dos receptores denota um sentimento de resistência à incorporação da cultura estrangeira:

A música escolhida foi muito legal, do Brasil, da Marisa Monte, realmente combinou muito com a coreografia e a lata d’água que eles seguravam na cabeça representando a morte, acredito eu, que a intenção era mostrar que a morte estava ligada diretamente com a questão da seca (informação verbal)<sup>11</sup>.

Os receptores se mostraram atentos, também, às questões estéticas presentes nas coreografias. “O povo do Piauí consegue superar sofrimentos a ponto de transformá-los em beleza artística, assim como o fez o BFT” (informação verbal)<sup>12</sup>:

A coreografia é a parte alta do espetáculo, é a coreografia que prende a gente do início ao fim. Não dá vontade de você olhar para o lado, não dá vontade de você levantar a cabeça, você fica hipnotizado pelo espetáculo. Cada movimento que vem é uma surpresa. Então o ritmo o tempo lhe deixa atento. É um espetáculo que você não consegue cochilar, não consegue dormir e não consegue desprender os olhos (informação verbal)<sup>13</sup>.

Para Hall (2003), as transformações decorrentes das novas tecnologias de comunicação e informação e das inusitadas combinações dos seres humanos, culturas, ideias, políticas e das artes funcionam como o novo inserido no mundo. Os elementos diferentes são sempre inscritos pelas relações de poder, especialmente pelas relações de dependência e subordinação sustentadas pelo próprio colonialismo. Os momentos pós-colonialistas e de independências, nos quais essas histórias imperiais continuam a ser vivamente retrabalhadas, são necessariamente momentos de lutas culturais, de revisão e de re-apropriação. No entanto tal reconfiguração não pode ser representada como um retorno ao lugar de onde viemos.

Os valores estéticos apontados pelos receptores midiáticos do BFT sobre seu fazer artístico correspondem a uma realidade vivenciada hoje na conformação de práticas culturais desenvolvidas na bricolagem do ontem com o hoje, do interno com o externo, do popular com o erudito, onde as mensagens ofertadas via mídia

■  
<sup>10</sup> Entrevistado 12, jan. 2010.

■  
<sup>11</sup> Entrevistado 4, jan. 2010.

■  
<sup>12</sup> Entrevistado 9, jan. 2010.

■  
<sup>13</sup> Entrevistado 9, jan. 2010.

pelo BFT se configuram esteticamente na mistura de elementos culturais oriundos das diversas classes, gêneros, tempos e espaços como promessa de construir uma prática identitária local, a qual se define esteticamente, também, pelo seu caráter plural.

### 2.3 Sentidos de “tradição” e “tradução” acionados pelo BFT midiaticizado

Os sujeitos da pesquisa manifestaram sentidos sobre a cultura piauiense que transitam entre a noção de “tradição” e de “tradução”. Alguns entrevistados percebem o BFT como um fenômeno de representação da cultura local num viés de “modernidade”, em face da possibilidade de re-elaboração da cultura folclórica do Piauí proposta pelo grupo. Por outro lado, alguns receptores compreendem o BFT como um fenômeno artístico local com função de manter as “tradições” culturais do Estado e do Nordeste. Estes entrevistados assumem um discurso sobre tradição voltada para materiais oriundos do passado. Vê-se, portanto, nas falas dos receptores a existência de diferentes temporalidades na qual se inscrevem e convivem diversos campos sociais em situações de enfrentamentos e disputas de sentidos de identidades culturais:

O reisado por si só é uma obra portuguesa pra retratar o nascimento de Jesus Cristo, o Nordeste já tem essência de criatividade, de fazer isso acontecer e o Balé, mais uma vez trouxe de uma forma cênica, uma forma, podemos dizer, mais enxuta, mais limpa pra que você possa enxergar tudo sem ficar catando como o original mesmo. (informação verbal)<sup>14</sup>.

■  
<sup>14</sup> Entrevistado 9, jan. 2010.

O trabalho do Balé Folclórico de resgatar a cultura é louvável demais, porque vem trazendo a raiz desse trabalho. Estiliza numa linguagem mais moderna, clássica, moderna contemporânea, eu vejo o “Cavalo Piancó”, que é uma dança bem simples, mas o Balé Folclórico acrescentou algo, deu mais movimentação, ele não fugiu da temática, pelo contrário, acrescentou novos elementos de modernidade. (informação verbal)<sup>15</sup>.

■  
<sup>15</sup> Entrevistado 11, jan. 2010.

Convém lembrar que o mundo contemporâneo não se constitui somente de projetos modernizadores, a resistência à modernidade também é uma realidade do mundo atual. Canclini (2001) alega que os modernizadores precisam persuadir seus destinatários que, ao mesmo tempo em que renovam a sociedade, prolongam tradições compartilhadas.

Para alguns entrevistados, as transformações culturais decorrentes das relações mantidas pelas diferentes sociedades em face dos fluxos comunicacionais e informacionais hoje no mundo inteiro são vistos com naturalidade e simpatia sobre o “refazer” artístico do BFT, em que o novo surge a partir do velho nas artes e nas culturas contemporâneas.

As coisas evoluem e eu não posso está insistindo no meu pensamento, que tem que ser igual essa dança, que é do século passado, eu não posso dançar do mesmo jeitinho não, eu posso reinventar, estudar outra roupagem porque a gente se encaminha por uma linguagem que os meios de comunicação são muito rápidos, as informações são rápidas, as informações visuais, a tecnologia, eu acho que é um retrocesso se eu fico persistindo, principalmente no caráter artístico, se eu pego uma cultura popular e adequou a uma linguagem pra dois mil e cinquenta e oito, por exemplo, “o Cavalo Píancó” com outras probabilidades de linguagem, acho que as pessoas vão captar aquilo, não vão achar aquilo chato (informação verbal)<sup>16</sup>.

■  
<sup>16</sup> Entrevistado 8, jan. 2010.

Embora muitos entrevistados demonstrem estar atentos para algumas questões relativas às hibridações dessa cultura no contexto das fronteiras geográficas, as quais Hall (2003) aborda ao falar das transposições espaciais da cultura no cenário mundial contemporâneo, percebe-se que os mesmos receptores, às vezes, apresentam de forma paradoxal, resistências à ideia do global em sua cultura local:

Não deixa de ser uma manifestação lá da comunidade do interior, que pode ser apresentada em qualquer lugar do mundo, porque tem uma estética muito universal, não é uma estética globalizada, não é isso, porque na globalização você acaba perdendo as origens. É uma estética nova, uma remodelada na estética, então fica uma coisa que é de origem, mas com uma estética muito universal, para várias linguagens, acho que qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo consegue entender perfeitamente aquilo, não fica uma coisa hermética (informação verbal)<sup>17</sup>.

■  
<sup>17</sup> Entrevistado 8, jan. 2010.

Nas discussões em torno da cultura e dos problemas surgidos com o advento da modernidade e das novas tecnologias de comunicação e informação na América Latina, Martín-Barbero (2001) acredita que, de um lado, se encontra a crise produzida por essas técnicas sobre aquilo que ele chama de “ficção de identidade” em que se encontram apoiadas as culturas nacionais e locais nos países latino-americanos. Do outro lado, ao levarem essa simulação ao extremo, essas mesmas tecnologias dão visibilidade a um “restante” não digerível que, a partir da alteridade cultural, resiste à homogeneização generalizada. E o que este resto designa é, simplesmente, a presença conflitiva e dinâmica na América Latina das culturas populares.

O autor questiona sobre o que a mídia provoca nas identidades culturais hoje, e afirma que há um desafio que se impõe às tentativas de fuga para o passado, a velha tentação idealista de postular uma identidade cujo sentido se encontraria na “origem”, ou seja, fora da dinâmica da história e da atualidade. Outro questionamento de Martín-Barbero (2001), seria sobre o sentido assumido pelas novas tecnologias como ponto culminante da “operação antropológica”, isto é, a reativação da lógica evolucionista que reduz radicalmente nesse momento o “outro” ao atrasado, convertendo, dessa maneira, o que resta de identidade nas culturas diversas em mera identidade “reflexa”, pois não teria valor senão para contrastar com a identidade da

cultura hegemônica, e “negativa”, porque o que nos constitui seria aquilo que nos falta.

As estratégias de mediação do BFT, se integradas num projeto de construção identitária voltado para elementos da “tradição” e alheio às dinâmicas da história, remetem a uma reflexão sobre os usos das tecnologias de comunicação sob a perspectiva da memória cultural coletiva e do papel desenvolvido por essa mídia na contemporaneidade piauiense. As experiências da recepção midiática do BFT sugerem reflexões acerca das identidades culturais visualizadas sob as perspectivas tanto das tentativas de fuga para uma identidade cujo sentido se ancoraria em seu passado histórico cultural – ideal de “originalidade cultural” –, ou mesmo no sentido ofertado pelas novas tecnologias de comunicação como forma de reativar a lógica evolucionista, a qual reduz atualmente a cultura do “outro” periférico ao plano do exótico com efeito de mero espetáculo.

Estariam os elementos da cultura dos piauienses sendo construída hoje a partir dos meios de comunicação, como identidades “reflexas” – que possuem valores somente no contraste com a cultura hegemônica? Conforme visto, estas são constituídas por suposto “*déficit*” identitário, frente aos jogos de sentidos negociados na esfera da produção-recepção midiática do BFT. Quando Martín-Barbero (2001) discute o papel das festas populares nas sociedades tradicionais e o que elas representam hoje na nova organização do tempo nas sociedades de produção, ele ressalta a deformação dessas festas hoje. Tal deformação opera pela transformação da festa em espetáculo, ou seja, não é mais para ser vivido e experimentado pelos indivíduos, mas para ser admirado. A festa popular ao tornar-se espetáculo de admiração passa a ser o tempo e o espaço ideal de visibilidade da alteridade cultural das classes hegemônicas.

Com propósito de se ofertar produtos culturais piauienses de forma espetacularizada e prontos para o “consumo” midiático dos sujeitos sociais do Piauí e seus externos, o BFT reformula esteticamente os elementos da cultura piauiense e nordestina para que sejam visibilizados na mídia atendendo demandas desse mercado de bens simbólicos.

O folclore no contexto urbano também foi levantado pelos receptores pesquisados. No entendimento de alguns deles, o BFT agencia a transposição do folclore de um contexto rural tradicional para um contexto urbano contemporâneo ao promover modificações nas formas de apresentação dessas “antigas” danças. Um dos entrevistados refere-se ao Nordeste como uma região folclórica por “excelência”, e em vista disso esboça o desejo de que suas identidades se adaptem às novas realidades socioculturais do lugar e do tempo. “O Balé trouxe de uma maneira mais

contemporânea, o folclore. Nós vivemos no nordeste, vivemos numa região folclórica, mas o povo é totalmente urbano.” (informação verbal)<sup>18</sup>.

■  
<sup>18</sup> Entrevistado 10, jan. 2010.

Esses entrevistados demonstram conceber a cultura do Piauí e do Nordeste sustentada numa idéia de tradição e de “essencialidade” cultural. Isto sinaliza para a possibilidade desses sujeitos associarem o desejo de “concretização” e de “definição” de sua cultura, na materialização de um passado histórico capaz de garantir que esse povo continue se percebendo na pós-modernidade. Não obstante, é necessário nos perguntarmos se as culturas predominantes – ocidental, nacional, estadual ou privada – são capazes unicamente de reproduzir-se ou se também podem criar condições para que suas formas marginais, heterodoxas, de arte e cultura se manifestem e se comuniquem no contexto dos processos dinâmicos do patrimônio cultural e suas transformações nas sociedades atuais.

### 3 Considerações finais

Constatou-se que na recepção midiática do BFT são construídos (negociados) múltiplos sentidos de identidades culturais piauienses, os quais foram categorizados neste artigo, da seguinte maneira: sentidos de exclusão social, sentidos estéticos, sentido de tradição e sentido de tradução cultural, sendo estas compreensões de identidades culturais piauienses constituídas no encontro entre as instâncias, midiática, produto cultural BFT e as próprias concepções da recepção.

Os receptores expostos às mensagens midiáticas ofertadas pelo BFT expressaram sentidos de identidades piauienses de maneira entrecruzada e mesclada com sentidos de nordestinidade. Isto se confirmou mediante as dificuldades demonstradas pelos entrevistados em descrever aspectos sobre o Piauí e sobre os piauienses de forma específica com relação aos elementos de identidades da região Nordeste.

Sentidos de exclusão social em decorrência das condições de miséria e das secas nas áreas do sertão foram mencionados pelos receptores como identidades piauienses. Tais sentidos são vislumbrados pelos informantes de forma associada à experiência de “nordestinidade”.

Sentidos de estética foram visualizados junto aos receptores como marcas identitárias do BFT midiático, geralmente associadas a concepções valorativas na esfera artística. Assim, cenários, coreografias, figurinos, trilhas sonoras e habilidades técnicas dos bailarinos foram elogiadas pelos informantes como “interpretes” da beleza cultural dos piauienses.

Também foram enunciados nos discursos dos receptores, sentidos que denominamos neste estudo de “tradição” e “tradu-

ção”, conceitos formulados por Canclini (2000) ao tratar sobre as novas formas de viver e conceber as culturas nas sociedades contemporâneas. No caso dos receptores do BFT midiático, observou-se que eles apresentam idéias sobre a cultura piauiense que transitam entre o “antigo” e o “moderno”. No sentido de tradição, os sujeitos receptores manifestaram concepções de identidades culturais piauienses e nordestinas ancorados sobre elementos oriundos do universo rural nordestino e do passado ao se referirem às identidades da cultura piauiense.

Alguns receptores são contrários ao emprego de movimentos e técnicas do balé clássico, das danças modernas e das danças contemporâneas para compor os espetáculos coreográficos de danças folclóricas do Piauí. Eles acreditam que a fusão desses elementos promove perdas de identidades nessas danças. Por outro lado, alguns receptores se dizem favoráveis a essa fusão de elementos extraídos das diferentes temporalidades para reelaborar a apresentar as danças folclóricas no contexto atual. Esses entrevistados acreditam que dessa forma as danças folclóricas piauienses exibidas nos espetáculos do BFT se tornam mais atrativas. Esses receptores identificam nas mensagens coreográficas do BFT via mídia, produtos culturais híbridos, que correspondem tanto às teorias defendidas por Canclini (2000) nos contextos temporais, quanto às discussões acerca das “desconstruções” das fronteiras geográficas analisadas por Hall (2003).

Pode-se concluir ainda, que o BFT midiático dinamizou e acionou sentidos diversos sobre as identidades culturais piauienses junto aos receptores investigados, conforme os contextos apresentados por cada sujeito e suas condições de recepção. Além disso, o próprio BFT midiático agiu como elemento de mediação no processo de oferta e produção de sentidos identitários junto aos sujeitos pesquisados.

### **Sense of cultural identities negotiated in Piauí media reception of the Ballet Folclorico de Teresina**

#### **ABSTRACT**

This research aims to understand the sense of identity built in media reception of the Ballet Folclorico de Teresina (BFT), Piauí. The qualitative methodology of focus, the application was based on interviews with a sample composed of 12 receivers residents of Teresina-PI. These were streamlined by exposure of a DVD showing various dances from Piauí. The receptors expressed conceptions of identities piauienses equally to the northeast. Meanings of social exclusion when the receptors were expressed to allude to the economic misery of the people because of drought Piauí. Sense of tradition were checked at the reception when they drafted resistance to reformulations of the choreography dances shown by BFT. Other receptors expressed sense of cultural translation in defending reformulations in local folk dances. We conclude that the media messages of BFT acted as

mediator and co-producer of multiple meanings with cultural identity to recipients.

**KEYWORDS:** Media. Reception. Cultural identities. Piauí.

### Referências

- ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **A Invenção do Nordeste e outras artes**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Massangana; São Paulo: Cortez, 1999.
- CANCLINI, Nestor G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2001.
- CUCHE, Denys. **A Noção de cultura nas Ciências Sociais**. São Paulo: Edusc, 1999.
- ESTEVES, João Pissarra. Nova ordem dos media e identidades sociais. In: ESTEVES, João Pissarra et al. **Mídias e processos socioculturais**. São Leopoldo,RS: Unisinos, 2000.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.
- JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1998.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo, Atlas, 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro. Editora UFRJ. 2001.
- PINTO, Milton J. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discurso**. São Paulo: Hacker, 1999.
- RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis, RJ : Vozes, 2008.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- THOMAS, Jerry R. ; NELSON, Jack K. **Research methods in physical activity**. 3.ed. Champaign: Human Kinetics, 1996.

#### Janete de Páscoa Rodrigues

*Doutora em Ciências da Comunicação  
pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
(UNISINOS).*

*Professora do Programa de Pós - Graduação em  
Comunicação da Universidade Federal do Piauí  
(UFPI).*

*E-mail: janeteufpi@gmail.com*

Recebido em:31/03/2012

Aceito em: 22/11/2012