

**A midiática na construção da brasilidade:
os compositores populares e a identidade nacional**

*Mediatization on the construction of brazilianness:
popular composers and national identity*

Victor Eduardo BRAGA¹

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de evidenciar a relação entre o processo de midiática social e a construção da brasilidade. Para isso, abordaremos a ideia de brasilidade a partir do conceito de identidade assim como o conceito de midiática como um tipo específico de processo interacional da sociedade. Como propósito prático, pretende-se perceber a viabilidade e a importância de se eleger os circuitos comunicativos gerados a partir de produtos culturais midiáticos envolvendo os compositores populares como focos pertinentes de análise sobre o processo de midiática da brasilidade.

Palavras-chave: Brasilidade. Midiática. Compositores Populares.

Abstract

This article aims to highlight the relationship between the mediatization process and the construction of the Brazilianness. We discuss the idea of Brazilianness from the concept of identity as well as the concept of mediatization to a specific type of communication process. It is intended to perceive the viability and importance of electing the communicative circuits generated from media products involving popular composers as a relevant place to analysis of Brazilianness's mediatization.

Key words: Brazilianness. Mediatization. Popular Music.

Introdução

O texto que se segue lança alguns questionamentos sobre a relação entre a construção da brasilidade, a midiática da vida social e o papel dos compositores da música popular na construção da cultura nacional. Tentamos aqui vislumbrar um

¹ Doutorando em Comunicação Social na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (UNL/Portugal). Professor da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
Email: victorbbraga@gmail.com

caminho possível para a pesquisa comunicacional que tenha como objetivo perceber indícios de como a identidade brasileira é construída a partir de processos interacionais gerados em decorrência do que tem sido chamado de midiatização da vida social.

Acreditamos que alguns circuitos comunicativos gerados a partir dos produtos culturais midiáticos dos compositores populares podem se configurar como proveitosos objetos de investigação sobre a midiatização da brasilidade. Devido ao forte caráter identitário que a música popular brasileira forneceu para a cultura nacional, os compositores populares acabam por funcionar como pólos atratores sobre os quais orbitam reflexões sobre a identidade nacional, mobilizando um amplo espectro de opiniões e valores em torno do ser brasileiro.

Entendendo que as identidades nacionais foram inicialmente construídas entre os séculos XVIII e XIX com base nos processos interacionais ainda da cultura escrita, tentar perceber as diferenças entre a construção da brasilidade daquele período com o atual período de midiatização da vida social pode abrir caminhos proveitosos para a percepção de questões pertinentes sobre a pesquisa comunicacional de maneira geral, tais como a relação entre comunicação e cultura, a incidência da mídia na vida social, as transformações culturais através de processos comunicacionais, entre outros.

Além disso, se essa tentativa for feita através da observação dos circuitos comunicacionais gerados pelos compositores populares no Brasil, isso será feito de modo a preservar as características dessas questões comunicacionais em nosso contexto sociocultural particular, revelando uma midiatização à brasileira.

A visada que aqui damos aos circuitos comunicacionais que envolvem os compositores populares é metodologicamente pautada por um viés relacional que enxerga as expressividades aí encontradas como produtos situados e, portanto, contextualizados. Como a dimensão contextual que aqui ressaltamos são os processos interacionais de uma sociedade em midiatização, e como não encaramos esses processos como determinantes mas sim condicionantes, tentaremos indicar, ao final do texto, que só uma análise empírica efetivamente indutiva poderá revelar a modulação própria desse processo no Brasil.

A brasilidade

A brasilidade tem sido discutida desde que o Brasil começou a se esboçar como nação, ainda no período colonial. Durante a independência, as atenções sobre a formação de um caráter nacional são multiplicadas, mas é no período que se estende entre a proclamação da República e a consolidação da revolução de 1930 – justamente um importante momento da afirmação do amadurecimento da nação – que foram produzidas as macro interpretações sobre o Brasil (RICUPERO, 2011) que contribuíram para cristalizar no imaginário nacional o que se tornaria nossa pretendida “essência identitária”: a mestiçagem, a cordialidade e a antropofagia (WISNIK, 2008)

Entretanto, podemos dizer com segurança que a teoria social hoje rejeita concepções que encaram a identidade como expressão de uma essência. A idéia de uma essência identitária, segundo Stuart Hall (2003), remete ao iluminismo, quando o indivíduo era tomado como um núcleo fixo e ontologicamente autônomo desde seu nascimento até a morte, desprezando portanto as interações com o social no processo de sua constituição. É esse núcleo fixo que passa a ser cada vez mais questionado na modernidade tardia, fazendo com que a identidade, coletiva ou individual, seja a partir de então percebida, ao contrário de uma essência, como um “processo de construção de significado com base em [...] um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado” (CASTELLS, 2008, p.22). É algo, pois, de ordem intersubjetiva – como é próprio do domínio da cultura - construído seletivamente e, mais importante, politicamente (encarando aqui a política em seu sentido lato) (CASTELLS, 2008; HALL, 2003).

Vemos, a partir disso, que a brasilidade, como mestiçagem, cordialidade e antropofagia, funciona mais como uma construção que intenta legitimar, dos modos mais variados, as formas sociais que a sustentam do que como emanção inequívoca do caráter de um povo – ainda que contenha lastros na realidade brasileira e possa revelar características e desvendar mistérios de uma nação.

Ter a consciência, aliás, de que as identidades nacionais são uma construção projetiva nos permite enxergar que essas construções são, na verdade, sujeitas à atualização e que as formas que a elas se fixam, apesar da intenção de permanência no

tempo, estão sempre ligadas a uma criação continuada e mais ou menos abertas à reinvenção pelos processos sociais – e comunicacionais – por mais que não possamos perceber isso diretamente.

Renato Ortiz (2006) considera que a busca por uma essência identitária brasileira é um falso problema e que a questão fundamental seria saber quem é o artífice dessa identidade e a que interesses ela serve. As questões colocadas por Ortiz se tornam mais complexas e mais interessantes agora, com os processos já estabelecidos de mundialização da cultura – em que, aliás, a noção de nacionalidade é (re)tensionada – pois acreditamos que, além de identificar os *artífices e os interesses* que modulam a construção das identidades nacionais, precisamos perceber – para sermos pertinentes com as questões propriamente comunicacionais - *como* são (re)construídas as identidades nesse cenário de mundialização, que compartilha aspectos do que a teoria comunicacional tem chamado, nos últimos anos, de *midiatização*.

Perceber em que difere a (re)construção da brasilidade produzida pelos processos interacionais da midiatização daquela brasilidade gerada pelos processos interacionais da cultura escrita, parece ser um bom objetivo de fundo para uma pesquisa em comunicação.

O processo de midiatização da vida social

O conceito de midiatização surge, na pesquisa comunicacional, a partir de uma preocupação recorrente desse campo de conhecimento em se compreender a influência dos meios de comunicação na cultura e na sociedade. Como afirma o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard (2012, p.54), a

midiatização surgiu como um novo quadro teórico para reconsiderar questões antigas, embora fundamentais, sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade. Em particular, o conceito de midiatização revelou-se produtivo para a compreensão de como a mídia se difunde para, se confunde com e influencia outros campos ou instituições sociais [...]

A ubiquidade crescente das mídias na vida social gera o que Stig Hjarvard (2012) tem percebido como um movimento de *independência* da mídia em relação a outras instituições ou campos sociais. Assim, ao invés de o campo midiático atuar a

partir das lógicas de outros campos sociais estabelecidos, esses campos é que começam, gradativamente, a adotar as lógicas da mídia em seus modos de funcionamento. Esse movimento de independência seria, afinal, o eixo modulador de um novo tipo de influência midiática na esfera cultural da sociedade. O conceito de midiatização deve servir, portanto, para “entender as maneiras pelas quais as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura em resposta à onipresença da mídia”. (HJARVARD, 2012, p.54)

Para Fausto Neto (2008), devido ao incremento de fatores sócio-tecnológicos, sobretudo durante as três últimas décadas, não podemos mais pensar o protagonismo midiático como correspondente, apenas, à tarefa de organização dos processos interacionais entre os campos sociais mas, sim, constatarmos que o funcionamento e a própria constituição da sociedade estão marcados pelas lógicas interacionais *da mídia*. Segundo o autor, estaríamos vivendo a passagem de uma “sociedade dos meios” para uma “sociedade em midiatização”.

Não podemos, então, deixar de perceber que as influências da mídia sobre a sociedade começam a atuar, hoje, de outra forma.

Jesus Martín-Barbero, - que, nos anos 1980, percebia que a incidência da mídia sobre a sociedade não existia a não ser pela mediação de matrizes culturais extra midiáticas (as chamadas *mediações culturais* - e, por isso, o nome de seu livro “Dos meios às mediações”) - mesmo ele, admite agora que as mediações culturais hodiernas estão cada vez mais midiatizadas. Portanto, as mediações culturais – representadas pela família, pela escola, pela igreja, pelos partidos políticos, pelos diversos campos e instituições sociais estabelecidos da sociedade enquanto matrizes culturais extra midiáticas – estão passando por um processo de midiatização de suas formas de existência.

Questionado² pela professora Maria Immacolata Vassalo de Lopes se “será preciso fazer um outro livro agora, intitulado *Das mediações aos meios?*”, Martín-Barbero responde:

Eu tracei um novo mapa, que incorporei no prefácio à quinta edição de *De los medios a las mediaciones*. Trata-se de um mapa mais complexo, que foi emergindo das leituras que se faziam sobre o livro, e que eu nomeei como mediações sócio-culturais, mediações político

² A entrevista pode ser lida aqui: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/111/178>

culturais da comunicação, para diferenciar esse mapa do primeiro, que se referia às “mediações culturais da comunicação”. (...) Foi uma primeira aproximação aos usos dos meios e às práticas comunicativas, **e pela primeira vez comecei a pensar as mediações comunicativas da cultura.** (2008, p.150, grifo nosso)

Aqui, claramente, Barbero aproxima-se de Hjarvard e Fausto Neto naquela percepção da independência da esfera midiática enquanto instituição social: “Inverto meu primeiro mapa e proponho as mediações comunicativas da cultura, que são: a tecnicidade e **a institucionalidade crescente dos meios como instituições sociais** e não apenas aparatos” (2008, p.150, grifo nosso)

Portanto, as mediações ainda existem – as mensagens midiáticas sempre serão mediadas em sua relação com a recepção midiática – mas essas mediações, devido àquele processo de autonomização da esfera midiática, estão cada vez mais expostas às lógicas interacionais da mídia.

É claro que essas lógicas não estão isentas dos processos históricos e culturais das diferentes sociedades, com seus espaços e tempos particulares. O que é necessário perceber, porém, é que alguma lógica midiática existe mesmo que esta apareça como uma condicionante, ela mesmo, condicionada histórica e socialmente. Os processos interacionais da mídia hoje – com todo os seus desenvolvimentos percebidos nas últimas décadas – da mesma forma como pudemos perceber com os processos interacionais advindos da cultura escrita são, portanto, um elemento do processo de construção da dimensão cultural da sociedade impossível de não ser levado em consideração.

Assim, perceber a incidência cada vez maior das lógicas sócio-técnicas nas mediações culturais atuais nos possibilita compreender a proposição de José Luiz Braga (2007) de que a midiatização tende a se tornar um *processo interacional de referência*. Braga, a partir dos pressupostos da sociologia do conhecimento, tal como elaborada por Berger e Luckmann, entende “que os processos interacionais de referência são os principais direcionadores na construção da realidade social” (2007, p. 143). Para ele, os processos interacionais de referência não correspondem apenas à hegemonia de determinado modo de interação, mas sobretudo ao fato de que esse modo passa a ser um processo de organização da sociedade. O autor adverte que na “sociedade em

mediatização” os modos interacionais da cultura oral ou da cultura escrita não desaparecem, ou são esquecidos, mas vão sendo ajustados pela lógica da mediatização que se apresenta, tendencialmente, em processo de estabelecimento, embora seu funcionamento seja ainda “disperso, canhestro e insuficiente” (p. 166).

Há que se ressaltar, aqui, uma possível confusão terminológica entre mediatização e cultura da mídia ou cultura midiática. Jean-Yves Mollier e François Vallotton, no texto de conclusão da obra *“Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques 1860-1940”*, ao contrário do que é consensualmente acreditado pelas pesquisas do campo da comunicação social, caracterizam a cultura midiática incluindo aí o período do desenvolvimento do impresso (as pesquisas do campo comunicacional tendem a excluir o impresso da conformação de uma cultura midiática). Tal opção tem a clara vantagem de se pensar o impacto das mídias de uma forma geral – o impresso incluso – na sua relação com a cultura das diferentes sociedades e não pensar no impacto de cada meio particular.

Com o conceito de mediatização, entretanto, separa-se a época do impresso, e mesmo retira-se o impacto das primeiras décadas dos meios eletrônicos e visuais para, só desde os últimos 30 anos, pensar o impacto das mídias na cultura a partir daquele momento de sua autonomização de outros campos sociais. São escolhas teóricas, e mesmo metodológicas, diversas, para diferentes objetivos e, portanto, com validades diferenciadas.

A ideia de mediatização, portanto, vem indicar um momento de afecção cultural pelas mídias em que começa-se a perceber claramente um descolamento do largo momento histórico da cultura escrita. Desse modo, o conceito de mediatização serviria para se pensar a partir de macro perspectivas da cultura: a cultura oral, a cultura escrita e a mediatização da cultura.

José Luiz Braga coloca que uma das marcas características da mediatização são seus processos diferidos e difusos crescentes. O autor afirma que a escrita já havia possibilitado esse tipo de processo, promovendo uma libertação social das redes baseadas apenas na personalidade mas

no mundo da escrita, porém, o diferido/difuso se organiza sobretudo segundo “espaços de especialidade” – solicitando e gerando conhecimentos, atitudes, comportamentos interacionais,

deontológicos, lógicas, em suma, segundo as quais as determinações se fazem – na elaboração das mensagens diferidas, na circulação das mensagens difusas e nas re-determinações feitas pelas leituras que “completam” o sentido (BRAGA, 2007, p. 152).

Além disso, com a midiaticização, os processos diferidos e difusos deixam de ser apoiados na dependência estrita da palavra passando a contar com os suportes imagéticos e sonoros:

Com as possibilidades da imagem e do som, a exposição de situações estimuladoras de experiência vicária se amplia, enquanto objetivações postas a circular na interação social. Assim, quando antes se construía a realidade através de interações sociais baseadas essencialmente na expressão verbal, é possível hoje objetivar e fazer circular imagens (referenciais ou imaginárias), sons e, particularmente, “experiência” (BRAGA, 2007, p.153).

Uma característica do processo de midiaticização particularmente pertinente para nossa análise é aquela a que Braga (2007, p. 155) se refere como a “deslegitimação de padrões esotéricos segundo os quais campos especializados se relacionam com a sociedade em geral”. Ao expor continuamente vários sub-universos, a mídia deslegitima os modos de manutenção baseados no esoterismo dos “iniciados”, abrindo os campos sociais especializados para uma permeabilidade menos controlada. Na lógica particular da cultura escrita, determinados sentidos da realidade eram formulados, em grande medida, numa construção intra-muros dos campos sociais estabelecidos, em um processo de maturação ritualística interna. Na “sociedade em midiaticização”, porém, a construção dos sentidos passa por atravessamentos bem mais complexos: vários diferentes e numerosos *contextos formadores* de sentidos da realidade são acionados em relação ao relativo fechamento dos campos tradicionais. Diversos circuitos comunicativos atravessam os campos sociais estabelecidos abrindo-os ao escrutínio e contaminações estranhas a eles.

Desse modo, os contextos formadores de sentidos para o real estão relacionados a uma circulação comunicacional mais complexa do que aquela observada na cultura escrita. Fausto Neto, utilizando-se daquela clivagem diferenciadora entre “sociedade dos meios” e “sociedade em midiaticização”, percebe que, na primeira, a circulação comunicacional era eclipsada pelas características dos dispositivos midiáticos ali predominantes – que apenas deixavam ver o circuito restrito constituído pelo intervalo

direto entre emissão e recepção – enquanto na “sociedade em midiatização”, a circulação passa a ter “claros níveis de evidência” (2009, p.1).

Para além do momento estrito de recepção do produto midiático, outros circuitos comunicacionais são ativados, num fluxo constante que coloca a girar os processos culturais de processamento dos sentidos experienciados simbolicamente. Eventualmente, esses circuitos retornam até a instância produtora dos produtos midiáticos – seja por manifestações midiáticas de toda ordem, por propagação oral das ressignificações da recepção ou pela simples aferição de audiência – constituindo o que José Luiz Braga (2006) tem chamado de “sistema social de resposta” sobre a mídia. Produção e recepção seriam, portanto, pontos de passagem de um fluxo incessante de sentidos compartilhados – a circulação – que transita por diferenciados circuitos comunicativos.

Os circuitos, desse modo, enquanto dispositivos de circulação comunicacional – que processam, negociam, geram e compartilham significados – constroem contextos formadores de sentidos sobre o real. Assumimos a premissa de que os circuitos comunicacionais são a face empírica dos contextos formadores de sentido. Na perspectiva de uma sociedade em vias de midiatização, são esses circuitos – agora explicitados e cada vez mais difíceis de serem ignorados – que atravessam os campos sociais estabelecidos, através da permeabilidade que esses passam a ter devido a sua exposição crescente uns aos outros, o que diminui seu esoterismo. Isso, pelo menos potencialmente, deve gerar outros regimes de sentido.

A busca pela maneira como a midiatização incide na construção das identidades nacionais deve levar em consideração as condicionantes sócio-históricas de cada país pois, embora a midiatização possua lógicas inerentes, essas não podem ser vistas como deterministas. Buscar perceber, então, a incidência da midiatização especificamente no recorte dado pela brasilidade torna a dimensão de uma pesquisa bastante trabalhável, devido às evidências daquelas condicionantes histórico-sociais nesse processo. É claro que tal empreitada é complexa, mas se elegermos para nossa análise circuitos comunicativos que são importantes nesse processo de construção de brasilidade poderemos observar indícios valiosos que nos conduzam ao caminho almejado.

Compositores-intelectuais na midiatização social

Recentemente foram festejados, no Brasil, os 70 anos de idade de Gilberto Gil, Milton Nascimento e Caetano Veloso. Tal fato foi marcante pela celebração confirmadora da importância desses compositores, não apenas na vida musical do país, mas também na formação da cultura nacional contemporânea. Esse acontecimento ressaltou, de certo modo, a função de “intelectuais” da vida brasileira exercida por diversos compositores populares a partir da época de ouro da Rádio Nacional nos anos 40 e, depois, passando pelo estabelecimento da TV desde o final dos anos 50 (NAVES, 2010). Tal fato, acreditamos, só foi possível devido às características que a cultura de massa adquiriu no Brasil e que podemos perceber no artigo de Denis Rolland que também se inclui na obra “*Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques 1860-1940*”.

Denis Rolland advoga que a cultura de massa no Brasil foi tardia pois, surgida apenas com o advento do rádio e da televisão, pulava a etapa da cultura escrita como formadora de uma massa de leitores que poderia dar substância à uma cultura massiva escrita.

A pesquisadora Ana Porto (2013, p. 08) discorda de tal perspectiva ao notar que as narrativas de crimes veiculadas em jornais, folhetins e periódicos, já na década de 1870, começavam a se tornar populares:

ao contrário do que aponta Denis Rolland, que sugere uma “cultura de massa tardia” no Brasil, a qual ocorreria apenas com o advento do rádio e, principalmente, da televisão, pode-se supor, pela quantidade de jornais que são criados nas décadas finais do século XIX e pelos sucessos das narrativas de crime, que não foi bem assim. Da mesma forma, a literatura pornográfica analisada por Alessandra El Far não deixa dúvidas do sucesso de algumas histórias e tiram a condição de um país ligado à “oralidade”.

A percepção de Denis Rolland, entretanto, é construída a partir de um argumento bastante sólido: o processo tardio de alfabetização no Brasil. Se, até a década de 1950, metade da população brasileira era analfabeta, realmente se torna difícil falar em “cultura escrita” como propiciadora de uma cultura massiva em um país como esse.

Desse modo, Rolland afirma que a cultura massiva no Brasil só começou a existir, de fato, a partir dos meios eletrônicos e visuais - o que, sob a perspectiva da alfabetização, é bastante plausível. Isso, sem dúvida, foi um dos fatores que alçaram os compositores populares àquela função de intelectuais de que falávamos anteriormente.

Mesmo que a identidade nacional no Brasil tenha sido construída através dos processos interacionais da cultura escrita - afinal, os grandes modeladores daquele tripé identitário, afirmado no início de nosso texto, eram *escritores* pertencentes ao campo acadêmico (Gyberto Freire e Sérgio Buarque de Holanda) ou ao campo artístico (Oswald de Andrade) - essa identidade só foi mesmo disseminada e tornada parte da cultura nacional de modo hegemônico após o governo de Getúlio Vargas - o primeiro agente do campo político a afirmar aquele tripé identitário - ter utilizado de maneira ostensiva a Rádio Nacional como fator de integração da nação. Os compositores populares tiveram aí, como se pode imaginar, uma função de disseminação e institucionalização de certos valores nacionalistas emergentes.

No caso, por exemplo, de Caetano Veloso - tornado figura pública já na era da televisão - esse movimento de institucionalização, pelos compositores populares, dos valores da identidade nacional criados pela cultura escrita, foi evidente. Os tropicalistas tinham - e isso se deve basicamente a uma percepção pessoal inicial de Caetano Veloso - a antropofagia como valor. Foi só através da música (veiculada pela televisão e pelo rádio), portanto, que utilizava deliberadamente elementos estrangeiros de modo a misturá-los com referências mais tradicionais do Brasil, que o valor da antropofagia de Oswald de Andrade pode se disseminar massivamente - e como ideologia explícita - pela população. De outro modo, o "Manifesto Antropofágico" de Oswald de Andrade - publicado em 1928 na *Revista de Antropofagia* - nunca teria a repercussão que tem hoje na cultura nacional brasileira.

Visto desse modo, a percepção de Denis Rolland de que o Brasil teria passado da oralidade para a cultura visual pulando a etapa da cultura escrita não deixa de fazer sentido. E isso explica, acreditamos que bastante convincentemente, a importância dos compositores populares, desde a época da Rádio Nacional, na formação da cultura brasileira de um modo geral. A pertinência desse objeto empírico - os compositores da nossa música popular - como revelador de indícios da construção da brasilidade hoje, em tempos de midiaticização, nos parece, portanto, evidente.

Essa pertinência é ainda ampliada se notarmos a dinâmica observada desde o programa primeiro do tropicalismo, que adota uma postura antifrankfurtiana ao assumir-se enquanto produto possibilitado pela indústria cultural ao mesmo tempo em que se afirma como potência efetivamente criadora. Uma intuição precoce do processo de midiaticização, em recente implantação ainda na década de 60, permitiu aprofundar aquele caráter observado nos compositores populares de se constituírem como pensadores da cultura nacional – equiparando-os, em muitos casos, a verdadeiros intelectuais públicos. Nos tropicalistas, isso evidenciou uma sensibilidade crítica que buscava “responder ao real em mutação *prorrompendo fluxos mais abrangentes*” (WISNIK, 2011, p. 14, grifo nosso). “Este tipo de atuação teria propiciado o surgimento de um novo perfil de compositor, como seria o caso de Caetano Veloso, que acabou canalizando para a música o seu pendor original para a crítica, para o cinema e para a filosofia” (NAVES, 2010, p. 24).

Esses artistas não só começavam a tornar mais flexíveis as rígidas fronteiras dos sub-campos artísticos como passavam também a afetar o quociente de enclausuramento de outros campos sociais – como o político e o acadêmico – pela exposição que lhes infligiam através de suas críticas e reflexões feitas a partir da mídia, criando circuitos comunicacionais com poder de atravessamento social.

A capacidade em gerar porosidade entre os campos sociais estabelecidos seria a característica da midiaticização que transforma os compositores populares em pólos atratores das discussões sobre a cultura nacional já que, a partir das questões levantadas por eles, inúmeros circuitos comunicacionais serão gerados na esfera pública midiaticizada acionados pelas pessoas que estão, também elas, potencializando mais porosidade entre os campos sociais confrontando-os, gerando atrito e condições de publicização para o que antes se mantinha no esoterismo dos espaços de especialidade desses campos. Por terem gozado de visibilidade midiática massiva, os compositores se mostram como geradores de circuitos, ou seja, verdadeiros aglutinadores de discussões sobre a cultura nacional.

Vale aqui ressaltar que a brasilidade e a midiaticização compartilham uma característica que torna o processo de midiaticização à brasileira uma espécie de midiaticização anabolizada. Essa característica comum seria o hibridismo que tanto a midiaticização, através da porosidade que ela gera entre os campos sociais, quanto nossa

mitologia de brasilidade – principalmente pelas bases antropofágicas do manifesto de 22 – colocam em cena.

O hibridismo da cultura brasileira – esse elemento fortemente observado nos compositores populares mesmo antes da bossa-nova e do tropicalismo - acaba funcionando como uma “cama pronta” para a instalação do processo hibridizador que a midiatização propicia. A porosidade entre os diversos campos sociais e a porosidade da cultura nacional, observada por Oswald de Andrade, se retroalimentam gerando um potencial de fortalecimento mútuo entre os ideais fundadores da identidade brasileira e as características básicas do processo de midiatização. Tanto o processo antropofágico de construção da brasilidade quanto a “antropofagia” com que os processos sociais midiatizados se servem dos campos sociais estabelecidos, produzem uma potencialização em ambos os processos. E são os compositores populares, como vimos, um dos importantes catalizadores dessa potência.

Considerações finais

A observação dos circuitos comunicacionais gerados a partir da exposição de alguns compositores populares nos ambientes midiáticos pode nos oferecer pistas da construção da brasilidade na ‘sociedade em midiatização’ e, além disso, podem nos fornecer indícios sobre a nossa própria midiatização enquanto fenômeno criado por uma delimitação social e histórica específica.

Se, como vimos, em alguns compositores populares é possível observar a capacidade do processo de midiatização em deslegitimar os padrões esotéricos de construção da realidade – padrões esses que eram antes observados na construção intramuros dos campos sociais estabelecidos – a busca por circuitos comunicacionais estimulados por suas expressividades se mostram como relevantes para o entendimento de uma midiatização da brasilidade.

Todas as objetivações expressivas passíveis de serem encontradas nesses circuitos – a crítica amadora, as interações no *twitter*, os *podcasts*, os *hangouts*, os comentários em *websites*, os blogs, entre inúmeros outros – podem se comportar como contextos formadores de brasilidade na sociedade em midiatização. E o fato de os compositores alargarem sua atuação para além do campo artístico explorando a

permeabilidade que a independência da esfera midiática ocasiona em outros campos sociais, torna tudo o que se fala sobre eles – e, conseqüentemente, sobre o que eles falam e que seria, em tempos pré-midiatização, exclusivo de campos sociais estabelecidos – um dos focos de análise necessários para se entender a construção da cultura nacional hoje.

Toda a troca comunicacional sobre o ser brasileiro que ficava eclipsada antes dos processos interacionais da midiática passa agora a ser evidente. Se, antes, só os campos estabelecidos tinham suas objetivações explicitadas na esfera pública, agora numerosos outros circuitos colocam em cena suas versões públicas do mundo. Os compositores populares, de maneira muito clara, se tornam pólos atratores das versões públicas sobre a brasilidade e essas constituem-se, assim, importantes contextos formadores da identidade nacional na midiática.

Olhar os circuitos comunicacionais disparados pela presença dos compositores populares nos diversos ambientes midiáticos desde os inícios da Rádio Nacional – quando o processo de independência do campo midiático ainda era incipiente – até os dias de hoje, nos dará pistas sobre expectativas de brasilidade geradas ainda na cultura escrita, e fará perceber expectativas, ainda não resolvidas, geradas pelos processos autopoieticos da midiática da brasilidade. Poderemos entrever, assim – através do estudo de casos particulares e concretos – indícios de alguns *pontos nevrálgicos* da construção da brasilidade na sociedade em midiática, e ainda os *dilemas* – enquanto enclaves das construções da midiática especificamente brasileira – enfrentados nessa construção.

Referências

BARBERO, J.M. **Entrevista concedida a Maria Immacolata Vassalo de Lopes**. São Paulo, 16 de setembro de 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/111/178>>

BRAGA, J. L. Mediática como processo interacional de referência *In*: Médola, A. S., Araújo, D. e Bruno, F. (Orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre, Sulina, 2007, p.141-167.

_____. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 1, nº 2, p. 89-105, abril de 2008.

_____. **Olhares sobre a recepção através das bordas circulação**. GT Estudos de recepção, COMPÓS 2009, Belo Horizonte, Anais do XVIII Encontro da Compós. Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1164.pdf>

FERRAZ, E. **Letra só**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-idade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 5, nº 2, p. 53-91, jan a jun 2012.

MOLLIER, J-Y.; VALLOTTON; F. Introduction. *In: **Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques 1860-1940***. MOLLIER, Jean-Yes, SIRINELLI, Jean-François e VALLOTTON, François. Paris: Presses Universitaires de France, 2006.

NAVES, S. C. **Canção popular no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PORTO, A. **Gaboriau e o romance judiciário no Brasil**. IFCH, Unicamp, Campinas, S.P., 2013.

RICUPERO, B. **Sete lições sobre as interpretações do Brasil**. São Paulo: Alameda Editorial, 2011.

Rolland, Denis. Brésil: une culture de massa tardive, liée à l’oralité et au changement de referent extérieurs. *In: **Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques 1860-1940***. MOLLIER, Jean-Yes, SIRINELLI, Jean-François e VALLOTTON, François. Paris: Presses Universitaires de France, 2006.

SIRINELLI, J-F. Conclusion. *In: **Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques 1860-1940***. MOLLIER, Jean-Yes, SIRINELLI, Jean-François e VALLOTTON, François. Paris: Presses Universitaires de France, 2006.

WISNIK, J.M. **Veneno remédio: futebol e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.