

CESUMAR – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ

GUILHERME ADORNO DE OLIVEIRA

**IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO DO POPULAR NO  
FILME *A MÁQUINA***

MARINGÁ

2008

GUILHERME ADORNO DE OLIVEIRA

# **IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO DO POPULAR NO FILME *A MÁQUINA***

Monografia apresentada ao Centro  
Universitário de Maringá como requisito  
parcial do título de bacharel em Comunicação  
Social com habilitação em Jornalismo  
Orientadora: Profa. Dra. Renata Marcelle Lara  
Pimentel

MARINGÁ  
2008

## **GUILHERME ADORNO DE OLIVEIRA**

### **IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO DO POPULAR NO FILME A MÁQUINA**

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Maringá, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, sob orientação da Profa. Dra. Renata Marcelle Lara Pimentel, aprovada em 21 de novembro de 2008.

#### **BANCA EXAMINADORA**

Orientadora:

\_\_\_\_\_  
Dra. Renata Marcelle Lara Pimentel  
CESUMAR

Membro:

\_\_\_\_\_  
Ms. Sheilla Patrícia Dias de Souza  
CESUMAR

Membro:

\_\_\_\_\_  
Dra. Maria Célia Cortez Passetti  
UEM

*À minha família...*

Pilar que me sustenta na busca por novos  
saberes e no encontro com as incertezas.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de saber quem algum dia disse que homem não fica grávido. Pois eu fiquei. Foram nove meses de gestação com muitas alegrias, tristezas, surpresas e sofrimentos. De março a novembro senti muitas dores, muitas idas ao banheiro, uma vontade incontrolável de comer chocolate nas horas mais impróprias, madrugadas sem dormir e, claro, as dores nas costas não poderiam faltar.

Neste tempo, não posso deixar de agradecer as pessoas que me acompanharam e deram o apoio necessário para que eu tivesse o melhor dos partos.

Agradeço à minha família, que foi meu maior apoio na trajetória de conceber uma monografia: minha mãe Lucilene, meu pai Valdomiro, minhas irmãs Milene e Rafaela. Cada um de uma forma me ajudou a encontrar forças para carregar um bebê que foi ganhando peso e páginas mês a mês.

Agradeço à Deus, por me oferecer luz, amor e afeto no silêncio e na solidão, sem nunca me cobrar a mesma fidelidade e pontualidade de socorro.

Agradeço à minha orientadora, professora Renata, que sempre me inspirou a ser um pesquisador desde a primeira aula da faculdade. Aprendi com ela a traçar novos caminhos como aluno e como pessoa.

Agradeço aos meus amigos do Cesumar que me acompanharam estes anos, dando apoio, brigando e *des*-construindo em mim formas de comportamento e de viver. Amanda, Ana, Elise, Fernanda, Gelinton, Midori, Rafaela e Thaís são as pessoas que levarei sempre comigo.

Agradeço às amigas da Uem, Karen e Eliana. Discussões, companheirismo, risos e choros me levaram a considerá-las minhas irmãs.

Agradeço aos meus avós Valdemar e Audia; aos meus tios Meire, Bueno, Júnior e Celi; aos meus primos Mateus e Gabriel e ao cunhado Ednilson por sempre oferecerem o apoio incondicional e entender a falta de presença nas reuniões de família.

Agradeço aos professores destes quatro anos de curso que me formaram como jornalista e como ser humano.

Agradeço a Eliane Maio, por sempre acreditar em meu potencial para lidar com as adversidades.

Uso da linguagem que se situa no extremo oposto ao da informação: joga-se com as palavras, os significados são deslocados, produz-se uma desordem verbal mediante a qual busca-se desconcertar o outro. É a revanche contra uma ordem do mundo que os exclui e os humilha e contra a qual as pessoas do povo se confrontam, desorganizando o tecido simbólico que articula essa ordem.

Jesús Martin-Barbero, 2008, p.321

## RESUMO

Na procura por aspectos representativos do popular no filme brasileiro *A Máquina*, a pesquisa teve como referência a teoria dos Estudos Culturais, se ocupando, ainda, de contribuições teóricas e metodológicas da Análise de Discurso de linha francesa. O percurso de análise fílmica foi traçado na busca por delinear como se deu o processo de identificação do popular por meio dos personagens e cenários do povo nordestino, questionando as suas formas de representação. Durante a observação, os sentidos produzidos pelo discurso imagético-verbal apontaram para regularidades que marcaram a apresentação dos pontos centrais da análise: a religião; o contraponto local em meio ao global; as influências midiáticas e a afirmação do popular como *popular*. Este panorama possibilitou perceber que o popular encontra nas suas vivências, na sua cultura e na sua linguagem formas de resistência, ainda que inconscientes, ao que já está posto.

Palavras-chave: popular; identidade; cinema brasileiro

## **ABSTRACT**

On the seek for representative aspects of the popular Brazilian film “A Máquina”, the research had as reference the theory of the Cultural Studies, occupying itself, yet, with theoretic and methodological contributions of the Speech Analysis of French line. The path of the filmic analysis was designed on the search for outlining how the identification process of the popular through the characters and scenery of the northeast people happened, questioning their representations means. During the observation, the senses produced by verbal-imagetic speech pointed regularities that marked the presentation of the analysis central points: the religion; the local counterpoint in context to the global; the media influences and the affirmation of the popular as popular. This panorama allowed to realize that the popular finds at its experiences, at its culture and at its language ways of resistance, even unconscious, to what is already determined.

Keywords: popular; identity; Brazilian cinema



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2. A TEORIA DO CINEMA E OS ESTUDOS CULTURAIS.....</b>	<b>11</b>
<b>3. TERMINOLOGIA DOS ESTUDOS CULTURAIS.....</b>	<b>18</b>
3.1. CONCEITUANDO O POPULAR .....	18
3.1.1 <b>Discrepâncias do termo.....</b>	<b>18</b>
3.1.2. <b>Substantivando o <i>popular</i> e adjetivando <i>povo</i> .....</b>	<b>20</b>
3.2. O CONFLITO DA IDENTIDADE .....	22
<b>4. O POPULAR E SUA REPRESENTAÇÃO MUDIÁTICA .....</b>	<b>29</b>
4.1. A QUESTÃO DA IDENTIDADE NACIONAL .....	29
4.2. AS REPRESENTAÇÕES DO POPULAR .....	32
<b>5. O PROCESSO DE ANÁLISE.....</b>	<b>37</b>
5.1. CONSTRUÇÃO DO MÉTODO .....	37
5.2. CONTRIBUIÇÕES DA ANÁLISE DE DISCURSO.....	38
5.3. O POPULAR NO FILME A <i>MÁQUINA</i> .....	41
5.3.1 <b>Popular e religião.....</b>	<b>44</b>
5.3.2 <b>Popular <i>GLocal</i>.....</b>	<b>53</b>
5.3.3 <b>Popular Mudiático.....</b>	<b>60</b>
5.3.4 <b>Afirmção do popular como popular.....</b>	<b>70</b>
5.3.5 <b>O lugar da resistêcia .....</b>	<b>77</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>79</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>84</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A produção cinematográfica brasileira comumente se utiliza de personagens com características populares específicas do meio, principalmente quando o retratado é oriundo do nordeste. Como exemplos de filmes que se utilizam destes personagens pode-se citar *Deus é brasileiro*, *Lisbela e o Prisioneiro*, *O Auto da Compadecida* e o que utilizamos como *corpus* desta pesquisa: *A Máquina*. Este, em específico, mostra uma cidade fictícia chamada “Nordestina”, onde os habitantes procuram uma “vida melhor” no “mundo lá fora”.

As diferentes formas em que o brasileiro é representado no cinema leva a problematizar as características de *realidade* presentes nesta indução fílmica-brasileira quanto à representação do sujeito popular e seu entorno. Parte-se da idéia de que o imaginário social absorve conceitos de uma cultura e é a partir deste imaginário que o popular é representado na mídia, como o pesquisador Jesús Martin-Barbero (2008) aponta ao falar que *o popular nos interpela pelo massivo*.

Desta forma, o tema deste trabalho foi delimitado como **A representação do popular no filme *A máquina*, na perspectiva dos Estudos Culturais**. Busca-se, portanto, observar como os personagens, com características populares, são trabalhados no filme.

Estudar a cultura latino-americana na perspectiva de Jesús Martin-Barbero e Néstor García Canclini, teóricos de referência para esta pesquisa, possibilita uma investigação sobre as práticas comunicativas na América Latina, em sua especificidade, algo que, devido às próprias limitações do currículo acadêmico, não foi possível ser abordado de forma aprofundada na graduação até este momento.

Contextualizamos os estudos na análise cinematográfica, nas questões do popular e da identidade, além de especificarmos a produção brasileira e suas representações do popular, analisando também a construção dos personagens no filme em questão. No desenvolvimento do trabalho, procuramos abordar estes itens em seções monográficas no intuito de apresentar os estudos e conceitos que subsidiaram a análise.

Deste modo, **A TEORIA DO CINEMA E OS ESTUDOS CULTURAIS** é uma seção dedicada à contextualização dos estudos cinematográficos e suas influências nos Estudos Culturais, quando este trabalha o cinema como seu objeto de análise.

Em **TERMINOLOGIA DOS ESTUDOS DA CULTURA** procura-se discutir os conceitos próprios da teoria, trazendo contribuições dos Estudos Culturais, não só na América Latina, por meio dos teóricos Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Renato Ortiz e Beatriz Sarlo, mas também do jamaicano, radicado na Inglaterra, Stuart Hall e do norte-americano Douglas Kellner. Nesta seção, identidade e *popular* são os termos-chave que delinham a discussão na busca por (des)construir significados na contemporaneidade.

Na terceira seção, **O POPULAR E SUA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA**, foram apresentadas as formas e retratos do brasileiro e da identidade nacional nas produções televisivas e cinematográficas no decorrer do tempo, focando as representações e cenários do nordestino no que concerne à constituição da sua identidade como (representação do) *popular*.

Partindo dos preceitos desenvolvidos até então, construiu-se a análise imagética e textual do filme *A Máquina*, mediante contribuições do método advindo da Análise de Discurso de linha francesa preconizada por Michel Pêcheux. Tal perspectiva teórico-metodológica possibilitou explorar possíveis sentidos que o filme produz, assim como observar o funcionamento da memória no *corpus*, além de mobilizar outros conceitos, próprios desta linha teórica, favoráveis à compreensão das representações do popular. Eni Puccinelli Orlandi é a pesquisadora brasileira que ajuda a tracejar este percurso de análise.

Esta tentativa de conciliar os Estudos da Cultura e a Análise de Discurso (AD) se transformou em um desafio para o desenvolvimento do trabalho. Os Estudos Culturais é uma teoria sem um método específico de análise e a AD possui um método que está construído na e pela teoria que lhe é própria. A perspectiva de análise conjuga ao olhar da cultura como espaço contra-hegemônico dos Estudos Culturais, os incômodos que a AD permite pensar, questionando a obviedade da linguagem e a concebendo como um ritual que está sujeito à falha.<sup>1</sup>

As orientações descritas acima levam à construção da seção **PROCESSO DE ANÁLISE**. Nela, são descritas as quatro regularidades encontradas durante análise: religião; o local em meio ao global, as influências da mídia e a afirmação do popular como *popular*. A partir das regularidades foi possível pensar em uma constituição de uma linguagem poética e esta à resistência.

---

<sup>1</sup> Referência à tese de Michel Pêcheux de que todo ritual está sujeito à falha.

## 2. A TEORIA DO CINEMA E OS ESTUDOS CULTURAIS

Muito antes dos Estudos Culturais serem pensados dentro dos estudos de cinema, algumas transformações e teorias foram influentes para que esta convergência acontecesse. Desde o surgimento do cinema, no final do século XIX, as formas de vê-lo e teorizá-lo influenciaram o fazer cinema. Como aponta Stam (2006), logo quando começaram as exibições de filmes nas cine-salas, muitos rejeitaram o cinema como arte, principalmente os sujeitos que já faziam parte das artes consagradas, como a música, o teatro, a dança, a pintura e a literatura. Mas com uma popularidade crescente, os profissionais destas mesmas artes tiveram de trabalhar na produção cinematográfica. Assim, os textos, a linguagem, os atores e demais aspectos que faziam parte do cinema tinham semelhança ou mesmo igualdade ao que já era produzido no teatro e na literatura. Do mesmo modo, os movimentos e os enquadramentos eram pensados de forma parecida como era na pintura e sua imagem estática.

No que se refere à Teoria do Cinema propriamente dita, Stam (2006) defende que ela deve ser vista em seu contexto histórico e social. O surgimento do cinema, como meio de comunicação, acontece no final do século XIX, com a primeira apresentação pública em 1895, mas com a devida popularização somente no início do século XX, mesmo momento da emergência do consumismo, do início da psicanálise, da configuração do nacionalismo e o apogeu no imperialismo europeu. Desta forma, as teorias só poderiam ser pensadas no centro destes acontecimentos: a própria Europa. As primeiras redações sobre cinema vieram dos teóricos da literatura, trazendo opiniões divergentes para o campo cinematográfico. Para os que aceitavam a nova manifestação artística, o cinema se mostrava como um potencial de democratização e alcance, por ser mais acessível que o teatro e atingir os iletrados. Já para os tradicionalistas, era apenas uma forma pobre de arte, de pouco conteúdo e feita para os que não pensavam.

Segundo Stam (2006), diante das novas discussões, houve uma mudança de visão e os teóricos da época começaram a pensar o que tinha de essencial no cinema, abrangendo o que havia de propagação de idéias e a técnica usada. Surge, naquele momento, o que, hoje, mais diferencia o cinema das outras artes: a montagem. A técnica de montagem foi melhor explorada pelos então chamados soviéticos. O close-up, os movimentos de câmera e a passagem de cenas

possibilitaram ao cinema a criação de uma linguagem própria, capaz, finalmente, de diferenciá-lo do teatro, que só pode ser visto pelo sujeito, desde seu começo até o seu final, na mesma posição.

Para Ginach (2005), a materialidade do cinema, constituída como linguagem, é formada pela técnica desenvolvida e pela composição das diferentes artes na tela do cinema. Uma composição formada pela imagem, pela dança, pela música e pela teatralidade. Até mesmo o desenvolvimento de novas formas de filmagem, novas colocações de câmeras e novos posicionamentos nos planos vieram a produzir efeitos de sentido e diferenciar ainda mais o fazer cinematográfico.

Concomitantemente a este desenvolvimento prático do cinema, o formalismo russo<sup>2</sup> buscou ampliar o conhecimento teórico sobre o meio. Stam (2006) comenta que, enquanto integrantes da produção cinematográfica, exercendo os cargos de roteiristas e consultores, os formalistas russos queriam consolidar o cinema e sua poética comparável ao que existia na literatura. Alguns aspectos apresentados pelos formalistas foram duramente criticados, principalmente no que se refere à forma mecanicista e a-histórica com que os conceitos eram tratados, em publicações dos principais representantes da Escola de Bakhtin, nas décadas de 1920 e 1930, como do lingüista Medvedev e do próprio Bakhtin.

Stam (2006) mostra que logo depois, com o advento do som, o início da queda do imperialismo europeu e o fortalecimento da economia americana, novas críticas eram tecidas à produção e à teoria cinematográfica, o que possibilitou o surgimento de novas teorias assim como a apropriação de estudos feitos em outros meios que não o cinema. A Escola de Frankfurt traz uma nova visão sobre o cinema, tendo como principal crítico deste meio Walter Benjamin. Em um primeiro momento, para Walter Benjamin, nas palavras de Stam (2006, p. 84), “o capitalismo lançava as sementes de sua própria destruição, ao criar as condições que possibilitariam sua abolição”. Justamente pelo fato do alcance popular do cinema, a desvalorização do culto e a quebra da “aura” (conseqüência do que Benjamin chama de “era da reprodutibilidade técnica”<sup>3</sup>), o cinema possibilitava a movimentação das massas para uma profunda transformação social. Esta idéia um tanto otimista de Benjamin foi duramente criticada por outro teórico da escola de Frankfurt, Theodor Adorno.

---

<sup>2</sup> O Formalismo Russo foi uma escola de crítica literária da Rússia entre as décadas de 1910 e 1930 que influencia até hoje diversos segmentos dos estudos lingüísticos e literários (STAM, 2003).

<sup>3</sup> BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

Comentando as idéias de Adorno, Stam (2006) diz que o teórico entendia que, pela falta de complexidade e dificuldade existente na arte erudita, o cinema não trazia nada além da alienação e idéias disseminadas do capitalismo. As discussões de Benjamin e Adorno, assim como a de seus companheiros da Teoria Crítica, como Horkheimer e Marcuse, trouxeram fortes contribuições para as teorias contemporâneas de cinema, incluindo os Estudos Culturais, principalmente nos estudos de recepção.

Esta relação da Teoria Crítica com os Estudos Culturais não acontece somente no cinema. De acordo com Kellner (2001, p. 42), “a Escola de Frankfurt inaugurou os estudos críticos de comunicação e cultura de massa e desenvolveu um primeiro modelo de estudo cultural”. Foram os frankfurtianos os primeiros a utilizar o termo “indústria cultural”, enxergando nela a ideologia<sup>4</sup>, conceito fundamental, segundo Kellner (2001), para os Estudos Culturais. Porém, os frankfurtianos não concebiam a cultura de massa como lugar de resistência. Para eles, é por meio da industrialização da cultura, isto é, da cultura industrializada para ser produto vendável, que se propagava e reforçava uma ideologia dominante, capaz de alienar.

A Teoria do Terceiro Mundo também influenciou os Estudos Culturais enquanto teoria do cinema, principalmente na América Latina. Segundo Stam (2006), na década de 1950, quando o termo “terceiro mundo” (referente aos países considerados subdesenvolvidos ou atrasados econômica e industrialmente) começou a ser propagado, a preocupação nacionalista deu origem à teoria própria destas nações classificadas como terceiro mundistas. Os cineastas desses países trazem para a tela suas perspectivas e representações de seu próprio povo, fugindo das caricaturas hollywoodianas que pudessem surgir. Os teóricos da época diferenciaram os filmes realizados em Hollywood dos produzidos em países como o Brasil, o México e a Índia, hoje, um dos maiores produtores cinematográficos internacionais. O autor comenta que nos filmes desta época pode-se perceber o engajamento político que acabaram retratando, assim como produtores e diretores traziam suas impressões e estéticas próprias para o cinema.

Xavier (2006), uma das referências na teoria e crítica cinematográfica do Brasil, conta a trajetórias de cineastas importantes, como Glauber Rocha, que durante muitos anos praticaram o cinema de autor, ou seja, o cineasta incorporava à

---

<sup>4</sup> O conceito de ideologia será apresentado na quinta seção deste trabalho.

sua produção seus ideais políticos e culturais. Muitas vezes a questão mercadológica era deixada de lado para o cineasta-autor se ver livre de influências exteriores, seja da economia ou do Estado. “Um movimento plural de estilos e idéias que, a exemplo de outras cinematografias, produziu aqui [no Brasil] a convergência entre a ‘política dos autores’, os filmes de baixo orçamento e a renovação da linguagem” (XAVIER, 2006, p. 14).

Ainda é possível citar outras teorias, como a feminista e a semiótica, que influenciaram de uma forma ou de outra os Estudos Culturais. Fundamentado pelos estudos de diferentes autores como Antonio Gramsci, Raymond Williams, Foucault e Bakhtin, Stam (2006) considera difícil encontrar uma definição para os Estudos Culturais, devido à sua metodologia eclética e aberta, origem diversa e o objeto de estudo estar menos ligado à especificidade de determinada mídia, como o cinema, do que pela disseminação cultural. “Transformacionalistas, os estudos culturais chamam a atenção para as condições sociais e institucionais no interior das quais o sentido é produzido e recebido” (STAM, 2006, p. 250). Ele ainda complementa, afirmando que o estudo da cultura deixa de analisar o texto em si, mas as relações entre este mesmo texto e seu contexto cultural, político e econômico.

Para Kellner (2001), o campo dos Estudos Culturais está sujeito a controvérsias, ou seja, existe uma abertura para interferências e novos incrementos, visto que a cultura é dinâmica e não estável, depende de seu tempo e de sua sociedade. Por este motivo, por esta abertura, este campo não pode estar atrelado a um único veículo, como o cinema, por exemplo. O autor usa a expressão “cultura da mídia” justamente para não reduzir os estudos a um meio comunicativo, mas sim ligados, e ainda não exclusivamente, à mídia, significante de um conjunto de meios.

Nos Estudos Culturais, de acordo com Kellner (2001), não existe uma metodologia que contemple os estudos de cinema, ou seja, a especificidade do meio. Alguns teóricos se mostram controvertidos ao seu uso na Teoria do Cinema. Um ponto que acaba provocando ainda mais divergências é o fato de existir o olhar mais atento às classes populares e à chamada cultura de massa e, ao mesmo tempo, existir o distanciamento dos conceitos de arte erudita, ou seja, um distanciamento da concepção pregada tradicionalmente. Diferenciando-se ainda mais da maioria das teorias do cinema, os Estudos Culturais mostram uma visão otimista quanto às possibilidades de resistência à cultura hegemônica e o controle ideológico dos meios. Para tal abordagem teórica, esse controle não é totalitário,

justamente porque não há espectadores passivos e totalmente alheios de criticidade ao que é transmitido.

É nas pesquisas relativas aos espectadores que os Estudos Culturais trazem sua maior contribuição à Teoria do Cinema, como aponta Stam (2006). Desde que o cinema foi concebido, o espectador sempre foi objeto de estudo direta ou indiretamente da maioria dos ensaios em Teoria do Cinema. Na teoria da recepção, o espectador é tido como um sujeito ativo, já que é ele quem deve compensar as limitações do que se vê na projeção do filme, como, por exemplo, a terceira dimensão não “vista” no cinema. Além disso, o conteúdo e a mensagem do filme são recebidos de diferentes maneiras pelo espectador, não passivo, possuidor de sua história, cultura e ideologia. Desta forma, pode-se falar de diferentes leituras de diferentes espectadores. O autor, ao citar Stuart Hall, elucida três posições do espectador perante a ideologia dominante. A primeira delas chama-se leitura dominante, ou seja, o já falado espectador que responde de acordo com a ideologia transmitida pelo meio. A segunda é a leitura negociada, em que há um diálogo entre a ideologia transmitida e a crítica exercida pelo espectador. Por último, fala-se na leitura resistente, ou melhor, uma leitura em que o espectador rejeita toda idéia propagada, fazendo oposição direta a ela.

Stam (2003, p. 256) entende que “nem o texto e nem o espectador são entidades estáticas, pré-constituídas; os espectadores moldam a experiência cinematográfica e são por ela moldados, em um processo dialógico infinito”. Nessa perspectiva, o autor aponta cinco formas de se ver este espectador: o indivíduo<sup>5</sup> moldado pelo texto; o indivíduo moldado pelos dispositivos técnicos; o indivíduo moldado pelas ações de espectadorialidade, como a ida ao cinema ou a análise fílmica; o indivíduo construído pelos discursos e ideologias do ambiente do qual faz parte; e o indivíduo enquanto resultado de sua etnia, gênero e inserção sócio-histórica.

A questão espectadorialidade ganha cada vez mais importância nos estudos posteriores da Teoria do Cinema, como mostra Stam (2006), citando alguns trabalhos desenvolvidos nas décadas de 1980 e 1990, como as da professora norte-

---

<sup>5</sup> A palavra “indivíduo” foi mantida neste trecho por questões de fidelidade ao emprego do autor. Em Análise de Discurso, segundo Orlandi (2005), em referência à tese do filósofo Louis Althusser, o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia; conceitos que serão mais bem trabalhados na quinta seção deste trabalho..



americana Bell Hooks, que analisa a receptividade da mulher negra, e do especialista em mídia, Henry Jenkins, sobre o estudo da cultura dos fãs.

Como aponta Mascarello (2005), no entanto, o Brasil esteve fora desta realidade. Segundo o autor, os estudos brasileiros de cinema não contemplam o público como parte de seus ensaios. Apesar de existir pesquisa de cinema do País, tanto quantitativamente quanto qualitativamente, os pesquisadores não escolhem a espectralidade cinematográfica como objeto de investigação. Em dados apontados por Mascarello (2005), a maior parte dos estudos, inclusive nos cursos de mestrado e doutorado brasileiros, a teoria cinematográfica se concentra nas análises fílmicas. Prova desta configuração dos estudos cinematográficos brasileiros é a concentração de textos encontrados durante a presente pesquisa que abrangem exclusivamente a análise de filmes.

Não é interesse deste trabalho fazer uma discussão aprofundada de como os Estudos Culturais são utilizados na Teoria do Cinema, mas sim, traçar um breve panorama desta influência e o diálogo entre as duas teorias, o que se buscou ter realizado. Esta contextualização é importante para situar a realidade em que esta pesquisa se insere.

Vale ressaltar que muitos trabalhos encontrados durante a pesquisa utilizaram os Estudos Culturais Latino-americanos para situar suas análises, tendo inclusive, a repetição constante dos autores Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini. Alguns deles buscaram encontrar, nos filmes analisados, a política nacional<sup>6</sup>, retratos da cidade<sup>7</sup> e discussões sobre sexualidade, etnia e questões raciais<sup>8</sup>.

Esta perspectiva multicultural, de muitos objetos e de método indefinido, pode provocar contradições na definição de alguns termos comumente citados nos Estudos Culturais. Palavras como “popular” e “identidade”, em meio às novas teorias, incluindo as chamadas pós-modernas, carregam significados nem sempre homogêneos entre os autores que fundamentam este trabalho. Na tentativa de

---

<sup>6</sup>HAUSSEN, Doris Fagundes. A política nos filmes brasileiros: relações com a economia, a cultura e a identidade nacional. In: XVI Encontro da Compôs, 2007, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: UTP, 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_214.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_214.pdf)> . Acesso em: 15 ago. 2008.

<sup>7</sup>GIANNINI, Roberta. Uma análise das representações da cidade do Rio de Janeiro a partir do filme *O Primeiro Dia*. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0267-1.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2008

<sup>8</sup>Duprat, Nathalia. Cinema gay e Estudos Culturais: como esse babado é possível. In: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2007, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/NathaliaDuprat.pdf> . Acesso em: 22 jul. 2008

esclarecer alguns pontos e, por se tratar de termos empregados neste estudo repetidas vezes, uma discussão sobre os mesmos será explorada nas páginas seguintes.

### 3. TERMINOLOGIA DOS ESTUDOS CULTURAIS

#### 3.1. CONCEITUANDO O POPULAR

##### 3.1.1 As discrepâncias do termo

Martin-Barbero (2008), ao descrever a “descoberta” do povo pelos teóricos do romantismo, aponta uma idealização deste, já que eles o tinham como promotor de uma ação revolucionária por meio de sua coletividade e de sua cultura natural. “Pensando como ‘alma’ ou matriz, o povo se converte em entidade não analisável socialmente, não trespessável pelas divisões e pelos conflitos, uma entidade abaixo ou acima do movimento social” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 39). O autor ainda comenta como anarquistas e marxistas conceberam a idéia de povo, ou mesmo de popular. Aqueles viam os aspectos culturais como modo de luta política, apesar de certa instrumentalização desta cultura popular. Já os marxistas, muito mais ligados aos modos de produção, tinham a idéia de povo ligada à noção de proletariado, logo, protesto e revolução se dariam pelo meio econômico.

O uso do termo começou a ser explorado de outras formas, no século XIX, quando a imprensa passa a ser considerada Meio de Comunicação de Massa (MCM), no mesmo período do surgimento do rádio e do cinema. Martin-Barbero (2008) traz uma discussão a respeito do termo massa, afirmando que seu conceito já era trabalhado muito antes dos estudos e teorias da comunicação das décadas de 1930 e 1940. Seja na sociologia, filosofia ou psicologia, começou-se a pensar no desenvolvimento do capitalismo sobre a força política das multidões. Pensada por vezes como irracional, a massa, aos poucos, foi conhecida como possuidora de uma lógica e cultura própria<sup>9</sup>. Cultura de massa, assim como o popular, tinha o significado atrelado a interpretações pessimistas. Ainda hoje, o termo “massa” suscita discussões no meio acadêmico. De acordo com Baudrillard (1985, p. 12), não existe uma definição para o termo; “a massa é sem atributo, sem predicado, sem qualidade, sem referência. Aí está sua definição, a sua indefinição radical”. Na

---

<sup>9</sup> Como se deu este processo pode ser encontrado detalhadamente no capítulo “Nem povo nem classe: a sociedade de massas” no livro: MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2008.

sua compreensão, a “maioria silenciosa” é o referente dos sistemas de hoje. É nada mais que uma estatística feita pela sondagem.

A associação de massa e popular somente se consolida na teoria crítica de Frankfurt no início do século XX. Essa concepção é refutada já pelos estudiosos do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos de Birmingham, na década de 1960, por considerarem, segundo Kellner (2001), a ótica frankfurtiana elitista, um olhar de cima para baixo, tendo como foco de análise somente a cultura “superior”<sup>10</sup>. Dentro dos estudos da teoria crítica, o popular é tido como contrário ao que é culto, como uma resposta à massificação dos produtos culturais na era da reprodutibilidade. Estes mesmos produtos nunca estão completos, pois perdem sua “aura” ou ainda sua arte primeira.

Já incorporado aos Estudos Culturais, o termo popular passou a designar ora uma cultura produzida pela indústria cultural, e apropriada pelo povo, ora como uma cultura feita pelo povo e dirigida ao povo. A discrepância decorrida dos usos levou Kellner (2001) a considerar a utilização do termo como arriscada, acabando por adotar a expressão “cultura de mídia” no lugar de “cultura popular”.

Segundo Canclini (2003), os folcloristas tradicionais apresentaram outra definição lingüística do termo. O popular é visto, por eles, somente como a cultura tradicional ou resguardada pelas tradições e incorporada por alguns grupos modernos folcloristas. Desta forma, o popular só poderia ser encontrado na religião, nas tradições, no folclore e nos costumes populares, excluindo, assim, novas formas de relações do povo, como os próprios meios de comunicação de massa e as novas tecnologias, sendo a Internet um exemplo.

Durante muito tempo, o popular também esteve ligado fortemente a produções artesanais na América Latina. “A economia indígena e camponesa, e sua representação urbana por meio dos migrantes, contribuíram com os objetos e os símbolos tradicionais para configurar imaginários nacionais nos países andinos e centro-americanos” (CANCLINI, 2008, p. 93).

Ao mostrar o processo de transformação do folclórico em popular, Martin-Barbero (2008) relembra a literatura de cordel, ou seja, uma poesia como traços específicos deste popular. As histórias são um misto de realidade e ficção e uma das primeiras formas impressas de comunicação popular. Aos poucos, esta forma de

---

<sup>10</sup> Para os frankfurtianos, existia uma cultura superior, a arte primeira. Somente ela era verdadeira e não alienante como a cultura de massa.

manifestação vai ganhando espaço nos jornais da época e algumas modificações aconteceram por ter adquirido caráter massivo.

Outra manifestação para a qual Martin-Barbero (2008) chama atenção é o melodrama, uma forma de teatro popular que no século XIX se tornou uma opção para as camadas menos favorecidas terem acesso às encenações que não aquelas vinculadas aos grandes teatros e às “classes superiores”. Com linguagem, cenários e personagens próprios, os melodramas tornaram-se meios de luta política por meio da comicidade ou tragédias apresentadas em suas cenas. Estrutura e narrativa que estão, posteriormente, muito ligadas à história do desenvolvimento do rádio e do cinema.

Neste contexto, precisa-se re-situar, como aponta Martin-Barbero (2008, p.102), “o ‘lugar’ do popular e assumi-lo como parte da memória constituinte do processo histórico”. Se faz necessário a diferenciação dos significados e conceitos de povo, popular e seus derivados.

### 3.1.2 Substantivando o *popular* e adjetivando *povo*

Para se conceituar cultura popular é preciso diferenciá-la da cultura de massa. Esta nem ao menos é a cultura propriedade *da* massa, mas o termo foi popularizado em meados do século XX, quando a televisão surge como novo veículo de comunicação. Além do que, cultura de massa, por se tratar do que há de massivo, de grande quantidade, pode não abordar outras formas de produção e recepção como acontece em rádios comunitárias, vídeos e na Internet (CANCLINI, 2003). Cabe lembrar que, segundo Martin-Barbero (2008, p. 174), massa significa “o modo como as classes populares vivem as novas formas de condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações de democratização social.”

Ao mesmo tempo, podemos considerar a cultura popular como parte integrante desta cultura de massa, até então, pensada apenas em termos hegemônicos. Martin-Barbero (2008) mostra que “o popular nos interpela pelo massivo” no momento em que a cultura dominante se adequa às peculiaridades das classes populares, ou às suas necessidades, mesmo tendo como objetivo o alcance ao poder de consumo destas classes. A cultura é, para o autor, o espaço de luta, o

lugar de mediação da hegemonia. Então, como conceituar o que, realmente, é cultura popular?

Primeiramente, é preciso pensar o que é povo para a mídia: o índice de audiência, estatísticas que atraem anunciantes e cifras de vendas de um produto, que pode ser cultural ou não. Assim, popular é, para os empresários midiáticos, aquilo que tem resposta de mercado, o que vende em grande quantidade. Em seguida, a popularidade é focada como um índice que mostra o quanto algo ou alguém é vendável (CANCLINI, 2003). Estes conceitos são, em parte, incorporados pelo imaginário social, e acabam por facilitar a regularização de consumo às regras do mercado.

Segundo Canclini (2008), existiam, durante a “modernização do desenvolvimento econômico”, cinco motivos para que perdurasse essa forma de cultura popular tradicional: o sistema capitalista não abrangia a todos na produção industrial; o mercado precisava incorporar a “massa” para atingir o maior número de membros dela; a consideração do folclore era importante para o fortalecimento da hegemonia; a economia das classes populares estava ligada à sua produção cultural; e, por último, era um resultado dos governos que incentivavam a diversidade.

Há algumas décadas, esse entendimento do popular, como passivo e uma resposta apenas às leis de mercado, passou a ser questionado. As diversas manifestações do povo são vistas como populares, não por movimentarem quantitativamente pessoas, mas por terem co-produção deste mesmo povo. Aqui já não podemos só pensar em uma cultura exclusivamente feita pelo e para o povo, mas também como um diálogo do hegemônico e do subalterno, o que nos remete ao conceito de híbrido, ou seja, “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas formas estruturas, objetos e práticas”, conforme Canclini (2003, p. XIX).

Esse diálogo que provoca o hibridismo é visto, diariamente, nos meios de comunicação, como afirma Martin-Barbero (2008) ao falar dos retratos do cotidiano popular construídos no jornalismo radiofônico, principalmente o considerado sensacionalista, e na novela televisiva, mostrando não só realidades, ainda que parciais, mas também personagens característicos do povo. Este cenário permite pensar os meios de comunicação (veículo) como meio e ainda como mediações da cultura popular.

É válido falar também de populismo, ou seja, atores sociais e políticos que utilizam de características do povo e as incorporam de forma a criar uma identidade com este povo e alcançar a popularidade. Ao mesmo tempo, propiciam a construção de cenários em que o povo aja como atores sociais, ou seja, participantes (CANCLINI, 2003). As manifestações, apesar de não estarem sempre ligadas a partidos políticos, afetam o sistema. Não há mais despolitização e sim despartidarização. O popular, não pensado apenas ao limite do local-tradicional, participa das configurações do capitalismo. Assim, o autor considera que é nos setores populares o lugar onde se formam os sujeitos históricos. “A fragilidade da noção, ou seja, suas vacilações entre popular, popularidade e exclusão, representa as condições incertas de quem experimenta o vaivém entre escolher, ser escolhido e ser descartado” (CANCLINI, 2008, p. 99).

A partir destes conceitos, podemos definir cultura popular, ou somente popular, como o povo e suas apropriações culturais, sejam estas provindas dele mesmo, da cultura hegemônica, de massa ou de um processo híbrido, possuidor de um diálogo, resultando em uma nova cultura ou manifestação dela.

### 3.2 O CONFLITO DA IDENTIDADE

Para melhor atingir o objetivo deste trabalho, que é identificar as representações do popular no meio cinematográfico, em específico no filme *A Máquina*, convém questionar sobre a identidade e como ela é formada e discutida no mundo contemporâneo.

De acordo com Kellner (2001), a forma de se perceber ou mesmo de se criar uma identidade passou por transformações diretamente relacionadas com as mudanças na sociedade. Antes do século XVIII, a identidade era vista como algo imutável, que possuía sua estabilidade e era criada pelos sujeitos de acordo com sua posição social ou a função que exercia dentro de um determinado grupo. Tornou-se, na modernidade, um questionamento quase constante, tanto no que concerne aos estudos sociais, como também das pessoas pertencentes à sociedade moderna.

Canclini (2006) comenta que a identidade estava, na primeira metade do século XX, muito mais ligada ao que se via nos livros escolares, nos museus, ou mesmo no rádio, no sentido de que o meio era uma forma de unificar o pensamento

nacional. Do mesmo modo, os filmes ajudavam imigrantes a aprender a cultura do país desconhecido, como uma orientação de modos de comportamento, tratamento pessoal e costumes que eram retratados nas salas de cinema.

Até meados do século XX, cogitou-se a formação de uma identidade nacional<sup>11</sup>, ou seja, uma identidade capaz de representar todas as características de uma nação, e que ainda hoje é divulgada na literatura, na música, no cinema e nos diferentes veículos da mídia. Como explica Hall (2005) o que antes era imaginado localmente, em setores sociais individuais, passou a ser formulado em termos nacionais. Esta identidade nacional pode ser construída por mais de uma narrativa, de acordo com o autor: a história da nação, por meio da mídia, da literatura e da cultura popular; o nascente da nação, o que veio primeiro e, discursivamente, seria propagado; tradições inventadas como forma de concretizar valores e normas; mitos que contam um passado já esquecido, mas que insistem em explicar a formação social; e o uso dos personagens “primeiros” ou “originais”.

Martin-Barbero (2008) comenta três aspectos que levaram ao processo descontínuo de formação da nação moderna. O primeiro deles é referente ao descompasso entre Estado e Nação, ou seja, os meios que o poder estatal teve para nacionalizar o povo, ou ainda, a procura de uma unidade de pensamento e identidade. “Surge assim um novo nacionalismo, baseado na idéia de uma cultura nacional, que seria a síntese da particularidade cultural e da generalidade política, da qual as diferentes culturas étnicas ou regionais seriam expressões” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 221). O segundo, refere-se ao sistema político, que incorporou as classes populares de forma desviada. O autor explica que, durante a formação das cidades como as vemos hoje, principalmente entre as décadas 1930 e 1960, as classes populares tiveram de pensar enquanto *massa*<sup>12</sup> para “aprender” a utilizar as novas formas de transporte público e serviços que a elas eram oferecidos, como o trabalho, a educação, a diversão e a saúde. “Com a formação das massas urbanas, surge não só um crescimento das classes populares, mas também um novo modo de existência do popular” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 225). O populismo passa, então, a se concretizar como nova estratégia política, uma forma de atender

---

<sup>11</sup> Nos países que ainda estavam sob domínio militar, como o Brasil, esta tentativa de unificação nacional perdurou até o fim dos regimes autoritários.

<sup>12</sup> Este “pensar enquanto massa”, expressão empregada por Martin-Barbero (2008), não concebe a “massa” nas mesmas terminologias de Baudrillard (1985), visto que, para este autor, “só se comportam como massa aqueles que estão liberados de suas obrigações simbólicas”, isto é, a massa não produz sentidos, ela não pensa.



*demandas*. O terceiro aspecto descrito pelo autor é o de como os meios de comunicação desempenham seu papel, também político, no processo de nacionalização. O cinema e o rádio criaram formas de unificação nacional.

Existem três dispositivos, para Martin-Barbero (2008), que legitimam o sentimento nacional por meio do cinema: a teatralização, já que o cinema possui estrutura própria de representação; a degradação, em que o cinematográfico, para pôr ao alcance do povo, o coloca enquanto diminuto; e a modernização, em que se atualizam os mitos e novas formas de moral são contempladas.

Hall (2005) questiona a formação real de uma identidade nacional. Primeiro, porque uma nação é formada, historicamente, por meio de lutas e conquistas que nem sempre resultam em uma sociedade unificada. Segundo, porque esta nação é composta por pessoas com formações culturais diferentes<sup>13</sup>. “Este breve exame solapa a idéia de nação como uma identidade cultural unificada. As identidades nacionais não subordinam todas as outras formas de diferença e não estão livres do jogo de poder, de divisões e contradições internas” (HALL, 2005, p. 65).

De acordo com Canclini (2008, p. 29), “durante o século XIX e um bom trecho do XX, cada pessoa pertencia a uma nação, e era dessa perspectiva que ela imaginava suas relações com os outros.” O nacional era o ponto de partida para estabelecer interações de igualdade e diferença com o próximo. Para Sarlo (1997, p. 105), “as identidades tradicionais eram estáveis ao longo do tempo e obedeciam a forças centrípetas que operavam tanto sobre traços originais quanto sobre os elementos e valores impostos pela dominação econômica e simbólica”. Hoje, já não se pode falar em tal consentimento. O nacionalismo já não cabe mais na era da globalização. As relações, as experiências locais e globais modificaram o processo de identificação.

Problematizada, Kellner (2001) diz que a identidade passa a ser algo subjetivo, teórico e de múltiplas possibilidades. Não basta mais o sujeito ser branco, católico, brasileiro ou a reunião de uma série de conjuntos. Ele deve se firmar enquanto possuidor de uma unicidade, de uma individualidade que o caracterize perante outros. É neste momento que se pode falar da crise de identidade. O sujeito que não consegue conquistar seu papel em um determinado grupo, por constantemente estar em transformação, ou ainda, estar insatisfeito com ele mesmo,

---

<sup>13</sup> Stuart Hall desenvolve seus estudos baseados em suas vivências inglesas. No caso brasileiro, as distinções culturais são ainda mais claras quando se analisa, por exemplo, os regionalismos sulistas e nordestinos.

provoca o que o teórico chama de angústia, uma característica da vida moderna. A mídia de modo geral passa a ter papel fundamental nesta crise, já que ela é a mediadora do que deve ser ou não individual e particular.

Porém, como aponta Kellner (2001), é nas teorias de estudiosos da pós-modernidade que a concepção de identidade vai perder o que tinha de substancial e ainda racional para ser algo desordenado, incoerente e fracionado. Não existe mais o sujeito, mas o conjunto deles: a massa. Aqui, o autor entende a cultura da mídia como construtora da mensagem de como deve ser a personalidade, a identidade nesta sociedade contemporânea. Por este motivo, mostra-se contrário a alguns posicionamentos pós-modernistas sobre análises midiáticas. Defende o posicionamento crítico perante o conteúdo de redes massivas. Ele percebe a televisão muito distante do conceito discutido por Baudrillard, entendendo que, para este autor, o meio resulta apenas na saturação de imagens e informações sem significados. Kellner parte do princípio de que a crítica da ideologia, também na cultura midiática, merece consideração. Apesar das imagens e as aparências terem sua importância, as interpretações de narrativas, de ideologias e de significados são essenciais na análise da cultura da mídia. “É exagero dizer que, em si, o aparato televisivo solapa inexoravelmente o significado e afoga os significantes sem significados num hiperespaço plano e unidimensional sem profundidade, efeitos ou significações”, enfatiza Kellner (2001, p.304). O culturalista entende que a televisão e outras mídias desempenham funções fundamentais na hora de reformular comportamentos e, por consequência, a identidade.

Somado a este contexto, Canclini (2006) discorre sobre a abertura das economias nacionais ao mercado global, ou seja, a era da globalização, como um fator que influencia a desmistificação da identidade construída tradicionalmente. A transnacionalização da economia e, por conseguinte, da cultura forma um diálogo e uma mistura de identidades; logo, pode-se situar o cenário global em uma hibridização destas identidades.

A globalização, por mudar as condições e representações de espaço-tempo, em que a informação e o acesso a produtos e lugares estão disseminados, cria o que Hall (2005) nomina como fluxos culturais, ou seja, pessoas de diferentes lugares tornam-se consumidores da mesma mensagem, enfraquecendo o que poderia haver de nacional se tornando mundial.

Em contrapartida, existe o fortalecimento das culturas locais que criam também, ao menos no imaginário social, suas identidades regionais. No Brasil há a distinção entre estados, ao falar de cultura. É o caso da afirmação constante de grupos folclóricos gaúchos, nos trios elétricos baianos ou no frevo pernambucano. Por vezes, adjetivar “trios elétricos” e “frevo” como “baianos” e “pernambucano”, respectivamente, pode soar como redundante. Como se frevo só existisse em Pernambuco e trios elétricos somente na Bahia.

Ao mesmo tempo, Ortiz (2000) fala da desterritorialização da cultura, ou seja, uma cultura capaz de estar presente em qualquer local, mas ainda assim pertencente ao não-lugar. Desta forma, uma memória, que Ortiz (2000) chama de internacional-popular, pode criar no imaginário social, principalmente no que se refere à sociedade de consumo, referências culturais mundializadas, e estas passam a ser instrumentos comunicativos, porque é por meio destas referências que se cria uma cumplicidade ou mesmo uma identidade entre pessoas. É o que acontece, por exemplo, quando jovens fazem intercâmbios e conseguem criar laços de amizade facilmente, por terem estas referências culturais comuns.

Referindo-se a esta memória internacional-popular, Ortiz (2000) comenta que as grandes empresas e corporações ou mesmo os conglomerados de mídia transcendem o seu papel econômico e se constituem enquanto transmissoras de uma cultura, papel antes exercido por outros Aparelhos Ideológicos do Estado<sup>14</sup>, entre eles a escola. Entretanto, é dentro da sociedade que as referências culturais são discernidas e adequadas ao contexto e à necessidade dos sujeitos na construção da identidade comum e também individualizada.

Para Warnier (2003, p. 17), "a identidade é definida como o conjunto dos repertórios de ação, de língua e de cultura que permitem a uma pessoa reconhecer sua vinculação a certo grupo social identificar-se com ele", sendo que a identidade não depende exclusivamente da escolha dos sujeitos e sim das relações de poder. O pesquisador considera "mais pertinente falar-se de identificação ao invés de identidade, e que a identificação é contextual e flutuante". No cenário da cultura globalizada, pode-se assumir múltiplas identidades que contemplam o grupo e cultura a qual o sujeito pertence.

---

<sup>14</sup> Conforme Althusser (1980), os Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE) não são necessariamente públicos. Mostram-se aos olhos dos sujeitos como instituições privadas, mas que pelo seu exercício ideológico, agem a favor na manutenção do Estado. O autor cita como exemplos os AIE religioso, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, cultural e o da informação (midiático).

Martin-Barbero (2008, p. 286) situa a questão da identidade em um novo contexto. Ela “não se choca apenas com a aberta homogeneização trazida pelo transnacional, mas também com aquela, disfarçada, do nacional, com a negação, a deformação e a desativação da pluralidade cultural constitutiva desses países”. A área de conflito da identidade, que abrange o nacional e também o transnacional, é concebida no momento de mudanças políticas e dos novos sentidos que o popular passa a ter, principalmente, nas formas do coletivo e suas manifestações nem sempre partidárias. Nas palavras de Martin-Barbero (2008, p. 286), “o que se encontra em processo de mudança, hoje, é a própria concepção que se tinha dos sujeitos políticos”.

O sujeito pós-moderno se constitui depois de cinco descentramentos ocorridos durante a segunda metade do século XX, denominada por Hall (2005) como modernidade tardia, dentro das Ciências Sociais e Humanas. A re-interpretação dos estudos de Marx, em que os “indivíduos” não são mais considerados promotores de suas causas e ações, mas pessoas possuidoras de instrumentos e culturas já postuladas pela história, agindo assim, a partir delas, é o primeiro destes descentramentos. Depois, há o desenvolvimento da psicanálise e, conseqüentemente, os estudos do inconsciente, tendo o sujeito, ao decorrer de sua formação, como construtor de sua identidade, transformando-a continuamente. O terceiro descentramento do sujeito decorre dos estudos do lingüista Ferdinand de Saussure, sendo a palavra, pertencente à língua pré-existente ao sujeito, não possuidora de um significado fechado em torno de si, além de não existir o controle sobre este significado instável. O quarto descentramento, citado a partir do trabalho do filósofo francês Michel Foucault e seus estudos sobre o “poder disciplinar”, supõe uma nova ordem social, sendo que, quanto maior a coletividade e a organização das instituições, maior é a individualização do sujeito. Por fim, o último descentramento, citado por Hall (2005), é o movimento feminista da década de 1960, que possibilitou pensar novas formas de relação do sujeito e sua identidade por meio de questionamentos da vida social e familiar, questões de gênero e diferenças sexuais.

Os quatro primeiros descentramentos – a re-interpretação dos estudos de Marx; o desenvolvimento da psicanálise; os estudos do lingüista Ferdinand de Saussure; o trabalho do filósofo Michel Foucault – remetem, de certa forma, e mesmo sob reconfigurações ou deslocamentos, à condição do sujeito discutido em Análise de Discurso. Como explica Orlandi (2002), o sujeito se subjetiva pela

posição que ocupa. Ele está no processo de assujeitamento à língua e à história. O efeito de evidência sugere ao sujeito que possui controle sobre seu dizer e sobre ele como indivíduo. Mas a língua não se fecha em torno dela mesma; é capaz de *falha* e, na sua inserção na história, a língua se abre ao equívoco. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia. Assim, o processo de identificação do sujeito se dá pelo seu assujeitamento ao simbólico, pela ideologia, que lhe permite ser livre e submisso ao mesmo tempo, possuidor, na sociedade, de direitos e deveres que sustentam a ilusão de controlar sua vontade.

Canclini (2006) chega, então, à negociação da identidade nas classes populares, questionando sua existência. Por um lado, há comunidades e classes populares que encontram um espaço maior de discussão destas identidades na época midiática, globalizada e pós-moderna, quando podem dialogar suas culturas, ou mesmo identidades, com as condições postas pelo sistema capitalista e neoliberal, intercalando dois pólos; a matiz cultural do sujeito e as regras de consumo contemporâneas. De outro, o estudioso lembra que se tem a política nem sempre como espaço de discussão com classes populares. Ela se dá muito mais em termos midiáticos, de *marketing* nos meios, principalmente a televisão com seus jogos de imagens, em que tudo se tornou simulacro.

## 4. O POPULAR E SUA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA

### 4.1 A QUESTÃO DA IDENTIDADE NACIONAL

Apesar de teóricos como Stuart Hall, Douglas Kellner, Néstor García Canclini, já citados neste trabalho, discutirem, na atualidade, questões relativas à identidade do sujeito pós-moderno, a procura por uma unidade de conceitos que possam definir uma nação, um grupo ou uma cultura não é algo recente. No Brasil, por exemplo, há muito se busca uma convergência do que seria a identidade nacional e como se dá este processo de identificação pelos sujeitos. Por isso, antes da apresentação da análise do *corpus* deste trabalho é pertinente discutir como se estudou, ao longo da história, a identidade nacional, e, ainda, como, contemporaneamente, esta identidade, em específico do popular, é retratada no cinema e em outras mídias.

Manuel Bonfim, Nina Rodrigues e Sílvio Romero, sociólogos do final do século XIX e início do XX, citados por Ortiz (1998), fazem uma comparação da população brasileira com a europeia. O autor se mostra contrário à ideia destes sociólogos, já que, para ele, tais estudiosos consideram os europeus a linhagem evoluída e os brasileiros os que procuram evoluir, mas, ainda assim atrasados. Uma concepção que Ortiz entende como racista, pois nela o negro é visto como o fator do atraso brasileiro, ou seja, como figura que impede a evolução do País.

É na virada do século, segundo Ortiz (1998), que começa a se difundir o “mito das três raças”, ou seja, o brasileiro como o resultado da mistura do branco, do negro e do índio. Nesta procura por uma identidade nacional, o mestiço se torna a figura chave. É por meio dele que se inicia o processo de identificação brasileira, mas que, como explica o autor, mais esconde raízes culturais do que as deixa transparentes.

Não se pode esquecer que, também durante um longo período, a religião foi elemento suficiente no processo de construção da identidade, como explica Brandão (1987). Ainda que a profissão, a escolaridade, a classe social e a raça existissem como diferenciação, eram elementos secundários. Para o autor, a religião é o caráter distintivo e principal na formação da identidade. “Identidades religiosas são construídas como estratégias políticas de teor religioso na definição de modos legítimos de ‘se ser’ através da religião” (BRANDÃO, 1987, p.103).

O Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB) teve grande influência na compreensão da realidade brasileira. Até mesmo seus ideais políticos foram norteadores de movimentos sociais brasileiros, como esclarece Ortiz (1998). Durante muito tempo, os ideais do ISEB apontavam para a falta da consciência nacional, resultado, de acordo com os teóricos ligados ao instituto, da forma como o Brasil, ainda no século XX, se configurava como colônia. Esta compreensão se estende a todos os países colonizados (terceiro mundo), que deixam de construir a identificação pelo que é próprio e o fazem a partir de sua metrópole. Como o ISEB tinha influência socialista, principalmente hegeliana e marxista, os teóricos do Instituto acreditavam que a independência viria pela luta, não física, mas simbólica. Uma destas formas de luta simbólica se deu por meio do cinema, como expõe Ortiz (1998) ao comentar “Estética da fome”, de Glauber Rocha, em que é discutida uma “estética violenta”, ou seja, a tela de cinema vira uma forma de expressão da condição miserável dos que pertencem ao Terceiro Mundo.

O Centro Popular de Cultura (CPC), funcionando junto à sede da União Nacional dos Estudantes, foi uma das associações influenciadas pela filosofia do ISEB. De acordo com Ortiz (1998), o CPC assumia a cultura popular muito mais ligada ao folclore, ou melhor, às tradições do “povo” do que a uma manifestação cotidiana deste. Para o CPC, seria por meio desta cultura popular que se tomaria consciência da dependência dos países mais pobres em relação às grandes potências. A valorização do nacional e de sua identidade se daria, então, por meio desta cultura popular defendida pelo CPC.

Ortiz (1998) lembra que, nesta mesma época, quando o CPC defendia seus ideais, deu-se o desenvolvimento da chamada indústria cultural. Uma indústria formada com a ajuda da popularização dos meios de comunicação. Meios estes que procuram convergir o pensamento nacional, como já comentado neste trabalho. Desta forma, o autor propõe pensar a questão da cultura popular em termos de hegemonia, já que, para ele, existe muito mais uma luta de poderes do que uma questão de alienação. Neste sentido, os meios e empresas como EMBRAFILMES e TV Globo conseguiram uma unificação nacional; porém, em termos simbólicos. Ela estava muito mais ligada ao imaginário do que à realidade.

Uma das fases importantes para a configuração da cultura nacional se dá pós-1964. Como explica Ortiz (1998), é com o golpe militar e com o autoritarismo do Estado que o governo age como promotor do desenvolvimento da produção cultural,

mesmo contraditoriamente, ele fosse o maior repressor dos produtos que, de alguma forma, fizessem oposição. “São censuradas as peças teatrais, os filmes, os livros, mas não o teatro, o cinema ou a indústria editorial. O ato repressor atinge a especificidade da obra, mas não a generalidade da sua produção” (ORTIZ, 1998, p. 89).

Buscou-se, por meio do Conselho Federal de Cultura (CFC), novamente, uma tentativa de criação de uma identidade nacional. Do mesmo modo como ocorreu em outros momentos já citados, o CFC convocou os intelectuais brasileiros mais ligados à cultura tradicional para fundamentar sua procura por um conceito de brasilidade. Uma das estratégias utilizadas pela “defesa da cultura nacional” foi a criação dos Conselhos Estaduais de Cultura, que buscavam “conservar o acervo constituído e manter viva a memória nacional, assegurando a perenidade da cultura brasileira” (POLÍTICA NACIONAL DE CULTURA apud ORTIZ, 1998, p.97).

O Estado encontrou, também no cinema, uma forma de propagar o ideal de cultura e também uma exigência internacional: o consumo. Por meio de órgãos como o Instituto Nacional de Cinema e o EMBRAFILMES, o governo procurou financiar e regularizar a produção e exibição de filmes. Para se ter uma idéia, a produção entre 1957 e 1966 era de 32 filmes brasileiros anuais e em 1975 o número era de 85 longas-metragens (ORTIZ, 1998). De acordo com o site filmeb (2008) o número de lançamentos em 2007 atingiu a casa dos 93 longa-metragens<sup>15</sup>, sendo que os dois filmes com maior público no mesmo ano chegaram a mais de dois milhões de espectadores cada.

A questão do nacional, segundo Xavier (2006), perpassou pelo cinema brasileiro, principalmente na década de 1960, quando os jovens cineastas se imbricaram no seio da cultura brasileira e, na busca por uma estética inovadora, trouxeram, para a grande tela, debates sobre identidade, historicidade nacional e composição social no Brasil, implicando marcos também na música e no teatro.

Complicada e contraditória, a questão da identidade, de diferentes modos, marcou o cinema que queria discutir política, ganhando maior relevo à medida que o país foi se enredando num movimento heterônomo de modernização que se mostrava em descompasso com as idéias de transformação e justiça social vinculadas aos projetos de liberação nacional que mobilizavam os jovens de esquerda (XAVIER, 2006, p. 22).

---

<sup>15</sup> Porém só 82 filmes constam no ranking de média de públicos nas salas de cinema para cada produção.



Para Martin-Barbero (2008), o cinema latino-americano, em geral, vai estar conectado ao desejo que a população tem de se fazer enxergar na sociedade. “As pessoas vão ao cinema para se ver, numa seqüência de imagens que mais do que argumentos lhes entrega gestos, rostos, modos de falar e caminhar, paisagens, cores. Ao permitir que o povo se veja, o cinema o nacionaliza”, observa Martin-Barbero (2008, p. 246)

Porém, como aponta Xavier (2006), a produção brasileira demonstra uma particularidade nas representações do Brasil e de seu povo. Na tentativa de figurar na tela a identidade nacional, foge do cenário e do sujeito dos centros urbanos, e, mesmo quando se centra na cidade, o cinema brasileiro acaba por apontar os personagens que representam a migração de estados. Nas palavras de Xavier (2006, p. 110) “o arcaico dentro do moderno”.

Baseando-se nos preceitos apresentados até aqui, é possível entender que o Estado, durante muito tempo, foi delimitador de como deveria ser construída a identidade nacional, buscando, por meio de ações de órgãos e intelectuais, os elementos que considerasse constituintes do nacional e do popular, e tentando integrá-los ao imaginário por meio do “discurso nacional”. Segundo Ortiz (1998, p. 138) “isto equivale a dizer que a procura de uma ‘identidade brasileira’ ou de uma ‘memória brasileira’ que seja em sua essência verdadeira é na realidade um falso problema”. Em meio a este contexto, deixa de ser importante o que realmente tem de real no que se coloca como identidade nacional e sim onde e como atualmente se configura este processo de identificação.

#### 4.2 AS REPRESENTAÇÕES DO POPULAR

Liderada pela Rede Globo, a produção televisiva, juntamente com a cinematográfica, trouxe uma quantidade significativa de produtos que retratavam o popular, seja ele o periférico, o favelado ou o nordestino. Não se questionará, neste momento, se estes retratos são ou não estereótipos dos sujeitos, mas se tratará da existência de produções que influenciam o imaginário global e local.

Nas décadas de 1970 e 1980, a Rede Globo exibiu as novelas *O Bem Amado* (1974), *Saramandaia* (1976) e *Roque Santeiro* (1986), além das séries *Tenda dos milagres* (1985) e o *Pagador de Promessas* (1988). Estes produtos televisivos

mostravam o popular nordestino. Em pouco tempo, seus personagens ganharam repercussão nacional por apresentar características que, de alguma forma, chamavam a atenção do público. Os autores buscavam os contrastes e hibridizações que havia na cultura nordestina, ainda que não fossem fidedignas à realidade. Aos poucos, estas representações, por colocarem aquilo que era retratado como *próprio* no nordestino, possibilitaram uma identificação do que seria este sujeito pertencente ao Nordeste. Para Paiva (2008, p. 3) “a teledramaturgia, ao explorar os enredos nordestinos, seduz a opinião pública, exibindo os matizes de uma culturalidade nordestina em suas dimensões épicas e afetivas, românticas e transgressivas”.

Desde então, a televisão tem se apropriado da imagem do nordestino. A Rede Globo continua sendo um caso exemplar. Seja por meio do humor do atual *Zorra Total*, do drama das novelas ou mesmo em alguns capítulos de programas como *Você Decide*, exibido entre 1992 e 2000, que contou histórias de diferentes personagens oriundos do nordeste.

Entre as produções que ganharam destaque recentemente encontra-se a minissérie *Hoje é Dia de Maria*, exibida no ano de 2005, que agradou tanto público como crítica<sup>16</sup>. A minissérie conta a história de uma garota chamada Maria, que tenta enfrentar os infortúnios da vida no sertão. Características do nordeste e do próprio folclore brasileiro vão delineando a história por meio da linguagem nordestina e da música folclórica.

É por meio destes retratos audiovisuais, com imagens e sons, por vezes reproduzidos em estúdios e, por outras, com locações no próprio cenário narrado, que o público pôde ter uma aproximação ao que antes a maioria só teria acesso por histórias contadas ou, os mais privilegiados, por leituras e viagens pessoais. Assim, de certa forma, houve uma desmistificação da imagem que se tinha do nordestino antes e passou a se construir uma nova representação, agora, mediada pela televisão e pelo cinema.

Quando Fernando Collor assumiu a presidência da República extinguiu a EMBRAFILMES e a Fundação do Cinema Brasileiro. Como consequência, entre os anos 1990 e 1994, a produção cinematográfica brasileira teve uma de suas piores

---

<sup>16</sup> De acordo com o site oficial da minissérie, a produção ganhou o “Grande Prêmio de Crítica” da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA), além de duas indicações ao Emmy, premiação reconhecida internacionalmente. O site também informou sobre o lançamento do livro com o roteiro original e o DVD com todos os episódios da minissérie, devido ao sucesso de audiência.

fases. Depois disso, vieram as leis e prêmios que voltaram a incentivar o cinema nacional, o que se denominou como cinema de retomada. De acordo com Silva (2008), nesta volta buscou-se novamente expressar as realidades brasileiras. Fez parte do que ela denomina como “complexo cultural brasileiro”. Morumbi (2008, p. 7) conta que a filmografia produzida no Brasil passou a estar “inserida em processos de produção que misturam suportes tecnológicos, experiências profissionais e culturais, espaços geográficos diversos”.

*Terra estrangeira* (1995), *Central do Brasil* (1998), *Orfeu* (1999), *Bicho de sete cabeças* (2000), *O primeiro dia* (2000), *Abril Despedaçado* (2001), *Raízes do Brasil* (2004) e *Mandacaru* (2005) foram alguns dos filmes brasileiros que levaram milhões de pessoas às salas de cinema e disputaram prêmios importantes no meio cinematográfico, como o próprio Oscar. Muitos destes filmes trouxeram personagens com complexidades próprias, mas que, ao mesmo tempo, se referiam ao grupo que pertenciam. Em *Central do Brasil*, por exemplo, vê-se a história do garoto nordestino que encontra em um grande centro uma pessoa que talvez pudesse ajudá-lo a retornar à sua casa. A linguagem e os cenários mostram as diferenças entre duas culturas: a nordestina e a urbana.

Estas representações do que há de singular nos sujeitos, tentando transmitir “a realidade”, são utilizadas, basicamente, como uma forma de se construírem novas tensões narrativas, como explica Silva (2008). A identidade nacional-popular está muito mais atrelada a um discurso de mercado, já divulgado pela Rede Globo. Independentemente desta constatação, entende-se, tal como Silva (2008, p. 9), que “o cinema brasileiro recente carrega novas imagens de um contexto histórico-social”.

De acordo com Rossini (2007), a trajetória cinematográfica brasileira foi constituída por formações atreladas a uma concepção revolucionária e de lutas, ainda que idealizadas pelos que estavam envolvidos na produção de filmes. Aos poucos esta idealização foi transposta em marca do cinema nacional, retratando a desgraça, a pobreza, a violência e a fome como sendo constituintes, intrínsecos, de um gênero maior, o brasileiro. “Esses discursos identitários, produzidos a partir dos discursos cinematográficos, tornaram-se um senso comum” (ROSSINI, 2007, p. 27).

Produções relativas ao retrato da cultura nordestina e aos sujeitos que pertencem a ela, que também alcançaram sucesso junto ao público, colaboraram para fomentar ainda mais o imaginário social em relação ao popular nordestino. O *auto da compadecida* (1999), *Lisbela e o Prisioneiro* (2003), *Deus é brasileiro*

(2003), *O coronel e o lobisomem* (2005) fazem parte desta filmografia que combinou técnica e capacidade narrativa para construir personagens que agradassem aos espectadores. Vale lembrar que estes fazem parte do gênero comédia, símbolo que em termos de imaginário, associa-se ao nordestino, tendo como um ícone o cearense Renato Aragão.

“Através dos audiovisuais podemos flagrar os estilos da vida social e política, a religiosidade e a carnavalização, as formas assumidas pela acelerada hibridação entre o popular, o folclórico, o massivo, que distinguem a paisagem nordestina marcada por grandes diversidades, constituindo um conjunto multiforme das identidades individuais e coletivas” (PAIVA, 2008, p. 4).

Como fator que soma a este processo de identificação do nordestino, a trilha sonora é utilizada como instrumento de identidade. Nas palavras de Paiva (2008, p. 6), “difundem uma sensibilidade nordestina”. As músicas de Gal Costa, Caetano Veloso, Maria Bethânia, Gilberto Gil, Elba Ramalho, Luiz Gonzaga, entre outros, invocam na memória o que há de local, ainda que sejam produzidas globalmente.

Aliadas à música, as paisagens filmadas para o cinema provocam no espectador, principalmente o urbano, aquele que nunca fez uma viagem a um dos estados nordestinos, uma sensação de distanciamento, de colocar o nordestino como um povo à parte. Além de suas particularidades, sua identidade própria, ele mora em uma terra jamais vista pessoalmente. O uso de planos fechados, os panoramas das praias e dunas de areia se inserem na memória do receptor destas imagens como algo que só pode pertencer ao nordestino, mas que pode ser acessível ao sujeito pela tela de cinema, ou ainda, pelo *consumo* do turismo.

Como explica Paiva (2008), estas representações, ao mesmo tempo em que contribuem para toda a formação deste imaginário social, transmitem à nova geração a história e cultura nordestina, mesmo que sob o olhar midiático. O uso de jargões, os personagens históricos, o sincretismo entre as religiões católica e africana, a culinária regional e toda uma rede de signos e significados são passados através da tela da televisão e do cinema. Um hibridismo que é formado e transmitido pelo que há de folclórico, midiático e popular. Com traços globais, há uma cultura local que aparece, segundo Paiva (2008, p. 15), em um “contexto da sociedade de consumo através de outras formas discursivas”.

Este cenário faz parte do que, em Análise de Discurso, é chamado de memória discursiva e memória de arquivo. A memória discursiva, o interdiscurso, é formada pelo já-dito, pelos dizeres já pronunciados em um momento social e histórico e que retornam – não como uma globalidade, mas em regiões – na formulação (intradiscurso) do discurso, determinando os sentidos (primado do interdiscurso sobre o intradiscurso). Constitui-se pelo esquecimento do não-dizer pelo que poderia ser dito e pela impressão de sermos os produtores dos sentidos que funcionam no discurso (ORLANDI, 2005). A memória de arquivo representa o dizer documentado, ou seja, o sujeito pode resgatar o sentido produzido. Tem acesso às representações e aos significados. Na análise do filme *A Máquina*, os conceitos de *memória* (discursiva e de arquivo) são trabalhados para observar o jogo entre o estabilizável e o suscetível ao deslocamento.

## 5. PROCESSO DE ANÁLISE

### 5.1 CONSTRUÇÃO DO MÉTODO

Ao escolher os Estudos Culturais britânicos e latino-americanos<sup>17</sup> como referencial teórico para a realização desta pesquisa, um incômodo se sobressaiu: *Como conjugar aos estudos teóricos da cultura um método que, ao mesmo tempo, respeite as perspectivas desta teoria, não entrando em contradição com a mesma, e possibilite somar contribuições para avanços analíticos?*

Como esclarece Kellner (2001), os Estudos Culturais não têm um método específico de análise, mas sim o que ele chama de “método multiperspectívico”, ou seja, um método que contemple diferentes perspectivas metodológicas. Para o autor, este olhar multifacetado permite analisar os produtos culturais com uma gama de estratégias que facilitam a interpretação e a crítica. Porém, a escolha não deve favorecer o conflito analítico por incompatibilidade teórica. Então, como fazer a análise de um filme a partir destes estudos com o rigor que a academia exige?

Hall (2003), ao comentar que a diferença é indispensável ao significado, e este à cultura, concorda com a lingüística moderna pós-sausseriana ao afirmar que o significado não pode ser fixo. “Sempre há o ‘deslize’ inevitável do significado na semiose aberta de uma cultura, enquanto aquilo que parece fixo continua a ser dialogicamente reapropriado” (HALL, 2003, p. 33).

Martin-Barbero (2004, p. 66) afirma que é necessário “ler” o discurso dos meios de comunicação como manifestação de poder, mas não o discurso do poder político e sim o “discurso que trabalha qualquer matéria significativa visual ou sonora, e cuja análise consiste em descobrir as operações por meio das quais se constitui e realiza o controle”. O autor explica que não existe a pretensão de explicar os processos midiáticos, mas “articular a investigação sobre o discurso à das suas condições de produção, de circulação e de consumo” (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 67).

Expoente dos Estudos Culturais Britânicos, o jamaicano Hall, radicado na Inglaterra, e dos estudos latino-americanos da cultura, o espanhol Jesús Martin-

---

<sup>17</sup> Na América Latina não se constituiu uma teoria específica dos Estudos da Cultura, como tal, de forma instituída, mas sim uma composição de Estudos da Cultura, advindos de contribuições de diferentes autores, com proximidades teóricas, que se interessavam em estudar a cultura, optou-se por referir a tais estudos, em alguns momentos, também como Estudos Culturais.

Barbero, radicado na Colômbia, já indicam que pensar a linguagem, a circulação de significados e o discurso também faz parte de um radical do pensamento culturalista. Por isto, durante a delimitação do tema e a definição dos objetivos deste trabalho, a Análise de Discurso de linha francesa (AD) se revelou como um referencial metodológico que poderia contribuir e nortear a pesquisa. No momento em que oferece direcionamentos metodológicos capazes de delinear a análise, a AD possibilita não só somar aos Estudos Culturais, mas também ir além dele ou mesmo problematizá-lo, já que, como método, não se constitui fora dos seus próprios domínios teóricos fundados em contínuas interrogações, incômodos e desestabilizações do que se apresenta como inquestionável.

O que a AD possibilita é(são) o(s) deslocamento(s) necessário(s) para a apresentação (de alguns) dos sentidos produzidos pelo *corpus* deste trabalho por meio de seu olhar para o discurso, no discurso, mediante um trabalho metodológico fundado num ir e vir contínuo à teoria. Isto é, oferece subsídios para responder ao problema da pesquisa, que é saber como o *popular* é representado no filme *A Máquina*.

Não se trata, portanto, de uma simples questão de apropriação de método, considerando que, na AD, o método já supõe sua teoria. Não podem ser desvinculados. Da mesma forma, nos Estudos Culturais, britânicos e latino-americanos, a teoria não se dá fora de seu olhar sobre a questão da contra-hegemonia, característica que possibilita pensar o *popular* não como mero reproduzidor do massivo. A tentativa de conciliar as duas teorias se transformou em um desafio para a pesquisa. Não é pretensão do trabalho, assim, fechar ou fechar-se numa nova perspectiva metodológica. A proposta da análise é ter o olhar culturalista sobre o *popular*, mas se questionar por meio de incômodos que a AD provoca no pesquisador. Nesta busca, apresentar e esclarecer conceitos centrais da AD, incorporados na análise, é o próximo passo do trabalho.

## 5.2 CONTRIBUIÇÕES DA ANÁLISE DO DISCURSO

Conforme observa Orlandi (2005, p. 20), a Análise de Discurso (AD) de linha francesa, preconizada por Michel Pêcheux na década de 1960, ao tomar o discurso como objeto de estudo, trabalha com a língua, a história e o sujeito materialmente interligados. Constitui-se, assim, nos entremeios da Lingüística, interrogando a

historicidade que este campo de estudo não contempla; do Marxismo, indagando a presença do simbólico; e da Psicanálise, demarcando-se “pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele”.

A AD, segundo Orlandi (2006, p. 15), não considera a língua fechada em torno de si mesma, ou seja, possuidora de um significado estável e nem mesmo que ele possa ser controlado pelo sujeito falante. Para Orlandi (2007), o sujeito é sujeito porque é afetado pelo simbólico, ele se submete à língua. Assim, pode-se falar em efeito de sentidos produzidos entre sujeitos, entre locutores. Isto se conceituará, na AD, como discurso. “Os efeitos se dão porque são sujeitos dentro de certas circunstâncias e afetados pelas suas memórias discursivas”.

Deste modo, Orlandi (2005) sustenta que, ao problematizar o sentido produzido pelo discurso, no processo de leitura e interpretação, deve ser levado em consideração que as diferentes manifestações da linguagem, por não estarem fechadas em torno de si mesmas, estão abertas a equívocos em sua opacidade. Os significados podem ser pensados pelo sujeito enunciador do discurso, mas isto não implica que os significados serão os mesmos para quem interpreta este mesmo discurso; até porque há sentidos que o sujeito produz independente de sua consciência. Achard (2007) entende que o reconhecimento da palavra, unidade simbólica, é definido pela identificação do que é repetido. “Cada nova co-ocorrência dessa unidade formal fornece novos contextos, que vêm contribuir à construção do sentido que esta unidade é o suporte” (ACHARD, 2007, p. 14).

No processo de análise, a AD considera, de acordo com Orlandi (2006), as condições de produção. Elas são definidas tanto pelo contexto do agora, ou seja, o momento de enunciação do discurso, como pelo contexto social-histórico, isto é, todas as relações ideológicas que funcionam, sem estar ligadas temporal e espacialmente, no momento da enunciação. Este funcionamento histórico-social nos remete ao interdiscurso, à memória discursiva, ao contexto em que os discursos já produzidos se fazem presentes no agora, sem ser percebidos. Algo que só é possível pelo esquecimento. A autora, baseada nos estudos de Michel Pêcheux<sup>18</sup>, diferencia dois tipos de esquecimento. O esquecimento número dois, que é aquele segundo o qual poderíamos dizer o mesmo de diferentes maneiras; o esquecimento

---

<sup>18</sup> Referência a: PÊCHEUX, Michel. *Lês Verités de la Palice*. Paris: Maspero, 1975.



da (não) escolha do significante durante a produção do discurso. O número um, que se refere ao esquecimento de tudo que já foi dito e produzido e é fator significante no discurso, mas, inconscientemente, leva a crer sermos os produtores do sentido daquilo que dizemos.

Apesar de citada em páginas anteriores, cabe retomar o que se entende por *memória*. Nas palavras de Pêcheux (2007, p. 56),

uma memória não poderia ser concebida como uma esfera plana, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos.

Orlandi (2005) explica que antes da enunciação já existem as relações de sentido, as relações de força e a antecipação. As relações de sentido, porque todo discurso se confronta com outros discursos já produzidos e também para os dizeres futuros. Nas relações de força, o sujeito ocupa um lugar social, que por si só, mas não somente, significa no discurso. A antecipação acontece na colocação do sujeito no lugar do outro, pensando no sentido de seu discurso que será produzido para o outro antes de ser pronunciado. Estes três elementos fazem parte, conforme a autora, das formações imaginárias, ou seja, imagens que já estão presentes antes da enunciação do discurso.

A AD, segundo Orlandi (2006), concebe a ideologia como constitutiva do sujeito e da linguagem. Ela está presente no discurso e tudo que concerne à sua formação. O sujeito, para produzir sentido no discurso, interpreta. Uma interpretação que não é só consciente e aparece, para nós, como sendo evidente. Há uma naturalização dos sentidos produzidos, apagando a opacidade da linguagem e sua relação com a história. De acordo com Orlandi (2006, p. 46), “este é o trabalho da ideologia: produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência”.

Nesse âmbito, pode-se falar em formação discursiva, que está ligada à formação ideológica. “As palavras, expressões, proposições adquirem seu sentido em referência às posições do que as empregam, isto é, em referência às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem” (ORLANDI, 2006, p. 17). O indivíduo é interpelado em sujeito pelas formações discursivas, representantes da

ideologia na linguagem. O sentido, produzido no discurso deste sujeito, significa por sua inserção em determinada formação discursiva e não em outra, que pode produzir um novo sentido.

Para Orlandi (1996, p. 125), a noção de funcionamento é fundamental para a AD. Por este motivo, a lingüista leva a pensar, baseada em Michel Pêcheux, em “funcionamento discursivo”, ou seja, uma “atividade estruturante de um discurso determinado, por um falante determinado, para um interlocutor determinado, com finalidades específicas”.

Com os conceitos descritos nesta subseção, parte-se para a construção de um percurso de análise de *A Máquina*, buscando as representações do popular no filme, de modo a observar sua constituição sócio-histórica, não pela busca de sentidos “verdadeiros”, mas pelo que passa a significar pelo trabalho da memória discursiva.

### 5.3 O POPULAR NO FILME *A MÁQUINA*

Antes de se deter especificamente ao filme *A Máquina*, é relevante considerar o cinema brasileiro no que concerne às suas condições de produção<sup>19</sup>, visto que, segundo os preceitos da AD, é ponto de partida para a significação do discurso.

Para Xavier (2006), a forma de produção com ampla diversidade é herança das décadas de 1950, 1960 e 1970, período do desenvolvimento do chamado Cinema Novo e Cinema Marginal. Inclusive, foi nesta época, em meio a uma linguagem ainda convencional, mas já à procura de novas experiências estéticas, que existiram discussões relacionadas aos aspectos de realidade e ao nacional-popular. Assim, de diferentes maneiras, o cinema brasileiro procurou uma nova plástica às suas imagens e às suas narrativas, nem sempre concordantes entre si como o que apresentava o cinema clássico.

Segundo Xavier (2006), na década de 1980 o cinema brasileiro se reconciliou com o mercado, deixando de lado a resistência ao simulacro do real na tela e abandonando, em partes, as preocupações de fidelidade ao real. Fato que influenciou a produção da década de 1990, reconhecida por esta não aversão ao mercado, embora o autor considere que a questão da autoria tenha prevalecido.

---

<sup>19</sup> Na terceira seção desta monografia, apresenta-se um panorama das produções brasileiras, mas não se detém em mostrar como aconteceu e acontecem estas produções.

Estas duas conjunturas, a de não aversão ao mercado e o cinema de autor, favoreceram a qualidade na produção cinematográfica brasileira atual.

Com uma produção cada vez mais diversificada, Xavier (2006) explica que há uma diferenciação de cineastas. De acordo com o autor, existem aqueles com preocupações estéticas próprias; os cineastas mais ligados ao mercado e com interesse de atingir o grande público; e as produções dos que procuram um diálogo entre impressões pessoais e a linguagem de comunicação imediata.

Esta pesquisa parte da consideração de que o filme *A Máquina* é, entre as categorias de produção apresentadas por Xavier (2006), um diálogo entre uma busca de autoria e uma comunicação com o mercado. Autoria porque é uma produção não convencional, em que os próprios produtores do filme falam, no *making off*<sup>20</sup>, da busca por uma especificidade com elementos não ligados à uma narrativa mercadológica, com “sentimentos únicos”. Também uma comunicação com o mercado, pelo fato de utilizar atores globais, como Mariana Ximenes; o que é entendido como uma estratégia de ganhar visibilidade junto ao público.

A produção de *A Máquina* aconteceu em 2005<sup>21</sup>, quando já havia se restabelecido há muito tempo, no Brasil, o incentivo a produtos cinematográficos nacionais e, segundo o site (2008) da Agência Nacional de Cinema (Ancine), o aceite do público ao mesmo, visto a crescente participação dos espectadores nas salas de projeção.

O filme é baseado na obra homônima de Adriana Falcão. Apesar de ter nascido na cidade do Rio Janeiro, quando ainda pequena, a escritora se mudou junto com a família para o Recife. Com receio, Adriana não queria se mudar. A escritora acabou morando em Recife até se formar em Arquitetura, profissão que nunca exerceu. Com uma visão diferente de quando pequena, ela volta ao Rio de Janeiro casada com o pernambucano João Falcão, futuro diretor do filme.<sup>22</sup>

João Falcão estreou como diretor em *A Máquina*. Ele conta, no *making off* do DVD (2006), que buscou retratar, na produção, as particularidades dos amigos e das pessoas moradoras de Recife, lembrando das suas vivências na cidade pernambucana. Atuou também como diretor da peça que antecede a película.

---

<sup>20</sup> *Making off* é um vídeo produzido concomitantemente e, muitas vezes, após o próprio filme. São mostrados os bastidores, entrevistas e curiosidades para quem estiver interessado em ver. Depois do surgimento do DVD, este tipo de vídeo se tornou uma constante dos produtos cinematográficos.

<sup>21</sup> Apesar da produção ter sido em 2005, o lançamento só ocorreu em janeiro de 2006

<sup>22</sup> Este parágrafo foi estruturado pelo cruzamento de informações entre o site Wikipédia e entrevistas fornecidas pela escritora aos sites [www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br) e [www.milnove79.blogspot.com](http://www.milnove79.blogspot.com).

Inclusive, muitos dos atores da peça, entre eles Gustavo Falcão (protagonista no filme), Vladimir Brichta, Wagner Moura e Lázaro Ramos, estão presentes na versão dos personagens fílmicos.

O enredo de *A Máquina* se passa em uma cidade interiorana do Nordeste, com o nome de Nordestina. A trama é iniciada com o nascimento de Antonio (Gustavo Falcão), o garoto que não parava de chorar até os cinco anos de idade. Suas lágrimas só pararam de cair quando começou a chover, algo não visto há muito tempo na região. Por este fato, Antonio acabou sendo conhecido como “filho do tempo”. Seus doze irmãos, ao longo dos anos, vão embora para uma cidade maior. Quando o último irmão sai da cidade, é apresentada, na narrativa do filme, Karina (Mariana Ximenes), o *amor* de Antonio. Mas Karina também era uma das moradoras de Nordestina, e sonhava morar em outro lugar. Como Antonio a amava muito, se propôs a trazer o “mundo” que ela tanto queria. Indo a um grande centro, Antonio logo procura um canal de televisão para desafiar a todos, afirmando com veemência o seu poder de viajar no tempo. Ele acabou atraindo diversas equipes de televisão do mundo inteiro para Nordestina. Trata-se do momento de desfecho do filme, do encontro com o Antonio do futuro, que conseguira uma forma do João do passado conseguir ser feliz ao lado de Karina.

Durante toda a história, são mostradas características que, em um primeiro momento, remetem ao popular. A linguagem simples e com sotaque, a forma de tratamento, os cenários como o da praça e da casa simples e toda a cultura que envolve o filme são utilizados para representar o povo que vive na pequena cidade. Esta representação está atrelada a elementos, já discutidos neste trabalho, como a questão da identidade e do popular perante uma cultura mundializada, mas, ao mesmo tempo, em confronto com o que há de local e particular.

A análise do filme *A Máquina* partiu da observação dos comportamentos dos personagens retratados na narrativa. Por meio desta observação, se questionou que significados (interpretações) estavam funcionando na produção fílmica e qual sua relação com aquilo que é apresentado como sendo (o) popular. Neste processo analítico, algumas regularidades são encontradas: **a religião; a relação mídia e popular; a afirmação do popular; o diálogo global-local**. Estas marcas não aparecem isoladas, mas híbridas. Por isto, apesar da divisão metódica das subseções da análise, nem sempre isto vai corresponder a um isolamento da regularidade apresentada.

### 5.3.1 Popular e religião

O Brasil é marcado como um país de múltiplas culturas, de múltiplas vivências em um mesmo espaço. Uma destas vivências acontece pela religião. Mesmo tendo a maioria da população declarada como católica, outras formas de manifestação religiosa são exercidas pelo sujeito. Neste sentido, a religião está inserida em um contexto que define e identifica o popular, como é narrado em certos trechos de *A Máquina*.

Logo depois da apresentação do filme, há a cena de Antonio do futuro (Paulo Autran), que será o narrador de toda a história. Sutilmente, certo tom poético é dado à sua fala. É possível recorrer à história da literatura brasileira, em que muitos de seus representantes têm origem nordestina. Este fato, algo trabalhado na mídia, somado ao que é visto na escola, no estudo de escritores como Gonçalves Dias, Junqueira Freire, Castro Alves, Artur de Azevedo, Graça Aranha, Jorge Amado, Rachel de Queiroz, Manuel Bandeira, entre outros nascidos no nordeste, alimenta no imaginário em sociedade, por certas vezes, um lugar com sua poética, o que nem sempre condiz com a realidade.

Funciona, em termos de *memória social* (funcionamento imaginário), a história de *lutas do povo brasileiro*. Os sujeitos pertencentes a este *povo* aparecem como *batalhadores* que encontram, nas pequenas situações, motivos para mostrar sua alegria, sua cultura. Tal alegria figura como um elemento pertencente a esta cultura: *a alegria do povo brasileiro*, propagado na mídia, com as notícias de apelo emocional, as *histórias fantásticas* e televisionadas na novela ou em programas de auditório, mostrando os brasileiros falando de suas alegrias nas dificuldades, ou os brasileiros que estão fora do País e sentem falta do Brasil, ou ainda os comentários de turistas que gostam do Brasil por seu *povo alegre e cativante*.

Na fala de Antonio (Paulo Autran) se dá a explicação da origem do mundo. Ao contar sua história, Antonio usa a versão da Bíblia com explicações próprias do *por que Deus inventou o mundo*.

### TRECHO 1 – ANTONIO DO FUTURO EXPLICA A ORIGEM DO MUNDO



**“Primeiro Deus inventou o tempo que era pra ter tempo de inventar o resto. Em seguida inventou o Céu, que era pra ter onde morar. E como o Céu tinha de ficar em cima de alguma coisa, Deus inventou a Terra pra botar por debaixo. Aí Deus pensou: ‘A Terra vai ficar assim só com Céu em cima e sem nada por baixo não é?’. Ele pegou o Inferno e botou por debaixo da terra. No começo, a Terra só servia pra isso. Pra ficar embaixo do Céu e em cima do Inferno.”**

O livro do Gênesis<sup>23</sup>, que faz parte da bíblia cristã, traz a história da criação do mundo em sete dias, por Deus, e é retransmitida, também oralmente, nas diversas igrejas por padres e pastores. Afetada por este discurso religioso, a fala de Antonio delineia a história da origem do mundo marcada por uma semântica já conhecida; **Deus, Céu e Inferno** fazem parte do vocabulário das igrejas. No entanto, nem tudo na religião Cristã pode ser explicado logicamente. A fé é o fio condutor da Igreja. É preciso acreditar para se ter a salvação. No entanto, nesse momento da narrativa de Antonio funciona uma lógica formal de contar história. **Primeiro Deus inventou o tempo e Em seguida inventou o céu** são expressões que marcam uma narrativa logicamente construída. Existe algo que vem antes de tudo, vem **primeiro**, e os fatos decorrentes vêm **em seguida**. Essa estrutura narrativa nem sempre pertence ao contexto religioso e ao *popular*. Porém, os recortes anteriormente

<sup>23</sup> Todas as bíblias cristãs têm o livro do Gênesis, mas o que é tomado como referência para este trabalho é “A bíblia teb”, com referência completa no final do trabalho.

destacados apontam para um discurso logicizado que atravessa o discurso do sujeito religioso e do sujeito *popular*. Nas palavras de Pêcheux (1997, p. 33), “o sujeito pragmático [...] tem por si mesmo uma imperiosa necessidade de homogeneidade lógica”, ou seja, é preciso que se tenha um mundo “logicamente estabilizado” para que exista sentido de modo que este possa ser aceito sem contradições. Na narrativa de Antonio, ao se dizer que **Primeiro Deus inventou o tempo que era pra ter tempo de inventar o resto**, busca-se justificar o ato de Deus ter inventado o tempo. O tempo tinha uma *serventia*, **que era pra ter tempo de inventar o restante**. Assim também funciona no dizer **o céu tinha de ficar em cima de alguma coisa**. Nessa lógica do mundo estabilizável é inconcebível que algo se sustente sem uma base de apoio para o que vem em seguida, ou seja, em cima, pois para se ter algo em cima pressupõe que se tenha algo em baixo.

A contradição está presente nos diferentes discursos: o religioso e o logicamente estabilizado, funcionando no discurso do *popular*. Orlandi (1996), ao comentar sobre as tipologias do discurso, entende que o modo como as marcas (os traços) se estabelecem na propriedade (processo), em uma determinada formação discursiva, define o discurso. As marcas do trecho em questão remetem ao mundo logicamente estabilizado e sua propriedade está ligada à ilusão de reversibilidade. Em tal trecho, funcionam, ao mesmo tempo, traços de discurso de obediência e de submissão. Temer a Deus impossibilita questionar Deus, mas, antes, a igreja, ou o que esta diz sobre Deus. Se a explicação parece lógica, no campo jurídico, não há o que questionar, ou, ao menos, produz o efeito de coerência. A conjunção desses dois discursos na fala do popular leva a ver como este está afetado por discursos que não lhe permitem o questionamento: um pela fé e o outro pela lógica. Essas duas discursividades saturam o discurso do popular, pois este só funciona no e pelo discurso religioso e logicamente estabilizável. Tal conjunção, como dito, funciona pela contradição, por ocupar um mesmo espaço discursivo: a fala do *popular*. A fé cristã pode não admitir a lógica formal.

O mito também funciona como discurso religioso. Ianni (2000, p. 288) considera que o mito adquire significados nem sempre esperados e são renovados de tempos em tempos. Para o autor, o mito é transmitido “segundo configurações histórico-culturais em que se encontram os leitores e leitoras, as figuras e as figurações que povoam o imaginário dos que ouvem, olham, lêem, observam”. Esta forma de explicação do desconhecido é uma mistura do que se conhece (no trecho

discutido é o discurso da Bíblia) com o que é imaginado e discursivamente transmitido (a estrutura narrativa lógica). Muitas vezes, tais explicações se iniciam como uma fábula, mas que, no passar das gerações, produz, no discurso, efeito de realidade. Por exemplo, a igreja ou a bíblia não trazem explicações lógicas, mas pela *sabedoria popular*, elas se dão nos porquês das *invenções de Deus* que Antonio conta. Sabedoria esta que, na tela, se torna imagética na figura de Antonio do futuro. Um velho carregado de uma fala simples, mas bem estruturada, com olhar sério, às vezes pensativo, e seguro do que diz nas suas expressões de que sua história é mera constatação. Sua aparente estrutura de um raciocínio lógico mascara uma explicação do que não está nos limites da racionalidade. A tentativa de trazer um dizer explicável está na lógica do estabilizável. Um dizer sobre o qual, embora não se precisa explicar, “o mundo normalizador” requer uma explicação organizada sobre saberes pré-construídos<sup>24</sup>.

Na cena seguinte é mostrada a família de Antonio, sua mãe Dona Nazaré e seus doze irmãos, esperando o fotógrafo fazer o *retrato de família*. Dona Nazaré conta que quer tirar um retrato da família toda reunida antes que seu filho mais velho vá embora de Nordestina.

### **FRAME – RETRATO DE FAMÍLIA**



O retrato, durante muito tempo, foi uma referência popular. Antes da inovação tecnológica, que desencadeou, entre outras descobertas, na invenção das máquinas digitais e dos celulares, o *dia do retrato* era um evento familiar para os que tinham menos condições econômicas. A família escolhia um dia em que o maior número de integrantes estivesse presente para registrar a foto. Normalmente, todos se

<sup>24</sup> Para Pêcheux (1995, p. 270), pré-construídos são os “afrontamentos a propósito de nomes e expressões”, sentidos já instituídos e tomados sem que sejam questionados.



arrumavam com suas melhores roupas. Era um momento também de conversa e convívio familiar com os parentes de lugares mais distantes.

Durante a cena do retrato, Dona Nazaré conta orgulhosamente de seus treze filhos: Valdene, Martoni, Marconi, Marco, Marvim, Maciel, Cristiano, Santiago, Zé Geraldo, Sávio, Saulo, Estefano e Antonio. No imaginário, isto seria a família típica do nordeste. A mãe como *alicerce* da família e uma quantidade muito grande de filhos.

A foto acaba não sendo tirada porque Antonio não pára de chorar. Valdene, o filho mais velho, e que está indo embora de Nordestina, não se sente feliz com a situação. Dona Nazaré diz que não quer *retrato triste e nem barulhento* e dispensa o fotógrafo. Valdene pergunta se ele pode ir, mas Dona Nazaré diz que ele não vai enquanto não houver retrato. Somente depois da foto, ela concederá a *benção* ao filho. O que se percebe neste diálogo é que o retrato é o único objeto concreto que poderá guardar do filho. Provavelmente não voltará à cidade e a comunicação entre os dois, no sentido de contato direto, não mais existirá. O que vai restar apenas é a foto junto com a família. O retrato se materializa como os laços afetivos da família, objeto que possibilita a lembrança de quem não está mais próximo e não vai mais retornar. É o retrato que legitima a família como instituição sólida. Ao mesmo tempo, é afetada pela imposição do individualismo da vida contemporânea. Valdene está preocupado com sua vida no mundo fora de Nordestina, de como vai conseguir “vencer na vida”, enquanto sua mãe procura formas de reforçar uma ligação entre os dois e o restante dos irmãos.

Na imagem, há elementos que podem ser caracterizados como pertencentes ao popular. Somente os filhos mais velhos estão usando camisa; existe a imagem de uma santa no canto superior direito do *frame*; a mãe está sentada na cadeira, no centro de tudo, rodeada pelos filhos. O que mostra como a *religiosidade*, na figura da santa, representa um lugar importante na família. A santa está posicionada mais acima, em um *altar* reservado só a ela, como se estivesse ali para *proteger* os que estão *sob seu olhar*. Ainda que não apareça mais que os outros na foto, ela está presente. Não estar em destaque pode funcionar como o discurso da onipresença de Deus sem precisar ser visto. A presença sentida, mas não visualizada. Assim como a santa (mãe de Deus) ocupa sua posição, a mãe Dona Nazaré também ocupa, só que se valendo da *hierarquia dos mais velhos*. No discurso familiar tradicional, as pessoas mais velhas têm mais direitos que os mais novos. A figura

dos pais é central. Dona Nazaré é a única que fala com o fotógrafo. Nem mesmo ele responde. Ela é detentora, naquele momento, da hierarquia maior, do poder sobre o dizer no lugar do outro. Duas posições de “mãe” que funcionam no mesmo espaço. O discurso familiar atravessado pelo discurso religioso.

### **TRECHO 2 – DONA NAZARÉ FAZ SUA REZA AO FILHO ANTONIO**



**“Meu sagrado deus tempo, que já faz é tempo que esse menino só chora. Meu pai eterno que passa todo dia, que é quem vai colocando os acontecimento numa linha no meio desse universo todo desarrumado e determina o início e o fim de tudo, e nos carrega a nós todos no caminho sem retorno da grandíssima Dona Eternidade. Ofereço a ti esse menino Antonio que hoje completa cinco anos de vida e de pranto. Meu pai Iroko da Gameleira Branca, sagrado Kala, senhorio das hora, meu santo, tome por filho seu o meu Antonio, enxuga suas lágrima, e guie sua alegria tempo afora, hoje, amanhã e sempre. O tempo dá, o tempo tira, o tempo passa, a folha vira. Em nome do pai, do filho e do espírito santo e do manto sagrado da Nossa Senhora, assim seja, axé, amém.”**

Dona Nazaré, ao rezar para que Antonio pare de chorar, se coloca como benzedeira. Segurando uma folha, inicia sua benção ao mesmo tempo em que traz as palavras “axé” e “amém”. Cada uma destas palavras tem uma raiz própria, mas que, no falar de Dona Nazaré, tornam-se uma só oração, uma identidade religiosa construída pelo diálogo do candomblé com o catolicismo.

Segundo Ortiz (1998), o sincretismo das religiões africana e católica, em que há uma hibridização entre os santos católicos e os deuses africanos, não é uma construção aleatória. São utilizados os elementos em comum pertencentes às duas religiões e colocados sobre uma mesma figura. Transpondo para o caso de Dona Nazaré, o Deus católico é também a figura de Iroko da Gamaleia Branca, orixá do

candomblé<sup>25</sup>. Eles ocupam o mesmo lugar de protetor, de santo e de pai. Posições discursivas que os colocam como entidades divinas superiores e detentoras do poder sobre a vontade dos homens. Os dois, na figura de um só, podem “curar” Antonio.

Esta hibridização religiosa acontece, segundo Ortiz (1998), pela interação dos sujeitos e de suas crenças, como o próprio ato de Dona Nazaré ser a benzedeira de seu filho. “Os papéis diferenciados de ‘mãe-de-santo’, ‘filha-de-santo’, ‘ogã’ definem posições e funções que permitem o funcionamento do culto e a manutenção da tradição” (ORTIZ, 1998, p. 133).

De acordo com Brandão (1987), seria ingenuidade acreditar que a “benzeção” ou “curandeirismo” pertencem somente a um ato religioso. Para o autor, esta prática, que mistura religião e magia, cresce cada vez mais nos seios das religiões, não se limitando apenas ao candomblé ou ao catolicismo. Dona Nazaré se constitui como uma agente do catolicismo, que utiliza a oração e outras formas de recursos católicos hibridizados com os vindos do candomblé. Este sincretismo é resultado, segundo o autor, de uma história brasileira formada pelos conflitos entre as religiões dos santos, dos sacerdotes, dos bruxos, dos profetas e eclesiásticos. Orlandi (1996) afirma que todas as religiões são formadas por diferentes religiões, algumas concordantes e outras contraditórias. Dona Nazaré fala de um **deus tempo**, do **pai Iroko da Gameleira Branca**, de **santo** e de **Nossa Senhora**. O orixá do Candomblé não é aceito pela Igreja Católica e logo não poderia estar presente na mesma oração em que Nossa Senhora, Maria, está. No entanto, as figuras dos santos funcionam como parte de uma oração, proferida por Dona Nazaré, cujo objetivo é ajudar Antonio a parar de chorar. Em sua oração, tais discursos (da igreja católica e do candomblé), *tipologicamente* fundados *na* e *pela* contradição, não funcionam como discordantes, apesar de, na fundamentação religiosa, serem díspares. Eles se conjugam, inconscientemente, somando forças pelo bem de Antonio.

Esta forma de manifestação religiosa se mostra, por vezes, conforme Brandão (1987), como uma luta de poder pelos bens religiosos, luta pela hegemonia e pela legitimidade do ser social e religioso. A um só tempo, existe reconhecimento, existe conflito entre a margem e o centro da figura religiosa. De um lado, o agente do

---

<sup>25</sup> Iroko da Gamaleia Branca é um orixá pouco cultuado no Brasil. Representando o seio da natureza e os ancestrais, mas é conhecido por proteger seus filhos, principalmente das tempestades. ([www.orixa.com.br](http://www.orixa.com.br), acessado em 31/10/2008)

catolicismo popular e o pai-de-santo. Do outro, está o sacerdote da Igreja católica e o médium espírita. “Há uma pluralidade de modos de ser que configura uma equivalente pluralidade de maneiras de participar” (BRANDÃO, 1987, p. 112). A Igreja, que, de acordo com Althusser (1980), é um Aparelho Ideológico de Estado, procura coibir a presença de agentes religiosos não oficiais no cotidiano dos fiéis e/ou seguidores. Pela interpelação ideológica, o poder da Igreja Católica se instaura coercivamente na sociedade, mas o popular em sua linguagem e manifestação religiosa próprias, funciona como seu próprio agente. Dona Nazaré não procura um pai-de-santo, nem mesmo um padre ou um médium. Ela mesma faz sua oração sem precisar oficializar ou prestar contas, ainda que esteja submetida a Deus. Submetida pela oração e não a uma instituição intermediadora.

Segundo Orlandi (1996), comentando estudos de Gramsci, o senso comum e o folclore funcionam, na religião popular, como modos de compor sua fé. A lingüista explica que o sentimento religioso, principalmente do popular, não precisa da Igreja, no sentido da religião institucionalizada. Este sentimento é cotidianamente vivido pelo sujeito.

A idéia de popular, em relação ao catolicismo foi, de acordo com Brandão (1987), construída pela própria Igreja. Ela opõe o *catolicismo popular* ao modo oficial, legitimado e institucionalizado da religião. É uma prática vista como desqualificada e desenraizada nos preceitos que estão fundamentados na religião. Mesmo assim, o sagrado tem uso no popular como construção da identidade. “São estratégias de lidar com o poder através da diferença e [...] participam, então, do universo de símbolos e significados que traça a história da cultura de que são parte” (BRANDÃO, 1987, p. 120).

Conforme Orlandi (1996), é no discurso religioso, enquanto discurso autoritário, que os sujeitos devem se assujeitar ao Sujeito (Deus), para, assim, funcionarem (ilusoriamente) como sujeitos livres, de livre arbítrio. Uma contradição presente na história da Igreja católica. Segunda a autora, a ideologia converge a liberdade em coerção. No discurso religioso não há rastros de liberdade. A palavra de Deus é única, imutável e intransponível, assim como seus significados e sentidos são inacessíveis. Althusser (1980) explica que o indivíduo é interpelado em sujeito pela imposição religiosa, pelas ordens de Deus, constituindo sua identidade pessoal.

Na oração de Dona Nazaré o seu assujeitamento ao Sujeito pode ser percebida nos termos lexicais de sua reza. Na Bíblia, Deus diz “Sou Aquele que é”. De acordo com Althusser (1980), esta fala garante a existência de Deus por si mesma, mas a existência do homem depende Dele, por isto, deve estar submetido a Deus para se constituir como sujeito. Para Orlandi (2006, p. 247), “a própria fala é ritualizada, é dada de antemão. Há fórmulas para se falar com Deus, mesmo quando se caracteriza essa relação de fala pela familiaridade, pela informalidade”. Portanto, quando Dona Nazaré profere sua oração, funciona o que já está posto. Apesar das palavras não estarem sendo lidas ou repetidas meramente, as formas já remetem a uma memória discursiva. Basta observar o respeito que dá ao *deus tempo*, à **grandíssima dona eternidade** e como encerra sua oração, lembrando-se de **Nossa Senhora** e terminando com **assim seja** e **amém**. Althusser (1980, p. 114, grifo do autor) sustenta a expressão “*assim seja*” como “prova que é *preciso* que seja assim, para que as coisas sejam o que devem ser: para que a reprodução das relações de produção seja, até nos processos de produção e de circulação, assegurada dia após dia”. Isto é, a forma de terminar a oração reproduz o que já é estabelecido. Dizer **amém** e **assim seja** é não só confirmar sua oração, mas também confirmar o discurso da Igreja, o pré-estabelecido por ela, de como se deve encerrar a oração.

A “reza” de Dona Nazaré funciona, enquanto efeito, como originada nela e pertencente a ela. Ao dizer “**meu sagrado deus tempo**”, “**meu pai eterno**”, “**meu pai Iroko**”, “**meu santo**” e “**meu Antonio**”, marca seu lugar de autoria (forma-sujeito autor) na oração. O pronome possessivo **meu**, ao mesmo tempo em que produz o sentido de pertencimento e legalidade de quem fala, aponta para uma relação de submissão ao *outro*. O “**deus tempo**”, o “**pai eterno**”, o “**pai Iroko**” e o “**santo**” é que determinam a posse sobre Dona Nazaré e não ela sobre eles, como seria no caso de “**meu Antonio**”. Aqui, a posição hierárquica da mãe sobre o filho permite que o “**meu**” funcione como propriedade/posse dela sobre Antonio, diferentemente das outras marcas, que apontam para o pertencimento de Dona Nazaré aos deuses e ao santo, *re*-afirmando sua submissão.

No entanto, é pelo funcionamento conjugado de dois discursos (catolicismo e candomblé), tipologicamente contraditórios, como já referido, que se torna possível, na oração de Dona Nazaré, a convivência constitutiva dessa contradição, não aceita pela igreja católica. Contradição que, na estrutura textual, tampouco é aceita pelo mundo “logicamente estabilizável”, que vai exigir do sujeito coerência.

A oração se constitui como o ritual de cura para Dona Nazaré, e todo ritual, como explica Pimentel (2008), ao comentar os estudos de Michel Pêcheux, está sujeito à *falha*. “Podemos dizer que a impossibilidade de haver um *assujeitamento pleno* ou um *sujeito centrado* se deve ao fato de que todo sujeito é um sujeito de linguagem, e esta é *falha*” (PIMENTEL, 2008, p.23, grifo do autor).

Após esta oração, uma chuva começa a cair sobre a cidade e Antonio pára de chorar. O filho mais velho de Dona Nazaré, Valdene, pôde ir embora de Nordestina. E assim acontece, no decorrer dos anos, com os outros filhos, até sobrar apenas Antonio, agora já adulto, e apenas um de seus doze irmãos. Os outros foram em busca de uma *vida melhor*, conhecer o *mundo lá fora*. As passagens que trazem este mundo são mais uma das regularidades encontradas na busca em observar as formas de representação do *popular*.

### 5.3.2 Popular *GLocal*<sup>26</sup>

As influências da globalização atingem, hoje, não só a economia, mas também, outros setores que fazem parte do contingente de ações do Estado e dos cidadãos. Na política, na cultura e na moda, as ligações entre o global e o local fazem parte da esfera pública, enquanto consumidora dos produtos advindos deste diálogo nacional-internacional.

#### **TRECHO 3 – ANTONIO CONVERSA COM SEU IRMÃO EM NORDESTINA**



**“Antonio tas vendo ali onde começa a não se ver mais? Bem onde divide? Não parece uma linha? É linha do horizonte o nome dela. Eu só chamo ela de cruz. Mas na hora que eu cruzar esta que se diz linha, faço questão de conferir se tem mesmo uma risca do chão entre nordestina e a cidade junto. Mas o que eu**

<sup>26</sup> Segundo Canclini (2006), *glocalize* foi inicialmente citado por economista, mas o autor se apropria do termo para referenciar a cultura.

**quero conferir mesmo é como é que é pra lá da risca, lá neste tal de mundo. Pra ver se ele merece tanta fama”.**

Na fala do irmão de Antonio, observa-se que há uma apropriação de *um discurso* pré-estabelecido, já que ele não sabe o que existe além de Nordestina, ou seja, o *mundo* além da *risca*. Tudo o que conhece desse *mundo* é apenas a *fama* que tem. Pode-se pensar as influências que os meios de comunicação têm na vida deste *popular*. Os lugares e tudo que está fora do alcance são aproximados por uma mídia, possuidora de um cenário próprio, condizente com um discurso mercadológico.

Ao dizer “**Antonio tas vendo ali onde começa a não se ver mais?**”, e pensando uma fronteira não apenas no aspecto geográfico, mas uma fronteira também cultural, o trecho remete a um lugar onde o olhar do irmão de Antonio não alcança. Um lugar em que não pôde estar devido à falta de condições e/ou oportunidades, isto é, um mundo desconhecido, mas que sabe que existe. Sabe o limiar, sabe **onde começa, mas não se vê mais**. Este limiar onde começa é também **onde divide**. Mas divide o quê? Apenas duas cidades ou duas (inúmeras) culturas? E quem divide? O Estado determina os limites de uma cidade, mas determina também os limites de uma cultura? E estes limites culturais, é possível **cruzá-los**? O irmão de Antônio pode **cruzar** a fronteira geográfica, o que não significa que vai provocar, de fato, uma ruptura de outros limites. A diferença de modos de comportamento entre os moradores de Nordestina, incluindo Antonio e o irmão, e as pessoas que não moram lá, vai continuar a existir. Então, há de se questionar se existe um **cruzamento**. **Cruzar**, neste trecho, funciona como **atravessar**. O irmão de Antonio vai **atravessar** os limites desta cultura ou vai **de/em encontro** a uma cultura nova?

O filme traz um recorte da história brasileira e de boa parte da história mundial: a diáspora, ou seja, uma migração da população que vivia nas pequenas cidades e vilas para o grande centro em busca de uma *vida melhor*. Momento que o Brasil ainda vive. Existe, por exemplo, este movimento de sujeitos que saem de cidades nordestinas para centros como São Paulo em busca de uma vida idealizada pela televisão e incorporada na memória do *popular*. Concomitantemente, este mesmo processo também é incorporado pela mídia quando sujeitos, que não

conseguiram alcançar seus objetivos em outra cidade, buscam programas televisivos<sup>27</sup> para voltar à sua terra natal.

Para Hall (2003), a situação da diáspora provoca o que ele chama de “identificação associativa”, ou seja, a comunidade de sujeitos que possuem uma origem diferente do lugar onde habitam conserva uma ligação com a cultura natal. Isto acontece mesmo depois de duas ou três gerações de distanciamento da cultura de seus antepassados. Porém, como explica o autor, quando este sujeito retorna, acaba sentindo dificuldade em se religar a esta cultura. “Na situação da diáspora, as identidades se tornam múltiplas [...] como se os elos naturais e espontâneos que antes possuíam tivessem sido interrompidos por suas experiências diaspóricas” (HALL, 2003, p. 27).

A saída de pessoas de Nordestina é retomada diversas vezes ao longo do filme, pois ela se torna o ponto que motiva o principal conflito da narrativa: a vontade que Karina (Mariana Ximenes), a garota por quem Antonio está apaixonado, de ir embora da cidade.

Nas cenas seguintes é contada a forma de como estes sujeitos saem de Nordestina. Uma van, que todos chamam de *Besta*, dirigida por José Onório (Vladimir Brichta), chega à cidade todas às segundas-feiras, dia da semana considerado, pelos moradores, como *o dia de Besta*, para buscar as pessoas que desejam sair da cidade. *Besta*, de acordo com o Apocalipse escrito por João, significa demônio, a fera que “seduz os habitantes da terra”. Ao comentar a obra do cineasta Glauber Rocha, Xavier (2006) também faz um comparativo metafórico com a “besta” bíblica<sup>28</sup>, sendo ela uma imagem do imperialismo. No caso de *A Máquina*, o sentido que também funciona é o do imperialismo do capital e suas imagens de uma *vida melhor*. O pai de Karina, seu Neco Barbero (Osvaldo Mil), chama as pessoas que vão embora de “desiludidos”. Ao mesmo tempo em que *Besta* pode significar o mal que chega à Nordestina e “seduz” os moradores para o mundo lá fora, também pode ser interpretada como referências às *pessoas bestas*, que deixam a cidade em busca de um sonho não fundamentado.

---

<sup>27</sup> Existem dois programas de televisão da rede aberta em que uma pessoa é escolhida, semanalmente, para participar de um quadro. Esta pessoa é acompanhada por um repórter até sua terra natal e a trajetória é contada em formato de reportagem. “Domingo legal”, do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), com o quadro “De volta pra minha terra”, e “Domingo espetacular”, da Rede Record, com o quadro “Saudade da minha gente”.

<sup>28</sup> Xavier (2006) refere-se ao filme “O Leão de Sete Cabeças” do cineasta Glauber Rocha.



### FRAMES – JOSÉ ONÓRIO DIRIGE A BESTA



José Onório assume a figura daquele que *vai pra fora de Nordestina, para além da risca*. Não é difícil identificá-lo como *diferente* perante as outras pessoas com quem contracena. Casaco de couro, calça jeans, anel, relógio e pulseiras no pulso, camiseta com estampa, pochete e celular pendurados na calça, colar no pescoço, cinto com fivela à mostra, óculos escuros e o cabelo com topete e gel são os elementos que compõem a imagem do personagem. Elementos estes que estão associados à indústria da moda, às *estrelas da televisão e do cinema*, mas são apropriados pelo *popular* nem sempre da forma ordenada como foi inicialmente concebida e nem com o mesmo *glamour e requinte* destas *estrelas*. José Onório ocupa uma posição de comando, de guia das pessoas que vão até outra cidade. Ao mesmo tempo em que age como se fosse de outro lugar além de Nordestina, comporta-se como se soubesse dos afazeres da cidade. Suas vestes fazem parte da sua imagem de guia experiente com o que é oferecido *lá fora*. Suas roupas e acessórios funcionam ali não só como desejo pelo consumo, mas também como fator que possibilita o processo de identificação dele como a pessoa que leva as pessoas de Nordestina ao mesmo lugar onde ele encontrou tais produtos. Canclini (2006) entende o consumo como aspecto de diferenciação. O sujeito adquire bens culturais não para satisfazer necessidades, mas pela distinção de possuir o que os outros não têm. No entanto, os sujeitos devem compartilhar o mesmo valor simbólico do que é consumido. “Se os membros de uma sociedade não compartilhassem os sentidos dos bens, se estes só fossem compreensíveis à elite ou à maioria que os utiliza, não serviriam como instrumentos de diferenciação” (CANCLINI, 2006, p. 63).

**FRAMES – ANTONIO E KARINA SAEM DE CARRO**

Algumas cenas depois, Antonio vai buscar Karina com o carro que acabara de consertar. Como se a linguagem do filme tivesse mudado, a saída de Karina com Antonio desta cena imita a cena dos musicais. A própria música muda do regional para o internacional. Mas, esta mudança de linguagem é permitida no momento que o popular é possuidor de múltiplas identidades não só nacionais ou tradicionais como também de identidades novas ou o que o mercado nacional e internacional oferecer por meio de seus produtos culturais.

De acordo com Canclini (2008), a partir de meados do século XX, a indústria cultural como um todo colaborou para a formação de um relacionamento dentre países distantes territorialmente por meio da transmissão dos discursos veiculados no rádio, no cinema e na televisão, assumindo, muitas vezes, as imagens e gostos das culturas populares e não mais o nacionalismo exacerbado. “Aceitaram os gostos

desses setores sob a condição de que se deixassem representar como *públicos*. Ao configurar os imaginários compartilhados na escala de cada país, em parte formaram cidadãos” (CANCLINI, 2008, p. 37). O autor comenta da dependência que os países latino-americanos têm em relação a grandes centros, como Estados Unidos e a União Européia. Os aglomerados continentais não têm surtido efeito nas economias frágeis dos latino-americanos, favorecendo que os intercâmbios culturais sejam dominados pelos detentores da economia mais forte.

Por isto, não é de se estranhar que neste trecho apareçam Antonio e Karina imitando as cenas dos “grandes musicais”. O salto coreografado, o rodopio no ar, o estalar de dedos, o pulo sobre o capô do carro e a mão acenando pela janela são incorporados pelos personagens. Resultado do imaginário divulgado por filmes considerados internacionais. Canclini (2006) sustenta que certos atos de consumo servem para regularizar socialmente certos desejos. O carro da cena causa desconforto, porque dificilmente o sujeito popular teria condições de arcar com os custos de um veículo-esporte como aquele. Entretanto, funciona, na cena, um sentido do popular tentar expor o que socialmente é construído: o mundo perfeito dos musicais. O carro, produzido artesanalmente, é o objeto que consolida o ritual-dança do casal. Nas palavras de Canclini (2006, p. 64 e 65), “os rituais servem para ‘conter o curso dos significados’ e tornar explícitas as definições públicas do que o consenso geral julga valioso. Os rituais eficazes são os que utilizam objetos materiais para estabelecer o sentido e as práticas que os preservam”.

#### **TRECHO 4 – ANTONIO VAI AO SHOPPING**





“E chegando no mundo, Antonio foi direto no shopping, na intenção de melhorar a aparência. Shopping? Era um edifício onde moravam compras em vez de gente”.

Antonio do futuro fala de **chegar “no mundo”**. Que mundo é este? O mundo que está fora de Nordestina ou somente aquilo que existe como referência mundial? No primeiro quadro da cena, é visto uma réplica da Estátua da Liberdade, quatro faixas com o letreiro “liquidação” e diversas mastros com bandeiras não identificáveis. A Estátua da Liberdade é um dos cartões postais de Nova York, Estados Unidos, a *big apple*, o “sonho americano”. O **mundo** poderia ser este representado pela estátua. Porém, na imagem, ainda há as bandeiras que não são possíveis de identificar os países de origem e os letreiros nos quais se inscreve a palavra “liquidação”. Se for pensado que os Estados Unidos se tornou uma “potência econômica” com os lucros das Guerras e também passou pela famosa “crise de 29”, depois de uma saturação de seus mercados internos, as faixas não identificáveis (países que compraram armamentos dos Estados Unidos?) e os letreiros (a “crise de 29”?) funcionam como uma referência a este processo de aglomeração monetária do país norte-americano e como ele se tornou referência para o **mundo**. Não só o país, mas seus modos de vida e de consumo.

A escolha de Antonio em ir ao shopping, símbolo da vida moderna, para *melhorar a aparência*, pode ser encarada como uma adequação do *popular* às “exigências” dos centros. Segundo Sarlo (1997, p.17), o shopping acaba se transformando em uma ponte de referência para modos de comportamento, “faz a cidade acomodar-se à sua presença, ensina as pessoas a agirem no seu interior”. A autora explica que este modo de comportamento dentro do shopping acaba por levar o sujeito que freqüentou uma única vez seu interior a identificá-lo em qualquer parte do mundo. Ele passa a ser, então, lugar-comum do sujeito. Em qualquer lugar-

destino que esteja, existe algo que o aproxima do lugar-origem, um conforto do igual em meio ao diferente.

Assim como na descrição de José Onório, Antonio utiliza os produtos vendidos no shopping para compor uma imagem à sua maneira. Entende-se à *sua maneira* como uma mistura da moda divulgada na mídia e apropriação singular do sujeito Antonio. Os meios de comunicação também funcionam como facilitadores para as classes populares. Para Sarlo (1997, p. 118), com novos conhecimentos incorporados, “os setores populares não se adequavam como robôs aos conteúdos de uma cultura dominante, mas também recortavam, colavam, costuravam, fragmentavam e reciclavam”.

Em nenhum momento, Antonio deixa transparecer que está perdido. Com uma passagem quase direta do personagem saindo de Nordestina para a cena com as compras já feitas, Antonio não tem problemas em se guiar pelo local, mesmo que nunca tivesse ido a lugar semelhante. De acordo com Sarlo (1997, p.14), o shopping “é um simulacro de cidade de serviços em miniatura, onde todos os elementos do urbano foram liquidados”. O próprio Antonio diz que o shopping “**era um edifício onde moravam compras em vez de gente**”. Novamente, o mundo logicamente estabilizado, de que Pêcheux (1997) fala, funciona neste trecho. É preciso que exista uma utilidade também física para o shopping. Pode não **morar pessoas**, mas **moram compras**. O shopping possui uma ordenação própria, sem deixar transparecer uma falta de liberdade. Há uma continuidade no caminho que permite jamais se perder, afinal, em qualquer espaço há o que se comprar; a “função” está garantida.

### 5.3.3 Popular midiático

É pertinente lembrar, mais uma vez, da influência da mídia como propagadora do ideal de vida, em que as pessoas “necessitam” ter em suas casas todos os eletrodomésticos *básicos* para uma *vida decente* e o *direito à cultura* fabricada (cinema, teatro, literatura e música produzidos nos centros). O consumo se torna, então, o mediador deste ideal de vida, o que é representado nos acessórios de José Onório e também nos produtos trazidos *de fora* por ele para os moradores, como os cosméticos que Karina pede. Os produtos que se tornam uma forma de se aproximar de seu sonho: ser *artista de televisão*. Retomando a questão da

identidade, discutida na seção três deste trabalho, o processo de identificação se concretiza no desejo de Karina. *Ser artista de televisão*, leva a personagem a buscar características que a aproximem do seu sonho, sua identidade passa a ser construída a partir do que vê nos meios de comunicação: as formas de se vestir, a beleza idealizada, as formas de falar e de se expressar, aos poucos, são incorporados por Karina com a impressão de serem próprios a ela.

Outra forma de aproximação se dá quando Karina ensaia *cenar de ficção* com Antonio. Em um dos momentos do filme, os dois estão representando uma cena romântica, quando se beijam, mas logo Karina reclama que Antonio não está *ensaiando o beijo de ficção* como deveria.

### **FRAMES – ANTONIO ENSAIA COM KARINA**



Termos como *cena* e *ficção*, já carregados de significados pré-fabricados, fazem parte do vocabulário *popular* devido à exposição à linguagem veiculada pela mídia. Ainda que não façam parte de seu cotidiano enquanto cidadãos, fazem parte de seu cotidiano enquanto espectadores. Não é necessário trabalhar em um programa de televisão para ser afetado pelos jargões. O próprio veículo exerce uma função metatelevisiva, ou seja, a televisão já assume a função de “explicar” seu funcionamento e, em consequência, seus termos.

Karina, ao falar do beijo de ficção, já assume como “verdadeira” uma explicação, dada pela própria tv, dos beijos que acontecem em novelas. De certa forma, Antonio questiona a resposta de Karina. Diz entender o que é um beijo de ficção, mas não concordar com tal beijo. Por vezes, o verbo *concordar* pode ser trocado pelo verbo *acreditar*; o que, de certa maneira, coloca o personagem de Antonio como o *popular* possível receptor da mensagem televisiva, mas, nem por

isto, absorvedor da “realidade” vendida por ela. Ficção remete à fantasia, à invenção: o beijo inventado. Inventado por quem? Pela mídia? O que mais é inventado por ela? A fala de Antonio funciona como descrença por esta invenção ou por todas as outras. A era das incertezas, a era do simulacro. Os sujeitos simulam suas próprias vivências na televisão, no rádio, no cinema, no teatro, nos jornais, enfim, onde encontrar espaço para expressar angústias, desejos ou somente a vontade de interpretar eles mesmos. Não somente o mundo apresentado pela telenovela é o simulacro da vida real. A *vida real* é encenada na *vida real*. Os rituais de cumprimento, de ordem social e de boa educação são modos de comportamento customizados na idealização de uma sociedade bem organizada, politicamente correta, uma idealização de uma vida social perfeita. Mas, como citado anteriormente, todo ritual está sujeito à falha. Esta falha que possibilita um momento de ruptura para Antonio. É possível desacreditar nesse simulacro, nesse beijo de ficção.

#### **TRECHO 4 – KARINA E ANTONIO CONVERSAM DEPOIS DO ENSAIO**



**“Karina: Falta de mentalidade. Sabia que tu nunca vai sair daqui?”**

**Antonio: Quem foi que te disse que ia sair daqui? Eu não quero sair daqui. Por que é que eu ia querer sair daqui se eu não quero sair daqui?**

**Karina: Porque aqui não tem nada. Nordestina não tem nem nome no mapa, nem Pepsi Twist Light, num tem nem mar.”**

Gramaticalmente, “**aqui não tem nada**” é o mesmo que **aqui tem tudo**, porque há uma negação “**não**” para uma inexistência “**nada**”, logo, negar que inexistente, significa afirmar que existe. Mas dizer que **aqui tem tudo** não necessariamente tem o sentido de que tudo concretamente está ali. Pode-se pensar que este tudo está representado. A televisão tem tudo, apenas não é palpável, é visualizável. Então o desejo não é pelo que não se pode ver, mas pelo que não se

pode ter, como a marca “**Pepsi Twist Ligth**”. A marca se sobrepõe ao produto. Uma marca que também pode ser deslocada no dito: “**não tem nem nome no mapa**”. O nome da cidade no mapa é a marca dada ao município.

Neste momento, Karina demonstra como o reconhecimento de lugares está atrelado não só a demandas de consumo como também a exigências políticas, ou melhor, burocráticas. O fato de Nordestina não estar no mapa é um dos motivos que faz Karina desvalorizar o lugar. Para ela, um lugar “bom” de viver tem de ser reconhecido por outros. Um discurso que está ligado aos ideais do Estado.

Exemplo deste discurso está na propaganda do governo federal sobre a certidão de nascimento. Com o bordão “com certidão de nascimento sou cidadão”, o governo difunde a idéia de que, para o sujeito se tornar cidadão, basta estar com o seu documento; como se *lobotomizasse* – termo apropriado de Martin-Barbero<sup>29</sup> – o sujeito e o retirasse de sua história, de suas matizes culturais. Por não ter o documento que para o governo é o que garante sua existência, o sujeito perde o direito à sua identidade, tanto enquanto documento registrado quanto à sua representação na sociedade. Assim também acontece com Nordestina. Para que exista, ou seja, comprove sua certidão de nascimento, seu nome deve constar no mapa para ser considerada cidade, assim como seus habitantes serem considerados cidadãos.

### **TRECHO 5 – MORADORES DE NORDESTINA ASSISTEM À TV NA PRAÇA**



<sup>29</sup> O termo é utilizado pelo autor em uma entrevista cedida ao Roda-Viva e publicado: MARKUN, Paulo (org.). O melhor do Roda-Viva: o mais antigo e respeitado programa da tv: internacional. São Paulo: Conex, 2006.





**“Naquele tempo, toda moça queria ser bonita e toda moça bonita queria ser artista de televisão. Televisão era um negócio que ficava passando umas historinha pro povo ficar vendo. De vez em quando, eles interrompiam as historinhas e entravam uns anúncios pra ficar vendo mercadoria, assim como produto pra cabelo. A finalidade era encontrar quem quisesse comprar o que foi anunciado. Porque com parte do dinheiro da venda do produto anunciado pagava-se pra passar os tais anúncios. E com parte do dinheiro dos tais anúncios, pagava-se pra feição das tais historinhas. Mas eles faziam umas historinhas tão bem feitas, que quem olhasse assim, pensava que a finalidade de tudo eram as historinhas”**<sup>30</sup>

As marcas em destaque mostram como, novamente, existe um discurso que é construído por meio de uma narrativa que apresenta uma lógica na sua construção. Antonio do futuro conta a sua história justificando cada um dos tópicos frasais: o que era a televisão, a finalidade dela e depois a finalidade dos anúncios; o logicamente estabilizado, do qual fala Pêcheux (1997). A consequência da lógica funciona como verdade. Mas, neste mesmo trecho, a verdade da televisão é questionada. A fala **“eles faziam umas historinhas tão bem feitas, que quem olhasse assim, pensava que a finalidade de tudo eram as historinhas”** funciona como uma crítica ao que é apresentado pela televisão: a realização de seus desejos é feita por meio do consumo; a satisfação de se entreter pela televisão é paga na visualização da publicidade e da propaganda.

<sup>30</sup> Diferentemente dos outros trechos apresentados até aqui, esta cena não mostra as imagens referentes ao trecho descrito, mas sim, as imagens de segundos depois. O recurso foi utilizado para não segmentar a análise.

Este trecho condiz com o que é defendido por Martin-Barbero (2008). O autor entende o *popular* diferente da concepção que, durante muito tempo, se propagou no meio acadêmico comunicacional, e ainda funciona no imaginário social, por influência de teóricos da Escola de Frankfurt, como Adorno e Horkheimer<sup>31</sup>: povo no sentido de *massa* não pensante, em uma posição de dominado e respondente passivo da mensagem veiculada na mídia. Martin-Barbero (2008) defende o *popular*, mais especificamente a *cultura popular*, como um espaço de luta hegemônica.

A *cultura popular*, formada por diferentes usos dos bens culturais e pela hibridização da tradição e do contemporâneo, também é retratada no filme. Na cena, a praça é o lugar de encontro da população de Nordestina. No centro da praça está a televisão. Em volta dela, pode-se ver as crianças brincando e adultos conversando. Ao citar Bakhtin, Martin-Barbero (2008) afirma que a praça se constitui, na Idade Média, como “espaço próprio” do *popular*, sendo ela mesma uma linguagem. A contemporaneidade ainda preserva traços desta praça, mas a apropriação do seu espaço está mais ligada ao dia-a-dia, nas conversas entre amigos, nas reuniões de familiares e nas festas das cidades interioranas. Este funcionamento da praça como espaço do popular funciona na cidade de Nordestina, mas comparando com o sentido de praça nos dias atuais há uma contradição. Hoje, principalmente em cidades metropolitanas, se vulgarizou os sentidos de praça. Praça, para estes lugares, é a rua, lugar de desocupados, de marginal. Em *A Máquina*, o significado se aproxima do que Martin-Barbero (2008) sustenta. A praça alcança, ainda, seu ápice no carnaval, quando se afirma o povo, seu corpo e seu humor, por meio do riso e da máscara.

O Baile de Máscaras, realizado em Nordestina, faz parte da cultura dos seus moradores, deixando de ser algo apenas para ser visto. Segundo Martin-Barbero (2008), existe a deformação das festas que são colocadas como espetáculo, ou seja, deixam de ser uma participação e vivência popular para ser apenas contempladas. O autor comenta da relação delas com o ciclo do tempo. Cada época do ano tem já marcado as festas de participação coletiva e popular. Em Nordestina, o ciclo começa com a escolha das fantasias, aproximando jovens e moradores para a preparação do festejo. No entanto, não necessariamente é uma oposição ao cotidiano. Pelo contrário. “É, antes, aquilo que renova o seu sentido, como se a

---

<sup>31</sup> Martin-Barbero (2008) se refere à: Horkheimer, M.; Adorno, Th. W. **Dialéctica del Iluminismo**. Buenos Aires: Editorial Sur, 1871.

cotidianidade o desgastasse e periodicamente viesse a recarregá-lo novamente no sentido de pertencimento à comunidade” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 136). Para o pesquisador, as festas proporcionam a participação coletiva, momento para relaxar, em que o *popular* pode esquecer por um período de tempo os problemas e a angústia.

### **TRECHO 6 – ANTONIO VAI AO PROGRAMA DE TELEVISÃO**



**“Apresentador:** Ele veio da pequena cidade de Nordestina, interior da Paraíba...  
**Antonio:** Paraíba não. Pernambuco.  
**Apresentador:** Pernambuco (risos ao fundo). E diz que viaja no tempo. Eu vou conversar aqui com o jovem Antonio. Tudo bem Antonio?  
**Antonio:** Positivo.  
**Apresentador:** Tá nervoso?  
**Antonio:** Positivo.  
**Apresentador:** Antonio você está vendo aquele traço amarelo?  
**Antonio:** Positivo

**Apresentador:** Toda vez que um aparelho de tv é sintonizado neste programa, o traço sobe um pouco. Você entendeu?

**Antonio:** Positivo

**Apresentador:** Positivo. Ele é uma graça (risos)”.

Embora Antonio seja o personagem apresentado como o sujeito que não tem o desejo pelo “mundo de verdade”, o mundo forjado, ele sabe que Karina deseja este mundo pela influência da televisão. Mesmo tendo outros sonhos, quase sempre distantes dos idealizados pelos meios de comunicação, Antonio percebe a televisão como um meio de atingir seu objetivo. Esta, por sua vez, vê nele mais um atrativo de conseguir audiência. Uma troca nem sempre clara. A televisão utiliza os *personagens da “vida cotidiana”* e, a um só tempo, estes personagens vêm nela um modo de atingir algo, seja no propósito, mesmo por um breve instante, de se ver no lugar do artista, no lugar de quem pode conseguir o *glamour* que o cotidiano não oferece, seja na necessidade de ter um ganho imediato, sendo ele um prêmio ou auxílio na vida pessoal. O *popular* encontra no uso da própria figura um meio de entrar neste “jogo midiático”.

Segundo Martin-Barbero (2008), o desenvolvimento da televisão e sua respectiva popularidade trouxeram transformações nas formas de se ver o massivo. Há uma apropriação, por parte dos meios, de novas formas de representação. De acordo com o autor, a dissociação dos imaginários, que antes rondava os partidos políticos tradicionalmente, assim como o abandono de memória popular pela esquerda, possibilitam que os meios de comunicação “convertam-se em agentes impulsionadores de identidade sociais que correspondem mais ao novo modelo econômico do que a uma renovação da vida política” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 255).

No primeiro quadro apresentado, há o letreiro com o nome do programa “Rebola pra subir”. Programas que têm participação popular já são, em termos de imaginário social, conhecidos e reconhecidos. “Se vira nos 30” do programa “Domingão do Faustão”, veiculado na Rede Globo, é um deles. Certos sujeitos que fazem sua apresentação no programa são satirizados; há uma banalização do popular pelo massivo.

Na cena, o apresentador diz que Antonio veio da Paraíba. Mas Antonio o corrige falando que veio de Pernambuco. Com ironia, enfatizada pelos risos ao fundo, ele consente que tenha vindo de Pernambuco. Isto é, para o apresentador de

televisão não importa de onde Antonio tenha vindo desde que consiga a audiência de que precisa. Outro significado/interpretação que funciona neste momento é a figura do nordestino imaginado. Ou seja, no programa de tv, o nordestino é um só, não precisa saber se vem da Paraíba ou de Pernambuco, como se tudo fosse um lugar só, não existissem diferenças.

Mesmo se sentindo pouco à vontade, Antonio utiliza o tempo que tem para *conquistar o público*. Em certo momento, o apresentador tenta tirá-lo do ar, mas o pernambucano continua a falar enquanto o outro acaba ficando em silêncio. Neste pequeno trecho, o personagem Antonio demonstra habilidade para contornar a situação a seu favor. Já entendendo como funciona o sistema televisivo, ele busca as palavras que mais chamariam a atenção do público, atentando-se para o quadro com os traços atrás dele, representativo da audiência do programa. Aqui, o que é visto é um espaço de luta pela hegemonia do *popular*. Utilizando as mesmas ferramentas da mídia sensacionalista para conseguir seu espaço, o *popular* espetaculariza sua situação e a converte em instrumento midiático. A própria mídia sensacionalista, como explica Martin-Barbero (2008), torna-se a propagadora das vivências do *povo*. É uma ação que o autor chama de interpelação do *popular* pelo massivo.

Com sua história de viajar no tempo, e colocando sua vida como garantia, prometendo a morte como espetáculo, Antonio conseguiu chamar a atenção da imprensa e pôde voltar para Nordestina. É este o início do ápice do filme. A narrativa começa a acelerar e adquire um dinamismo maior.

Um ponto importante é o encontro de Antonio e Karina depois da chegada do personagem a Nordestina. Neste momento, Karina estava chorando e olhando para diversos aparelhos de tv, vendo, neles, o próprio Antonio chegar onde ela estava.

### **TRECHO 7 – KARINA SE DESESPERA PELO FUTURO DE ANTONIO**





**“Esquece o mundo Antonio. Não faça isso não. Essa doidice. Não faça não.”**

Se agarrando a Antonio, Karina tem uma fala afobada e uma expressão de desespero. Para ela, não importa mais o mundo. O que importa agora é a vida de Antonio. Ela esquece do seu sonho, abandona o desejo de conhecer o “*mundo de verdade*”, de *ser artista*, para poupar a vida de Antonio. O amor, sentimento forte, transforma-se, ainda que inconscientemente, em instrumento de vigor e afirmação do *popular* como *popular*, isto é, como sujeito livre de outras influências, importando somente o querer de agora. São breves instantes de emoções que ultrapassam o nível da consciência, agindo por impulsos (a negação, o não).

Em uma das cenas, muitos repórteres tentam falar com Karina, perguntando como ela se sentia em relação à possível morte de Antonio; mas ela nada responde.

### **TRECHO 8 – KARINA NÃO SE IMPORTA MAIS COM A TELEVISÃO**



A forma como Karina se comporta perante as câmeras, expressando desolação, marca o abandono de seu sonho. Todos os ensaios que teve, sua preparação para ser *artista de televisão*, deixam de ter importância. A chance que sempre buscou estava se apresentando para Karina por meio dos repórteres que a

assediavam, mas sua cabeça baixa e seus olhos assustados se sobrepõem ao sorriso e à personalidade forte que a personagem demonstrou durante o filme. A identidade que antes se baseava no seu sonho se transfere para o sentimento por Antonio. O reconhecimento se baseia na presença do outro. Sua existência, sua felicidade fica condicionada ao sujeito externo e próximo e não mais ao sujeito idealizado e distante.

#### 5.3.4 Afirmação do popular como *popular*

Existem momentos que são próprios ao popular, mas não sempre. Suas formas de se expressar pela arte, pelo falar, pelo agir e pelo sentir apontam para uma afirmação do popular em sua forma de vivenciar o cotidiano. Ainda que sobre influências externas, seja da religião, do Estado ou da mídia, o popular encontra na cultura e no convívio com o outro, formas de se mostrar como sujeito capaz de transformar, ou mesmo burlar, o que lhe é posto pela cultura dominante.

#### **TRECHO 9 – PRAZERES CANTA DURANTE O BAILE DE MÁSCARAS**



“Se avexe, não  
 Que amanhã pode acontecer tudo inclusive nada  
 Se avexe, não  
 Que a lagarta rasteja até o dia em que cria asas”

Se avexe, não  
 Que a burrinha da felicidade nunca se atrasa  
 Se avexe, não  
 Que amanhã ela pára na porta da tua casa  
 Se avexe, não  
Toda caminhada começa no primeiro passo  
 A natureza não tem pressa. Segue seu compasso  
 Inexoravelmente chega lá  
 Se avexe, não  
 Observe quem vai subindo a ladeira  
 Seja princesa, seja lavadeira  
Pra ir mais alto vai ter de suar  
Ô coisa boa é namorar, coisa boa é namorar”

O uso de termos opostos como “**tudo**” e “**nada**”; “**rasteja**” e “**asas**”; e “**princesa**” e “**lavadeira**” são possíveis na canção não só porque a *contradição* é constitutiva do discurso do popular, mas também porque o discurso do filme significa esse popular em sua *contradição* constitutiva. A música cantada durante o Baile de Máscara demonstra que todo o cotidiano, carregado de tensões, pode ser esquecido naquele momento, e o “**amanhã**” será o dia para recomeçar a “**caminhada**”. A música funciona, para o *popular*, como uma representação sua esperança de atingir seus objetivos, de que chegará o dia em que **criará asas**. No entanto, não esquece que “**pra ir mais alto vai ter de suar**”. O ideal capitalista já é assumido pelo sujeito *popular*. Sabe que para atingir a ascensão financeira vai precisar de um esforço além do que já tem feito, mas sem deixar de satisfazer seus desejos. Mesmo assim, este bem-estar é questionado na música. Os possíveis sentidos para “**burrinha da felicidade**” apontam para uma concepção de que esta realização que o capital oferece é *burra*, isto é, uma felicidade simulada, temporária, mesmo que não se atrase. Na canção, o *popular* demonstra suas satisfações ao dizer “**coisa boa é namorar**”. Por isso, transforma-se, também, no momento para rir e se divertir. “O riso não enquanto gesto expressivo do divertido, da diversão, mas enquanto oposição e repto, desafio à seriedade do mundo oficial, ao seu ascetismo diante do pecado e sua identificação do valioso com o superior” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 103).



**TRECHO 10 – ANTONIO PEDE AJUDA À PRAZERES**



**“Prazeres: Máscara é negócio particular da pessoa, Antônio. Que nem segredo sagrado de confessorário.**

**Antonio: Mas Prazeres, eu só quero ver o desenho da máscara dela.**

**Prazeres: Impossível, pois o rapaz já esteve aqui e levou o dito.**

**Antonio: Ó xente! E num era segredo sagrado?**

**Prazeres: Mas neste caso é diferente, já que só entreguei o modelo a ele com a devida autorização de Karina.**

**Antonio: E quem foi esse?**

**Prazeres: Eu prometi não dizer o nome dele não. Mas não prometi nunca mais olhar pra ele.**

**Antonio: Pois eu vou levar duas Máscaras.**

**Prazeres: Pra que, se você não tem duas caras?”**

A marca “**segredo sagrado de confessorário**” faz parte do discurso religioso. O que está funcionando é que este **segredo**, por ser **sagrado de confessorário**, não pode ser falado, a outros, exceto ao padre, em confissão; não pode ser divulgado, não pode ser questionado. O popular é afetado por este discurso religioso, algo que não pode ser rompido. Trata-se de um compromisso com o qual não pode romper, pela fé. Em outro trecho, Prazeres fala em “**devida autorização**”. Autorização faz parte do léxico do discurso jurídico, do discurso da legalidade. Orlandi (1996, 154) classifica o discurso jurídico, dentre as tipologias do discurso, como discurso polêmico, “aquele em que a reversibilidade se dá sob certas condições e em que o objeto do discurso está presente, mas sob perspectivas particularizantes dadas pelos participantes que procuram lhe dar uma direção, sendo que a polissemia é controlada”. No caso da cena, a condição para se falar é a autorização de Karina. Ao mesmo tempo, Prazeres acha uma forma de ajudar Antonio. As inscrições do discurso religioso e do discurso jurídico no discurso do popular levam à abertura a questionamento do próprio funcionamento do popular,

ora tomado pela religiosidade excessiva, ora afetado pela lei dos homens, ora ainda seduzido pelas leis de mercado e, mas também pela inexplicabilidade para as exigências desse mundo normatizado

A máscara, segundo Martin-Barbero (2008, p. 103), “exprime ainda mais plenamente a negação da identidade como univocidade”. Para o autor, a máscara exerce função semelhante a do sobrenome e dos apelidos. Torna-se uma representação física da identidade deturpada, do reconhecimento pelo exagero, pela sátira e pelo ridículo. Na fala de Prazeres, a máscara, que pode ser trocada pela palavra identidade, se torna algo único do sujeito e é revelada somente pela vontade de quem a tem. No trecho em que questiona Antonio sobre o porquê de querer levar duas máscaras se não tinha duas caras, há um efeito de sentido relevante a ser comentado. No discurso popular, o significado de duas caras pode ser entendido como a pessoa dissimulada, isto é, o sujeito que utiliza de distorções de sua própria personalidade (identidade) para ganho pessoal em uma determinada situação. No entanto, pode-se pensar, na assunção de outros papéis, não racionalizados, mas vividos, pelo *popular*. Antonio assume “**duas caras**” para conseguir encontrar Karina.

### **TRECHO 11 – ANTONIO CONVERSA COM VALDENE NA PRAIA**



**Antonio:** Eu vim foi é buscar o mundo. Pra levar pra minha garota, de presente.

**Valdene:** Ô Antonio, tu não acha que o mundo assim do jeito que tá, todo troncho, num é presente meio desaprumado não?

**Antonio:** Tá precisando de um reparo.

**Valdene:** Mas aí o negócio complica. Uma coisa é você mudar o mundo de lugar, outra coisa é mudar o mundo completamente.

**Antonio:** É mais complexo.

**Valdene:** Isto é.

**Antonio:** Mas é mais divertido.

**Valdene: Isto também”**

No diálogo dos dois personagens, o tom de conversa à *toa* não impede uma demonstração de consciência da realidade onde vivem. Justamente nas reuniões sem pretensões, o *popular* faz suas discussões de suas vivências e se mostra crítico em relação a elas. Para Valdene, o filho mais velho de Dona Nazaré e que saiu de Nordeste quando Antonio ainda era garoto, *o mundo está troncho*. Ele conhece os problemas de um cenário em que ele mesmo está inserido. O mundo onde a mocinha sempre vai ficar com o mocinho, onde os sonhos se realizam, onde tudo é possível, nem sempre funciona, para o *popular*, como uma verdade única. Uma linguagem utilizada para evidenciar como sua visão não se deixa influenciar inteiramente pelo mundo oferecido pelo consumo, de tudo estar *ao alcance das mãos*. Valdene representa o sujeito que sabe da existência dos problemas, mas ainda procura meios de resolvê-los. Para ele, na hora de tentar resolver o problema, *reparar* o mundo, *o negócio complica*. Chega a dizer que seria mais fácil mudar o mundo de lugar do que mudá-lo completamente, ou seja, conseguir mudar a realidade à sua volta é mais difícil que trocar de posição o mundo, mesmo com a extensão do planeta, de se tratar de algo inimaginável ao homem contemporâneo. Antonio concorda que seria mais complexo, mas não se abate. Acredita até que seria mais divertido. Apesar de não deter o poder de mudar por completo sua realidade, o sujeito não deixa de tentar e acreditar no poder de transformá-lo de alguma forma. Ainda que nem sempre consiga alcançar seus objetivos, é no seu modo de expressar, nas suas vivências, na sua cultura, que o *popular* deixa de ser passivo e se torna ator social.

**TRECHO 12 – KARINA SE REFUGIA NOS BRAÇOS DA MÃE**

Quase como uma expressão de choro infantil, Karina corre para os braços da mãe, que a acolhe. Todo o desespero, um sentimento que estava preso a Karina, parece ser deslocado para a mãe. No momento que a abraça, agarrando fortemente, Karina chora, mas sua expressão vai se acalmando e, em processo inverso, a mãe parece “absorver” a dor da filha, e chora junto a ela. Martin-Barbero (2008), ao comentar Alfaro (1985)<sup>32</sup>, entende a mulher, também mãe, como centro da formação urbana, do bairro e da família. A maternidade acaba simbolizando o pilar, a que apóia incondicionalmente. As mães “promovem a união entre as tramas sociais e as afetivas, as problemáticas e as alternativas, a dor e a esperança” (ALFARO apud MARTIN-BABERO, 2008, p. 276).

A trama do filme atinge o ápice quando Antonio volta do passado. Karina, prevendo o que vai acontecer a seguir, tenta fugir com ele.

### **TRECHO 13 – TENTATIVA DE FUGA DE KARINA E ANTONIO**



<sup>32</sup> ALFARO, R. Ma. **La palabra como conquista de la capital**. Lima: 1985. (mimeo.)



**“Agora *vamo* fugir enquanto é tempo. Antes que o mundo resolva separar a gente.”**

O desespero que Karina vinha demonstrando é transposto na dramaticidade desta cena. Palpando Antonio como algo que não pode ser perdido, Karina muda seu discurso sobre o mundo. Antes visto como o belo, o que traria felicidade, no qual encontraria a realização de seu sonho, agora é visto como o agente que vai separá-la da pessoa que ama. Os dois personagens passam a agir apenas com o objetivo de ficar juntos. Cada um passa a ser o apoio do outro. Karina, com expressão de quem vai à batalha, puxa Antonio para longe dos policiais, mas ele a coloca sobre proteção de seus braços. Inclusive, neste quadro, há um contraste. No plano secundário se vêem os policiais com escudos de materiais resistentes e de viseiras, enquanto no primeiro plano está Antonio como o escudo vivo de Karina. O contraponto: a proteção material que instituições do Estado têm, enquanto o *povo*, o *popular* (sendo que Karina e Antonio funcionam como representantes deste) tem como proteção seu desejo de sobrevivência, uma luta que conta apenas com seu próprio corpo. Apesar de tentarem fugir até o último momento, Antonio e Karina são separados. O desespero, o grito da dor da perda domina a imagem do filme.

Morin (2001) delinea um percurso nas formas em que o amor é retratado. O autor explica que durante muito tempo, nos contos e nos romances, o amor dificilmente vencida os conflitos. Aos poucos, este imaginário se transformou. No cinema, superando o que era intransponível, o amor passou a ser símbolo de força e de invencibilidade. Em *A Máquina*, situação parecida se realiza. Quando acaba o filme, o par romântico consegue ficar junto. No entanto, deve-se questionar em que situações isto acontece. Na cena descrita acima, o casal é separado pelo pai de Karina com a ajuda dos policiais. Antonio vive cinquenta anos em um manicômio para conseguir reverter o fato, ou melhor, evitá-lo. Diferente do que discute Morin (2001), o amor do filme não venceu o seu conflito, que era a separação por forças

exteriores, apenas o evitou. O final parece ser o mesmo, mas as formas de consegui-lo são distintas. Antonio entendeu que não poderia vencer a força dos policiais. Para conseguir ficar com Karina, teria de conseguir convencer a Imprensa de que falava a verdade. O popular encontra um entremeio para contornar sua situação. Neste espaço de luta contra-hegemônica, nem sempre é possível *vencer* uma hegemonia dominante, mas há meios de *evitá-la*.

### 5.3.5 O lugar da resistência

A descrição das quatro regularidades encontradas torna possível retomar o nome do filme *A Máquina* e pensar nos possíveis sentidos produzidos por ele. O que seria esta Máquina? No filme, o sentido que se quer “literal”<sup>33</sup> corresponderia a um equipamento com as setecentas lâminas que atravessariam o corpo de Antonio, caso ele não conseguisse chegar ao futuro no momento exato. Porém, transladando “máquina” para o cotidiano da contemporaneidade, a palavra está presente também em expressões que já são conhecidas do imaginário social: a máquina pública, a máquina política e a máquina do Estado. Todas remetem ao funcionamento e estrutura política do governo.

Fazendo um paralelo com a discussão de Althusser (1980), os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE) estão presentes nas quatro regularidades encontradas no filme. Em “Popular e religião” temos a Igreja como um AIE; em “Popular glocal” temos o próprio Estado e o mercado econômico funcionando como AIEs; a mídia é um AIE em “Popular midiático”; e, finalmente, a família funcionando como uma AIE em “Afirmação do popular como *popular*”. Sendo Antonio o protagonista do filme, ele é o alvo principal da máquina. Setecentas lâminas que prometem atravessá-lo. Metaforicamente, estas lâminas funcionam como os AIEs tentando atravessar, cruzar, transpor o *popular*. Tentativa que esteve presente na descrição das quatro regularidades. Mas, efetivamente, isso se realiza?

Para Warnier (2003, p. 23), a cultura é uma totalidade “feita de normas, de hábitos, de repertórios de ação e de representação [...] é singular geograficamente ou socialmente localizada, objeto de expressão discursiva em uma língua dada, fator

---

<sup>33</sup> A construção “que se quer ‘literal’” é empregada porque em AD não se concebe a existência de um sentido literal, pois o sentido só se constitui nas relações, ou seja, sujeito e sentidos se constituem ao mesmo tempo. No caso em questão, esse “literal” remete a um “sentido de dicionário”, preso a ele, como se fosse possível prender, nas palavras elas mesmas, sua possibilidade múltipla de significações.

de identificação diante dos outros”. Discursivamente, Pêcheux (1990) entende que a linguagem é uma forma de resistência no interior do movimento (social). A cultura se constitui por/em linguagem. Portanto, a cultura, enquanto linguagem, na sua perspectiva discursiva, está aberta à ruptura, à resistência.

Retomando as regularidades, é possível encontrar linguagem e cultura ocupando o mesmo espaço, se considerarmos a sua relação constitutiva. O mito, por exemplo, ao mesmo tempo que faz parte de uma vivência, é uma linguagem fantasia, mas funcionando como lógica. Pensando que contar o mito se constitui como ritual, e sendo que, nos termos de Pêcheux (1995, p. 301), “não há ritual sem falhas”, logo, está aberto à ruptura. De modo semelhante, outros recortes, mostrados no trabalho, trazem este aspecto da cultura e da linguagem funcionando constitutivamente, para o popular, como possibilidades de ruptura. De acordo com Martin-Babero (2008, p. 320 e 321), o *popular* se expressa “sobretudo na linguagem, no palavreado, que é a palavra convertida em arma e instrumento de revanche, estratégia que, ao confundir o adversário, desarma-o”.

Por isto, o discurso do popular, atravessado pelo discurso religioso, lógico ou jurídico, não é uma contradição por si só, no sentido de oposição ou confronto direto, tampouco de incoerência, mas o lugar material em que a contradição é o que possibilita advir sua especificidade; esta, constituída no confronto entre estabilizar e resistir. A poética da sua fala desregula a homogeneidade lógica do mundo estabilizado, o “mundo semanticamente normal”, do qual Pêcheux (1997) fala. Pimentel (2003) entende que a homogeneidade do discurso não leva à resistência. É preciso (re) significar o espaço de significados já constituídos. “Se não há sujeito sem linguagem e fora das relações de linguagem, e se a resistência é constitutiva da língua, já que toda materialidade impõe resistência, há sempre a possibilidade do sujeito (sujeito à língua e à história) resistir” (PIMENTEL, 2003, p. 13).

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como o caminho de um migrante não é conhecido, o percurso desta pesquisa encontrou trilhas não esperadas durante seu avanço. Buscando uma análise da representação do popular no filme *A Máquina*, este trabalho encontrou, no trajeto, influências, não pré-concebidas, que hoje podem ser observadas.

Pensar o *popular* nos meios de comunicação não é uma inovação acadêmica, mas está ligado a uma necessidade de reflexão constante. As novas configurações da contemporaneidade, a globalização, a transnacionalização transformam os sentidos de identidade, de cultura, de local, de global, de espaço, de tempo, de sociedade e de sujeito, principalmente no que concerne aos países à margem do centro, onde estas transformações têm mais força. A comunicação configura-se, segundo Martin-Barbero (2008, 261), em lugar propício “a partir do qual se podem pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva”.

O cinema, em particular, tem mostrado na grande tela novas visões sobre estas transformações. A Teoria do Cinema, entre suas diferentes nuances, tem colaborado para a compreensão de como esta temática é abordada pelos responsáveis das produções cinematográficas.

Os Estudos Culturais também trazem sua contribuição para uma análise fílmica. Fazendo um comparativo com o que escreve Martin-Barbero (2008), quando o autor cita os aspectos do melodrama, o cinema possui uma lógica própria que possibilita a troca de posição constante dos personagens e atores. Este itinerário na narrativa convoca novas experiências de se sentir e imaginar a identidade e construção dos personagens. Assim como no melodrama, pode-se admitir que o cinema “seja ao mesmo tempo forma de recuperação da memória popular pelo imaginário fabricado pela indústria cultural e metáfora indicativa dos modos de presença do povo na massa” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 309).

Em *A Máquina*, o popular está imbricado no contexto da cultura mundializada, assim como os produtores envolvidos no filme também o estão. Muito mais do que procurar um *sentido verdadeiro*, ou um *real* do *popular* na narrativa do filme, a análise tracejou as formas como este popular é incorporado pelo imaginário social, no qual atores, produtores e o diretor também estão inseridos.



A partir das regularidades analisadas, pode-se perceber que este imaginário já está absorvido pelos ideais contemporâneos do consumo, das novas formas de ser e de se mostrar dos sujeitos. Os sujeitos representados são passivos perante as decisões dos grandes conglomerados econômicos e de mídia, mas são também, a um só tempo, resistentes nas formas de apropriação pelo que é oferecido, resultando, por vezes, na modificação do cenário que contorna este sujeito, já que, como afirma Pêcheux (1995, p. 304), “não há dominação sem resistência”. A cultura passa a ser o lugar da luta contra-hegemônica, o espaço pela conquista do *popular* perante uma indústria que procura ao máximo *massificar*.

As contribuições da AD possibilitaram observar que a resistência do popular se deu também no nível do inconsciente. O sujeito popular não precisa se ordenar semanticamente e pertencer a uma lógica estabilizada. A sua própria contradição constitui um espaço de ruptura: as vivências cotidianas, a linguagem e a cultura como forma de resistência no interior do movimento.

De acordo com Canclini (2008), a nova configuração mundial acaba excluindo de suas transformações as culturas populares que, por sua vez, se tornam agentes transformadores à sua própria maneira. Este comentário não está ligado à exaltação do popular enquanto possuidor de ferramentas mais eficazes que o sistema do capital oferece, mas sim, ligado a uma discussão que ajuda “a discernir entre o que reforça, renova ou desafia as marginalizações arcaicas. Sobretudo para descobrir e pensar como podem as culturas populares [...] participar competitivamente do comércio global” (CANCLINI, 2008, p. 94).

## REFERÊNCIAS

- ACHARD, Pierre. Memória e produção discursiva do sentido. In: ACHARD, P. et al. **O Papel da memória**. Campinas: Pontes, 2007.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do Estado**. 3. ed. Lisboa: Presença, 1980.
- BAUDRILLARD, Jean. **À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Festim dos bruxos: estudos sobre religião no Brasil**. Campinas: UNICAMP, 1987.
- CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. S. Paulo: Edusp, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Latino-americanos à procura de um lugar neste século**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- GINACH, Erich Lie. **Discurso, silenciamento e alteração material no filme Deus é Brasileiro**. 2005. 70 f. Dissertação (mestrado em Lingüística) – Universidade de Campinas, Campinas, 2005.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- IANNI, Octávio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2000.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidades e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001
- MASCARELLO, Fernando. Procura-se a Audiência Cinematográfica Brasileira Desesperadamente, ou Como e Por Que os Estudos Brasileiros de Cinema Seguem Textualistas In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UERJ, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1626-1.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2008.
- LUZ, Inez Pereira da. A composição do gênero no cinema brasileiro contemporâneo In: *XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM*. **Anais**

**eletrônicos...** Porto Alegre, UFRS, 2004. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/browse-date?top=1904%2F18164&order=oldestfirst>>. Acesso em: 12 mai. 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: necrose**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2008.

\_\_\_\_\_. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 4. ed. Campinas: Pontes, 1996.

\_\_\_\_\_. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 6. ed. Campinas: Pontes, 2005.

\_\_\_\_\_. Análise de Discurso. In: LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy; ORLANDI, Eni Puccinelli. **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. Campinas: Pontes, 2006.

\_\_\_\_\_. Maio de 1968: os silêncios da memória. In: ACHARD, P. et al. **O Papel da memória**. Campinas: Pontes, 2007.

\_\_\_\_\_. **Língua e conhecimento lingüístico: para uma história das idéias no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.

\_\_\_\_\_. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. **Imagens do Nordeste Brasileiro na Idade Média: elementos para uma antropológica da ficção audiovisual brasileira**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-cardoso-imagens-nordeste-brasileiro.pdf>>. Acesso em 20 jul. 2008.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. 2 ed. Campinas: Pontes, 1997.

\_\_\_\_\_. Delimitações, inversões e deslocamentos. Cadernos de Estudos Lingüísticos, n.19, p. 7-24, jul./dez. 1990.

\_\_\_\_\_. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

\_\_\_\_\_. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. **O Papel da memória**. Campinas: Pontes, 2007.

PIMENTEL, Renata Marcelle Lara. **Versões de um ritual de linguagem telejornalístico**. 2008. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas.

\_\_\_\_\_. A resistência nos discursos revoluconários: o lugar da estabilização e o lugar do movimento. **Revistas de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 4, n. 8, p. 11-17, jul./dez. 2003.

ROSSINI, Miriam de Souza. O corpo da nação: imagens e imaginário no cinema brasileiro. **Famecos**, Porto Alegre, nº 34, p. 22-28, dez. 2007.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SILVA, Márcia Regina Carvalho da. Pequeno panorama do cinema brasileiro contemporâneo. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: UERJ, 2004. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17737/1/R0925-1.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2008.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. 2. ed. São Paulo: Papyrus, 2006.

XAVIER, Ismail. **O cinema brasileiro moderno**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

WARNIER, Jean Pierre. **Mundialização da cultura**. 2 ed. Bauru: Edusc, 2003.

## ANEXOS

ANEXO 1 – DVD – A MÁQUINA

