

A mediação televisiva no processo de construção da cultura popular mineira: análise de programas regionais¹

Marcos Vinicius Meigre e SILVA²
Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, MG

Resumo: Este artigo é um exercício de análise de 3 programas regionais e busca compreender em que medida cada atração se configura como uma mediação ao conformar determinados traços da cultura popular mineira. Atentamo-nos para as escolhas temáticas, ambientação e fontes para entrever como a cultura popular regional é construída na TV. Apresentamos teorizações sobre cultura popular, além das contribuições de Jesús Martín-Barbero acerca do conceito de mediação e sua aplicabilidade enquanto modelo de análise de TV. Os programas apresentam similitudes, reforçando estereótipos, mas se particularizam em alguns aspectos – como no que se refere ao espaço de fala dado a populares e número de entrevistados. Porém, as emissoras concedem espaço privilegiado a membros da cultura letrada, a fim de que contem uma história cultural da qual não são partícipes diretos.

Palavras-chave: Cultura popular; Mediação; Televisão regional.

Introdução

No campo dos estudos comunicacionais, o lugar da televisão está notoriamente consolidado, com o reconhecimento da relevância da TV em nossas sociedades. Entretanto, é possível ponderar que uma parcela representativa das pesquisas na área se detém a um dualismo: ou se estuda o produto e a narrativa midiática, ou se fazem estudos de recepção da mensagem televisiva. Sem qualquer pretensão de invalidar as análises feitas sob tais vieses, consideramos que um olhar mais atento para o meio televisivo não deve menosprezar a complexidade de sua organização e funcionamento. É nesse sentido que nos aproximamos da linha de pensamento dos chamados Estudos Culturais latino-americanos, para os quais a TV é considerada em sua relação com a cultura na qual se vê inserida (preocupação também das análises semióticas britânicas denominadas “*channels of discourse*”). Neste estudo, faremos um exercício analítico sobre atrações televisivas regionais, responsáveis por difundir aspectos da identidade mineira.

Interessa-se nos investigar atrações televisivas produzidas por diferentes canais. Portanto, a escolha dos programas se deve ao fato de serem produzidos, cada um deles, por um modelo televisivo específico: *Terra de Minas* é produzido pela TV Globo Minas (TV

¹ Trabalho apresentado no GP Televisão e vídeo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG). Email marcosmeigre@hotmail.com

comercial, exibido aos sábados, meio-dia e apresentado por Juliana Perdigão), *Bem Cultural* é produto da Rede Minas (TV pública, exibido às segundas-feiras, às 7h30) e *Triângulo das Geraes* é obra de uma produtora independente – chamada Close – e exibido pelo canal fechado CineBrasilTV (por assinatura) diariamente, às 8h e 20h30 e apresentado por Nara Sbreebow. Em termos de recorte, optou-se por selecionar os três programas mais recentes de cada uma das atrações, à época do início de elaboração deste trabalho (a semana de 20 de abril de 2015) e que estivessem disponíveis nos respectivos sites: *Terra de Minas* exibido em 18 de abril de 2015; *Bem Cultural* com o primeiro episódio de sua série especial “Mercados: cores e sabores”; e o sexto episódio da quarta temporada de *Triângulo das Geraes*, até então o mais recente disponível no site.³

Partindo deste material, nossa proposta é desenvolver um exercício analítico com base na seguinte pergunta: como diferentes modelos de TV atuam como mediadores no processo de construção da cultura popular mineira? As escolhas dos personagens, ambientes e temáticas ajudarão a guiar a problemática e vislumbrar como cada emissora expõe a mineiridade. Antes, porém, como norteador teórico, apresentamos uma seção para discutir o conceito de cultura popular.

Cultura popular: rompendo paradigmas epistemológicos

A noção de cultura popular está atrelada à própria compreensão do que venha a ser cultura. O assunto é tratado por diversos estudiosos e podem ser resgatados os trabalhos de Raymond Williams (1969, 1992⁴) e Stuart Hall (1997), por exemplo, além de outros nomes dos Estudos Culturais Britânicos, tais como Richard Hoggart e Edward P. Thompson, que redefinam o lugar da cultura e sua articulação com as camadas sociais.

Já em se tratando especificamente da noção de cultura popular, é fora do círculo de autores britânicos que se encontra o precursor em tal debate: Mikhail Bakhtin. O autor considerava a existência de duas instâncias de cultura – a popular e a oficial – de modo que a cultura popular (o lugar do riso, do jocoso) somente se expressava em ocasiões específicas e rompia com a seriedade e sobriedade da cultura legitimada (ZUBIETA, 2000). Nesta

³ Atualmente a quarta temporada do programa já se encontra totalmente disponível no youtube, porém ainda não disponibilizada no site da atração. No canal CineBrasilTV, estão sendo reprisadas as quatro temporadas. Entretanto, uma nova temporada está em fase de produção – sem previsão de estreia.

⁴ De Raymond Williams, conferir as obras: **Cultura e sociedade**: 1780-1950. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969. E ainda: **Cultura**. 2 ed. São Paulo: Nacional, 1992. Em relação a Stuart Hall, dentre suas várias obras, destacamos **The work of representation**. In: HALL, Stuart (org.). Representation: cultural representations and cultural signifying practices. London/ Thousand Oaks/ New Delhi: Sage/Open University, 1997.

concepção, o popular se expressaria em momentos pontuais, nos quais a inversão social era permitida, tais como o Carnaval, delegando às camadas subalternas o direito de se alçarem ao lugar do dominador, porém numa temporalidade demarcada.

Bakhtin propõe uma circularidade entre os dois sistemas de cultura (noção que também é compartilhada por Carlo Ginzburg), de modo que “la cultura popular opera una captura simbólica (imaginaria) sobre el letrado, para de esa forma irrumpir en la *cultura oficial*, y, por outro lado, las jerarquías, los valores, los ritos, etcétera, de la cultura oficial entran, mediante el mecanismo de la inversión y la ridiculización grotesca en la cultura popular.” (ZUBIETA, 2000, p. 29) Apesar da noção de circularidade em Bakhtin sinalizar para o caráter dialógico entre alta e baixa cultura, o lugar do popular ainda é vislumbrado como o desviante às diretrizes dominantes, caracterizado como transgressão a um modelo social padronizado.

Diversos outros autores também se dedicaram a tal temática de pesquisa. Peter Burke desenvolveu uma análise histórica da cultura popular, sem, de fato, problematizá-la a ponto de buscar definições, apenas afirmando o caráter plural das camadas baixas da sociedade, o que justificaria o uso da expressão culturas populares. Burke referia-se a um tempo e local bem claros: a Europa de 1500 a 1800. Já Gramsci transferia a dicotomia alta x baixa cultura para a oposição classe dominante x classes subalternas, reforçando também a condição múltipla das camadas subalternas e a noção de hegemonia como primordial para o entendimento da relação existente entre os dois pólos. Para Michel de Certeau, são as práticas cotidianas executadas pelos anônimos (dominados) que dão forma à cultura popular. (ZUBIETA, 2000).

Os desdobramentos práticos deixados por estas heranças teóricas remetem à visão dicotômica acerca do domínio cultural: alta e baixa cultura, cultura popular e cultura erudita, primeira cultura e segunda cultura. Intrinsecamente a tal polarização, o que se evidencia é a noção de que cultura diz respeito a um conjunto de padrões a serem seguidos, ditados por um grupo possuidor do direito de delimitar o que é ou não digno de ser considerado como cultura. O popular estaria sempre na constante tentativa de se enquadrar aos parâmetros impostos pelos referidos detentores da cultura legítima. Assim:

Desde este punto de vista, en consecuencia, lo popular de la cultura (popular) consistiría nada más que en una apropiación desigual de los códigos culturales dominantes, pero no en la existencia de concepciones de mundo diferentes, socialmente encarnadas y dotadas, cada una, de su propia organización (de la cultura) (BRUNNER, 1988, p. 160)

Já os Estudos Culturais latino-americanos, com destaque a Jesus Martín-Barbero⁵, nos dão uma nova visada acerca da cultura popular – ou melhor, a cultura em toda sua significação. Afastando-se das preconizações teóricas arraigadas no pensamento científico tradicional, esta vertente nos sugere interpretar a cultura a partir de seu lugar de recorrência, quer dizer, encará-la sob o viés da sociedade e da realidade na qual se circunscreve. Com este raciocínio, a proposta desses estudos é distanciar-se das dicotomias já abordadas anteriormente. Dessa forma, rompem-se as barreiras que até então preconizavam a cultura como algo a ser alcançado por camadas populares.

A ruptura teórica faz com que se abra um novo caminho de investigação social: não mais nos detendo a modelos teórico-epistemológicos desenvolvidos em sociedades de primeiro mundo, com concepções e paradigmas culturais amplamente distintos da realidade da América Latina, mas encarando a lógica cultural que nos é dada a ver em nossa região e reconhecendo sua legitimidade. A contribuição primordial desta vertente é vislumbrar a cultura popular não pelo viés da oposição, mas a partir da complexidade que é característica de seu processo estruturante, atentando-se para a necessidade de desenvolvimento de uma epistemologia local.

Estudar cultura é entendê-la a partir do local de onde ela emerge, valendo-se de norteadores que deem conta das especificidades de cada região. No caso da América Latina, onde a modernidade se processou através da oralidade, onde não vivenciamos “una modernidad afincada tan profundamente en la racionalidad de la cultura escrita” (HERLINGHAUS; WALTER, 1994, p. 23), o conceito de mediações tem se mostrado pertinente para a compreensão do fluxo comunicativo, pois ajuda a entender as práticas comunicativas articuladas às inúmeras dimensões que influem sobre elas, além de se consagrar como um valioso procedimento metodológico de análise televisiva.

A mediação e sua aplicabilidade ao campo da Comunicação

Martín-Barbero (2008), ao rechaçar os dualismos epistemológicos, reforça que não se deve considerar que o processo comunicativo se concentra ao lado do emissor, já que o receptor está presente nesta cadeia, numa dinâmica de cumplicidade. Canclini (2006), a seu turno, enfatiza que a compreensão da comunicação somente se faz satisfatória quando leva em conta os níveis de colaboração e transação existentes entre emissores e receptores. Orozco (1997) fala em “sujeitos-audiência” que dão sentidos aos conteúdos que recebem –

⁵ Renato Ortiz, Beatriz Sarlo, Guillermo Orozco e Nestor García Canclini também se destacam.

condizentes ou não com os interesses dos produtores. Também pontua acerca da relação indissociável entre emissores e receptores, que não devem ser pensados separadamente.

Na busca por uma epistemologia local que explicasse a condição periférica de nossa modernidade (as especificidades sociais do contexto da América Latina), abandonasse os dualismos e ressaltasse a complexidade do processo comunicativo, o conceito de mediação proposto por Jesus Martín-Barbero em *Dos meios às mediações* (primeira edição em 1987) se consagrou como um importante operador teórico-metodológico. O autor propõe um lugar de relevância para o âmbito da recepção no processo comunicativo. Todavia, as ponderações de Martín-Barbero não intencionavam condicionar o lugar da audiência nos estudos comunicacionais somente a partir de estudos de recepção – como se tornou frequente nos anos 1990 em nosso continente. Para ele, a recepção está imbricada ao longo de todo o processo comunicativo.

A mediação amplia a discussão acerca do papel dos sujeitos ao longo do processo comunicativo, destituindo-os da condição de meras entidades passivas. O deslocamento proposto por Martín-Barbero (2008) eleva a dimensão cultural à esfera dos fatores determinantes na apropriação que os indivíduos fazem das mensagens que lhes são transmitidas, levando em conta as lutas e tensões presentes em toda a órbita comunicativa.

De acordo com o autor⁶, mediações são os lugares de onde “provêm as constrictões que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 294). É, por assim dizer, um arcabouço de instâncias que estruturam, organizam e interferem nos modos de apropriação do conteúdo televisivo, que jogam importante papel na constituição das identidades culturais. Na referida obra, Martín-Barbero (2008) destaca a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural como lugares de mediação, mas preconiza que é importante não se submeter a esquematizações mecânicas que tentem enquadrar as mediações em categorizações, já que o conceito tem uma considerável amplitude a fim de auxiliar no entendimento de toda a complexidade comunicativa.

Ao reposicionar o foco de análise dos estudos comunicacionais, as mediações deslocam os meios de comunicação de um lugar centralizador, detentor de soberania e única instância capaz de exercer influência sobre a percepção dos indivíduos, dando lugar às vinculações existentes entre comunicação e cultura. Este giro metodológico-

⁶ Martín-Barbero não definiu precisamente o conceito de mediação. Portanto, o que se traz aqui são sinalizadores do que na obra dele podem ajudar a entender epistemologicamente o termo e sua aplicação.

epistemológico permite desnudar dimensões outras que atuam sobre os sujeitos e lhes conformam. Tal guinada não despreza os meios, mas os articula à cultura:

Pensar os processos de comunicação a partir da cultura implica deixar de pensá-los desde as disciplinas e os meios. Implica a ruptura com aquela compulsiva necessidade de definir a ‘disciplina própria’ e com ela a segurança que proporcionava a redução da problemática da comunicação à dos meios. (...) Por outra parte, não se trata de perder de vista os meios, senão de abrir sua análise às mediações, isto é, às instituições, às organizações e aos sujeitos, às diversas temporalidades sociais e à multiplicidade de matrizes culturais a partir das quais os meios-tecnologias se constituem. (MARTÍN-BARBERO, 1985, p. 10)

O deslocamento proposto por Martín-Barbero, para dar lugar de relevância à cultura como elemento primordial a ser considerado no processo comunicativo, também é compartilhado por Canclini e Orozco⁷, reforçando que o efetivo entendimento da Comunicação se dá a partir do reconhecimento do papel da cultura. Tendo em vista a localização dos receptores ao longo de toda a dinâmica produtiva do discurso midiático, seguimos para as análises dos programas, a fim de verificar de que maneira cada um deles se configura em uma mediação, ao estabelecer um construto do que é a cultura popular mineira vista pela TV. Para tanto, atentamo-nos a escolhas temáticas, ambientes, fontes ouvidas, o teor de suas falas e o que dizem acerca da cultura regional.

Cultura mineira em cena: a mediação televisiva

Em nosso corpus de análise, o programa *Triângulo das Geraes* discutiu dois assuntos na edição coletada: alterações no modo de produção do queijo com base em novas leis; e um *luthier* de Ouro Preto que produz instrumentos musicais com materiais recicláveis. Na primeira parte, o programa buscou mostrar como os produtores estão se adaptando às leis sanitárias, que interferem nas próprias tradições de produção do queijo. Além de demarcar com clareza a posição de destaque que o queijo ocupa dentre as tradições culturais do estado, logo de início a fala da apresentadora Nara Sbrebow coloca em ordem de importância as fontes utilizadas na referida matéria: primeiramente o espaço de fala é concedido a estudiosos – ressaltando o lugar de destaque do saber científico, para, em seguida, conceder a palavra a trabalhadores. Assim, a atração exerce papel de mediação no que se refere à seleção dos falantes, bem como a valoração que se tem sobre cada um deles:

⁷ Orozco, por sua vez, buscou operacionalizar o conceito de mediação, de Martín-Barbero, alçando-o à empiria. Destaca que as fontes de mediações são individuais, situacionais, “massmediáticas”, institucionais e as de referência. Para Martín-Barbero, a mediação está no entrecruzamento de fatores, justamente para escapar dos dualismos característicos das análises tradicionais.

Apresentadora *Triângulo das Geraes*: Olá, vamos começar o programa de hoje falando de um alimento que é, bem dizer, sinônimo da mineiridade: o queijo. Estudiosos e trabalhadores (...) falam sobre este patrimônio imaterial e a luta para preservação do tradicional quarto de queijo.

Pelo excerto anterior, é possível identificar como o programa, ao reforçar o lugar do queijo na cultura popular mineira, se configura como uma mediação que valida tradicionais estereótipos já arraigados no imaginário coletivo. O queijo é, portanto, alçado a elemento constituinte do DNA mineiro.

Um dos principais aspectos levantados nesta parte do programa é a necessidade de se trocar bancas onde se depositam os queijos, substituindo as de madeira (elemento da cultura popular) por outras de pedra (elemento imposto pela cultura oficial):

Historiadora Zara Simões: Como então você preservar esse registro diante de uma legislação que fala o contrário, que retira elementos que são essenciais, como é a questão da madeira? Uma coisa que é interessante na questão da retirada da madeira é porque o elemento principal, que é o pingo, que é esse fermento natural retirado do próprio fazer do queijo, eles não estão conseguindo fazer um bom pingo com essas bancas novas, principalmente com a banca de pedra, porque ela é fria. Isso já tá gerando um novo fazer de queijo que eles falam que, ao invés de usar o pingo, eles usam uma rala. Eles ralam o queijo pronto. É um outro processo, não é o queijo na nossa tradição. O registro é o pingo, um elemento essencial. Então a gente tá perdendo isso.

Apesar de se colocar em posição de paridade com os produtores tradicionais, defendendo a cultura popular, a historiadora não pertence a tal grupo. Enquanto seu interesse é acadêmico, os produtores se interessam pela preservação do que se constitui para eles como cotidianidade profissional e meio de sobrevivência. O programa, ao dar voz à pesquisadora em lugar dos próprios produtores, reforça que “la visibilidad y el registro de la cultura popular dependen de la mediación de algún estamento de la cultura alta, un letrado (...)” (ZUBIETA, 2000, p. 29).

A historiadora é a responsável por esclarecer sobre a história do queijo, o momento em que ele se transformou em produto comercial rentável e a maneira como se configurou em bem valorativo da sociedade mineira. Além disso, em determinados instantes, ela ainda assume o lugar de mediadora do popular, que se expressa através dela, já que a atração deu espaço efetivo de fala a apenas uma produtora. Dessa forma, o discurso popular é apropriado pela pesquisadora, que o reproduz em suas declarações:

Zara Simões: Há uma resistência muito grande de alguns de retirar a madeira, porque eles veem o vizinho do lado com a dificuldade de fazer. Então eles falam “Não, eu não vou perder meu produto” porque eles já têm um mercado, muitos já têm seus queijos reconhecidos como “o queijo de fulano é um bom queijo”, então já tem as pessoas que vão comprar o queijo dele, que compram de maneira diferenciada. Então eles não querem perder essa conquista de anos que eles têm, e que não é só deles: foi do pai, foi do avô.

Ao ser incorporado às falas da pesquisadora, o popular deixa de se expressar por si próprio – omitindo-se sotaques, marcas e vícios de linguagem, por exemplo – e passa a existir somente a partir da mediação da historiadora, ou seja, só lhe é permitido se mostrar quando adaptado ao padrão da cultura letrada. Por outro lado, a fala de Irene Bicalho é a (única) voz do popular falando por si ao longo da narrativa, aparecendo somente após duas longas sonoradas da historiadora e reforçando seu interesse pela manutenção das tradições.

Irene Bicalho – Nicinha: O processo da banca de madeira eu acho que era um processo muito melhor (...) eu tive que destruir minhas duas bancas, que eram bancas grandes de dois metros, porque a legislação não aceitou que fosse banca de madeira. Enquanto eu não tirei as bancas de madeira, não certificaram a queijeira. E agora estão com novos estudos, novas pesquisas, querendo voltar as bancas de madeira. Então a gente ficou muito perdido (...)

Irene Bicalho, produtora de queijo, ao ser identificada pelos geradores de caracteres, é apresentada pelo nome e também por “Nicinha”, denotando a relevância que, no interior, se tem da identidade individual vir atrelada não ao nome atestado em registro, mas àquele que se torna popular através do uso frequente – o apelido. Relevante notar que, mesmo entrevistando uma única trabalhadora, com espaço limitado de expressividade, a representação do rural veio ligada à figura de uma mulher, destoando de concepções tradicionalistas e patriarcais que são típicas na esfera cultural mineira interiorana.

Ainda em relação à única fonte popular, em sua fala ela reforça que “não foi fácil”, mas que ela “venceu” e conseguiu se adaptar às diretrizes legais para seguir produzindo queijo conforme as novas determinações. Assim, o programa não só condiciona a participação popular a um segundo plano, como atestado do saber acadêmico, mas não dá voz a outros produtores que permanecem fiéis ao tradicionalismo e se recusam a adaptar-se às novas diretrizes. O programa é, portanto, uma mediação na qual a cultura só se torna válida quando enquadrada aos parâmetros legitimadores. Nicinha se apresenta ao público porque seguiu as determinações legais e abandonou algumas de suas tradições:

Irene Bicalho: E hoje eu sou uma das felizardas. Há dois anos atrás que eu fui certificada. Não é fácil o processo. Você começar e chegar no final, hoje eu posso falar que eu consegui colocar a bandeira no topo porque não é fácil, porque são muitos produtores que começaram e desistiram. Vai chegar a hora de todos terem que dar uma alavancada, de todos terem que realmente certificar, porque não vai poder realmente ficar assim. Mas desistiram. Eu não desisti. E hoje eu tô vendo. Meu queijo pode participar de concurso, eu posso vender ele para outros estados, agora foi liberado até para fora do Brasil. Isso pra gente é uma satisfação muito grande.

Em relação a cenários e trilhas, *Triângulo das Geraes* se manteve fiel ao tradicional modelo de caracterização dos espaços mineiros: estradas de terra nas quais passam boiadas, o som da viola ao fundo, casinhas velhas em segundo plano, além de se valer de constantes imagens de queijos prontos ou em produção (imagem 1). Nesse aspecto, vale notar que não houve uma distinção entre o lugar onde a historiadora e a produtora de queijo foram entrevistadas: ambas aparecem no meio rural, com um pano de fundo bastante similar – uma casa/curral humilde. Assim, a autoridade científica da pesquisadora é convidada a entrar no universo rural dos produtores, num movimento inverso ao que ocorreu na dimensão verbal: enquanto os produtores ganham voz através das falas da historiadora, esta, por sua vez, só é vista no ambiente típico da cotidianidade familiar e profissional dos produtores.



Imagem 1: Cenários tradicionais, remetendo ao rural; e o *luthier* em seu local de trabalho

A segunda parte do programa se dedicou a contar uma história de vida de uma única fonte. Não há espaço para falas de historiadores, pesquisadores ou outro tipo de fonte legitimada pelo saber científico. A entrevista é totalmente realizada num mesmo ambiente: o local de trabalho do entrevistado, com os materiais utilizados por ele para produção de instrumentos musicais. Estruturas de PVC, painéis velhas, pedaços de madeira e latas são alguns dos objetos que são transformados em instrumento musical pelo *luthier*. A certa altura, o entrevistador questiona a origem do conhecimento musical acumulado pelo *luthier*:

Entrevistador Celso Machado: Onde o senhor estudou música?

Raimundo Ferreira: Música é o seguinte: eu estudei, tive aula com alguns professores há uns tempos atrás aí, e a maior parte do que eu aprendi de

música foi sozinho mesmo, através de pesquisas, de métodos de música, de métodos de instrumentos, aquele negócio.

Há, na fala do entrevistador, o interesse em se buscar origens legitimadas para o saber acumulado pelo *luthier*. Ao se valer da expressão “Onde estudou”, Celso Machado pressupõe a mediação escolar como um fator preponderante na formação de entendedores de música. Porém, mesmo destacando a presença de alguns professores em sua trajetória, o entrevistado enfatiza seu aprendizado independente, não mediado por detentores do saber.

Partindo para nosso outro objeto, o programa *Terra de Minas* exibiu dois temas: a recriação do Divino, um símbolo religioso, por diversos artistas regionais; e um grupo de cozinheiros de Araxá que criou a “paelha mineira” inspirada no prato espanhol original. Na primeira reportagem, apesar de se tratar de obras de inúmeros artistas plásticos do estado, apenas uma artesã e um artista visual são ouvidos pelo programa – com espaço de fala reduzido se comparado às falas da curadora. Os artistas, entretanto, aparecem logo no início da reportagem, e suas falas resumem seus processos criativos:

Rosa Fernandes (artista plástica): É uma pombinha, uma pombinha branca, mas que tem um significado muito grande na vida das pessoas.

Tales Sabará (artista visual): A princípio, eu pensei em fazer um senhor do Congado, do marujo, antes mesmo de pensar no Divino. E percorrendo um pouco pela cidade e tal, eu lembro de ter passado por uma janela colonial e ver a figura do Divino Espírito Santo e aí eu pensei em fazer pequenos quadrinhos que tivesse também a pombinha representando o Divino Espírito Santo. Então, a princípio, eu resolvi fazer um rosto de um marujo, de um senhor do Congado, e depois eu achei que tava faltando uma coisa meio que musical realmente pra inteirar um pouco com essa ideia do Congado. E aí que foi a ideia que eu tive de fazer a procissão, uma pintura, que tivesse também representado a figura do Divino e aí seria a conexão entre as três pinturas.

Já a curadora ocupa um espaço de destaque em cena. Enquanto as outras fontes proferem sentadas seus depoimentos e são focadas em seu processo produtivo apenas de maneira superficial, a curadora transita entre as obras, conta detalhes da criação, onde residem os idealizadores, etc. Os artistas entrevistados, mostrados no mesmo cenário que a curadora, ganham a mesma dimensão em cena, sem exaltação de um em detrimento do outro, já que aparecem lado a lado – o que não acontece no tempo de fala, uma vez que a do artista visual é maior e traz detalhes da criação.



Imagem 2: Artistas em processo produtivo, entrevistados no mesmo local. A curadora é vista em amplitude.

Já a curadora, além de interagir com o cenário da galeria (uma espécie de casa antiga e tradicional), faz declarações históricas, artísticas e culturais que lhe denotam o domínio acerca das artes regionais. Constitui-se numa reprodutora do discurso oficial, relatando saberes do universo iletrado que são alvo de estudos pela instância do letramento (RAMA, 2002), além de atrelá-los à mineiridade:

Curadora/idealizadora da exposição: Essa devoção veio com os portugueses que, com toda essa nossa história no Brasil, e realmente ela começou com os grandes mestres que esculpiam nos altares das igrejas barrocas esse Divino. E passou a ser muito forte. Hoje, principalmente nessa região de Tiradentes, Bichinhos, Prados, é um artesanato que, quando a gente vê o Divino em madeira, a gente remete a Minas.

Em sua fala, a curadora demonstra que o Divino atualmente é parte constituinte da cultura popular, mas já ocupou outro lugar nos primórdios, quando os “grandes mestres” o reproduziam em igrejas. Nota-se, desse modo, a circularidade cultural vivida pelo símbolo. Além disso, ao afirmar que o Divino “remete a Minas”, a idealizadora reforça o lugar da religiosidade como componente da cultura popular mineira, o que também é enfatizado numa das falas da repórter Viviane Possato, quando diz que “O Divino é um símbolo religioso e que também faz parte da cultura, das tradições de Minas. Principalmente no interior, é comum a gente encontrar essa imagem nas portas, nas janelas das casas.”

A segunda reportagem da edição traz a culinária como eixo central e apresenta um grupo de cozinheiros de Araxá, num ambiente aberto e rural, que adaptou a *paella* espanhola e a transformou em paelha mineira. Há, neste caso, um claro exemplo de convivência entre duas culturas distintas, geograficamente distantes, em que a cultura popular mineira se apropria da cultura dominante europeia e lhe ressignifica conforme as tradições regionais. É o que Canclini (2006) diz do hibridismo cultural a partir do entrecruzamento entre povos em qualquer época e o que Angel Rama (2002) denomina de transculturação, haja vista a interlocução entre povos distintos, de modo que o subalterno

seja inserido forçosamente na dimensão letrada. O principal entrevistado confirma a apropriação feita pelos cozinheiros:

Juninho Lemos (vice-presidente do clube): A inspiração nossa veio da *paella* argentina, da *paella* espanhola, e como nós gostamos muito de produtos regionais, o pessoal de Araxá gosta de tá cutucando as coisas antigas, trazendo pra realidade, nós começamos a mudar, nós começamos a tirar um pouco os frutos do mar, começamos a colocar produtos do cerrado (...)

A adaptação cultural, portanto, foi gradativa e comedida, experimentando-se novos ingredientes e sua pertinência para o prato. Como todo processo de hibridização cultural, a adaptação ocorrida nesse caso retoma itens da cultura original na qual busca inspiração, por isso o cozinheiro afirma, por exemplo, que, ao se colocar o arroz na receita, deve se “fazer como se faz nas *paelleras* tradicionais: colocar ele em cruz.” Já o repórter, além de questionar o cozinheiro sobre como se processaram as mudanças até se chegar à versão mineira do prato, reforça em sua fala o lugar de adaptação, quando diz que “o prato nasceu entre as belas paisagens espanholas, mas aprendeu a falar ‘uai’ nesta cozinha” (reforçando também, em sua fala, uma gíria típica dos mineiros como identidade da cultura regional). O jornalista ainda afirma que a função do Clube dos Cozinheiros, responsável pelas adaptações, é “pesquisar e, como eles dizem, ‘mineirizar’ as receitas, tanto que aqui a *paella* (pronúncia em espanhol) virou *paelha* (pronúncia brasileira).”

Repórter: Como que foi essa adaptação? Ela foi aos poucos?

Juninho Lemos: Foi aos poucos. A primeira coisa que eu peguei foi colocar um frango caipira que eu gostava. Ah, vamos entrar com uma lingüiça apimentada pra ver se dá resultado? E aí foi aos poucos (...)

Por fim, o programa *Bem Cultural* abordou a temática dos mercados e a importância destes ambientes na socialização de produtores rurais, além das trocas simbólicas ocorridas nestes espaços. O programa posiciona os populares num segundo plano na ordem da narrativa: na introdução, apenas uma socióloga e um geógrafo assumem o lugar de fala. Estes, por sua vez, são entrevistados em estúdio, ao contrário das outras fontes acadêmicas, que aparecem em ambientes abertos (mas nunca nos mercados com populares). Tal indumentária corrobora com o que Rama (2002, p. 30) afirma ser a função dos intelectuais da cidade letrada, haja vista seu lugar de formadores de opinião que “elaboran mensajes, y, sobre todo, su especificidad como diseñadores de modelos culturales”.

O mercado é tido como o lugar do popular, portanto somente os comerciantes e produtores são entrevistados nesse cenário, composto por intensa movimentação de

transeuntes, vendedores a gritar preços, compradores a visitar barracas, numa profusão de cores, indivíduos e sons. O mercado é o espaço de agitação, das trocas simbólicas, “no es el recinto acotado por unas paredes sino la muchedumbre y el ruido, los desperdicios amontonados o dispersos, todo lo que se siente, se ve, se huele desde mucho antes de entrar en ella.” (MARTIN BARBERO, 1987, p. 100), o que também é confirmado pelo geógrafo:

Mateus Servilha: São essas trocas simbólicas que produzem essa força do mercado enquanto um espaço, um patrimônio imaterial, que guarda nele ou que através dele relações sociais muito significativas aconteçam. A palavra como bem maior do mercado. A palavra é a questão mais significativa e, por isso, antes de você entrar num mercado, já é a primeira coisa com a qual você tem contato sensível. Você nem pisou no mercado, você já constrói um imaginário do que está acontecendo ali dentro porque você já tá ouvindo o murmúrio das palavras. Então a palavra é a forma como as pessoas trocam histórias, experiências, notícias, vivências. É a forma como a troca material acontece através da palavra.



Imagem 3: Geógrafo, entrevistado em estúdio, enquanto os comerciantes sempre apareciam no mercado

A palavra, enquanto cerne da organização do mercado, ressalta a forma como experimentamos, em nossos contextos latino-americanos, a modernidade através da oralidade, algo característico de nossa modernidade periférica (BRUNNIER, 1988), na qual a transmissão de saberes e o acesso ao conhecimento não se dá pelos livros, mas sim pelo uso da oralidade nas situações interativas (inclusive midiáticas, como é o caso da TV).

Comparativamente às outras produções, *Bem Cultural* foi a que trouxe o maior número de fontes, sejam elas populares ou legitimadas. Foram, no total, 17 personagens a proferir discursos verbais na narrativa, sendo 12 populares (artesãos, comerciantes, lavradores ou vendedores) e 5 fontes legitimadas (historiador, geógrafo, socióloga, editor de notícias e músico). Por esta razão, o programa foi o que mais espaço dedicou à expressão direta do popular, apesar de condicioná-lo ao segundo plano – em primeiro lugar, vieram as falas dos estudiosos. Entretanto, a característica mais recorrente dentre os populares ouvidos é o teor de exemplificação, ou seja, suas falas surgiam como comprovação de toda

a lógica argumentativa previamente entoada pelos pesquisadores. Suas falas eram curtas, exaltando a interação nos mercados, como já havia sido explicado pelos letrados:

Maria Gonçalves: A gente é muito unido aqui. Aqui a gente considera uma família.

Benedito Oliveira: E se for lá pra casa, aí fica cochilando, fica triste. Aí chega aqui, você pode até tá sentindo alguma doenzinha, mas chegou aqui, aí bate papo com mais um aqui, bate papo com mais um ali, aí a sua doença sara.

Maria Gonçalves: Eu considero a feira do sábado uma festa, porque a gente vê o pessoal, vê os amigos da gente que a gente deixou lá na comunidade.

Benedito Oliveira: Vem gente das roças, vem gente das outras cidadezinhas pequenas, então vem muita gente aqui né.

Dona Tina: Na feira você conhece tanta gente, você conversa com tanta gente, você faz novos amigos, sabe.

É nesse sentido que Martín-Barbero (1987, p. 103) afirma que este tipo de ambiente é “un lugar de verdadera comunicación, de encuentro, donde se dejan razones, recados, cartas, dinero, y donde la gente se da cita para hablar, para contarse la vida.” O saber popular é transmitido, compartilhado e vivenciado sob o viés da oralidade, típica de nossa condição periférica de modernidade. Por fim, como entoado nas falas, é o mercado o lugar de plena satisfação, onde os problemas pessoais são esquecidos, os dramas ficam suspensos e a vida cotidiana de labuta rural é amenizada. É, portanto, o “final feliz” para quem vive nas comunidades rurais e espera ansiosamente o dia de ir ao mercado.

Considerações finais

A partir do que se observou nas três atrações, podemos ponderar que todas elas se configuram como mediações no que se refere ao processamento da cultura popular mineira. Em *Triângulo das Geraes* há preferência pelo uso reduzido de fontes (um popular e um letrado); em *Bem Cultural*, a pluralidade de vozes é característica notória, com maior número de populares que de fontes legitimadas; já em *Terra de Minas* há uma aproximação entre repórter e fontes, que circulam juntos pelos cenários e transparecem estar num bate-papo corriqueiro, além de ser a única atração em que as fontes populares assumiram o lugar de fala antes dos pesquisadores/fontes legítimas.

Mesmo com as distinções que definem cada programa como uma mediação em especial, é também possível apontar semelhanças nas três atrações. O uso recorrente de trilha musical produzida por viola; o posicionamento das fontes populares como reforço ou exemplificação da fala de estudiosos, com falas curtas; além da cultura popular mineira ser

enquadrada a partir de tradicionais estereótipos: quando se pensa em mineiridade, culinária e religiosidade são fortes componentes da identidade regional. No caso, os três programas reafirmaram estes estereótipos (cada um ao seu modo) – seja falando do queijo, da adaptação de pratos ao sabor da cozinha mineira, da profusão de elementos encontrados nos mercados mineiros, ou ao se enfatizar a religiosidade atrelada à imagem do estado.

A cultura popular mineira, nos programas em questão, é apreendida sob a premissa de ser atualizável (o Divino se atualiza na arte; os pratos estrangeiros, no toque mineiro dos cozinheiros; o fazer o queijo se atualiza conforme as leis de produção). Dessa forma, a construção da cultura popular mineira se dá a partir do lugar de mediação assumido pelas atrações. Cada programa se apropria da mineiridade e torna visíveis elementos desta cultura, a partir da organização narrativa que desenvolve. Porém, em diversos momentos, acabam por simplesmente reforçar estereótipos já arraigados no imaginário coletivo.

Por ora, ressaltamos que este artigo não pretendeu obter generalizações, mas configurar-se como um exercício analítico que capturasse tendências nos modelos de atração coletados. As observações focadas numa única edição de cada programa, antes de apontar conclusões, servem como caminhos a despertar-nos para novos questionamentos acerca dos objetos. Nossa intenção foi (e seguirá sendo) apreender o objeto no contexto em que se insere – no caso, atrelado à política, religiosidade e história de Minas Gerais.

REFERÊNCIAS

- BRUNNER, José Joaquín. **Un espejo trizado**: ensayos sobre cultura y políticas culturales. Santiago: FLACSO, 1988.
- CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2006.
- HERLINGHAUS, H; WALTER, M. “Modernidad periférica” versus “proyecto de la modernidad”? Experiencias epistemológicas para reformulación de lo ‘pos’ moderno desde América Latina. In: **Posmodernidad en la periferia**: enfoques latino-americanos de la nueva teoría cultural. Berlín: Langer, 1994.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. La comunicación desde la cultura : crisis de lo nacional y emergencia de lo popular. Trabalho apresentado no **Seminário Latino-americano sobre cultura transnacional, culturas populares y políticas culturales**. Bogotá, 1985.
- _____. **Procesos de comunicación y matrices de cultura**: itinerário para salir de la razón dualista. México: Gustavo Gili, 1987.
- _____. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5ª ed. Trad Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2008.
- OROZCO, Guillermo. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. Guadalajara, México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 1997.
- RAMA, Angel. **La ciudad letrada**. Hanover: Ediciones del Norte, 2002.
- ZUBIETA, Ana María (coord). **Cultura popular y cultura de masas**: conceptos, recorridos y polémicas. Buenos Aires, Barcelona, México: Paidós, 2000.