

Comunicação & Cultura

n.º 1 | primavera-verão 06

Título
COMUNICAÇÃO & CULTURA

Directora
Isabel Capelo Gil

Editor
José Alfaro

Conselho Consultivo
Gabriele Brandstetter (Freie Universität Berlin), Elisabeth Bronfen (Universität Zürich), Marcial Murciano (Universitat Autònoma de Barcelona), Christiane Schönfeld (Huston School of Film, National University of Ireland), Michel Walrave (Universiteit Antwerpen)

Conselho Editorial
Aníbal Alves, Carlos Capucho, Estrela Serrano, Fernando Ilharco, Gustavo Cardoso, Horácio Araújo, Isabel Ferin, José Augusto Mourão, José Miguel Sardica, José Paquete de Oliveira, Manuel Pinto, Maria Augusta Babo, Maria Luísa Leal de Faria, Mário Jorge Torres, Roberto Carneiro, Rogério Santos

Conselho de Redacção
Carla Ganito, Catarina Duff Burnay, Fátima Patrícia Dias, Maria Alexandra Lopes, Nelson Ribeiro, Rita Figueiras, Verónica Policarpo

Arbitragem deste número
Aníbal Alves, Fernando Ilharco, Horácio Araújo, Isabel Ferin, José Miguel Sardica, Manuel Pinto, Maria Augusta Babo, Maria Luísa Leal de Faria, Mário Jorge Torres, Roberto Carneiro, Rogério Santos

Edição
Com uma periodicidade semestral, *Comunicação & Cultura* é uma revista da Faculdade de Ciências Humanas da UCP, editada pela editora Quimera

Artigos e resenhas
A revista *Comunicação & Cultura* aceita propostas de artigos para publicação que se enquadrem na área das Ciências da Comunicação e da Cultura. Todos os elementos relativos a essas colaborações – normas de apresentação de artigos, temas dos próximos números, princípios gerais de candidaturas, contactos e datas – devem ser consultados no final desta publicação

Assinatura anual
Custo para Portugal e Espanha: 20 euros. Para outros países, contactar a editora. Os pedidos de assinatura devem ser dirigidos à editora Quimera: quimera@quimera-editores.com | www.quimera-editores.com | R. do Vale Formoso, 37, 1959-006 Lisboa | telefone: 21 845 59 50 | fax: 21 845 59 51

Revisão
Conceição Candeias

Impressão
Rolo & Filhos II, SA

Depósito legal: 244547/06
ISSN: 1646-4877

Comunicação
& Cultura
n.º 1 | primavera-verão 06

A cor
dos media

Índice

Editorial – Quem somos e o que queremos	9
ISABEL CAPELOA GIL	
Introdução – A cor dos <i>media</i> : mediação, identidade e representação.....	13
ISABEL CAPELOA GIL	
artigos	19
Identidade cultural e diáspora.....	21
STUART HALL	
Hibridação e aventura humana.....	37
ROBERTO CARNEIRO	
No presente artigo retomo e desenvolvo um anterior artigo sobre hibridação cultural. Começo por relacionar globalização e cultura, evidenciando como a convivência intensa de matrizes culturais pode levar a uma essencialização de identidades ou, ao invés, ao aprofundamento de interculturalidades híbridas. De seguida, argumento com a “planura” do mundo para vencer as concepções hegemónicas de cultura e gerar uma arquitectura nova de sociedade	

em rede, feita de espaços públicos e comunicacionais. Neste quadro, advogo para Portugal uma dupla hibridação, a de recuperação e a de antecipação. Refiro depois a grande oportunidade de aprofundamento dos 3+1 capitais a partir de uma gestão inteligente e humana dos novos fenómenos migratórios, para concluir citando o papel da aventura humana, na miscigenação e no policromatismo, em ordem à criação de sentido.

Palavras-chave: Globalização cultural, Hibridação, Identidade, Interculturalidade, Migrações, Sentido

Identidade e identidades na ficção televisiva nacional – 2000-2006..... 57

CATARINA DUFF BURNAY

A ficção televisiva, nomeadamente a telenovela, tem funcionado, ao longo dos anos, como agente definidor de grelhas de programação, arrastando audiências de forma transversal. A sua força emocional e o seu estatuto melodramático têm permitido as maiores transformações no mercado televisivo nacional, que assiste, a partir de 1992, ano de aparecimento dos dois canais comerciais nacionais, a um aceso clima concorrencial. Desde essa altura, mantêm-se as guerras pela audiência, recorrendo-se à transmissão de formatos inovadores, à contratação de novos rostos e à transmissão de séries e telenovelas. Mas se, numa primeira fase (1992-2000), as estações desenvolveram a sua programação em torno da ficção brasileira, já enraizada no imaginário português desde 1977 (*Gabriela* pela RTP1), numa segunda fase (2000-2006), a programação tem sido desenvolvida em torno das séries e telenovelas portuguesas. Este *volte-face* nas tendências de gosto levaram-nos a colocar uma hipótese sobre a importância da ficção televisiva no estabelecimento de fronteiras simbólicas e identitárias do espaço e do tempo nacionais, a partir de 2000. O presente artigo reúne algumas reflexões preliminares sobre a temática.

Palavras-chave: Estudos de recepção, Ficção televisiva, Género, Identidade/Identidades, Produção, Telenovela

Imagens da diferença: prostituição e realojamento na televisão..... 73

ISABEL FERIN

Este artigo tem como objectivo analisar, de forma exploratória, como mulheres brasileiras e ciganas se apropriam de notícias televisivas sobre temáticas em que estão referenciadas. Inicia-se a exposição fazendo um resumo das teorias que ao longo destas últimas décadas se debruçaram sobre a relação entre os *media* e as minorias. Analisam-se, em seguida, duas notícias-tipo, uma sobre prostituição e outra sobre realojamentos em bairros de etnia cigana, intercaladas com as apropriações dos respectivos grupos. Para a aná-

lise das peças noticiosas, recorreu-se às Teorias da Imagem, na perspectiva da construção técnica, enquanto para o levantamento das apropriações são utilizadas metodologias qualitativas, enquadradas nas Teorias da Recepção. Conclui-se que as formas de apropriação dos conteúdos estão, independentemente do momento de visualização, relacionadas com as trajectórias de vida e vivências das mulheres entrevistadas, suscitando oposição, adesão ou negociação dos sentidos veiculados.

Palavras-chave: Análise da televisão, Consumos e usos dos *media*, *Media* e minorias, Recepção dos *media*

Brasileiros e ciganos no *prime-time* português: estudo de caso 99

CATARINA VALDIGEM

Neste artigo apresentamos dados relativos à representação dos brasileiros e dos ciganos no *prime-time* televisivo português, referentes aos três principais canais de sinal aberto (RTP1, SIC e TVI), durante um período que vai de 4 de Março a 22 de Maio 2004. Aplicando uma metodologia de análise multidisciplinar aos conteúdos televisivos, com a ajuda do SPSS, concluímos que a representação dos brasileiros esteve determinada pelas agendas e pelos acontecimentos de grande projecção mediática, como o Euro 2004 e o Rock in Rio Lisboa, e que as escassas imagens televisivas dos ciganos sugerem uma tendência para representar negativamente este grupo.

Palavras-chave: Análise de conteúdo, Géneros televisivos, Minorias, *Prime-time*, Representação, Televisão

A problemática da “identidade” e o lugar do “património” num mundo crescentemente cosmopolita 117

MARGARIDA LIMA DE FARIA E RENATA ALMEIDA

O conceito de identidade tem vindo a adquirir uma importância acrescida nas discussões culturais e políticas da actualidade, sobretudo as que reflectem sobre sociedades em mudança e novas formas de interacção no contexto da globalização. O conceito de património, próximo do de identidade, posto ser no passado que se encontram os fundamentos das construções identitárias, tem igualmente sido alvo de manipulações várias e vem adquirindo novos contornos que vão muito além dos marcos físicos e das centralidades espaciais de outrora. O presente artigo visa contribuir para uma discussão actual dos dois conceitos, na perspectiva não só das novas configurações que os atravessam, mas também das ameaças que a sua reificação encerra à segurança, à justiça e à liberdade dos povos no contexto global.

Palavras-chave: Cultura, Globalização, Identidade, Informação, *Media*, Património

Nation as narration:

The (*de*)construction of “Yugostalgia” through Kusturica’s cinematic eye 135

MARCOS FERREIRA

O objectivo deste artigo é o de explorar o cinema de Kusturica, e em especial *Underground* (1995), no sentido de destacar os processos de construção e desconstrução da identidade na Jugoslávia dos anos de 1990. Situa-se, por isso, na encruzilhada em que os estudos (políticos) internacionais se cruzam com os estudos culturais, o que corresponde a um interesse renovado pelas ontologias sociais, *i.e.* pela identidade e todo o tipo de fenómenos ideacionais que produzem uma teia de significados intersubjectivos responsáveis por dar substância e textura ao universo social. Tomo assim como ponto de partida a noção de facto cinematográfico, da autoria de Cohen-Séat, para tornar mais clara a teoria de Homi Bhabha de que a nação é uma forma de elaboração cultural e narratividade. Uma vez que a comunicação de massas é hoje parte integrante na compreensão do horizonte de uma nação, a perspectiva do realizador de cinema torna-se um mediador privilegiado na leitura e narração da nação.

Palavras-chave: Balcanismo, Cinema, Jugoslávia, “Yugostalgia”, Kusturica, Narratividade

As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico 157

LUÍS BONIXE

O artigo analisa o discurso jornalístico produzido nas rádios locais em Portugal. Depois de uma breve passagem pelo contexto histórico no qual estas emissoras apareceram e de uma revisão dos principais contributos teóricos, mostra-se, através do estudo de quatro rádios locais, a forma como o jornalismo reproduz as comunidades locais. O artigo termina concluindo que o discurso jornalístico das rádios locais portuguesas se tem afastado das questões e dos temas das comunidades onde se inserem.

Palavras-chave: Jornalismo radiofónico, Rádio, Rádio local

entrevista 171

Marketing das Artes: importância e actualidade 173

– entrevista a François Colbert

RITA CURVELO

recensões.....	181
Lucia Santaella, <i>Navegar no Ciberespaço. O Perfil Cognitivo do Leitor Imersivo</i> (RITA FIGUEIRAS)	
Paul Gilroy, <i>After Empire. Melancholia or Convivial Culture?</i> (ISABEL CAPELOA GIL)	
João Paulo Faustino, <i>A Imprensa em Portugal: Transformações e Tendências</i> (ROGÉRIO SANTOS)	
Rita Figueiras, <i>Os Comentadores e os Media – Os Autores das Colunas de Opinião</i> (ISABEL AGUILAR)	
montra de livros.....	193
teses defendidas.....	199
abstracts	203
próximos números	209

Editorial

Quem somos e o que queremos

ISABEL CAPELOA GIL

No território fluido do nosso mundo global, onde as categorias tradicionais se fragmentam, favorecendo a emergência de novos paradigmas, as ciências da comunicação adquirem uma centralidade quase programática enquanto modelo auxiliar de decifração do tecido sociocultural em nosso redor. Conscientes de que a realidade chega ao sujeito da percepção de forma cada vez mais indirecta, mediada e re-mediada sob a forma de discursos sistémicos e anti-sistémicos, académicos, políticos, sociais, económicos e religiosos, o estudo da comunicação apresenta-se como determinante para cartografar o território complexo da nossa modernidade. E se é certo que o fenómeno da comunicação, para além de constituir uma característica fundamental na autodefinição do humano, abrange todas as formas de interacção entre indivíduos, grupos e sociedades, todos os modos discursivos, do verbal ao visual, certo é também que ele se constitui enquanto manifestação da-quele que Alain Touraine recentemente resumiu como o novo paradigma da nossa contemporaneidade: o cultural.

Todavia, se em termos metodológicos a articulação entre os dois termos surge como natural e necessária, pois que toda a comunicação pressupõe a transmissão de valores culturais, e a cultura, nas suas diversas manifestações, se constitui como processo mediado e em devir, o diálogo disciplinar entre os campos emergentes das ciências da comunicação e dos estudos de cultura, se bem que consentido,

não deixa de apresentar tensões. Assim, olhar para a comunicação como modo de produção cultural pressupõe desde logo o cultivo de um modelo dialógico e semiótico de interpretação dos *media* enquanto estruturas de representação, produtos culturais situados e, como tal, sujeitos a uma análise cultural, também ela pautada por mecanismos de diferenciação, construtividade e contingência. Todavia, se para a análise das práticas ficcionais a dimensão representacional dos estudos de cultura apresenta um potente modelo teórico, não deixa de se revelar problemática quando articulada com a prática da informação. Aqui, o modelo que assenta na análise das contingências das práticas culturais – históricas, económicas, políticas e sociais –, e que neste contexto encara as notícias, como referiu Stuart Hall, como mais um modo de produção cultural, colide com a lealdade ao que Toby Miller denominou as «tecnologias da verdade», a procura de transmitir uma história que resuma factos de forma verdadeira. Trata-se então de discutir não apenas o modo como o espaço simbólico enquadra e cria a informação como constructo e define os jornalistas como produtores desse sistema, mas também o jornalismo enquanto realização de uma prática que se relaciona com a realidade de modo referencial e icónico.

Sem desejar evitar as tensões de paradigma, mas buscando contribuir para sobre elas reflectir, o projecto editorial da revista *Comunicação & Cultura* apresenta-se como pronunciadamente interdisciplinar e auto-reflexivo. Partindo da concepção de que todo o conhecimento é mediado e enformado por um sistema de valores simbólico, este projecto escreve-se na linha de sutura entre áreas disciplinares diversas, mas complementares, a das ciências da comunicação e dos estudos de cultura, e assenta na consciência de que, apesar de nenhum mapa conceptual poder abranger a totalidade do território fluido em que nos movemos, a iluminação recíproca dos campos de saber trará um contributo renovado para a comunidade académica em que nos situamos.

Trata-se, por isso, de um projecto editorial de fronteira, transgressivo no cruzamento de saberes, explorador na inspecção dos paradigmas epistemológicos em vigor, auto-reflexivo e em devir, pressupondo uma continuada reflexão crítica sobre as questões centrais do nosso tempo, bem como uma ponderação sobre o seu próprio processo de construção enquanto instrumento de saber. Após uma apreciação global das revistas de especialidade publicadas em Portugal, acreditamos estarem criadas as condições para uma nova revista que, conciliando a reflexão local com as tendências globais, a investigação nacional com o estado da arte ao nível internacional, se centre no campo de confluência entre a comunicação e a cultura.

Porque desejamos estabelecer uma interacção com o meio científico português da área das ciências da comunicação e propiciar uma reflexão alargada, constituímos um Conselho Editorial plural, interuniversitário e aglutinando as áreas

de especialidade que confluem na teorização deste campo do saber. Desejamos revitalizar a discussão académica, teorizando para rever as práticas e articulando a experiência com a conceptualização. Do mesmo modo, desejamos encetar um diálogo profícuo com a comunidade académica internacional, tornando-nos não apenas espaço de reflexão e acompanhamento dos desenvolvimentos teóricos mais recentes, mas também acolhendo e discutindo a investigação internacional de excelência, e ao mesmo tempo pautando-nos pelos critérios de selecção e *peer-review* que caracterizam as mais reconhecidas revistas da especialidade. O processo de internacionalização da revista *Comunicação & Cultura* constituiu-se, assim, numa estratégia de três níveis, a saber: a constituição de um Conselho Consultivo internacional, integrado por investigadores de referência nas suas áreas de intervenção, e que tem uma função de aconselhamento estratégico junto da Direcção; a apresentação, em cada número, de um artigo internacional de referência; e o estatuto de revista trilingue, aceitando artigos em português, inglês e espanhol, e potenciando a internacionalização não apenas pela via receptiva, mas, sobretudo, permitindo a divulgação dos trabalhos publicados junto de públicos exteriores às fronteiras da academia de expressão portuguesa.

Postulando os valores humanistas da defesa da dignidade humana, do reconhecimento da diferença e da diversidade como vectores centrais para a construção de uma saudável cultura democrática, a revista *Comunicação & Cultura* apresenta-se como projecto plural, espaço de abertura ao novo, de exploração de novas práticas; como nova cartografia do vasto território da comunicação na contemporaneidade.

Lisboa, 8 de Abril de 2006