

1 APRESENTAÇÃO

Dia 11 de setembro. Um dia que vai figurar para sempre na história da minha vida. É o dia do aniversário de um irmão mais velho; e é também o dia do aniversário de um tio querido já falecido, o primeiro da família de minha mãe a falecer. Esse dia me traz muitas lembranças. Lembro do meu irmão, afastado do convívio familiar desde tenra idade; lembro do meu tio, morto prematuramente, de maneira trágica, no ano de 1982. É um dia que, sempre, representará, para mim, uma data que marca, a um só tempo, um evento festivo e um drama familiar: uma presença e uma ausência; o aniversário de nascimento e a morte.

Tanto o aniversário de meu irmão quanto a morte de meu tio são mais do que datas ou marcos cronológicos. Ambos funcionam como uma narrativa de caráter mítico, porque preenchidos por um conteúdo simbólico que gera sentidos que, por sua vez, orientam, de alguma forma, a vida individual e coletiva (a festa, a confraternização, num caso; a dor, a saudade, a perda, no outro). A cada 11 de setembro é como se fosse posto em prática aquilo que, para usar o termo de Marshall Sahlins (1981), se configura como uma mito-práxis, ou seja, a recriação de mitos em circunstâncias contemporâneas. Para mim, o mito maior, o da história individual de cada um, do nascimento à morte, é sempre revivido nesse dia. É como se fosse a atualização de uma narrativa mítica tão antiga em cada novo dia 11 de setembro de cada ano. Ritos festivos e dramas familiares suportados pela força do mito tornado parte da história de cada um; lembranças do passado, de um passado remoto que sobrevive na incursão dos mitos pelas sombras do imaginário social, um passado anterior mesmo à própria existência individual, se refazendo constantemente no presente.

No entanto, uma data sempre se renova a cada ano. E traz consigo novas histórias, atualizadas e recontadas, a partir de certas estruturas simbólicas. Ao longo disso, novas representações da realidade se agregam ao imaginário social. Nesse processo, descrito no parágrafo anterior e denominado por Sahlins de mito-

práxis, as narrativas míticas conservam muito do seu conteúdo, mas re-elaboram constante e insistentemente a sua forma; assumem muito da produção social de significados; re-ordenam representações sociais antigas e novas. Isso faz com que um mesmo mito seja narrado – e vivido – diferentemente por grupos distintos, pois as representações sociais são sócio-variáveis, ainda que dependam do referencial de uma forma de pensamento pré-existente, como os próprios mitos, conforme pondera Márcio Oliveira (2004).

Como interpretar, então, um evento atual com base numa narrativa mítica? Que representações entrariam em jogo para atualizar no imaginário social esse evento? Qual evento reuniria esses elementos – uma narrativa mítica revivida e reinterpretada pela força de uma conjuntura histórica? Que evento poderia reviver em mim a data antes mencionada?

Dia 11 de setembro de 2001. Um dia que vai para figurar para sempre, também, na história da minha vida. Essa é a data do atentado terrorista aos Estados Unidos, uma data que passou para a História como ‘o 11 de Setembro’. Data e acontecimento fundidos em vários sentidos: um marco histórico a produzir inúmeras interpretações sobre a vida individual e coletiva. Poucos escaparam dos seus efeitos semânticos: identidades foram repensadas, culturas inteiras foram questionadas, mitos foram re-visitados. Como dizem Strobe Talbott e Nayan Chanda (2002), os acontecimentos mais momentosos têm o poder de ligar tanto os indivíduos à história quanto uns aos outros. Para muitos, o 11 de Setembro se tornou um acontecimento histórico mundial, uma data inesquecível, um marco no tempo.

Hoje, consigo perceber como fui sendo envolvido pela atmosfera de sentidos criada pelo 11 de Setembro de 2001. Como narrativa de origem mítica, aquele acontecimento re-inscrevia em mim muitos textos responsáveis pela construção da minha identidade. Num primeiro momento, é possível que, pela coincidência das datas, tenha visto no drama de milhares um pouco da minha história, rememorando os dramas familiares a que me reportei anteriormente, como parte do reforço propiciado pelo caráter espetacular das transmissões ao vivo dos atentados. Mas havia algo mais, que só ocorrera na medida em que o

tempo passava e as interpretações sobre acontecimentos subseqüentes vinham à tona: a produção cultural e informativa¹ sobre o 11 de Setembro e sobre as guerras do Afeganistão e do Iraque me fazia pensar sobre uma realidade de um tempo perdido, de uma brecha da minha história, do meu passado, fontes sempre por mim utilizadas para construir, desconstruir e reconstruir insistentemente minha identidade – e ela derivava do que sempre se disse e se dizia, naquele momento, sobre os árabes. Eram produtos culturais, notícias nos veículos de comunicação, livros e debates científicos, conversas em mesa de bar, tudo isso motivado pelos últimos acontecimentos nos Estados Unidos, no Afeganistão, no Iraque e, de resto, em quase todo o Oriente Médio, que me faziam pensar sobre o que é ser descendente de árabe. Essa ‘falta presente’ em minha vida desde uma idade bem pouco avançada – ser apenas um descendente, não ter nascido no Oriente Médio, não saber falar o árabe, não ter tido contato com os avós sírios imigrantes etc – sempre me impôs, ainda que de forma inconsciente, uma necessidade de entender o que é ser um ‘árabe’ e, daí, pelo menos poder estar mais próximo daquilo que se definia como ‘ser árabe’.² O que se exigia de um descendente de árabe para ser reconhecido como tal? De que ‘presenças’ se desfazer? Que ‘ausências’ deve incorporar? Quem pode, afinal, ser considerado árabe? Sírios são árabes, por exemplo?³

Paulatinamente, fui sendo submetido, pelo viés da produção dos meios de comunicação e de tantos produtos culturais industrializados, ao confronto dialógico entre ‘presenças e ausências’ que definiam a minha identidade, que disputavam sentidos para construir o meu pertencimento a um grupo do qual me

¹ É claro que a indústria de informação é parte constituinte da indústria cultural. Assim, toda produção informativa pode ser considerada um produto cultural. No entanto, nem toda produção cultural é informativa.

² Falar hoje de uma identidade bem definida e acabada é algo que soa um pouco anacrônico. Afinal, é possível ser um árabe, um americano ou um brasileiro legítimo? De que se trata quando se postula isso? De uma filiação pátria? Cultural? Ou étnica? É por conta dessas questões que se torna visível a necessidade, até mesmo para essa compreensão individual e de cunho psicanalítico da formação da identidade, de re-elaboração mais aprofundada de uma noção de identidade que ainda circula amplamente, em versão simplificada, pelos muitos canais da cultura.

³ Muitos descendentes de imigrantes dos países do Oriente Médio buscam algum tipo de identificação com os povos árabes exatamente por não terem a certeza de sua descendência, dada a própria miscigenação ocorrida naquela região desde a ascensão das tribos árabes que difundiam o islamismo, por volta do século VII da era Cristã, e ainda por conta da confusão que os meios de comunicação fazem ao tratarem da mesma forma os povos árabes e islâmicos.

sentia bem próximo e tão distante a um só tempo. Como as representações evocam sempre, de forma sub-reptícia, uma ausência, uma falta, para elaborar, através dos dispositivos de linguagem, uma presença, o que me ocorreu quando passei a ser confrontado com estereótipos, sejam negativos ou positivos, produzidos pela mídia e pelas indústrias culturais a respeito de uma realidade/identidade à qual não tinha acesso direto e que até certo ponto valorizava? Pensava em três alternativas: 1) assumir ser apenas um descendente, numa atitude inicial de medo, espanto e defesa; 2) ampliar ainda mais a minha necessidade de entender o que é ser árabe, pela revolta e também – por mais absurdo que pareça – numa atitude de defesa; 3) ou negar de vez aquela falta que tinha tornado muito mais presente em minha vida certos elementos culturais do mundo árabe. É claro que em qualquer um dos casos o que estava em jogo era negar, assumir ou refazer o estereótipo árabe que havia sido construído ao longo da história, desde a época medieval, passando pela produção intelectual de séculos seguintes até chegar à cultura industrializada do capitalismo tardio – e eu podia fazer isso sem ter que assumir uma posição da qual, nunca mais, poderia me desvencilhar. Diante das três alternativas, eu podia compor cenários mistos de construção da minha identidade, ora valorizando a descendência, ora desprezando-a, ora me abrigando no conforto da tradição, ora fugindo dos seus rigores.

É certo que a campanha para construção de um estereótipo árabe, que remonta à época das Cruzadas, na Idade Média, e à era de constituição dos grandes impérios europeus, nos séculos XIX e XX, já existia bem antes do 11 de Setembro, sendo orquestrada, atualmente, sobretudo, pelas indústrias informativa e de entretenimento dos Estados Unidos. No entanto, é evidente que ela foi intensificada desde o atentado de 2001, pela própria visibilidade que os acontecimentos gerados a partir dali conquistaram, expondo ou contrapondo inúmeros árabes a um complexo jogo de reflexos em que a identidade aparece sempre de forma relacional. É aquilo que expressa o esquema laciano do Imaginário, segundo Homi Bhabha (2002, p.102): *“lo Imaginário es la transformación que tiene lugar en el sujeto durante el estadio formativo del espejo, cuando asume una imagen discreta que le permite postular una serie de*

equivalencias, igualdades, identidades, entre los objetos del mundo que lo rodea.”⁴ Nesse processo problemático, segundo Lacan, o sujeito reconhece a si mesmo através de uma imagem que é alienante e ao mesmo tempo confrontacional. Grande parte da produção cultural (incluindo aí os produtos midiáticos), até mesmo aquela de origem árabe, espelhava uma imagem bastante estereotipada dos árabes, produzindo, no linguajar psicanalítico, um jogo identificatório onde o sujeito se vê captado por uma imagem que lhe é estranha, mas que, ao mesmo tempo, é sua (PIERRE KAUFMANN, 1998).

Um posicionamento e um sentimento como os descritos acima poderiam dar origem a uma pesquisa científica? Diz-se comumente nos meios acadêmicos que a primeira justificativa para realização de uma pesquisa é sempre de ordem pessoal (os resultados que a pesquisa pode trazer para a carreira acadêmica do pesquisador em determinada área, por exemplo). Evidentemente, a validade desta afirmação depende de que isso não se confunda com fazer da pesquisa um instrumento a seu serviço ou fazê-la tornar-se refém dos seus sentimentos, valores e crenças ideológicas, políticas e/ou religiosas. Quando pensei numa pesquisa a respeito dos assuntos ligados ao 11 de Setembro, inicialmente, é possível que, através de um mecanismo consciente de salvaguardar a escolha do tema de possíveis críticas quanto ao seu caráter deveras subjetivo, tenha tratado logo de afastar qualquer reflexão que conduzisse a uma pesquisa a respeito da produção de representações sobre a identidade árabe. Teria sido essa uma atitude inconsciente de medo da confrontação com imagens e representações que colocariam em xeque minha identidade ou, talvez, uma tentativa, também inconsciente, de preservar minha integridade psíquica evitando identificar-me com os modelos representacionais utilizados naquele momento? Não estava claro se esse movimento me dava, de um lado, a garantia de cientificidade requerida numa pesquisa ou, de outro, a necessária preservação das narrativas míticas que construíam uma idéia do que significa ‘ser’ ou ‘não ser’ árabe. É possível também

⁴ O Imaginário é a transformação que tem lugar no sujeito durante o estágio formativo do espelho, quando assume uma imagem discreta que lhe permite postular uma série de equivalências, igualdades, identidades, entre os objetos do mundo que o rodeiam. (Este e todos os outros trechos de textos escritos originalmente em língua estrangeira foram traduzidos por mim).

que, até ali, eu nem tivesse tomado conhecimento de que era justamente esse – as questões relativas à identidade, à minha identidade – o ponto da minha fixação sobre aquele acontecimento. Por força disso, quando começaram as primeiras discussões sobre o papel da mídia árabe nos eventos que se seguiram ao 11 de Setembro, passei a me fixar na elaboração de uma pesquisa científica com base na produção da mídia árabe. Foi a partir dali, com o anúncio da invasão ao Afeganistão, na interface das duas campanhas midiáticas movidas por segmentos políticos e mercadológicos não totalmente correspondentes, mas interdependentes, que se materializava a idéia original da pesquisa, cujo problema, inicial e prematuramente formulado, era: como a mídia árabe, sobretudo a televisão Al Jazeera, tem alterado as regras do mercado informativo mundial após o atentado de 11 de Setembro de 2001 até a 2^a. Guerra do Golfo? Ainda assim, ia ser difícil superar o distanciamento entre o tema e os meus dramas pessoais.

Após a tentativa inicial de formulação do problema de pesquisa, algumas questões secundárias logo surgiram: por que pesquisar a produção da Al Jazeera? Exatamente porque essa rede assumiu um papel de protagonista no mercado de comunicação em nível global. No entanto, se era com a Al Jazeera que o problema de pesquisa se constituía, era também por ela que chegavam as primeiras lúcidas reflexões que alterariam a conformação desse mesmo problema: uma vez que a Al Jazeera entrara no mercado informativo global submetendo-se à lógica desse mercado, o que houve, longe de ser uma alteração das regras do jogo, como antes pensado, foi apenas a entrada de um novo jogador e uma momentânea inversão de forças para um dos lados. Até quando e em que medida? Não havia – nem há – como prever. Assim percebidas, as estratégias que a Al Jazeera utilizava para adentrar no mercado revelavam uma atitude mimética e parasitária em que a rede citada se nutria do próprio sistema ideológico – da mídia e da produção cultural globalizada - que visava aos poucos combater e minar. As investidas contra esse sistema, entretanto, não poderiam destruí-lo por completo, pois a tal ponto as próprias redes de informação e de produção cultural árabes e todas as outras mídias que dependem desse sistema sucumbiriam. Além disso, me advertiam os colegas e professores de curso, quão complicado seria o acesso ao material – em

árabe! – produzido pela Al Jazeera. Como pesquisar a influência dessa rede no mercado mundial de informação sem ter acesso direto aos seus produtos? E, se tivesse, sem poder decifrar os seus códigos pela dificuldade de tradução do árabe? E, além dos textos orais e escritos, o que dizer dos demais elementos significativos (por exemplo, os cenários dos programas, as vestimentas e os gestos dos apresentadores e/ou jornalistas), cujos referentes e público-alvo eram também orientais e que, portanto, eu precisaria ‘traduzir’ para compreender?

É certo que a Al Jazeera, antes e principalmente depois dos atentados, dispunha de canais e *sites* produzidos em inglês e voltados para a comunidade islâmica mundial. Não seria a mesma coisa analisar essa produção, uma vez que ela difere daquela difundida nos países do Oriente Médio não apenas em formato, mas, sobretudo, em intenção e objetivos. Ademais, quanto mais crescia a cobertura da mídia sobre os acontecimentos ligados ao Oriente Médio, sobretudo com a invasão do Afeganistão e a 2^a. Guerra do Golfo, mais redes de informação e mídias alternativas apareciam no cenário midiático global. É certamente bastante significativo o número de redes de televisão árabes, por exemplo, que o público ocidental passou a conhecer no intervalo entre os atentados de 2001 e a 2^a. Guerra do Golfo, em 2003. Não obstante a importância do papel desenvolvido pela rede de televisão Al Jazeera nos anos que se seguiram ao atentado, seria um risco metodológico considerar um só veículo como sendo suficientemente representativo do sistema maior, mais complexo, em constante crescimento e em estágio permanente de pequenas alterações das forças em jogo no qual ele está inserido. A opção por não realizar generalizações desde o particular, embora metodologicamente correta, não seria capaz de colocar em movimento todo o conjunto de elementos que me interessavam.

Na medida em que abandonava essa idéia original, começava a me deparar, inicialmente a sabor do acaso, com diversos produtos que abordavam temas ligados ao 11 de Setembro. Eram produtos de natureza, origem e gramática produtiva bem diversas, pertencentes a variados ramos da indústria cultural: revistas em quadrinhos, filmes, jornais impressos, livretos de cordel, revistas informativas de grande circulação, games de computador e outros. À aleatória

seleção e aquisição desses materiais seguiu-se uma combinação dos mesmos com base na sua composição temática: todos, de uma forma ou de outra, construíam a identidade de árabes e americanos de forma relacional e até confrontacional, usando elementos comuns, embora fossem perceptíveis também as diferenças de diversos níveis. De que forma todos esses produtos, notadamente distintos e ao mesmo tempo similares, construíam a identidade de árabes e americanos? Foi essa a pergunta que sobreveio e que passou a orientar a pesquisa a partir dali. Daquele momento em diante, nos seminários de tese do programa de doutorado da Unisinos, o salto temático da pesquisa começava a se configurar e se tornar mais claro: 1) passava-se da produção da Al Jazeera para a produção cultural exemplificada em diversas mídias e em produtos culturais variados; 2) saía-se da produção telejornalística para um recorte de produtos bem mais diversificado.

Claro estava, no entanto, que eu não podia abandonar totalmente a produção da Al Jazeera, daí porque a tese contém um capítulo inteiro para tratar da cobertura feita pelos meios de comunicação, e especialmente pela Al Jazeera, durante o período em análise. Foi essa rede de televisão que, mormente, divulgara uma boa parte das informações necessárias para a elaboração das representações sobre árabes e americanos em outros produtos culturais dentro e fora do Oriente Médio. Até onde se podia perceber, em muitos casos, nada de novo era apresentado pela Al Jazeera, apenas uma atualização de temas, de histórias já vividas, de mitos arcaicos. Para fora do Oriente Médio, no entanto, onde também se reproduzia o material dessa emissora de televisão, algo de novo se configurava na medida em que ela pautava as redes de informação ocidentais que não tinham acesso a certas informações divulgadas pelas redes terroristas. A Al Jazeera funcionou, durante as guerras do Afeganistão e do Iraque, como a extremidade de uma gangorra, que puxa para baixo e tensiona o seu 'outro', o seu lado oposto (ou complementar?). Sem uma das extremidades a gangorra não funciona: sem a Al Jazeera ou uma outra rede equivalente, sem o peso que ela exerceu, o mercado mundial não teria sido abastecido regularmente de novidades e produtos, sobretudo de informações relativas aos grupos terroristas e aos países de religião islâmica envolvidos nos conflitos. A mídia ocidental, desta forma, dependia da

produção informativa da Al Jazeera, e o consumo dos produtos por ela divulgados se fazia na medida da necessidade do mercado global. Assim, a mídia árabe, por seu turno, longe de ser apenas um contrapeso, servia como um complemento ao mercado cultural regulado, em tese, pelas empresas de origem ocidental, na medida em que certas informações demandadas pelos seus inúmeros públicos só chegavam a estas empresas via meios de comunicação originários dos países árabes. Um princípio da racionalidade moderna que presidia a lógica do mercado cultural e informativo em nível global, baseado na adequação entre demanda e consumo, passava a ser o mesmo princípio utilizado pelos terroristas para, através da mídia árabe, entrar pela porta da frente no noticiário das grandes redes mundiais de informação?

Com a reflexão e a questão anteriores em mente, eu resolvia um problema e criava outro: juntava, de uma só vez, a produção da rede de televisão Al Jazeera e de mais alguns veículos de comunicação com outros produtos culturais, mas tornava isso uma atitude perigosa, um desafio metodológico. Como analisar comparativamente a produção jornalística com outros produtos culturais? Que proximidades podem existir entre o produto jornalístico e os demais produtos culturais? Que fronteiras separam os vários tipos de produções culturais, incluindo as de caráter jornalístico? Como comparar produtos culturais tão díspares e, ao mesmo tempo, tão semelhantes, cujas gramáticas são bastante diferentes? A resposta para essas questões estava relacionada ao fato de que o material selecionado se situa num contexto de produção cujas regras apagam grande parte das suas diferenças. Assim, surgia como hipótese de pesquisa a idéia de que todos os produtos trabalhavam com representações bastante similares: exatamente, ali, onde a disputa e a oposição entre matrizes culturais pareciam predominar, existiam processos de miscigenação, hibridismo e mistura cultural.

Apesar de, ao encerrar-se o trabalho de tese, eu estar consciente de que a minha relação com o tema remonta à história familiar e pessoal com que iniciei esta apresentação, optei por redigir o que será lido daqui para a frente com a *pessoa no sujeito indeterminado*, e não mais na *primeira pessoa do singular*. Uma forma de afastar o autor do objeto? De evitar o seu envolvimento com ele? Talvez.

Mas é provável que isso se tornasse uma tentativa frustrada: a necessidade e a tentativa de esquecer só aumentam o tamanho do objeto que insiste em ser lembrado. Admito que mais provavelmente se trata de um recurso para se dizer sub-repticiamente que o sujeito que aqui escreve chega ao fim sem saber quem realmente é.

2 INTRODUÇÃO

Após pouco mais de oito anos da publicação, por Samuel Huntington, do artigo ‘O Choque de Civilizações’ (1993), a principal premissa teórica ali lançada – de que o cenário geopolítico mundial seria formado pela disputa entre oito blocos civilizacionais – voltou à cena do debate científico (NIALL FERGUSON, 2002; BENJAMIN BARBER, 2003; EDWARD SAID, 2003, DOUGLAS KELLNER, 2003). Isso aconteceu logo depois do atentado terrorista de 11 de setembro de 2001, muito embora já na época da publicação do artigo pela revista *Foreign Affairs* a tese de Huntington houvesse se tornado objeto de crítica de alguns intelectuais. Imediatamente após aquela data, no entanto, o que parecia criticável no tão controverso artigo, ou seja, a predição de um confronto entre civilizações, passou a ser discutido nos meios acadêmicos e nos diversos veículos de comunicação, em função da intensificação das disputas entre os Estados Unidos, os grupos terroristas de origem árabe e alguns países em que a religião islâmica é predominante. A questão que se colocava, então, era a de que, de fato, havia um choque entre diferentes matrizes culturais ou entre civilizações diversas, mas até que ponto essas matrizes ou essas civilizações eram totalmente distintas?

Assim, as críticas às idéias do ‘choque de civilizações’ não se centravam na afirmação de Huntington sobre a existência de um conflito cultural ou civilizacional. Esse conflito, naquele momento em que se ampliavam os confrontos entre árabes e americanos, parecia ser um fato concreto que, por conseguinte, se tornava um dado observável e se convertia num objeto de alcance empírico. Ao contrário, as críticas tinham um viés conceitual e visavam demolir a noção de que, para Huntington, existem civilizações fechadas e não-intercambiáveis, o que, na visão dos seus opositores, significa uma limitação interpretativa que imputa às práticas culturais um certo essencialismo e uma certa pureza (SAID, op. cit.; KELLNER, op. cit.).

Os críticos do ‘choque de civilizações’ apontavam para o fato de que, após o 11 de Setembro de 2001, a grande profusão de imagens, notícias e produtos sobre os países islâmicos e sobre os Estados Unidos conferiu visibilidade a processos de intercâmbio, de permuta e de miscigenação cultural que há muito vinham se constituindo. Por suposto, a evidência de troca cultural entre as civilizações aludidas por Huntington afastaria a idéia de uma identidade civilizacional hermética e homogênea e questionaria a assertiva de que, neste caso específico, a identidade cultural de árabes e americanos se construía somente com base no reforço e na oposição de certos padrões culturais historicamente consolidados.

Neste sentido, ainda que, na seqüência do atentado terrorista de 11 de setembro, a invasão do Afeganistão e a 2ª Guerra do Golfo dessem sinais de que esse ‘choque de civilizações’ estava mesmo se confirmando, era preciso repensar as práticas culturais e a construção da identidade cultural. A idéia de uma certa imobilidade com a qual Huntington trabalhava para definir uma matriz cultural e civilizacional passava a ser o foco dessa discussão teórica. O argumento central dessa discussão pressupunha que sempre aconteceram disputas entre diferentes civilizações e que, no entanto, esses ‘choques’ também produziram e produzem intensas zonas de troca em que se formam práticas culturais híbridas. Se, de um lado, os críticos de Huntington aceitavam a idéia, confirmada pela análise histórica, de que civilizações diferentes sempre competiram pelo poder em nível global, de outro, questionavam se essas civilizações de fato se distinguiam por completo. Desta forma, o que tornava em parte previsível o cenário histórico descrito por Huntington, de certa maneira futurista, não era, no entanto, o hibridismo cultural gerado pelo contato entre civilizações diversas, mas a disputa entre elas.

No bojo da produção cultural industrializada, parecia igualmente previsível qual seria o fim da disputa simbólica que se intensificou após o atentado terrorista de 2001: o Ocidente, liberal, moderno e bem aparelhado, venceria o atraso dos povos árabes, que, recusando o avanço tecnológico, teriam ‘parado no tempo’, em busca de um passado glorioso que revelasse todo o poder

que um dia possuíram. A civilização que daí despontasse, liberal e de alcance planetário, seria construída com base no modelo que teria conduzido a essa ‘paz total’ e que seria capaz de promover o progresso duradouro. Esse modelo era o modelo estado-unidense. De acordo com essa tese, a do Fim da História, lançada pelo também norte-americano Francis Fukuyama (1992), o mundo caminhava para o apagamento das diferenças e para o solapamento dos conflitos culturais.

Contribuindo para que tal previsão de futuro se tornasse realizável, as tecnologias de comunicação, propagando o discurso sobre a convergência cultural, apresentavam-se estrategicamente como mais um elemento favorável à formação da sociedade global.⁵ Por esse motivo, a fixação, no imaginário social, do cenário geopolítico descrito amparou-se também na produção cultural que as tecnologias de comunicação ensejavam, sobretudo por conta do alcance global das mesmas. É por isso que na maior parte dos meios de comunicação se repetia a tese segundo a qual civilizações generalizáveis em duas categorias opostas, a *ocidental* e a *árabe*, competiam pelo poder em nível global. Acrescida a essa tese, a idéia de que o cenário que despontaria dessa disputa seria o de uma sociedade unificada e conciliada.

Não foram e nem têm sido poucos os intelectuais, jornalistas e produtores culturais de diferentes tipos e opções teóricas a defender a idéia de um conflito generalizado entre ocidentais e árabes. Ocorre, no entanto, que toda generalização se torna uma forma de reducionismo, principalmente no caso específico da análise da produção cultural, pois a realidade dos conflitos multiculturais é bem mais complexa do que o binômio ‘ocidentais *versus* orientais’ pode sugerir. A crítica à utilização dessas categorias - Ocidente e Oriente – no ambiente acadêmico parece plausível. No imaginário social, no entanto, as mesmas categorias continuam a exercer um forte apelo e a traçar aquilo que Said (1990) chamou de uma ‘geografia imaginativa’, a divisão imaginária entre Oeste e Leste⁶. Com base

⁵ Armand Mattelart (2002) descreve com bastante profundidade como, no campo das idéias, se formou historicamente a noção de sociedade global. Ele denomina esse processo de ‘história da utopia planetária’.

⁶ Essa tese insiste em utilizar esses termos – Oriente, Ocidente; Leste, Oeste – com o propósito de tornar claro que, mesmo bastante criticados por acadêmicos e intelectuais, eles continuam a ter uso corrente nos discursos dos meios de comunicação e de muitas outras instituições sociais. Assim,

nisso, o que sustenta a suposição de uma luta entre blocos civilizacionais antagônicos (o choque de civilizações) é a crença na existência de matrizes culturais distintas – neste caso, a ocidental e a oriental – que foram se constituindo justamente através da oposição binária entre os seus elementos. Assim, ao se definir, figurativamente, uma matriz cultural por oposição a uma outra, os termos civilização e cultura se tornam indissociáveis e, até certo ponto, indistinguíveis, dado o fato de que uma civilização se identifica e se confunde com uma matriz de cultura estável que fornece princípios de integração e unificação da ordem social.

Por outro lado, embora a tese do ‘Choque de Civilizações’ seja questionável, não há como negar que a produção cultural do período entre os atentados de 11 de setembro de 2001 e a 2ª. Guerra do Golfo recuperou muitas representações consolidadas em épocas anteriores – durante a modernidade, mais especificamente – e utilizadas para caracterizar a diferença entre culturas. Mohammed Ayoob (2004) procura demonstrar que existiam, anteriormente ao ataque de 11 de setembro, padrões discursivos que acentuavam o binarismo das disputas culturais. Para ele, enquanto a ameaça do Islã para o Ocidente tem sido acentuada e sua imagem de antagonismo reforçada pelos ataques terroristas de 11 de setembro, as percepções ocidentais dessa ameaça antecedem os eventos de 2001. Tanto é assim que “influentes analistas ocidentais, como Bernard Lewis e Samuel Huntington, estavam escrevendo sobre as ‘raízes da fúria muçulmana’ e sobre ‘o choque de civilizações’ bem antes dos ataques terroristas contra o *World Trade Center* e o Pentágono” (Ibid., s.p.).

Não por acaso, foi durante a modernidade que se formou uma *episteme*, legitimada pelas – e legitimadora das – disciplinas setorializadas das Ciências

assume-se, nesta tese, o uso dos termos citados, tendo em vista o fato de que são termos impregnados ao imaginário social, mesmo que eles não expressem claramente e ainda simplifiquem complexas divisões geopolíticas. O mesmo se pode dizer da palavra ‘americano’, utilizada para designar, genericamente, aquilo que provém dos Estados Unidos. Essa divisão entre Ocidente e Oriente indica, segundo Said (1990), uma forma de delimitar e dividir universos culturais paralelos com o sentido de os comparar. Atualmente, em muitos casos, esses termos são usados para, de forma generalizada, se referir aos Estados Unidos (Ocidente) e aos países de língua árabe (Oriente). Também é comum o uso da palavra Islã, para designar um conjunto de países de religião islâmica, muitos dos quais sem qualquer relação étnica com os povos árabes. Apesar da pluralidade cultural do que se convencionou chamar de Islã e, sobretudo, apesar das diferenças entre os países que compõem aquilo que também se convencionou denominar de Oriente Médio, neste trabalho ambos serão utilizados para designar, respectivamente, os países cuja maior parte da população é islâmica e um bloco de países situados numa mesma região geográfica.

Humanas e Sociais, voltada ao conhecimento e, ainda, ao controle e ao domínio dos povos subjugados pelas potências imperiais, nos termos pensados por Said (1990), quando da publicação de sua tese sobre o *Orientalismo*, na qual segue as trilhas deixadas por Michel Foucault em sua *Arqueologia do Saber* (1972). A formação do cânone artístico ocidental, embora remonte a períodos anteriores à própria modernidade, também resultou em parte desse processo, alinhando-se aos preceitos das ciências que despontavam no cenário intelectual.⁷ Arte, ciência e religião, a serviço da modernidade, aliadas aos mitos e tradições populares, serviram de escopo e deram sustentação ao ideário e ao projeto de construção das nações modernas. Desta forma, cada metanarrativa da modernidade (ciência, religião, filosofia, humanismo, socialismo, feminismo etc) impunha um padrão identitário pela construção de um *topos* simbólico a ser ocupado. A identidade cultural que daí derivou estava condicionada a um padrão que podia ser racial, étnico, religioso, de classe, de nação ou de qualquer outra categoria ligada à fixidez e ao caráter teleológico dos discursos modernos (SAID, 1990; CRAIG CALHOUN, 2001). Como diz Calhoun (op. cit., p.220):

...o pensamento social e cultural moderno tem como pressuposto tácito o fato de que as pessoas são normalmente membros de uma e apenas uma nação, que são membros de uma e apenas uma raça, um gênero e uma orientação sexual, e que cada uma dessas afiliações descreve de modo exato e concreto algum aspecto de sua existência.

Um dos pontos de transição da modernidade para o que se convencionou chamar de pós-modernidade está centrado precisamente na crítica à noção rígida e fixa de identidade. Já não se trata de percebê-la apenas como uma categoria ligada ao passado, a uma herança racial, étnica ou de outra ordem, mas como algo renovável, fluido, em constante movimento. Essa visão de uma identidade em permanente construção trouxe novas questões ao debate sobre a cultura. O que passa a 'estar em xeque' é a aplicabilidade do conceito moderno de identidade

⁷ A formação do cânone artístico ocidental é algo até certo ponto discutível e, portanto, não consensual. Harold Bloom (1994) procurou listar, em diversos períodos históricos, as principais obras que, para ele, constituem o cânone da literatura ocidental. Talvez esse seja o trabalho mais detalhado neste sentido, embora voltado apenas para a literatura. O interessante é que, na sua lista, o autor menciona também obras escritas por autores árabes, judeus e outros não-ocidentais.

para pensar a cultura de agrupamentos humanos e sua validade para entender as sociedades de massa e, mais adiante, as sociedades fragmentadas descritas pelo pensamento sociológico pós-moderno. Estão ambas, afinal, inscritas num momento de ampliação das possibilidades de trocas culturais de diversas ordens.

Referindo-se ao modo de vestir-se dos sujeitos das sociedades anteriores aos processos concomitantes de instauração da modernidade intelectual e da modernização tecnológica no Ocidente, Adriano Rodrigues (1997) diz que nessas sociedades, em que a identidade do sujeito não é uma questão problemática, uma vez que a mesma está ligada, de maneira transcendente, ao lugar atribuído a cada um no seio da ordem estabelecida, o rito cumpre o papel de assegurar a manutenção da ordem social pela distinção e participação definida de cada sujeito nas práticas culturais. “Na modernidade, pelo contrário, [...] cada um procura na constante inovação vestimentária, alimentada e aproveitada, aliás, por uma das instituições modernas – pela instituição da moda –, a problematização e a procura de uma identidade autônoma” (Ibid., p.29). A questão da identidade nas sociedades modernas ultrapassa, assim, a atribuição de papéis sociais aos indivíduos. Para ocupar a função, deixada em aberto, que a atribuição de papéis sociais detinha em sociedades mais fechadas ou menos dinâmicas, a modernidade criou gostos, estilos, gêneros, classificações e hierarquias simbólicas. Por conta disso, a modernidade se tornou, em parte, seletiva, do ponto de vista da produção e do consumo culturais, uma vez que definia o sujeito pela sua posição como produtor e consumidor de bens simbólicos, mas, ao mesmo tempo, gerou um ambiente marcado pela enorme diversidade de produção e de consumo culturais. De acordo com Calhoun (2001), a modernidade deu origem, de forma irônica, tanto às tentativas de fixar e consolidar as identidades como à produção de um enorme campo de diferenças culturais.

À pós-modernidade, por seu turno, atribui-se uma lógica integradora e inclusiva que, entretanto, por seu caráter generalizado, produz e provoca o embaçamento dos gêneros e a desconstrução das hierarquias simbólicas que a modernidade tanto valorizou (FEATHERSTONE, 1995). Por conseguinte, assiste-se na pós-modernidade à chamada descentralização do sujeito, que se vê

cúmplice de um sistema de produção e consumo culturais que não lhe atribui uma posição fixa. Ao caráter midiático da realidade vem somar-se a estetização e a estilização da vida cotidiana, resultado da formação de uma cultura de consumo ensejada pelas práticas capitalistas e levada a efeito também pelos meios de produção cultural, na concepção de Featherstone (1995). Portanto, nas sociedades pós-modernas, a cultura se torna o elemento fundamental, produzindo uma constante renovação e saturação de imagens e signos (FREDERIC JAMESON, 1979). É a cultura da representação, que, na opinião de Jean Baudrillard (1983), rompe com um modelo de narrativa linear – da modernidade – para descentrar-se em inúmeras e simultâneas possibilidades de narração. Favorece-se, assim, a montagem e o pastiche dos produtos, o ecletismo e a mistura dos códigos, anulando a possibilidade de qualquer construção simbólica estável e de representação fixa.

Neste sentido, a produção cultural está – e sempre esteve, mesmo durante a modernidade – impregnada de conteúdos híbridos. Bhabha (2002), seguindo a trilha deixada por Said (1990), argumenta em favor da imbricação das formas representacionais que grande parte dos pensadores costuma tomar como opostas, destacando, sobretudo, a relação ambivalente entre categorias fixas e fechadas, tais como *colonizador x colonizado*, *modernidade x pós-modernidade*, *ocidente x oriente*. Para o autor, não haveria uma relação seqüencial ou linear entre o Ocidente e o Oriente, entre a modernidade e a pós-modernidade, mas, ao contrário, uma relação de duplo pertencimento e de dupla presença estabelecida desde sempre e percebida na própria produção discursiva ou cultural de qualquer um dos pares ou tipos aludidos. Em outras palavras, Bhabha alude para a dupla inscrição da cultura e da linguagem e para a contingência de certos processos históricos.

En términos generales, hay una contramodernidad colonial en acción en las matrices de los siglos XVIII e XIX de la modernidad occidental que, si se la reconociera, cuestionaría el historicismo que vincula analógicamente, en una narrativa lineal, el capitalismo tardío y los síntomas fragmentarios,

hechos de simulacro y pastiche, de la posmodernidad ⁸
(BHABHA, 2002, p.213).

Assim, a modernidade é caracterizada, para Bhabha (op. cit), por uma aporia representacional, ou seja, uma vontade do sujeito moderno de representar o ‘outro’ de maneira oposicional e uma imbricação do ‘outro’ nos termos do próprio sujeito que o representa. Concorde Franz Fanon (apud FERRO, 2004, p.31-32), em sua crítica pós-moderna e pós-colonialista, ao referir-se ao sentimento dos colonizados frente aos colonos: “o olhar que o colonizado lança sobre a cidade do colono é um olhar de luxúria, um olhar de desejo. Sonho de posse, sentar-se à mesa do colono, deitar-se numa cama de colono, se possível com a mulher dele.” E do lado do colonizador, Catherine Coquery-Vidrovitch (2004, p.760), atendo-se à relação entre senhores e escravos africanos, aponta: “o negrinho era um objeto de curiosidade e luxo, ou mesmo de ternura, que certas grandes damas da corte gostavam de possuir e exhibir. As mulheres negras, por sua vez, tinham um sucesso certo, tanto nas colônias – onde a lei se esforçava em vão por lutar contra as mestiçagens – quanto na metrópole.” Quanto ao homem negro – e também ao árabe, em outra época –, as referências eram sempre depreciativas. Na medida em que se ampliava enormemente o fetiche que o seu ‘apetite sexual desmesurado’ causava, procurava-se, de outra forma e em defesa, ressaltar sua ‘aparência física desagradável’.

O cenário que assim se caracteriza é complexo e não permite conhecer de antemão as representações utilizadas pelas produções culturais para construir a identidade de árabes e americanos após o 11 de Setembro. Embora seja evidente que a identidade nunca é formatada apenas pelos discursos produzidos sobre o indivíduo ou grupo, sabe-se que a produção social de significados tem um peso enorme na produção das identidades. Nos processos de produção, leitura e reprodução, de apropriação ou de aproveitamento desses discursos, de integração dos mesmos, por mecanismos subjetivos ou não, constroem-se os quadros de

⁸ Em termos gerais, há uma contra-modernidade colonial em ação nas matrizes dos séculos XVIII e XIX da modernidade ocidental que, se si reconhecesse, questionaria o historicismo que vincula analogicamente, em uma narrativa linear, o capitalismo tardio e os sintomas fragmentários, feitos de simulacro e pastiche, da pós-modernidade.

referência identitária e cultural da contemporaneidade. Nesta tese, a principal questão diz respeito a quais representações distintos produtos culturais lançam mão para construir as categorias do Ocidente e do Oriente após o 11 de Setembro. A grande dúvida que paira é sobre a reiteração das categorias já inscritas nos modelos matriciais historicamente consolidados, que reafirmam as teses de Huntington (1993), por exemplo. Entre o atentado de setembro de 2001 e a 2ª. Guerra do Golfo, em 2003, as representações utilizadas por produtos diversos repetem as construções polarizadas do Eu e do Outro, como pensam os seguidores do ‘choque de civilizações’, ou é possível perceber nas mesmas o suposto hibridismo cultural contemporâneo tão propalado por outras teorias (GARCIA-CANCLINI, 1998; BHABHA, 2002)?

2.1 Objetivos e Metodologia

Foram as questões e reflexões apontadas anteriormente que, de maneira correlata, nortearam a elaboração e a condução da pesquisa que resultou neste texto. Para efeitos de definição conceitual, considerou-se aqui que existem diferenças entre a atividade informativa *stricto sensu* e as práticas culturais, embora as segundas englobem a primeira. As práticas culturais, muito mais abrangentes, não correspondem apenas a processos e fenômenos midiáticos nem somente à produção industrial da cultura. Para além disso, a produção cultural se alastra por diversos territórios e contextos, reunindo diferentes formas de experiência, de sociabilidade e de apropriação e uso das tecnologias, para reproduzir-se em diferentes formas e reinventar-se continuamente. A produção de informação, por seu turno, é apenas uma das muitas atividades exercidas num veículo de comunicação. Por outro lado, a atividade desenvolvida nos e pelos veículos de comunicação, seja ela informativa ou não, é sempre uma prática cultural que é afetada sobremaneira pelo conjunto das características das culturas

às quais se conformam e às quais estão integradas, ao tempo em que também provoca mudanças nas culturas às quais se integra.

Assim, cada vez que os termos ‘produção cultural’ ou ‘produto cultural’ forem utilizados nessa pesquisa, o que se tem em mente não é o conjunto da produção cultural num dado contexto ou território, mas fabricações industriais culturais específicas, postas em circulação a partir de operações feitas num mercado que pode ser regional e/ou global. Acata-se, portanto, a sugestão de Kellner (2001), para quem os Estudos Culturais sofrem de um problema de vocabulário, sobretudo quando empregam termos como cultura e comunicação. Foi Kellner (2001, p. 52) quem cunhou o termo ‘cultura da mídia’, de forma a designar “...tanto a natureza quanto a forma das produções da indústria cultural (ou seja, a cultura) e seu modo de produção e distribuição (ou seja, tecnologias e indústrias da mídia)”. Para esse autor, essa expressão derruba as aparentes barreiras entre os campos de estudo da cultura e da comunicação e desfaz as distinções reificadas entre os mesmos. Apesar de se acatar, nesse texto, a idéia de que a ‘cultura da mídia’ da qual fala Kellner é a forma dominante da cultura nas sociedades contemporâneas, denominadas por Featherstone (1995) de sociedades de consumo, constituindo-se no principal veículo de produção, distribuição e disseminação da cultura, é prudente evitar certos reducionismos que vêem esse tipo de produção cultural como a única possível num dado contexto. Subsistem, ainda, outras formas de expressão e produção cultural que escapam aos imperativos da produção midiática. Por conseguinte, pode-se argumentar que a mídia tanto produz sentidos quanto é afetada pela produção de sentidos que vem de outras esferas e campos sociais. A produção dos meios de comunicação lança mão dos modelos que o social integra e com os quais representa a realidade, ainda que nesse processo os meios ampliem, recriem e atualizem esses modelos.

De maneira geral, a pesquisa que resultou nesta tese procurou perceber quais representações foram utilizadas pelos meios de comunicação e por demais ramos da indústria da cultura para produzir modelos de identidade de árabes e americanos, entre o 11 de Setembro de 2001 e a 2^a. Guerra do Golfo. Dada a conformação multidisciplinar do objeto da pesquisa, a construção das categorias analíticas mesclou elementos de várias disciplinas e campos teóricos (como

análise de discurso, economia política das comunicações e da cultura, psicanálise, antropologia cultural, sociologia e outros), não se atendo especificamente a nenhum deles. Esse ambiente multidisciplinar caracteriza grande parte dos trabalhos feitos sob o prisma dos Estudos Culturais, sobretudo quando o objeto em análise passa também pelo âmbito das comunicações e se interessa em perceber como os símbolos culturais difundidos pelos meios de comunicação e pela indústria da cultura constroem certos padrões de interpretação da realidade.

É claro que grande parte daquilo que foi divulgado nos veículos de comunicação e por outros produtos industrializados já constituía muitas representações utilizadas antes do 11 de Setembro. Essas representações foram consolidando – não sem efeitos políticos e muito menos sem intenções de exercer um poder de domínio de um grupo sobre outro – um conhecimento, que pretendia ser hegemônico, sobre o ‘outro cultural’⁹, uma construção mental generalizada e simplificada que acentua, de forma negativa ou positiva, uma característica específica do objeto representado, igualando a sua identidade àquilo que é valorizado ou desvalorizado no processo de representação. Esse tipo singular de representação e de construção mental recebe o nome de estereótipo.¹⁰

⁹ Veja-se, por exemplo, sobre isso, a tese de Said sobre o *Orientalismo* (1990).

¹⁰ “Estereótipo [...] é um termo de imprensa. O seu emprego em sentido figurado para designar uma idéia repetitiva é atribuído a Balzac em 1835 quando deplora os lugares comuns dos editoriais da imprensa parisiense. De fato, no início do século XIX ‘estereótipo’ tem apenas o valor de prancha com caracteres não móveis que servia para repetir a impressão. As mudanças sociais e artísticas levaram à condenação dos clichês, dos lugares comuns, dos chavões, das idéias feitas, das expressões estafadas, e depois *estereótipo* ligou-se, por metáfora, ao valor de *frases estereotipadas*, esse valor de ‘repetição’, ganhando assim estereótipo uma conotação negativa. O termo entra no campo das ciências sociais em 1922 pela mão de Walter Lippman que o definiu como ‘pictures in our heads’ e foi usado para designar o valor prototípico que os americanos atribuíam ao judeu, ao negro, ao sul-americano, etc. A sociologia retoma o termo para designar as representações que os grupos sociais se faziam relativamente a outros grupos. A psicologia emprega o termo para designar as representações coletivas congeladas que condicionam a nossa percepção do mundo, as rotinas mentais, os “scripts” dos diversos “cenários” do dia-a-dia. [...] Como se vê, o conceito cobre hoje a idéia de rotina mental, de preconceito, de atitude, de juízo, de protótipo. Pode-se adotar uma definição de estereótipo que o considera muito simplesmente como o conjunto das características que se associam a uma determinada categoria de objetos, até definições mais específicas que delimitam o campo a grupos sociais e a estereótipos negativos, embora incluam elementos como o número de quem o partilha, a homogeneidade que se aprecia no grupo-objeto e a relativa rigidez e resistência à mudança do estereótipo. O mecanismo em que se baseia o estereótipo e o preconceito é praticamente o mesmo” (Instituto São Tomás de Aquino, 13/12/2004, s/p).

Foi esse, portanto, o objetivo específico do presente trabalho: identificar quais estereótipos de árabes e americanos foram construídos pela produção cultural-informativa, tomando como base a análise de diferentes objetos empíricos. Para tanto, foi feita uma seleção de produtos (duas revistas informativas: *Veja* e *The New Yorker*; três histórias em quadrinhos de super-heróis: Homem-Aranha, Capitão América e Mulher-Maravilha; e quatro livretos de cordel) e foram definidas quatro categorias de análise, com base nos temas que foram mais utilizados pelos produtos citados e que deram forma às representações por eles construídas (a forma como se selecionou os produtos que compõem a amostra e se processou a definição e a análise das categorias será explicada com maior detalhamento no capítulo 06 dessa tese). As quatro categorias temáticas que foram definidas com base na análise prévia dos produtos são as seguintes: 1) *heróis, super-heróis versus anti-heróis e vilões*; 2) *o Bem versus o Mal*; 3) *nação versus estrangeiro*; 4) *comunidade versus império*.

A diversidade do material analisado permitiu inferir sobre uma questão secundária: produtos tão diferentes, produzidos em contextos culturais distintos, podem apresentar similaridades ao representarem a identidades de árabes e americanos? A tese que se defende deriva da resposta a essa pergunta e está expressa no seguinte raciocínio: os textos jornalísticos e os demais produtos culturais analisados, independentemente da sua alocação em certas matrizes culturais e em certos territórios de produção da cultura, podem conter também elementos ambivalentes – uma necessidade de negar o ‘outro cultural’ e de afirmar-se através dele – no seu próprio discurso. Por mais que os produtos contenham explicitamente uma política, atitude ou intenção de totalização cultural, procurando-se inscrever *in totum* nas matrizes ou nos territórios aos quais querem pertencer e defendendo uma idéia essencialista de identidade ligada ao fechamento e ao isolamento culturais, de forma implícita se percebe também a sua vinculação a outras matrizes e a outros territórios de produção cultural, onde predominam o contato, a troca, a mistura. Assim, ao invés da diferença entre os produtos ter impossibilitado, do ponto de vista metodológico, a comparação entre eles, acabou por tornar-se o elemento que justificou e constituiu parte da

problemática que aqui foi tratada e que derivou na questão de pesquisa formulada: nos produtos analisados, são reiteradas as categorias fixas dos modelos matriciais que justificam a tese do ‘choque de civilizações’ e/ou são construídas formas de representação da identidade de árabes e americanos que se baseiam na ambivalência e no hibridismo? É dessa questão que também resultou a explicação para a impossibilidade de analisar separadamente apenas uma das identidades – americana ou árabe –, uma vez que ambas só podem se reconhecer pela confrontação com o – e/ou também pela imbricação no – seu outro.

Como hipótese de pesquisa, partiu-se da idéia de que as representações da identidade cultural de árabes e americanos utilizadas pelos produtos em análise derivam em grande parte das condições de produção dos mesmos e podem estar associadas ao aprofundamento da relação e da troca entre textos diversos, que se cruzam em ambientes e contextos muitas vezes diferentes, e à re-atualização das formas em que se deu o contágio cultural entre o que se convencionou chamar de Ocidente e Oriente. A diversidade da composição da amostra, tanto em termos de perfis de cada um dos produtos quanto de sua origem (país, região e/ou território cultural), reforçou a hipótese de que há trocas e intercâmbios entre os mais diversos produtos culturais e entre matrizes culturais supostamente antagônicas, quando da elaboração dos temas e representações definidores da identidade de árabes e americanos. Assim, as divisões ou classificações dos produtos culturais aqui expressas têm tão somente propósitos metodológicos, mas ressalta-se o fato de que os produtos culturais analisados se cruzam, se mesclam e se interpenetram, numa lógica de produção de sentidos movida por uma dinâmica intertextual e, portanto, dialógica. É o que explica Fausto Neto (2001), ao propor entender o processo de produção de sentido como sendo formatado em redes de comunicação, ou seja, num feixe de relações co-determinadas e co-determinantes. Desta forma, a construção de uma mensagem ou mesmo de um produto cultural qualquer lida com referências simbólicas e discursivas de naturezas diferenciadas. É essa dinâmica de disseminação de sentidos diversos por suportes comunicativos também diversos que determinou, segundo Bretas (2003, p.10), “o espalhamento [na internet e em outros veículos de comunicação] da notícia falsa sobre o vídeo

exibido pela CNN”, contendo imagens de palestinos durante a 1^a. Guerra do Golfo em 1991, mas remetendo-as aos atentados contra as torres gêmeas de Nova York, em 2001. Essa migração de atos comunicativos, que Bretas (op. cit.) chama de interações híbridas, ocorreu também quando da proliferação, pela internet, de piadas e anedotas sobre o atentado, o que contribuiu para creditar à rede mundial o status de mídia alternativa de divulgação de mensagens e produtos que não tinham espaço na televisão e nos veículos impressos. Como que a promover a formação de gêneros emergentes na internet e em outros meios, esse processo de hibridização acabou por ser transplantado para diversos territórios de produção cultural.

No que se refere à técnica utilizada para análise do material empírico selecionado, deu-se preferência à análise de conteúdo, tanto exploratória quanto temática. A análise de conteúdo se aproxima bastante da análise textual utilizada na antropologia, cujo objetivo é identificar o(s) sentido(s) de certas produções culturais e os padrões de sua reprodução social. Com a análise de conteúdo temática foi possível perceber alguns padrões de repetição semântica no conjunto do material significativo veiculado pelos produtos já citados. Foram esses padrões que deram origem às quatro categorias temáticas mencionadas. A análise comportou todos os tipos de textos escritos (artigos, reportagens, títulos, legendas, editoriais, cartas etc) e imagéticos (quadros, fotografias, charges, gráficos, desenhos etc), embora em alguns produtos prevalecessem tipos específicos de textos que, por isso mesmo, foram mais citados do que outros. Neste sentido, procurou-se compreender os textos ou produtos analisados como material semântico, como um conjunto que reúne marcas dos modos como foram produzidos no contexto da economia política das comunicações e do sistema de produção da cultura, ressaltando-se, conforme Richard Campbell (2000), que os estudos sobre economia política das comunicações funcionam melhor quando combinados com análise textual ou com estudos de recepção ou audiência, quando for este o caso. Ressalte-se que o pesquisador pôde, em certos momentos, valer-se também de outras técnicas de coleta de dados, como a entrevista, quando julgou oportuna essa decisão.

Se o corte cronológico da pesquisa situou-se entre o 11 de Setembro e a 2^a. Guerra do Golfo, isso derivou do fato de que após aqueles atentados os meios de comunicação e os produtos culturais industrializados tornaram mais visível o processo de construção das identidades culturais de árabes e americanos. Já existiam, obviamente, processos anteriores de produção cultural-informativa geradores dessas identidades, mas é a partir dos ataques terroristas aos Estados Unidos que a indústria da cultura passou a se ocupar mais dos assuntos e representações utilizados para tanto. Daí derivam algumas questões que puderam ser tratadas num plano antes hipotético, quando do início da pesquisa, mas, agora, já bem mais conclusivo:

- 1) os principais eventos abrangidos pelo corte cronológico em que se inscreve a amostra – o 11 de Setembro, a invasão ao Afeganistão, a 2a Guerra do Golfo – são eventos midiáticos, isso é, produzidos pela e para a mídia no sentido de que é na mídia que eles se dão a ver e a entender. É evidente que a afirmação não pode ser tomada ‘ao pé da letra’, uma vez que esses foram eventos que vieram à tona em função de decisões bélicas, geopolíticas, culturais, étnicas e de outras ordens. Também não se pode pensar que a única via para perceber e entender esses acontecimentos foi a mídia, como se o sentido atribuído a eles não derivasse de processos gerados em estruturas sociais, simbólicas, culturais e psíquicas complexas, como resultado de apropriações simbólicas situadas em níveis de comunicação primários e até em níveis mais profundos, do nível consciente até o nível inconsciente, escapando em algumas vezes dos direcionamentos dos veículos de comunicação. Mas é que quase todos esses acontecimentos foram organizados seguindo um roteiro, uma preparação estética e um *timing* específicos da produção midiática. Os acontecimentos compreendidos pela amostra da pesquisa não nasceram na mídia, mas, certamente, eclodiram nela, no sentido de que esse eclodir está ligado sumariamente à visibilidade das ações que constituem cada um desses eventos e acontecimentos. Assumindo-se tais premissas, em certo

sentido, principalmente a grande mídia – a mídia de repercussão mundial – estaria agendando assuntos, temas e representações na cultura;

- 2) Por outro lado, ainda que aqueles tenham sido eventos midiáticos, na acepção genérica do termo, são tantos os meios de comunicação a reproduzir e a representar tais acontecimentos (vide o caso da emergência mundial dos meios de comunicação de países árabes, da internet e de tantos outros que passaram a ter repercussão global, apesar da sua estrutura técnica e pessoal diminuta) que a influência das grandes redes de notícia e informação na produção cultural pode ter se tornado difusa ou, então, menos determinante, por força da existência de discursos intercruzados, interpenetrantes e interdependentes. Alguns acontecimentos divulgados apenas por essa ‘mídia menor’ passaram a ter tanta importância no mercado que, de imediato, as notícias e os produtos por elas produzidos passaram a ser valorizados, o que, correlatamente, provocou a sua ascensão ao posto de fontes globais de informação. Com isso, operou-se um duplo movimento: a ‘grande mídia’ se deixou contaminar tanto pelas representações que identificavam árabes e americanos nas ‘mídias menores’ quanto utilizou, de forma enfática, as representações que, historicamente, já serviam como escopo para a construção da identidade de árabes e americanos. Assim, é também a cultura e o conjunto de material significativo que circula em dado contexto histórico-social (e aqui é preciso entender a cultura e seus textos não como um conjunto semântico acabado, estável, fechado e monolítico, mas absolutamente dinâmico, instável, aberto, plural e ambivalente) que fazem repercutir, a priori, na mídia, as representações com as quais a mesma lida (os seus temas, suas formas de tratar certas questões identitárias), deixando para os meios de comunicação a possibilidade de as apropriar, atualizar e re-representar conforme os critérios e as lógicas de sua produção. Portanto, grande parte das representações de que dispõem os meios de comunicação fazem parte de um determinado contexto de produção e consumo cultural, ainda que as mesmas passem por um processo de re-elaboração semântica, sobretudo

quando da irrupção de eventos significativos como os de que se está tratando. Há, necessariamente, para usar uma expressão de Edgar Morin (2001), um processo de recursividade entre as produções culturais e a atividade dos meios de comunicação. Não há nada de totalmente novo na produção midiática, como não há nada que restará intocado e inalterado nas produções culturais sobre os eventos que aconteceram em – e após – o 11 de Setembro desde que a mídia passou a discorrer sobre os mesmos.

O texto apresentado está dividido em duas partes. Na primeira, estruturada em três capítulos, expõe-se o quadro teórico de análise. Nesse momento, são discutidas as principais questões de ordem teórica que norteiam hoje a construção das identidades. Ressalte-se, como já explicado anteriormente, que a conformação multidisciplinar do objeto da pesquisa (representações da identidade de árabes e americanos na produção cultural-informativa) levou o pesquisador a explorar vários campos teóricos, cujos sistemas conceituais são diferentes, mas, ainda assim, convergentes e complementares. Desta forma, com base no aporte da economia política das comunicações e da cultura, é dada ênfase, no capítulo 03, para discussões sobre a composição do mercado cultural e informativo, observando-se, sobretudo, como o mesmo tratou os temas e acontecimentos ligados ao 11 de Setembro. Neste caso específico, há duas seções inteiras, como subunidades desse capítulo, dedicadas somente à cobertura feita pelas principais redes de notícia e informação sobre o 11 de Setembro e sobre as guerras do Afeganistão e do Iraque, o que, por suposto, conduz a interpretação pelos caminhos de uma teoria do jornalismo. Os capítulos que se seguem, de número 04 e 05, discutem a formação das identidades culturais, das representações e do estereótipo no contexto da globalização, dando destaque ao seu caráter discursivo. São evocados, nesta parte específica da tese, os conceitos empregados pela análise de discurso, pela antropologia cultural e pela psicanálise, sobretudo a de herança lacaniana. Por vezes, nos capítulos citados, a análise teórica assume também uma conotação geopolítica e histórica, tendo em vista a necessidade de explicar a formação de certas identidades e de certos estereótipos a partir de fatos concretos que remontam às condições em que se desenvolveram e se desenvolvem as

relações entre grupos, países, blocos comerciais e impérios. Após isso, na segunda parte do texto, que está dividida em dois capítulos, descreve-se, no capítulo 06, a metodologia utilizada e faz-se uma contextualização de cada um dos produtos integrantes da amostra, para, só então, no capítulo 07, serem feitas a apresentação, a análise e a interpretação dos dados empíricos, conforme classificação por categorias temáticas às quais se fez referência anteriormente. É especificamente neste momento do texto que se demonstra quais estereótipos de árabes e americanos foram construídos pelos produtos culturais analisados.

3 DINÂMICAS DA SOCIEDADE EM REDE: O ISLÃ E O OCIDENTE NA PRODUÇÃO INFORMATIVO-CULTURAL

No período compreendido entre os ataques terroristas de setembro de 2001 e a 2ª. Guerra do Golfo, em 2003, vários temas relativos às identidades culturais de ocidentais e orientais compuseram, com notável frequência, as pautas de trabalho dos meios de comunicação e de produção cultural. Assim, desse cenário, surgem elementos que ajudam a entender as dinâmicas culturais contemporâneas e, sobretudo, os processos de formação de identidades culturais. Na maior parte dos casos, os textos produzidos por diferentes meios de comunicação trataram os temas que esse cenário colocou em evidência com base no que Ignácio Ramonet (1999) chama de auto-intoxicação: quanto mais os meios de comunicação falam sobre um assunto, mais se persuadem coletivamente sobre a importância da divulgação do mesmo. É o caso, portanto, de pensar na interação e na troca entre as diferentes mídias e entre os diferentes territórios culturais em que foram gerados os discursos sobre o 11 de Setembro e os acontecimentos a ele associados.

A análise de grande parte da produção cultural após os ataques terroristas aos Estados Unidos, em 2001, revela que conteúdos de diferentes territórios culturais passaram a compor – em alguns casos, de forma miscigenada – a oferta do mercado cultural em nível global. O que esse processo de confronto, mas também de diálogo, entre diferentes produtos, identificados com matrizes culturais supostamente diferentes, pode representar? Um choque de civilizações, como diria Huntington (1997), ou uma troca entre matrizes culturais distintas? Um processo de hibridização, como querem Garcia-Canclini (1998) e Bhabha (2002)? Uma produção de sentidos em rede, para abarcar o conjunto de necessidades de um sistema integrador global?

Para entender o cenário cultural descrito anteriormente, é preciso considerar o quanto certas produções passaram a ter expressão no cenário midiático e se consolidaram no mercado cultural e informativo em nível global.

No mercado editorial americano, por exemplo, cerca de 3.000 títulos relacionados ao 11 de Setembro, no segmento de livros instantâneos, surgidos a reboque dos fatos quentes dos noticiários, foram disponibilizados ao público consumidor. A última vez que a publicação de livros instantâneos teve repercussão significativa no mercado americano foi em 1997, com a morte da princesa Diana, de Gales, mas os números de títulos chegaram a apenas 270. Os títulos sobre o 11 de Setembro e o mundo muçulmano chegaram a representar 5% dos lançamentos do mercado editorial americano em 2001. Doze deles, independentemente da qualidade do seu conteúdo, já ocuparam a lista de *best-sellers* do *The New York Times* (Veja, 17/04/2002).

Apesar da ampliação do número de produtos sobre a(s) cultura(s) dos países islâmicos após o ataque terrorista de 11 de setembro de 2001, a produção cultural repetiu em parte as questões que, em maior ou menor grau, Said descreveu em *O Orientalismo – o Oriente como invenção do Ocidente* (1990) e que estão voltadas à política de representação desenvolvida à época dos grandes impérios europeus e que consistia em criar uma identidade para o Ocidente na medida em que se rotulava(m) a(s) cultura(s) do Oriente Médio. Nos dias atuais esse processo não é tão simples assim, porque é praticamente impossível falar de uma produção cultural hegemônica e porque, além disso, as transações e câmbios culturais acontecem num ritmo e numa aceleração bem maiores que aqueles em que se constituía a produção cultural da época em que o *Orientalismo* descrito por Said, entendido como o processo de produção de representações sobre os países do que se denomina Oriente Médio, foi gestado e se desenvolveu. E ainda: com o 11 de Setembro, se evidenciou o fato de que os próprios meios difusores de cultura e de informação situados no Oriente Médio têm conseguido agendar certos assuntos nas mídias ocidentais, não obstante a resistência sofrida pelos mesmos, uma vez que certos assuntos e a ingerência global das mídias orientais são vistos com cautela pela indústria cultural e pelos meios políticos ocidentais. O trabalho das redes de televisão árabes, especialmente da Al Jazeera, é ilustrativo desse processo, sobretudo no tocante à forma como elementos culturais similares se cruzam em contextos diferentes. É que as representações sobre a identidade de

árabes e americanos estão presentes, de forma bastante diversificada, na produção televisiva, sobretudo em função da inserção das redes de televisão árabes no mercado global de informação, o que não só exerceu um efeito de agendamento (vide a forma como as fitas da Al Qaeda divulgadas pela Al Jazeera regularam o *timing* de algumas emissoras ocidentais e pautaram suas editorias) e interferiu na produção cultural sobre os temas (o Oriente Médio, o terrorismo, conflitos étnicos e geopolíticos, religião e cultura árabes etc) ligados ao 11 de Setembro, como reatualizou muitas questões históricas que constituíram a relação entre o Ocidente e o Oriente e com as quais a identidade cultural de certos grupos foi construída, muitas vezes com base em elementos comuns ou híbridos. Autores que realizaram uma análise comparativa do formato e do conteúdo da programação das televisões árabes e das redes ocidentais, como Andrew Hammond (2005), indicam que alguns elementos das culturas de países árabes (a dança do ventre, a culinária, algumas peças do vestuário, a moda, as fábulas e tantos outros) já compunham o imaginário global, fazendo parte, hoje, daquilo que Renato Ortiz (1994) chama de uma cultura internacional-popular.

Mesmo durante os conflitos no Afeganistão e no Iraque, em que uma rede de produção e distribuição informativa foi montada pelas grandes agências de notícias ocidentais, obedecendo a uma logística própria da cobertura de acontecimentos bélicos, a diversificação de mensagens e de informações foi bem maior do que, por exemplo, durante a 1ª. Guerra do Golfo, em 1991. Isso se deveu não só à presença da mídia árabe, mas também ao fato de que a cobertura da guerra foi feita por ‘vias alternativas’, como as inúmeras pessoas e grupos que, sem credenciais jornalísticas, passaram a produzir material para *sites* na internet e para veículos sem vínculos com os grupos ou países envolvidos nos confrontos, expondo aquilo que, em tese, não receberia a atenção da chamada ‘mídia oficial’, ou seja, daquela comunidade de jornalistas de guerra que Carlos Fino (2003) julga estar servindo à enorme máquina da informação global.

A produção cultural com base em temas referentes aos países do Oriente Médio resulta de regras de mercado que operam segundo a relação entre demandas locais/regionais e forças globais. Na medida em que aspectos da

localidade são apropriados pela lógica dos mercados globais, os produtos locais também assumem em parte os modelos e marcas produzidos globalmente. Grande parte desses produtos surgiu como protesto à política intervencionista norte-americana. Em vez de comprar os artigos norte-americanos, os consumidores se voltam para os equivalentes locais, numa forma de expressar o sentimento negativo com relação às marcas globais. Aproveitando-se disso, vários empresários lançaram no Oriente Médio e em parte da Europa produtos semelhantes às marcas globais, mas com mensagens dirigidas aos muçulmanos.

No final do ano de 2002, um franco-tunisiano lançou uma bebida chamada Mecca-Cola, voltada para os mercados europeus e orientais. A nova marca, que tem enorme semelhança com a Coca-Cola e que se inspirou na Zamzam Cola, um refrigerante produzido no Irã, destinava-se especificamente a fazer uma declaração política: 10 por cento dos lucros obtidos com a venda seriam destinados à ajuda humanitária das crianças palestinas e para as organizações européias que lutam pela paz no mundo, principalmente no que se refere ao conflito palestino. “Não beba mais estupidamente. Beba com comprometimento. Beba para defender nossa dignidade”, são os dizeres do rótulo em francês da bebida e do seu site oficial (MECCA-COLA, 15/03/2003, s.p.). A bebida pretende ser ‘islamicamente correta’, o refrigerante do fiel consciente. O criador da Mecca-Cola, Tawfik Mathlouthi, que é também proprietário da Rádio *Méditerranée*, emissora que foi alvo de atentados a bomba durante a invasão ao Afeganistão, diz que a bebida não visa a concorrer com a Coca-Cola e que sua campanha não tem propósitos e objetivos antiamericanos. Em vez disso, segundo ele, cada garrafa vendida é um protesto contra a política externa do governo de George W. Bush. “Amamos a América aberta ao mundo [...] Não gostamos desta América, muito perigosa e muito forte contra os outros”, diz Mathlouthi (apud IMIRANTE.COM, 15/03/2003, s.p.). Ele diz que o refrigerante pretende dar origem a uma fundação como meio de combater a hegemonia norte-americana.

A Mecca-Cola e os demais refrigerantes inspirados no sucesso das marcas globais se assemelham a essas últimas tanto em termos de logística de produção, distribuição e consumo, quanto de sabor, de rótulos e de formatos das garrafas.

Algumas delas, inclusive, tiveram amplas campanhas de marketing em comunidades muçulmanas européias. Para o criador da Mecca-Cola, além de uma crítica ao poderio norte-americano, a bebida pode funcionar simbolicamente como um vínculo para manter a coesão dos países islâmicos. “Nesses tempos particulares de islamofobia, nos parece importante ter um signo unificador”, diz Mathlouthi (apud IMIRANTE.COM, 15/03/2003, s.p.). Desta forma, a bebida tanto prega uma reação ao estilo de vida americano, não obstante se aproprie dos seus elementos principais para chamar a atenção dos consumidores, quanto justifica a necessidade de união dos consumidores de religião islâmica.

A questão do engajamento político durante o ato de consumo revela, no entanto, uma dinâmica cultural bastante rica, que está relacionada aos elementos motivadores da decisão por consumir um refrigerante em detrimento de outro. Passa, portanto, por essa lógica de consumo um certo ativismo político-cultural, que valoriza, um tanto paradoxalmente, um produto com ‘cara de americano’, mas que tem fortes vínculos com a região do Oriente Médio. Além disso, a Coca-Cola, junto com o Mcdonald’s e outros produtos alimentícios americanos, sempre foi considerada um símbolo do expansionismo cultural americano e da difusão do *american way of life* (estilo de vida americano). Apagam-se as diferenças: resignificada agora numa nova dinâmica e num novo contexto, a Coca-Cola torna-se Mecca-Cola. O ‘refrigerante islâmico’ é um produto similar, quase idêntico à Coca-Cola, que, no entanto, propõe-se a desempenhar um papel político-cultural contra um sistema de dominação ideológica. Onde está a diferença entre os produtos? Há diferenças entre o genérico e seu específico? Os consumidores de um e de outro certamente darão muitas respostas: adesão, comprometimento político, curiosidade, prazer – o ato de consumo é múltiplo e está ligado a dinâmicas culturais complexas, como pensa Garcia-Canclini (2001). Portanto, o que está em jogo não é o produto em si mesmo, mas o que ele representa para cada um dos consumidores, os valores agregados ao mesmo e os inúmeros sentidos gerados quando da sua utilização. Neste sentido, é importante perceber não apenas o valor econômico, o sabor ou outras características mais objetivas do produto em questão, mas os sentidos que, do ponto de vista da produção cultural,

são originados na complexa rede das operações que envolvem sua produção, sua distribuição e seu consumo. Evidentemente, os produtores da Mecca-Cola sabem disso e usam-na com fins político-ideológicos, a exemplo do que faziam – só que em sentido contrário, usando o produto estrangeiro para criticar as políticas internas ao país – as rádios dissidentes de Belgrado, que tocavam rock em sinal de protesto contra o nacionalismo sectário, bem como os dissidentes russos do passado, que usavam jeans, fumavam cigarros *Winston* e cantavam rock para irritar os dirigentes comunistas (BARBER, 2003).

Barber (op. cit.), no entanto, pensa no assunto de outra forma e critica aquilo que é a ‘alma’ do que ele chama de Mcmundo (o estilo de vida e os valores americanos associados ao consumo das marcas globais, motivados pela expansão do capitalismo):

Se em última instância a escolha for (como disse o escritor francês Debray) ‘entre o aiatolá local e a Coca-Cola’ – se ‘o satélite [de TV] estiver exatamente oposto ao honorável profeta, exatamente oposto ao Corão’ –, os mulás serão derrotados, pois a longo prazo eles não têm defesa alguma contra as televisões por satélite ou contra os videocassetes. (Ibid., p.117)

Além da idéia de uma disputa entre os ‘produtos’ mencionados, a afirmação de Barber dá margem para pensar que a presença intensa de algumas marcas em quase todo o globo tem repercutido na formação de produtos híbridos adaptáveis tanto à lógica de consumo global quanto à local, não obstante as diferenças das condições de produção – em termos de tecnologia, de recursos humanos, de capital para investimento etc – em cada caso. A indústria americana, por seu turno, tem produzido inúmeros itens baseados nos temas, nos países, na cultura e na história do Oriente Médio, porque é praticamente impossível fechar-se completamente à expansão dos interesses e gostos do público pelos elementos que daí se originam. A indústria de games para computador distribuídos pela internet e comercializados em bancas de revistas está repleta de exemplos: *New York Defender; Turbin Hunt; Shoot bin Laden; Kill bin Laden; Kick bin Laden; B. B. Hood; Whack bin Laden; Bad Dudes; Arabian Nights; Delta Force*. Esse último jogo (*Delta Force*) é ilustrativo para entender como a indústria americana

se apropriou dos temas relativos aos eventos (terrorismo, cultura belicista etc) que pontuam o período abrangido entre o 11 de Setembro e a 2^a. Guerra do Golfo. No caso do *game Arabian Nights*, há uma evidente mobilização dos estereótipos utilizados no Ocidente para construir a identidade árabe. A análise desses dois jogos serve para ilustrar o quanto as indústrias culturais construíram a identidade de árabes e americanos com base no reforço de certos padrões discursivos.

Arabian Nights, por exemplo, é um jogo de computador facilmente adquirido nas bancas de revista (*3D Gamer* é o nome da revista que o vende no Brasil). O enredo é simples, romântico e repete as tradicionais fábulas sobre o Oriente: o jogador tem que libertar as cinco filhas gêmeas de um sultão antes do vigésimo aniversário das mesmas. Se não o fizer, elas não casarão e serão reconhecidas como prostitutas. Para piorar, o grão-vizir assumirá o sultanato em caso de morte do Sultão (é de se prever que o grão-vizir dará um jeito para que isso aconteça, configurando um enredo tipicamente hollywoodiano). Para salvar as princesas, o jogador enfrenta monstros e animais, é ajudado por gênios, percorre cidades e palácios até encontrar as belas mulheres. O interessante é que o jogo chama-se *Arabian Nights* (Noites Árabes)¹¹, mas a chamada da revista que vende o jogo diz: “ torne-se um verdadeiro príncipe da Pérsia”. Ora, a antiga Pérsia, região onde hoje está a maior parte do estado do Irã, é considerada uma nação árabe por ter como religião oficial o islamismo e por ter uma pequena parte da população descendente dos árabes. Antes, porém, a Pérsia tinha como religião oficial o Zoroastrismo, até que os exércitos islâmicos invadiram a região em 637 d.C. e implantaram o islamismo. Os povos que ali habitaram, vindos de várias regiões indo-européias, não descendem originariamente das tribos árabes, mas, ao longo dos séculos, foram a elas se misturando. Os persas vieram da região do Cáucaso, e a maior parte da população iraniana descende hoje dos mesmos. A composição étnica do atual Irã, portanto, deriva de inúmeros processos históricos de miscigenação entre árabes, persas e outras etnias minoritárias.¹² É que a

¹¹ Essa é a tradução literal, mas o livro *As mil e uma Noites* foi publicado em inglês com o título *Arabian Nights*.

¹² Historicamente, árabes, iranianos (persas) e turcos são considerados famílias étnicas majoritárias do mundo muçulmano. É evidente que essa classificação não leva em conta os grupos étnicos do

produção intelectual e midiática do Ocidente e a própria sedimentação do sentimento de pan-arabismo das políticas nacionalistas de alguns governos árabes promoveram uma confusão ao igualar o árabe ao muçulmano e sujeitar todos os povos islâmicos à categoria genérica de povos árabes, que induz ao apagamento das diferenças étnicas e culturais e à inclusão generalizada em uma mesma matriz (SAID, 1990).

O outro jogo mencionado, *Delta Force*, é um *game* de combate ao terrorismo facilmente adquirido pela internet. A missão do jogador – um oficial da Delta, força militar de elite criada em 1977, em plena guerra fria, mas não reconhecida oficialmente pelo Governo americano – é destruir os inimigos no Afeganistão. O usuário terá que completar 25 missões e andar por cenários que se tornaram mais conhecidos após o 11 de Setembro, como as montanhas de Cabul e as ruas de Mazaer-e-Sharifa e de Kandahar. O enredo do jogo remete aos noticiários dos conflitos na região: os EUA precisam obter dados sobre o inimigo, sobre suas armas e recursos, desenvolver relações diplomáticas com todos os grupos ou países que fazem oposição aos terroristas e, por fim, destruir as tropas talibãs. O jogador pode espionar o inimigo antes do ataque e utilizar um arsenal de armas pesadas, como mísseis SAM e Scud. O jogo atualiza, assim, o imaginário bélico americano.

Ainda como exemplo da atualização de inúmeras temáticas árabes e da sua mesclagem no comércio mundial, pode-se citar o fato de que uma indústria de brinquedos americana lançou, logo após a tomada de Bagdá pelos americanos, na 2ª Guerra do Golfo, um boneco que reproduzia as feições, a indumentária e, sobretudo, as falas do ministro da Informação do Iraque, Mohammed Saeed Al Sahaf. A fala do boneco, irônica, reproduzia as declarações mais chocantes do ministro durante a guerra. Uma outra indústria de brinquedos americana, logo após a captura de Saddam Hussein pelo exército americano, em dezembro de 2003, lançou um boneco semelhante à aparência do ditador iraquiano quando da sua captura, recompondo uma imagem que se tornou bastante divulgada e

sudeste asiático e da Ásia Central, muitos deles também convertidos ao islamismo. Com relação aos povos semitas, incluem-se os árabes, os sírios e os judeus.

conhecida no mundo inteiro. Luke Baker (30/06/2004, s.p.), em reportagem para a agência Reuters, escreveu que “as lojas de brinquedo de Bagdá têm um novo hit. É um boneco de Saddam Hussein que rebola ao som de uma música dos Beatles. O boneco, de 30 cm de altura, mostra um Saddam gordinho, uniformizado e armado, que dança ao som de ‘Hippy Hippy Shake’. O Saddam de brinquedo, fabricado na China e movido a pilha, carrega um fuzil AK-47, granadas, uma faca, um binóculo e um walkie-talkie.”¹³

Outros tipos de produto que circularam ampla e intensamente no período abordado nesta tese têm nas suas afinidades com o jornalismo um fator forte de atração junto ao público consumidor. É o caso, por exemplo, de parte da produção livresca dos países ocidentais, que assumiu o tom do jornalismo, com a publicação daquilo que poderia ser chamado de livro-reportagem sobre o 11 de Setembro, sobre os cenários do Afeganistão e sobre a guerra do Iraque. Livros de crônicas e artigos jornalísticos também tiveram ampla aceitação no mercado (veja-se, por exemplo, fora do eixo dos países diretamente envolvidos nos atentados e nas guerras, o caso do corresponde do jornal Folha de São Paulo, Sérgio Dávila, que publicou, em 2002, o livro *Nova York – antes e depois do atentado*, contendo crônicas e artigos sobre a cidade, e do correspondente da televisão portuguesa RTP, Carlos Fino, que publicou *A Guerra ao Vivo*, em 2003). Em paralelo, há que se considerar os vários *sites* alternativos na internet que difundiam informação produzida por pessoas que não tinham vínculo institucional e que faziam a cobertura dos acontecimentos *in loco*, sem necessariamente seguir um caráter jornalístico. E ainda os inúmeros jornais (*Al-Ahram*, *Akhbar Al-Yom*, *Sout Al-Umma* e *Al-Osbou*, no Egito; *Tishrin*, na Síria; *Al-Siyasa*, no Kuwait; *Al-Uds Al-Arabi*, em Londres) de língua árabe que passaram a fornecer material para o noticiário das redes de informação ocidentais, principalmente no tocante à cobertura da 2ª Guerra do Golfo.

¹³ Sobre o ministro iraquiano Mohammed Saeed Al Sahaf, foram criados inúmeros *sites* na internet. Um deles (welovetheiraqinformationminister.com) recebeu surpreendentes 115 milhões de visitas em apenas oito horas, de acordo com informações do editorial do jornal *Al-Hayat* (13/04/2003). Alguns destes *sites* postulavam, inclusive, a transformação do ministro em personagem de cinema hollywoodiano.

3.1 A Produção Informativa após o 11 de Setembro e a Emergência da Mídia Árabe

A emergência da mídia árabe no mercado mundial de informação, após o 11 de Setembro de 2001, tornou mais clara a relação entre as matrizes culturais ocidental e oriental. Decerto que essas matrizes foram constituídas, justificadas e legitimadas pelo próprio pensamento ocidental e por suas disciplinas setorizadas ao longo de vários anos. Mas a atividade desenvolvida pela mídia árabe provocou, de certa forma, um maior trânsito de informações entre veículos da ‘grande mídia’ e desta para outras esferas midiáticas e para outros territórios de produção cultural. Isso representou não somente a criação de um espaço que conferiu visibilidade às diferentes aspirações dos países islâmicos, mas ainda uma reordenação de campos sociais que se interpenetram, como o campo da comunicação, o campo da cultura, o campo da política e o campo da economia.

A diversificação da produção dos meios de comunicação provocou, de fato, algumas mudanças no mercado informativo-cultural, pelo menos no que se refere à distribuição do poder aos seus agentes. No tocante à produção televisiva, vale citar o exemplo da Al Jazeera quando o Governo americano pediu à emissora que não mais divulgasse as fitas de Bin Laden. A resposta veio em tom irônico: “aprendemos sobre liberdade de expressão com os americanos. Como podem nos pedir para tolhê-la? Se interferirmos entre nossa informação e nosso público, será o começo do nosso fim”, justifica Ibrahim Helal, editor-chefe da rede (apud O Globo, 13/10/2001). Para ele, a Al Jazeera não poderia ceder ao pedido americano porque estaria indo contra aqueles princípios democráticos (campo político) de livre circulação de informação (campo comunicativo) que os próprios americanos ensinaram ao resto do mundo. É claro que o Governo americano poderia ter utilizado meios para impedir a divulgação das fitas pela CNN, compradora exclusiva do material da Al Jazeera, ou até poderia ter solicitado aos diretores da emissora que parassem de divulgar as fitas com depoimentos de Bin Laden. Mas aí a CNN poderia responder que, se ela não comprasse e divulgasse aquele

material, outras redes ocidentais o fariam (campo econômico), uma vez que a pressão, o interesse e a curiosidade da audiência globalizada por assuntos relativos aos conflitos e ao universo islâmico cresciam a cada momento (campo cultural).¹⁴

Como diz Abbas Amanat (2002), as redes árabes foram, paulatinamente, construindo um espaço de coesão social ao redor do globo¹⁵ graças à divulgação

¹⁴ Essa discussão sobre o papel dos meios informativos na produção de sentidos sobre o 11 de Setembro remete ao pensamento de Pierre Bourdieu, com a teoria da formação dos diversos campos sociais – cultural, econômico, político, religioso etc – a partir da modernidade. A idéia básica é a de que esses campos disputam a produção de sentidos, configurando um sistema dinâmico de produção de discursos que vai se acentuar ainda mais no período moderno, quando a acentuada profusão de mensagens e conteúdos culturais pelo campo da mídia vai gerar um descentramento das imagens do mundo, deslocando grande parte das representações sociais do campo religioso para a produção de outros campos. A proposta analítica de Bourdieu, no entanto, conforme Garcia-Canclini (1998), não aponta para a visível contradição que a produção cultural da modernidade revela. Se, de um lado, o autor propunha uma autonomia dos diversos campos de produção cultural, de outro, o que realmente vai acontecer, de acordo com Garcia-Canclini, é uma dependência entre os campos, o que vai gerar a hibridização entre gêneros culturais distintos, como as manifestações populares e as artes eruditas. Isso também afetará a forma como as identidades passam a ser construídas, uma vez que o indivíduo se libertou dos apoios estáveis das tradições e das estruturas (HALL, 2002). Em outras palavras, o indivíduo se libertou do discurso predominante de um único campo, para se atrelar aos discursos interligados dos campos pelos quais circula e nos quais se movimenta. O que está em jogo, agora, é a formação de identidades circunstanciais, conforme o próprio movimento dos sujeitos pelos campos.

¹⁵ Não por coincidência, em abril de 2004, em Teresina, capital do Piauí, poucos anos depois dos meios de comunicação começarem a discutir enfaticamente os assuntos relacionados ao mundo árabe-islâmico, os descendentes dos imigrantes sírio-libaneses que vieram para esse Estado no final do século XIX e no início do século XX se reuniram para discutir a criação da Sociedade Jovem Síria, que deveria se tornar um espaço de coesão entre os descendentes de árabes. A primeira iniciativa neste sentido surgiu ainda na primeira década do século XX, mas por longo tempo as organizações ficaram desativadas. O objetivo de se recriar uma entidade como essa, segundo os idealizadores do projeto, era valorizar as tradições, os costumes e, portanto, a cultura árabe, mas, sobretudo, demonstrar à sociedade ‘o que somos, o que representamos e o que fizemos por ela’. Numa das reuniões festivas para criação da entidade, alguns fatos interessantes puderam ser observados. No início da festa, durante a execução do hino da Síria, percebia-se claramente uma reverência muito grande ao país de origem da maior parte dos presentes (alguns são de origem libanesa), embora nenhum deles soubesse a letra do hino. Poucos, na verdade, conseguem falar alguma coisa em árabe. Por conta do afastamento das famílias que ficaram na terra de origem e ainda em função da morte dos primeiros imigrantes, os descendentes incorporaram muitos dos costumes da região que os recebia para, reconstruindo permanentemente sua identidade, serem aceitos pela sociedade local. A aprendizagem do português e o esquecimento da língua pátria (no geral, falavam árabe e aramaico quando chegaram ao Piauí) foram fatores que ajudaram no processo de recomposição das identidades e de aceitação pela sociedade local. Durante as reuniões para criação da Sociedade Jovem Síria em 2004, no entanto, esses descendentes procuravam se cumprimentar em árabe e, embora não dominassem completamente o idioma, conhecê-lo passou a ser um fator de distinção junto ao grupo. Claramente, disputam o poder aqueles que mais demonstram conhecimento da língua de origem, enquanto, quando estão somente com piauienses, revelam justamente o contrário: a sua aceitação social se dá na medida em que incorporam os costumes locais e, sobretudo, dominam a língua do país que os recebeu. Não obstante, é a valorização de uma origem comum que torna o grupo até certo ponto coeso.

de imagens carregadas de apelos simbólicos, muitas das quais mostrando as cenas dos intermináveis conflitos dos palestinos com as forças de segurança de Israel:

Transmitidas pelas redes árabes e, mais recentemente, pela rede de televisão global Al Jazira, baseada no Qatar (o canal de manifestação preferido do próprio Bin Laden), essas imagens trágicas apresentam-se cada vez mais mescladas de símbolos da resistência islâmica: as missões suicidas do Hamas e do Jihad Islâmico contra alvos israelenses, os incríveis slogans e sermões antiamericanistas e antiisraelitas nas congregações às sextas-feiras. A isso se acrescenta o enorme volume de panfletagem radical islâmica, de conteúdo antiamericanista e anti-sionista, não raro encontrada nos livros didáticos, com referências anti-semitas escancaradas (AMANAT, 2002, p.61).

A produção informativa dos veículos de comunicação ocidentais, incluindo as grandes redes de notícia, sofreu o impacto da divulgação das fitas da Al Qaeda, divulgadas pela televisão Al Jazeera, do Qatar. Elas exerceram um efeito de agendamento que rapidamente se espalhou em rede, pelas conexões existentes – geralmente das grandes agências e das televisões e jornais que vendem parte do seu material a empresas menores – na grande malha que recobre o mercado mundial de informação e cultura. Isso provocou, de certa forma, a ascensão da Al Jazeera ao posto de fonte e agência de notícia mundial e o – paradoxal ou conseqüente? – crescimento da cobertura da CNN e de algumas outras redes de informação ocidentais, abastecidas pela ‘novidade informativa’ propiciada pela rede árabe. As imagens veiculadas ao vivo pela CNN quando do atentado de 11 de setembro de 2001 pareciam representar o clímax da distribuição do seu sinal em amplitude global. Mas a CNN conseguiu manter-se em ascensão até a cobertura da 2ª. Guerra do Iraque, com aumento de sete pontos percentuais (07 %) do número de assinantes no mundo inteiro, incluindo aí certos países de língua árabe (CROMMETT, 27/08/2003). Observe-se ainda que, por conta da emergência da mídia árabe, principalmente da Al Jazeera, as discussões sobre o papel exercido por essa rede nos países de maioria islâmica, sobre a forma como se processou sua cobertura dos principais acontecimentos entre o 11 de Setembro e o fim da Guerra do Iraque e sobre sua força junto aos meios de comunicação

européus e americanos também começaram a ocupar horários e páginas inteiras de boa parte dos meios de comunicação ocidentais.

O relato do correspondente de guerra da rede de televisão portuguesa RTP é bastante ilustrativo para pensar a ingerência da mídia árabe no mercado global e os efeitos disso para a produção informativo-cultural:

Volto à questão inicial: nesta época do quem não está conosco, está contra nós, que liberdade nos resta? A resposta parece estar na multiplicação dos olhos que vêm – quanto mais perspectivas, mais completo o quadro. Pelo menos na cobertura dos acontecimentos do Oriente Médio, e agora na guerra do Iraque, é isso que resulta já da existência de canais árabes – Al Jazira, Abu Dhabi, Al-Arabia (FINO, 2003, p.260).

O trabalho das redes de informação árabes é feito em consonância com a forma como se estrutura o mercado global de informação. A atividade dessas redes, desde a produção, a distribuição e até a comercialização dos seus produtos, obedece a uma lógica bastante similar às das redes ocidentais¹⁶, em função do fato de ambas convergirem para um mercado global comum, ainda que se dirijam, primeiramente, a fatias de mercado bem restritas (como é o caso do mercado informativo em alguns países árabes ainda pouco acessíveis à produção cultural e informativa ocidental). Existem referências comuns – livros, jornais, revistas, programas de tv etc – que se encontram por trás da produção da maior parte das informações sobre os acontecimentos em pauta, o que torna as coberturas de diferentes veículos bastante similares. “Temos todos as mesmas referências, lemos

¹⁶ Observe-se, paralelamente, que, a exemplo das redes de informação árabes, o ataque terrorista aos Estados Unidos e as guerras do Afeganistão e do Iraque podem ser pensados como um bloco de acontecimentos interligados nos quais foi utilizada, pelos terroristas e governos dos países árabes, a própria logística da economia e da produção cultural e informativa americanas. Fazendo uma análise histórica sobre a formação das redes de terroristas nas duas últimas décadas, Yossef Bodansky (2001) demonstra como a organização das operações financeiras e logísticas, incluindo o recrutamento, a arregimentação e o treinamento – físico e espiritual – dos membros dos grupos, seguiu a ordem do movimento financeiro no mercado global, utilizando-se das suas próprias regras. Destarte, grande parte da formação intelectual e cultural dos novos terroristas era feita em universidades e demais centros de ensino de países como Estados Unidos e Inglaterra. Para o autor, os novos membros das organizações terroristas são líderes oriundos de uma elite islamita radical, um segmento rico e privilegiado das sociedades árabes, a maioria deles cultos e ocidentalizados (BODANSKY, op. cit.) É pelo mesmo motivo que John Gray (2003) afirma que a Al Qaeda é moderna e que Barber (2003) encontra relações dialéticas entre as redes terroristas e o mundo globalizado.

as mesmas revistas – *Time*, *Newsweek*, *Economist*, *Foreign Affairs*... Consultamos os mesmos sites da internet. Bebemos, enfim, nas mesmas fontes”, é o que diz Fino (2003, p.40), ao referir-se aos correspondentes de guerra como uma ‘comunidade da mídia’ ou uma ‘tribo de jornalistas’.

Não obstante a exportação do conteúdo da ‘grande mídia’ para redes de informação árabes e as similaridades entre as mesmas, há uma visível tensão no relacionamento entre elas. Apesar de terem se espelhado na imprensa ocidental e terem aprendido certas técnicas de produção com ela¹⁷, as redes de informação árabes mostram um profundo descontentamento e uma mágoa intensa a respeito da forma estigmatizada como os árabes são tratados pela mídia ocidental. Daí a tônica das coberturas dos eventos que sucedem ao 11 de Setembro ter sido balizada na tentativa de revitalização dos valores árabes, segundo Khoury-Machool (02/05/2003). Além de mostrar imagens e comentar assuntos jamais enfocados pela imprensa ocidental, a cobertura da 2ª Guerra do Golfo pela mídia árabe procurou criar uma associação entre a Palestina e o Iraque, aquilo que pode ser chamado de ‘palestinização do Iraque’ (Ibid.). Para tanto, não apenas a valorização da própria língua árabe foi um importante elemento de coesão, como também o foi a forma como os jornalistas se posicionavam sobre o assunto usando metáforas comuns ao universo simbólico-cultural árabe e passagens históricas repletas de significado para a maioria dos países de população islâmica, muitas delas fazendo remissão à história registrada do princípio do Islã (AMANAT, 2002). Os jornais impressos e as televisões árabes não estavam impregnados somente de artigos, análises e comentários jornalísticos. Poesias, programas de variedades e *clips* musicais ao estilo da MTV também tratavam o assunto com o mesmo tipo de apelo dramático. E cada vez que se referia aos soldados da ‘coalizão ocidental’, por exemplo, a maior parte dos meios de comunicação árabes usava termos como ‘invasores’, ‘agressores’ e ‘ocupadores’. Pela primeira vez, criou-se um ambiente simbólico comum aos países do Oriente Médio, o que foi facilmente compreendido pelos árabes residentes nesses países ou que imigraram

¹⁷ A rede Al Jazeera, por exemplo, é fruto de um fracassado consórcio entre a BBC e alguns investidores árabes. Assim, foi a BBC a responsável pelo treinamento de grande parte dos quadros da Al Jazeera (FUAD NAHDI, 03/04/2003; JAMES CURRAN; DAVID ELSTEIN, 15/10/2003).

para outros, bem como pelos próprios países ocidentais (KHOURY-MACHOOL, 02/05/2003). Em poucos momentos da cobertura houve isenção por parte da mídia árabe – como muito pouco deve ter havido por parte das redes ocidentais. Mas só o fato de terem efetiva participação no mercado global de cultura já é um dado significativo.

Não que essas cadeias de televisão sejam ‘puras’ e totalmente isentas, também tem as suas preferências e os seus preconceitos, os seus interesses. Mas, ao fornecerem uma outra perspectiva sobre o mesmo acontecimento, contribuem para completar o quadro geral e torná-lo mais equilibrado (FINO, 2003, p.260).

Exemplos concretos de como isso aconteceu não faltam. O que importa, no entanto, ao considerar-se a afirmação de Fino, é perceber que a presença da mídia árabe provocou uma reordenação e um re-equilíbrio das forças de produção simbólica no mercado global. Discutível, assim, falar em controle hegemônico da produção simbólica num mercado tão diversificado, tanto em termos de produtores quanto de consumidores e público, apesar dos movimentos financeiros e das estratégias empresariais produzirem mega-fusões e convergências tecnológicas, favorecendo a formação de monopólios de produção informativo-cultural.

O cenário formado após o 11 de Setembro, incluindo a invasão do Afeganistão e a guerra contra o Iraque, foi aos poucos misturando elementos míticos, arquetípicos, conteúdos simbólicos arcaicos, tradições culturais distintas, tudo isso re-elaborado e re-atualizado insistentemente pela cena informativa e nos diversos territórios de produção cultural. A televisão Al Jazeera, por exemplo, desde o momento em que passou a ter prestígio no mundo ocidental, iniciou um trabalho de sensibilização do mundo islâmico e também da opinião pública ocidental pela utilização de símbolos culturais que identificam, num (ocidental) ou noutro (oriental) contexto, o mundo árabe. Um exemplo claro de como as fitas da al Qaeda veiculadas pela Al Jazeera atualizaram alguns elementos do imaginário histórico muçulmano vem do primeiro pronunciamento da Al Qaeda, no dia 09 de

outubro de 2001, divulgado pela Al Jazeera, a respeito da invasão do Afeganistão. A mensagem, ilustrada com versos do Corão, foi lida por um dos homens de confiança de Bin Laden, Abu-Ghayth, e dizia que “os confederados juntaram forças contra a nação islâmica e a guerra do cruzado, prometida por Bush, foi lançada sobre o Afeganistão” (BODANSKY, 2003, p.29).¹⁸ Outro exemplo, semelhante, é o caso de uma gravação divulgada pela Al Jazeera no dia 07 de outubro de 2001, que continha um depoimento de Ayman al-Zawahiri, homem de confiança de Bin Laden. Nela, ao falar sobre os acontecimentos sucessivos após o 11 de Setembro, ele expunha o fato de que essa era uma guerra santa (relembrando a luta contra os cruzados na época medieval) e que ao seu final “...Israel seria destruído, porque o Islã não aceitaria a repetição da tragédia de Andaluzia na Palestina. (Ele se referia à expulsão dos muçulmanos da Andaluzia, na Espanha, durante a segunda metade do século quinze) Ele também chamou a atual coalizão antiterrorismo de ‘a nova Quraysh’, recordando a árdua batalha do Profeta [Maomé] durante o período de formação do islã” (Ibid., p. 27). Tal discurso buscava relembrar os muçulmanos dos dias gloriosos do Islã, antes da derrocada diante do cristianismo dos Cruzados.

Durante a 2ª Guerra do Golfo, a cobertura da Al Jazeera e das demais emissoras situadas no Oriente Médio também utilizou elementos do imaginário árabe para interpretar os acontecimentos, conferindo-lhes um significado familiar àquela região. Para tanto, foram evocados os conflitos envolvendo os países árabes, como a Intifada Palestina, a Guerra Árabe-Israelense em 1967 e a Guerra de Suez em 1956. Mamoun Fandy (2003) explica que toda a cobertura da guerra pelos canais árabes atualizou eventos históricos, desde as Cruzadas, passando pela invasão dos mongóis e pela experiência colonialista do Século XX, até as recentes guerras contra Israel. O autor acredita que predominou um modelo de cobertura impregnado de referências históricas que remetia a experiências concretas vivenciadas pela maior parte da população árabe. Segundo ele, o aspecto

¹⁸ Note-se que os grupos terroristas árabes falam de ‘uma grande nação islâmica’, como se apagassem quaisquer diferenças entre países e grupos afeitos à mesma religião. É por isso que Gray (2003) acredita que o ideário desses grupos tem relações com as grandes teorias modernas de fortalecimento do Estado-Nação e de crença numa identidade monolítica e unificada.

metafórico da língua árabe, que possui uma riqueza de apelos imagéticos, foi outro recurso utilizado na cobertura, ainda que os modos de representação visual seguissem o estilo do jornalismo ocidental e o formato da CNN e da Fox News, ambas emissoras americanas. Semelhanças de formato e estilo à parte, no tocante ao conteúdo a cobertura foi bastante diferente: “...*the messages are uniformly anti-American: Americans are barbaric, and here are the pictures to prove it*”¹⁹, diz Fandy (2003, p.01), enquanto, do outro lado, “*some American commentators have dismissively attributed the violence of Arab television coverage to the nature of the culture*”²⁰ (Ibid., p.01). Em certa medida, o tipo de cobertura feita pelas televisões foi transposto para os meios impressos e digitais, em parte, também, porque os grupos terroristas árabes e os governos dos países islâmicos envolvidos nos conflitos do Oriente Médio aprenderam a lidar com as demandas do mercado cultural global.

3.1.1 Campanha de guerra: americanos *versus* árabes na mídia

Lance Bennett (2003) é um dos autores que afirmam enfaticamente que o período entre os atentados de 11 de setembro de 2001 e a 2^a. Guerra do Golfo só pode ser entendido como um bloco de acontecimentos inter-relacionados, caracterizado por uma convergência de fatores que produzem uma acentuada participação jornalística nas operações de propaganda governamental americana. Para ele, essa série começa ainda nas matérias jornalísticas produzidas no dia do ataque terrorista e termina com a performática fala do Presidente Bush a bordo do porta-aviões Abraham Lincoln, dando por certo o fim das operações militares no

¹⁹ ...as mensagens são uniformemente anti-americanas: americanos são bárbaros, e aqui há imagens para provar isso.

²⁰ Alguns comentaristas americanos tem atribuído a violência da cobertura da televisão árabe à natureza da sua cultura.

Iraque, no dia 1º de maio de 2003. Bennett (28/08/2003) qualifica esse período de ‘uma tempestade de propaganda’.

Assim, de maneira geral, é possível fazer a leitura da produção da ‘grande mídia’ sobre os acontecimentos em análise em dois sentidos complementares. Num primeiro momento, logo após os ataques terroristas aos Estados Unidos, vigorou um profundo sentimento patriótico, de defesa intransigente dos valores americanos, referendado pelo efeito ilusório de onipresença midiática que a transmissão ao vivo dos atentados havia propiciado. É aqui onde aparecem as primeiras tentativas de forjar, através da propaganda governamental e do jornalismo engajado nas esferas do poder público, um ambiente favorável à criação de ‘uma coalizão contra o eixo do mal’, como que a antecipar os fatos que viriam em seguida aos atentados. Nesse período, aflorou no espaço público – e através da mídia americana – um tipo de discurso que pode ser caracterizado como de viés cristão e moralista, que exaltava os valores patrióticos presentes nas falas presidenciais que proclamaram uma nova cruzada para ‘eliminar o demônio’ (STEVEN LUKES, 11/09/2003). Esse tipo de discurso teve também uma relação muito próxima com o processo psico-social que Tom Nairn (11/09/2003) chamou de uma onda de *self-conscious nationalism*. Essa demonstração de engajamento da mídia anteciparia, também, o modo como a imprensa ocidental procedeu à cobertura jornalística da 2ª. Guerra do Golfo, especialmente no tocante à presença, no *front* de batalha, dos jornalistas *embedded*, que Fino (2003) descreve como pertencentes aos quadros das grandes agências de notícia e que receberam preparação militar específica para se infiltrar nas forças de combate e acompanhar *in loco* o movimento das tropas.

Num segundo momento da cobertura midiática, prevaleceu, no entanto – aumentando progressivamente da invasão do Afeganistão até a guerra contra o Iraque e apesar da atuação engajada da maior parte da mídia ocidental durante todo o período entre os dois conflitos mencionados e durante os mesmos –, um confronto de opiniões entre os meios ocidentais e orientais. É também Fino (op. cit., p.203), ao referir-se aos conflitos no Iraque em 2003, quem esclarece que, “ao contrário da 1ª. Guerra do Golfo, em que a CNN era a única estação global, há

hoje mais de uma dezena de cadeias com redes de satélite que cobrem, permanentemente, o mundo inteiro ...” A campanha propagandística iniciada depois dos acontecimentos de 11 de setembro e endossada pela intensa atividade noticiosa de ambos os lados (países ocidentais e orientais) seguiu até a 2^a. Guerra do Golfo, quando, então, passou a vigorar, de um lado, a necessidade de legitimar uma ‘guerra não autorizada’, enquanto do outro lado a tentativa de adentrar no circuito de produção informativa em nível mundial servia como alento para a defesa dos diversos interesses dos países islâmicos. Se para as redes de televisão ocidentais aquela era uma guerra cirúrgica, em que apenas alvos militares foram atingidos com precisão milimétrica, para os canais árabes ela foi uma guerra injusta, cuja desproporção e cujo desequilíbrio de forças e poder bélico foram revelados pela transmissão das imagens de inúmeros alvos civis atingidos e dos estragos ocasionados ao patrimônio arquitetônico iraquiano e mundial.

As explicações para o acirramento do confronto no campo midiático remontam, certamente, à formação das redes de informação árabes nos últimos anos e à forma como elas vem interagindo com os membros das comunidades islâmicas no Oriente Médio e ao redor do mundo. Nahdi (03/04/2003) explica que, enquanto no Ocidente se constrói, através da mídia, uma narrativa contemporânea usando-se o atentado de 11 de setembro, o mundo muçulmano, também através das suas redes de notícia e da sua produção cultural, está construindo sua história utilizando o seu próprio *Ground Zero*, o ataque israelense à cidade de Jenin. Além disso, o autor comenta que, para o mundo muçulmano, “*the war against Afghanistan [...] was not seen as a war against al-Qaida and Taliban but against innocent civilians and a heroic country*”²¹ (Ibid., p.05).

Houve vários casos em que o trabalho da mídia árabe opôs-se a grande parte dos interesses dos países do Oriente Médio. A televisão Al Jazeera, por exemplo, não tem como desafetos apenas os Estados Unidos. Também nos países árabes a rejeição à rede é muito grande, uma vez que a sua programação expõe problemas, questiona dogmas fundamentalistas e promove uma imagem de

²¹ A guerra contra o Afeganistão [...] não foi vista como uma guerra contra a al-Qaida e o Talibã, mas contra civis inocentes e contra uma nação heróica.

independência do Governo do Qatar, responsável pela criação da emissora e pela condução da sua linha editorial. O descontentamento com relação ao trabalho da Al Jazeera se espalha na razão direta do seu sucesso e se estende a todos aqueles que, de alguma forma, vêm a rede como uma ameaça a seus interesses.

A rede abre espaço para declarações de líderes israelenses e [...] colocou no ar uma entrevista com o primeiro-ministro britânico Tony Blair, em que este bateu duro em Osama Bin Laden. [...] A Arábia Saudita já provocou apagões dentro de suas fronteiras para impedir a recepção da Al Jazira. A Jordânia e a Autoridade Palestina de Yasser Arafat, por sua vez, chegaram a interromper o trabalho das sucursais da rede em seus territórios (Veja, 17/10/2001, p.63).

A própria mídia americana se sente desconfortável com o fato da Al Jazeera se transformar num fenômeno mundial. Atestando um tipo de preocupação recente nos cenários político, midiático e intelectual americanos, Newton Minow (18/03/2002) afirma que o mercado global de notícias e informação não é dominado apenas pelos Estados Unidos. Para ele, seja a mensagem voltada a paz ou mesmo ao ódio, no ambiente global das comunicações é praticamente impossível silenciar quem envia a mensagem ou parar aquele que quer recebê-la.

Em virtude do trabalho das redes de informação árabes, os assuntos relativos ao Oriente Médio passaram a estar na ‘pauta do dia’ dos grandes meios de comunicação ocidentais e, por conseguinte, a receber maior visualização no mercado global de comunicação e cultura. O interesse pelo Oriente Médio e pelo Islã passou a oscilar dentre temas suscitados pelos acontecimentos que irrompiam no período da análise realizada nesta pesquisa. Robertson (apud WILLIAM BIERNATZKI, 2003) constatou que no período de janeiro a abril de 2002, numa seleção aleatória entre vários veículos de comunicação, dispunha de mais de 1.000 matérias sobre o Afeganistão. Um ano depois, no início de 2003, ao tempo em que se voltavam as atenções para a guerra do Iraque, o mesmo autor enumerou apenas 167 matérias jornalísticas sobre o primeiro país, numa queda brusca das atenções

da mídia e do público consumidor para o Afeganistão. Resposta do mercado à atualidade dos temas que, desde os atentados de 11 de setembro, passaram a compor a agenda midiática?

Supondo-se que nem tudo que foi divulgado pelos meios de comunicação ocidentais passou pelo controle político-administrativo, contrariando interesses dos países ocidentais envolvidos nos conflitos que sucederam ao ataque terrorista aos Estados Unidos, por que um mercado que – em tese – é controlado pela ‘política neoliberal’ de países do Ocidente divulgaria fatos e assuntos relativos ao Oriente Médio e aos países islâmicos? Supor que o mercado ‘não tem dono’ ou que ele escape totalmente ao controle e à ingerência de certos países por causa do seu caráter supranacional parece ser uma resposta ingênua, vaga e inconsistente que defende, sub-repticiamente, o *laissez faire* da produção cultural e informativa, acreditando no seu efetivo ‘caráter liberal’. Em primeiro lugar, o mercado não pode ser tomado como um ‘ente físico’, nem como uma estrutura global homogênea e não dinâmica. O mercado é composto por setores, empresas, público, consumidores. Seu caráter global – histórico, diga-se de passagem – reside no fato de que estes elementos estão presentes em todos os lugares, ainda que de maneira distinta, estabelecendo inter-relações diversas. O mercado é formado por ‘pontos’ específicos de relações entre os seus elementos. Se há muitos aspectos de mercado que estão presentes em todos esses pontos, há também singularidades que caracterizam os contextos pelos quais essa rede ou malha de produção, distribuição e consumo se espalha. Decorre dessa reflexão, como argumento segundo, que há regras de mercado que são elaboradas em função dos interesses de blocos econômicos aos quais se integram alguns países e algumas empresas, fazendo prevalecer, nestes contextos, uma lógica de operação genérica ou comum que contribui, muitas vezes, para a fragilização das fronteiras nacionais.

Há duas questões a considerar sobre as reflexões anteriores. A primeira diz respeito ao fato de que, para a produção de material cultural-informativo, se trava um amplo debate, ainda que o mesmo não seja democrático e que contenha hierarquias visíveis, entre os setores que compõem as forças de mercado. Esses

setores podem, inclusive, pertencer a um mesmo país ou a um mesmo território de produção, o que não significa que defendem interesses comuns. A cobertura da 2^a. Guerra do Golfo deixou mais claro ainda o fato de que sempre existiu um relacionamento tenso entre a mídia árabe e certos governos de países islâmicos, assim como entre os meios de comunicação e o governo americanos, talvez em função de operarem com lógicas distintas de produção informativa. No caso específico da relação entre mídia e governo nos Estados Unidos, Biernatzki (2003, p. 03) esclarece:

The tactics adopted by the American Government and military to mollify press criticism changed strikingly between the times of the first and second Gulf wars (1991 and 2003), but the conflict of interests between the military and the media remains intrinsic to their relationship. The military must conceal at least some information to protect their own forces from enemy action and to insure the success of their own mission, whereas the media are professionally bound to acquire and disseminate as much information as possible.²²

A segunda questão, decorrente em parte da proposição anterior, está relacionada à necessidade de atualização dos produtos que compõem o mercado informativo para abastecer os inúmeros interesses em jogo. Isso quer dizer que a decisão por divulgar algum produto é fruto de relações instáveis entre segmentos de mercado que, via de regra, defendem e até impõem seus interesses. É esse o motivo que justifica, portanto, para a mídia americana, divulgar assuntos relativos ao Islã, mesmo ciente do perigo de concorrer com o Governo e ferir seus interesses estratégicos?

Jon Snow (22/11/2003) procura explicar porque somente após o 11 de Setembro a mídia ocidental passou a se ocupar de assuntos relativos ao Islã, como

²² As táticas adotadas pelo Governo americano e pelas forças militares para minimizar as críticas da imprensa mudaram sensivelmente entre os tempos da 1^a e da 2^a Guerra do Golfo, mas o conflito de interesses entre as forças militares e os meios de comunicação permanecem intrinsecamente os mesmos. Os militares devem ocultar pelo menos alguma informação para proteger suas forças da ação dos inimigos e para assegurar o sucesso da sua missão, enquanto a mídia é obrigada a adquirir e disseminar tanta informação quanto possível.

se depois daquele atentado o Islã passasse a ser considerado ‘um bom produto’ para os meios produtores de cultura e informação do Ocidente. Desconsiderando toda a argumentação que Said (1990) apresentou quando da formulação da sua tese sobre o *Orientalismo*, Snow coloca a culpa nas próprias nações islâmicas, que, por serem nações onde não há liberdade de imprensa, nunca tiveram interesse em se abrir para o restante do mundo. Pode-se apontar dois argumentos contra o posicionamento de Snow. Primeiro, a evidência de que ele iguala todos os países islâmicos e reduz a sua diversidade – e das suas agendas políticas. Um segundo argumento diz respeito ao fato de que ele não esclarece que, nos últimos anos, tem-se formado e consolidado uma mídia árabe que, além de produzir para a maior parte dos países do Oriente Médio, exporta sua programação, através de uma rede de produção informativo-cultural, para comunidades islâmicas de países do Ocidente (NAHDI, 03/04/2003). No caso específico da 2ª. Guerra do Golfo, serviços de informação situados em países árabes, como Al Jazeera, Abu Dhabi TV, Al Arabiya, Al Hayat/LBC e outros, tiveram uma grande participação na cobertura da guerra, muito além da fronteira dos países onde estão situados. Afora isso, os meios de comunicação ocidentais dependiam em grande medida dos serviços de informação árabes para a atualização dos seus programas, sobretudo quando a mídia ocidental passou a ter dificuldades para permanecer no território iraquiano (BIERNATZKI, 2003).

Paul Frosh (25/04/2002) é um dos críticos que se opõem a certas generalizações interpretativas a respeito da cobertura do 11 de Setembro feita pela mídia, sobretudo no tocante à hegemonia da produção dos meios ocidentais. Ele discorda da idéia de que a cobertura do acontecimento pela televisão foi excepcional, assim como foram a escala da sua disseminação e o tamanho e o envolvimento do seu público telespectador. Há mais do que isso, segundo ele, que acredita que o trabalho da televisão não representou nem um padrão de transmissão global nem foi dirigido especificamente para um público globalizado (no sentido de um aglomerado de indivíduos idênticos sentados em frente a um único aparelho de televisão, como se aquela fosse sua única fonte de informação).

Rather, it was the spectacular swansong of broadcast television in an age of multiple specialist channels, subscription services, supra-national and sub-national transmission, fragmented audiences, and new media. There's no question that coverage of the attacks [...] provided a singular demonstration of television's mythical power to create a global audience. An unanticipated occurrence, viewed in real-time by tens of millions of people worldwide, it disturbed the routines of broadcasters and the fixity of television schedules for days²³ (FROSH, 25/04/2002, p.04).

Frosh (op. cit.) avalia a transmissão via televisão aberta como sendo o ponto de partida da maior parte da cobertura dos outros veículos, mas credita à cobertura feita por ela um impacto político mínimo. Em que pese o fato das televisões abertas terem exercido um efeito de agenda em outros meios, Frosh entende que há vários fatores interligados que precisam ser analisados: a fragmentação da audiência, a competição entre os serviços de assinatura e as transmissões abertas, a criação de canais com conteúdo específico, cuja rotina produtiva é totalmente diferente da dos canais abertos, e, finalmente (para Frosh, o mais importante dos fatores), a forma como o público consome os programas de televisão dentro deste ambiente complexo e dinâmico. A respeito do último item, o mesmo autor indica algumas tendências ou fatores: “*the increase in interactivity and channel choice; the declining interest in traditional genres of factual reporting and documentary [...]; the changes in the design, size and visual and acoustic performance of television sets; and the penetration of alternative media (the computer and the internet) into home*”²⁴ (Ibid., p.05).

As observações de Frosh (op. cit.) introduzem vários temas na discussão sobre a atividade midiática durante e após os atentados de 11 de setembro. Em

²³ Ao contrário, [o 11 de Setembro] significou o espetacular ‘canto do cisne’ da televisão aberta numa era de múltiplos canais especializados, de serviços de assinatura, de transmissões supra-nacionais e sub-nacionais, de audiências fragmentadas, e de novos meios. Não há dúvida de que a cobertura dos ataques [...] proporcionou uma singular demonstração do poder da televisão em criar o mito da audiência globalizada. Um acontecimento não antecipado, visto em tempo real por dez milhões de pessoas ao redor do mundo, o 11 de Setembro rompeu com as rotinas dos canais abertos e com a fixidez das agendas televisivas por dias.

²⁴ O aumento da interatividade e da oferta de canais; o declínio do interesse nos gêneros tradicionais de reportagem factual e de documentário [...]; as mudanças no design, tamanho e na performance acústico-visual dos cenários e aparatos televisivos; e a penetração da mídia alternativa (o computador e a internet) em cada casa.

primeiro lugar, a questão da formação de redes de produção de sentidos que resultam, em parte, da convergência tecnológico-midiática, da multiplicação e da fragmentação das audiências (que não implica em que as mesmas não estejam conectadas), das fusões empresariais entre transportadoras de dados e produtoras de conteúdo e da interatividade dos meios com seus públicos.

A outra discussão que decorre das colocações de Frosh, como decorrência do primeiro item apontado, diz respeito à queda do interesse pelos tradicionais gêneros narrativos do jornalismo e por alguns produtos culturais industrializados (pense-se na novidade introduzida pela CNN ao transmitir notícia durante toda sua programação e no quanto isso foi importante para a cobertura ao vivo dos atentados terroristas). Ademais, novos formatos e gêneros aparecem nos meios de comunicação (veja-se, por exemplo, os *reality shows*, que mesclam formatos de diferentes gêneros de produção jornalística e cultural). Mais importante ainda, para a questão de que trata esta tese, é perceber como esses gêneros e formatos se misturam e se fundam. E por fim vale também acrescentar às observações de Frosh a importância que ele concede aos meios alternativos, como a internet e as demais redes de computador, sobretudo no tocante a um tipo de produção cultural-informativa que escapa, em alguns casos, ao controle e à gestão institucionais. Dentro desses meios surgem também formatos novos e gêneros híbridos. São exemplos os *blogs* na internet criados para relatar os acontecimentos da Guerra do Iraque, as anedotas, as charges e os *cartoons* que também circularam na rede e os vídeos e as foto-montagens, em grande parte amadores, que mostraram na internet o lado mais chocante dos atentados de 11 de setembro e das guerras no Afeganistão e no Iraque. Sobretudo no caso dos *blogs*, predominantemente a cobertura dos acontecimentos é feita de maneira não regulada, uma vez que a maior parte da divulgação das informações não foi autorizada pelas fontes oficiais, sejam os governos ou a grande mídia. A cobertura da guerra no Afeganistão e da 2^a. Guerra do Golfo por fontes alternativas de notícia, como vários *sites* e *blogs* na internet, introduz, segundo Biernatzki (2003), uma discussão de fundo sobre a prática jornalística: como os ‘jornalistas não profissionais’ (no sentido de que não trabalham numa empresa e não se submetem

à legislação e às normatizações técnicas do jornalismo tradicional) que atuaram na cobertura das guerras relatam certos acontecimentos para a ‘tradicional comunidade de jornalistas profissionais’? Em outras palavras: como eles têm servido de fonte para aqueles que apuraram as notícias para as grandes agências?

A análise da produção dos meios de comunicação a partir do 11 de Setembro permite perceber que, em certo sentido, houve uma pequena inversão da lógica clássica do mercado de comunicação: muito da cobertura das redes de notícia tradicionais foi aos poucos sendo acrescido de material produzido por não profissionais, muito do que as grandes redes de notícia produziram foi agendado por pequenos veículos e por mídias alternativas. *“Everybody, every viewer, was his own journalist that day. This was absolutely a massive event”*²⁵ – foi assim que Snow (22/11/2003, p.03) se referiu à cobertura do 11 de Setembro pelos diversos veículos de comunicação, enfatizando o caráter global das redes de informação e a diversidade dos componentes das mesmas, mas, também, se contrapondo às reflexões afirmativas sobre a hegemonia das grandes agências de informação e notícia. O fato de todos participarem da cobertura não indica apenas a possibilidade de que muito do que foi reproduzido pelas redes de televisão fez parte de material produzido por não-jornalistas, mas, ainda, aponta para a possibilidade de que esses mesmos discursos se disseminaram mundialmente, caracterizando aquilo que se afirmou como o discurso da onipresença midiática. Talvez essa onipresença seja o resultado – isso, sim – da forma como se estruturam e organizam no mercado de informação certos discursos, pois sendo cada um o seu próprio jornalista, os discursos e imagens transmitidos se reproduziram em diferentes meios e veículos, criando formas diversificadas de produção e diferentes operações de semantização. Por paradoxo, cada um, dessa forma, poderia compor o seu próprio texto informativo sobre o 11 de Setembro, usando fontes diversas que, por sua vez, utilizaram praticamente as mesmas imagens e os mesmos textos. Mais do que pensar que tudo começa na televisão e passa para outros veículos, como disse Frosh (25/04/2002), é preciso considerar a forma como as próprias televisões se serviram do material de outras mídias e,

²⁵ Cada um, todo observador, foi seu próprio jornalista naquele dia. Esse foi absolutamente um evento massivo.

portanto, a forma como se organizam em rede a produção, a distribuição e o consumo desse material informativo. Essa discussão aponta para a formação de um novo sistema de comunicação que se formou nas últimas décadas, com base, sobretudo, nas relações que se estabelecem, em nível global, entre antigos e novos meios de comunicação, entre meios produtores de conteúdo e empresas transportadoras de dados e informações (MICHAEL STRICKLIN, 1999).

Decerto que a produção midiática sobre os acontecimentos em análise só pode ser percebida como parte de um contexto abrangente de produção e consumo de mensagens para um público globalizado e, ao mesmo tempo, regionalizado. De tal forma que a gradual ascendência das mídias árabes a esse mercado só pode ser pensada na esteira das relações que se estabelecem entre o espaço global (técnico-informacional e cultural) e local (com suas singularidades constitutivas). O aparecimento das mídias árabes é fruto de uma mudança estrutural em curso, com o advento da globalização da cultura, das comunicações e da economia, que altera formas de sociabilidade, modifica laços comunitários e reorganiza aspectos identitários. E ao tempo em que esse processo de visibilização das mídias árabes aumenta, alteram-se sobremaneira as relações constitutivas da própria estrutura global do mercado que lhe dá suporte.

É bastante interessante, neste sentido, a observação de Nahdi (03/04/2003, p.04) a respeito da influência da mídia ocidental no público islâmico depois que os meios de comunicação árabe passaram a vender mais a sua programação:

...the vast majority of Muslims [...] are almost totally immune to the western media and, in some parts, hostile. To be honest, there is no basis here for any fight for hearts and minds. Today the western media is increasingly only influential within its own boundaries and among its own people.²⁶

²⁶...a vasta maioria dos islâmicos [...] está quase totalmente imune à mídia ocidental e, em algumas partes, hostil. Para ser honesto, não há fundamento para nenhuma luta por corações e mentes. Atualmente, a mídia ocidental está aumentando sua influência apenas dentro das suas fronteiras e entre o seu povo.

O autor citado relaciona o crescimento da mídia árabe à disseminação das novas tecnologias de produção e transmissão de informação e dados e afirma de forma surpreendente que *“the future belongs to a dynamic, relevant and professional Muslim media produced and based in the west...”*²⁷ (Nahdi, 03/04/2003, p. 07).

No intervalo entre o 11 de Setembro e a 2^a Guerra do Golfo, a presença da mídia árabe no mercado de comunicação e cultura foi marcada por posições diferentes, consoante o contexto de reprodução da sua programação. Para os meios ocidentais, a mídia árabe servia como fonte de notícia sobre os acontecimentos e personagens aos quais os jornalistas das grandes redes ocidentais não tinham acesso direto. Desta forma, ao aproveitar o fato de que a guerra fomentava a produção desse tipo de material, as redes árabes consolidaram uma posição no mercado global que jamais haviam alcançado: vendiam, com vigor ampliado, informação e cultura para o Ocidente. Para os países islâmicos, por outro lado, as redes de informação e os meios produtores de cultura árabe significavam não apenas um local de resistência, mas um espaço onde o Oriente podia ser visto pelo Ocidente a partir de suas próprias vozes, diga-se de passagem, bastante afeitas ao modo ocidental de produção jornalística e cultural.

Se logo após os atentados a identidade de árabes foi genericamente relacionada aos grupos terroristas, é com o desenrolar dos acontecimentos que se montam também, por parte dos meios de comunicação de países do Oriente Médio, as estratégias para defesa dos valores islâmicos e para a crítica contumaz aos Estados Unidos, resvalando, muitas vezes, num tipo de atitude e de sentimento antiamericano que já há algum tempo tem se constituído num elemento cultural de grande parte dos países islâmicos e que se espalhou também para outros territórios de produção cultural (ou passou a ser neles notado).

A divulgação das fitas gravadas pela Al Qaeda e pelos Talibãs e das imagens geradas pelo Governo iraquiano ou pelas redes de informação árabes tem uma justificativa: manter abastecido de novos fatos o público consumidor e,

²⁷ O futuro pertence a uma dinâmica, relevante e profissional mídia muçulmana produzida e situada no Ocidente...

portanto, gerar notícias para o mercado de informação global. Assim, a intenção do governo americano em definir o inimigo comum das potências ocidentais e legitimar as intervenções bélicas assumidas após os atentados, tudo isso respaldado pelas campanhas de propaganda, levou à consolidação, no mercado global, das redes árabes, uma vez que as demandas por novos fatos, por depoimentos e entrevistas exclusivas dos autores dos atentados (apontados pela própria mídia americana) e dos personagens principais dos conflitos bélicos passaram a ocupar as grandes redes de notícia. O acesso às redes terroristas e aos Talibãs, durante a invasão do Afeganistão, era exclusividade da rede Al Jazeera, o que a tornou um personagem de extrema importância no cenário mundial de produção televisiva e noticiosa. Aos poucos, a Al Jazeera foi assumindo a consciência da sua posição no mercado: “...eu perguntei a Mohammed Jasim al-Ali, diretor administrativo da al-Jazeera, o que estava por trás da decisão de transmitir a mensagem em vídeo de Osama Bin Laden após o 11 de Setembro: ‘nós fizemos o que qualquer estação de televisão decente teria feito. Foi um furo e nossa preocupação foi trazer equilíbrio ao debate’” (NAHDI, 03/04/2003, p.05). A declaração demonstra que os diretores da Al Jazeera entenderam perfeitamente como é regulado o mercado de informação e cultura, tendo consciência dos valores-notícia que preenchem as demandas por divulgação de certos acontecimentos. Por outro lado, se assim o fizeram, é porque contaram com a anuência tácita de Bin Laden e dos Talibãs, que aprenderam a se mover dentro desse cenário, distribuindo novas gravações e depoimentos em momentos estratégicos e pautando os demais meios de comunicação, sobretudo os dos países ocidentais, que dependiam em parte do material veiculado pela Al Jazeera. Para tanto, cumpriam papel extremamente importante as fitas contendo gravações de Bin Laden e dos Talibãs, logo após os atentados de 11 de setembro e a invasão ao Afeganistão, respectivamente, e as aparições públicas de Saddam Hussein e do Ministro da Informação do Iraque, Mohamed Saeed Al Sahaf, durante a 2^a. Guerra do Golfo. Ao tempo em que esses personagens apareciam nos jornais noticiosos, como efeito da gravação e distribuição de imagens e discursos de membros da Al Qaeda, dos Talibãs e do governo do Iraque, a indústria cultural, no ramo dos brinquedos, da moda, do livro e de outros, se apropriava dos traços mais

característicos dos mesmos e dos temas aos quais se associavam para lançar uma imensa quantidade de produtos no mercado.

A entrada da rede Al Jazeera no cenário de produção informativa mundial alterou algumas das rotinas de produção do material jornalístico e propagandístico americano, além de servir de reforço para a construção de uma identidade muçulmana, como já foi explicitado. Amanat (2002) afirma que o material divulgado pela Al Jazeera está carregado de símbolos da resistência islâmica contra os regimes ocidentais. Isso pode ser entendido em função de condições históricas concretas, em que a dominação ocidental sobre países islâmicos fomentou a formação de um imaginário social com elementos antiamericanos, anti-sionistas e antiocidentais e ainda em face das frustrações materiais a que são submetidas, sobretudo, as camadas médias urbanas do Oriente Médio (AMANAT, op. cit.; HAMMOND, 2003). Neste ambiente, o islã constitui um espaço de reconforto espiritual, onde a mesquita termina por funcionar como fórum político.

O interesse dos Estados Unidos em restringir o livre fluxo de informação no Oriente Médio tem relação com o fato de que muitas manifestações contrárias aos regimes ‘subservientes à América’ são fomentadas nos veículos de comunicação. Muitos países, inclusive, ainda mantêm irrestrito controle desses veículos. Segundo Noam Chomsky (2002, p.134-135), ao comentar a cobertura televisiva durante a invasão do Afeganistão, a televisão Al Jazeera “é a única fonte que não sofre censura e que transmite um enorme volume de importantes notícias, além de debates ao vivo e uma exposição ampla de opiniões [...] O Al Jazeera é a única organização de notícias internacional a manter repórteres na parte do Afeganistão controlada pelos Talibãs.” Ao analisar, nestes termos, a produção da Al Jazeera durante os conflitos no Afeganistão, Chomsky não percebe – ou pelos menos não menciona – os fatores que de alguma forma condicionam a cobertura da Al Jazeera. Acreditar que a rede não sofre pressões e é quase absolutamente democrática parece um exagero, uma ingenuidade ou uma defesa intransigente de uma posição política. O próprio Chomsky (2002) afirma, aliás, que, não só os Estados Unidos, mas grande parte dos países ocidentais já se sentiu agredida pela cobertura noticiosa da Al Jazeera. Para esses países, a rede

produz notícias de forma um tanto desleal na medida em que há uma cumplicidade entre ela e certas fontes de informação, como a Al Qaeda e os Talibãs

Fino (2003) acredita que a participação dos meios de comunicação numa campanha de guerra, apesar da sua importância, está atrelada a interesses discordantes, muitos dos quais desafiando diretrizes institucionais. Ele qualifica o jornalismo de guerra como o ‘quinto elemento’. Para ele, é preciso reconhecer que, durante uma guerra, se evidencia mais ainda a relação que o jornalismo sempre mantém com o poder político-institucional, na medida em que surgem restrições, imposições e pressões ao trabalho desenvolvido pelos meios de comunicação e, sobretudo, pelos seus correspondentes no campo de batalha. Ao comentar a atuação dos jornalistas de guerra nos conflitos do Iraque, em 2003, José Alberto dos Santos (2003, p.29) afirma que “...os membros da ‘comunidade da mídia’ têm a percepção de existirem permanentes e vigorosas ‘operações de informação’, levadas a efeito pelos diversos atores em conflito.” Cita, por exemplo, as limitações por razões de segurança, os constrangimentos burocráticos e logísticos, os limites de liberdade de ação, a infiltração dos jornalistas nas forças armadas e, sobretudo, as constantes pressões das redações sobre os correspondentes de guerra para obterem notícias e informações. Talvez isso justifique o fato de que muitos governos ‘fazem vista grossa’ para o poder que a mídia alcança ao fazer a cobertura de uma guerra. Enfrentando uma situação ambígua em que, de um lado, necessitam da produção midiática para afirmar o ‘marketing de guerra’ e, de outro, não conseguem impedir a divulgação de notícias que não reforçam seus interesses estratégicos, os governos e as forças armadas acabam correndo o risco de encontrarem na mídia não apenas um aliado, mas um ator social capaz de seguir, com relativa independência e grande efeito, os valores intrínsecos à sua atividade profissional.

4 MERCADO CULTURAL E POLÍTICAS DE IDENTIDADE

O aumento da oferta global de produtos sobre a cultura e a história árabes demonstra a capacidade das forças de mercado, tanto em termos de produção quanto de consumo, de suplantarem as fronteiras nacionais. Essa vasta rede de produção e consumo que recobre praticamente todo o globo produz também efeitos ideológicos e contribui, efetivamente, para o processamento de novas formas de sociabilidade e de experiência e, por conseguinte, de novas identidades. Como diz Barber (2003, p.55) “não há atividade mais globalizadora do que o comércio, ideologia menos interessada em nações do que o capitalismo, nem desafio às fronteiras mais audacioso do que o mercado”. Para esse autor, as identidades podem ser reforçadas pelo mercado global, tanto no tocante ao acesso e ao consumo dos bens produzidos em escala global, quanto com relação ao fortalecimento dos laços de resistência a esse mesmo consumo por parte de grupos excluídos do processo de sua produção. Se o consumo dos bens culturais pode auxiliar na construção da identidade, isso, no entanto, “...é apenas uma pequena fração da identidade total de uma pessoa, que também engloba dimensões étnicas e nacionais que podem ser rivais e mesmo antagônicas à identidade de mercado” (Ibid., p.63).

O comentário de Barber dá margens para que se pense a ‘identidade total’, como a denomina o próprio autor, como uma soma, um conjunto de ‘pequenas outras identidades’ que se superpõem e entrecruzam. Em certos casos, o sujeito pode acionar apenas uma dessas partes, o que torna a identidade uma escolha suscetível a momentos e contextos históricos específicos, além de demonstrar sua fluidez e seu caráter renovável. Nas palavras de Baumann (2001), é como se cada pessoa participasse, de uma só vez, de uma cultura nacional, de uma cultura étnica, de uma cultura religiosa e de uma cultura associada a uma região ou cidade, a uma língua comum e uma categoria social. É o que ele chama de ‘divisões entrecruzadas’, ou seja, as trocas constantes entre distintas divisões

culturais.²⁸ Para Martin-Barbero (1988), a ampliação do ‘leque de opções’ para construção da identidade tem a ver com a emergência e a afirmação de novos sujeitos sociais – ligados à etnia, à religião, ao sexo, à faixa etária etc – e a percepção de dimensões inéditas de temporalidades e de espaços em que se desenvolvem os conflitos sociais.

O mercado seria, neste caso particular, um espaço de expansão das redes sociais e das esferas de conflitos, em que se expressa e constrói um tipo específico de identidade, a de consumidor. Como, no entanto, consumir é um ato simbólico, a identidade de mercado ou de consumo revela potentes instrumentos para que, durante esse ato, sejam reforçadas, pelo cruzamento e pela troca, outras identidades parciais. A respeito disso, Garcia-Canclini (2001) procura deixar claro que, atualmente: 1) o mercado reorganiza a produção e o consumo culturais; 2) o senso de pertencimento e de identidade é construído em grande medida pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores; 3) os cenários informacionais e comunicacionais difundem os símbolos globais e renovam as identidades através da participação no consumo.

Conforme Garcia-Canclini (op. cit.), multiculturalidade e globalização são temas indissociáveis, porque o segundo não é apenas um simples processo de homogeneização cultural, mas representa uma reorganização e um reordenamento das diferenças e desigualdades sem que, no entanto, seja necessário suprimi-las. Essa também é a idéia central abordada por Manuel Castells em seu livro *O Poder da Identidade* (2001), em que uma nova estrutura social é apresentada como sendo o resultado da relação fundamental entre o instrumentalismo universal abstrato e as identidades particularistas historicamente consolidadas.

Assim, no nível dos processos econômicos, políticos e culturais do mundo contemporâneo, a análise da produção informativo-cultural retrata a crise de relações culturais dentro de certos espaços geográficos. Tornam-se evidentes os

²⁸ Baumann (2001) usa um exemplo interessante para explicar o caráter multidimensional da identidade: um afro-americano muçulmano se comportará e pensará como um norte-americano, como um negro norte-americano ou como um muçulmano?

conflitos culturais do mundo globalizado, no qual as noções clássicas de território e de fronteira têm que conviver com a idéia de um novo espaço atravessado por fluxos informativos e culturais. Neste sentido, a questão da desterritorialização diz respeito, muito mais, ao fato de que, dentro de um mesmo espaço – geográfico ou de fluxos, num tempo real ou simulado – podem coexistir elementos culturais diversos. Tal fenômeno está ligado, sobremaneira, à evidência da formação de realidades multiculturais em várias partes do globo, com a proliferação de guetos e grupos e o fortalecimento de laços étnicos que valorizam cada vez mais aspectos comunitários, como que num retorno a práticas culturais e a experiências sociais de períodos históricos anteriores, e com a socialização em escala planetária, via tecnologia de informação e informática, de objetos e formas culturais de amplo reconhecimento imagético, que faz com que grupos semelhantes, em lugares diferentes, compartilhem experiências culturais comuns. Esse efeito duplo – de segmentação de grupos culturais diversos e de formação de um universo simbólico reconhecido em escala planetária – tem gerado um processo de redesenho cultural e social em várias partes do globo e tem sugerido uma nova forma de pensar a construção das identidades culturais na sua relação com o mercado global de bens de cultura. Como diz Teresinha Queiroz (2001), é preciso pensar que, atualmente, a identidade resulta da confluência entre processos microscópicos, atinentes à vida de grupos cada vez mais recortados do tecido social, e uma homogeneidade social que se amplia na medida da apropriação universal de um certo padrão tecnológico. Trata-se, pois, de uma nova configuração cultural, de uma rearticulação das identidades a partir também de uma racionalidade tecnológica, como pensa Martin-Barbero (1988).

Neste sentido, a visibilidade conferida aos produtos culturais de países de maioria islâmica, no intervalo dos ataques de 11 de setembro à 2^a. Guerra do Golfo, através de inúmeras produções midiáticas e culturais, decorre de uma necessidade de re-atualização de certos produtos compatíveis com a lógica ocidental de produção e consumo. Isso quer dizer que o consumo de produtos culturais não depende apenas de fatores políticos, pois uma vez que o consumo passa a ser entendido como resultado de demandas simbólicas, ele terá relação

com a capacidade que o(s) mercado(s) tem de interagir com os elementos que compõem o imaginário social, para motivação e ampliação desse consumo. No caso específico da produção cultural após o 11 de Setembro, é importante perceber não apenas a forma como as identidades tanto de ‘orientais’ quanto de ‘ocidentais’ foram construídas nos diversos territórios culturais, como ainda em que medida essa produção cultural transcendeu os espaços em que habitualmente já eram produzidos os significados culturais geradores de um tipo de identidade, para se alocar também em outras zonas de produção cultural. Tornou-se cada vez mais clara a apropriação de métodos ‘ocidentais’ de produção e comercialização cultural para a composição de novos cenários de conflitos e de luta ideológica, bem como a retomada da migração de conteúdos de culturas diferentes para um mesmo mercado global, por certo como forma de garantir o consumo dos produtos a despeito das diferenças regionais e do apagamento das fronteiras nacionais, operações tão caras ao mercado global de bens e serviços.

Paradoxalmente, no entanto, quanto mais o mercado se globaliza, apagando as fronteiras nacionais, mais ele fomenta as forças regionais que se opõem ao processo de integração total e incondicional à globalização. Nesse aspecto específico se constituem muitos dos movimentos de construção, valorização e defesa da identidade, seja ela de origem étnica, nacional, racial ou de outra ordem, inclusive, em alguns casos, com forte apelo fundamentalista. É a forma de resistir à inserção no mercado global encontrada por certos grupos. Adverte, entretanto, Stuart Hall (2001) para o perigo de considerar a resistência à dominação cultural como uma sucessão de vitórias alcançadas pelos grupos marginalizados:

A hegemonia cultural nunca diz respeito à vitória pura ou à dominação (não é o que o termo significa); não é nunca um jogo cultural de inversões; é sempre sobre o mutável balanço do poder nas relações de cultura; trata-se sempre de mudança nas disposições e configurações do poder cultural das quais não se pode fugir (Ibid., p.150-151).

Ademais, como apregoam David Held e Anthony McGrew (2001), a globalização não pode ser entendida como uma simples projeção da modernidade ocidental por todo o globo, nem como um padrão fixo ou pré-determinado de desenvolvimento histórico. No tocante à questão da cultura, os autores afirmam que:

...embora os novos sistemas de comunicação possam dar acesso a similares distantes, eles também geram uma consciência da diferença, ou seja, da incrível diversidade dos estilos de vida e das orientações de valor (ver Gilroy, 1987; Robins, 1991; Massey e Jess, 1995). Conquanto essa consciência possa favorecer a compreensão cultural, muitas vezes ela leva a uma acentuação do que é característico e idiossincrático, fragmentando ainda mais a vida cultural. A consciência do ‘outro’ não garante, em absoluto, a concordância intersubjetiva, como mostrou com extrema clareza o caso de Salman Rushdie [no Irã, os líderes religiosos lançaram uma sentença, uma *fatwa*, em que determinavam a morte do autor indiano por ofensas ao livro sagrado do islamismo] (ver Parekh, 1989). Além disso, embora as novas indústrias da comunicação possam gerar uma linguagem própria e um determinado conjunto de valores e padrões de consumo, elas enfrentam uma multiplicidade de línguas e discursos através dos quais as pessoas dão sentido a sua vida e sua cultura (J.B. Thompson, 1990, p.313 e segs.) (Ibid., p.42).

A mesma proposta analítica parece nortear o pensamento de Gray (2003). Para ele, existe uma quantidade enorme de formas de adaptação dos países à modernidade e ao capital globalizado, o que quer dizer também que existem diferentes formas de adesão e de resistência a esse sistema.²⁹ O capitalismo, segundo Gray, cresce em muitas variedades, porque não é uma forma isolada de vida social, mas ao contrário, depende de tradições nacionais, de crenças religiosas, de relações familiares etc. “Há muitos híbridos. Ao se modernizarem, as variedades de capitalismo não se tornarão parecidas. Vão renovar-se de modo

²⁹ Cabe aqui um adendo: também o socialismo foi adaptado a alguns contextos conforme o modelo seguido durante a sua inserção e, sobretudo, obedecendo às características regionais, com as quais interagiu para formar novos cenários políticos, econômicos, sociais e culturais. Observe-se, por exemplo, a forma como, após a Segunda Guerra Mundial, na fase de descolonização e de emancipação do mundo árabe, o socialismo foi adotado em alguns países islâmicos juntando-se a um profundo sentimento nacionalista e adaptando-se a certos rigores do pensamento, da cultura e da religião islâmicos.

diferente. Nenhum sistema econômico é perfeitamente adaptado às condições variáveis do mundo moderno” (GRAY, 2003, p. 71).

Apesar da validade da argumentação de Gray, é preciso considerar que, mesmo com diferenças em contextos diversos, o capitalismo apresenta características comuns que hoje se espriam globalmente. Por certo, é da mistura entre a universalidade do capitalismo e sua capacidade de adequar-se às características de certas regiões que se constitui sua grande força. Barber (2003) enumera vários exemplos de como esse sistema adapta a sua produção simbólica às características de uma certa região. E, mais ainda, casos em que se percebe o fortalecimento e a valorização de um único elemento cultural num contexto em que proliferam ambientes multiculturais não são poucos. O multiculturalismo não resolveu os problemas de afirmação identitária. O convívio entre elementos culturais diversos em ambientes ditos multiculturais não está isento de encaixar-se numa lógica de poder. Há, sim, nesta idéia de um multiculturalismo integrador que resolveria os problemas de distribuição de poder entre grupos, uma tentativa de encobrir as desigualdades e as distorções na aquisição do poder simbólico, na afirmação da identidade e na gestão das diferenças. É por isso que os movimentos de afirmação de grupos excluídos da distribuição do poder simbólico acontecem com mais frequência em contextos atravessados por fluxos informativos e culturais diversificados, caracterizados pela presença de símbolos globais que tendem a rivalizar com as tradições locais. Essa é, segundo Barber (op. cit.), a dialética do mundo global: o entendimento das diferenças radicais que distinguem o globalismo do tribalismo, mas também das razões que os tornam cúmplices de um mesmo contexto, a aceitação das razões que tornam clara sua poderosa e paradoxal interdependência.

Como, sob certo aspecto, o caráter dinâmico da cultura corresponde a um jogo de enfrentamento e conflito entre grupos sociais distintos, que se apropriam dos elementos surgidos das transformações econômicas e tecnológicas, muitas vezes novos e velhos elementos culturais entram em processo de choque, de contágio e de contaminação, alguns resistindo, outros, transmutando-se. Assim, tradições culturais de momentos históricos não coincidentes podem se coadunar.

Isso tudo tem a ver com o processo de formação da identidade cultural, que se dá na medida em que se moldam novas formas de experiência social, muitas das quais ligadas a antigas estratégias de produção e consumo dos bens culturais. Essa mudança histórica da experiência resulta das maneiras diferenciadas de apropriação de objetos culturais, apropriação esta que se torna mais complexa quanto mais diversificadas – do ponto de vista dos seus grupos constitutivos – forem as sociedades e mais diversificados os fluxos simbólicos e informativos aos quais as mesmas forem submetidas.

Estados e nações que tentaram construir uma identidade ou um senso de pertencimento cultural mais amplo o fizeram com base numa política de cultura definida em âmbito institucional, muitas vezes prescindindo da percepção da dinâmica de formação da sociedade e da participação ativa dos diversos grupos que a compõem. É como diz Martin-Barbero (1988), alertando para o paradoxo da constituição das nações: as massas populares foram constituídas em sujeito social a partir da idéia de nação, com a criação de uma cultura nacional e de um sentimento nacional, mas isso também representou o apagamento das pluralidades e das diferenças. Martin-Barbero (1997, p.43) ainda critica o fato de que, em algumas partes do globo, como na América Latina – e isso vale também para os países árabes –, as políticas culturais foram pensadas em função da necessidade de legitimação do Estado-Nação, o que “... significou a permanente substituição do povo pelo Estado e o protagonismo deste em detrimento da sociedade civil.” Foi esse mecanismo que, segundo o autor, gerou uma “crise disfarçada pelos populismos e desenvolvimentismos, mas operando na medida em que as nações se fizeram não assumindo as diferenças e sim subordinando-as a um Estado que, mais que integrar, soube centralizar” (Ibid., p.43). Ele critica a atuação do Estado ao destacar sua vocação populista quando do trato com as identidades culturais. Para Martin-Barbero (1988), a prática que converte inúmeras identidades à categoria genérica de ‘o popular’ revela, no fundo, sua vocação estatal ao associar a continuidade da ‘cultura nacional’ à preservação do Estado, que em tese é o guardião da pureza, da tradição e da autenticidade cultural que só são visualizadas nas tradições e manifestações populares.

Baumann (2001) sublinha que, do ponto de vista ideológico, o Estado-Nação, para constituir-se no Ocidente, teve que superar os limites da etnicidade de seus cidadãos, convertendo a nação numa superetnia.³⁰ Ao longo do século XX, no entanto, as transformações ocorreram: *“El Estado-nación de Occidente ha invertido todas sus credenciales multiculturales en presentarse a si mismo como el mayor centro comercial de todos, un desinteresado proveedor pos-étnico de servicios económicos para todo el mundo”*³¹ (Ibid., p.50).

Desde as últimas décadas, no entanto, face à liberalização dos mercados em nível mundial e ao conseqüente fortalecimento do processo de globalização econômica, a lógica do mercado de bens simbólicos tem assumido cada vez mais contornos empresariais, como se empresas passassem a ser responsáveis pela gestão da cultura, antes sob responsabilidade do poder público. Com a crise do modelo moderno de nação, o Estado deixou de representar o pacto social assumido pelo ideário nacional e, pelo menos no que concerne às políticas culturais, pouco evoluiu no sentido de ultrapassar uma visão patrimonialista, deixando a busca da inovação cultural a cargo de empresas privadas (MARTIN-BARBERO, 1988). Além da ubiqüidade das tecnologias midiáticas e de produção cultural e da presença de grandes corporações em quase todos os recantos do globo, distribuindo símbolos e consolidando suas marcas, hoje, em muitos casos, é através do terceiro setor que algumas empresas transnacionais apóiam e subsidiam a execução de programas e a realização de eventos culturais em várias regiões, face à incapacidade financeira dos poderes constituídos. As políticas culturais desenvolvidas por elas exploram de forma rentável a diferença e a diversidade cultural, apresentando-as muitas vezes de maneira folclorizada.

³⁰ É bastante pertinente a análise de Baumann sobre a identidade nacional americana: “o híbrido multiétnico de muitos cidadãos norte-americanos serviu para defender um consenso de identidade nacional baseado em uma neoetnia compartilhada. Se a linhagem de cada um fora mista, então a identidade atual de todos seria a mesma: superetnicamente norte-americanos.” (BAUMANN, 2001, p.52) E o que dizer do movimento de pan-arabismo, que tentou integrar várias nações e povos islâmicos a uma identidade árabe comum? Muitos povos não-árabes, do ponto de vista étnico, são chamados de – e se consideram – árabes tão somente pelo fato de falarem a língua árabe e/ou praticarem o islamismo.

³¹ O Estado-Nação do ocidente tem invertido todas as suas credenciais multiculturais ao apresentar-se a si mesmo como o maior centro comercial de todos, um desinteressado provedor pós-étnico de serviços econômicos para todo o mundo.

Não obstante a tentativa de conferir um caráter essencialista e uma certa pureza a algumas manifestações culturais, a folclorização favorece uma redescoberta do popular e uma re-significação das práticas políticas pela emergência de grupos e atores sociais novos. Martin-Barbero (1988) acredita que a valorização das ‘práticas culturais populares’ estimula a diversificação da produção e do consumo culturais, e isso, por conseguinte, provoca a rearticulação da sociedade civil, a afirmação do sentido social dos conflitos bem além da sua formulação política e o reconhecimento de experiências coletivas não enquadradas em formas político-partidárias.

Como explica Eliseo Verón (1998, p.229), a esfera política sempre foi um lugar de construção de coletivos identitários associados à gestão de longo prazo, mas, nas últimas décadas, “...*la transformación de las economías nacionales contribuyó en gran medida a debilitar el poder del sistema político para ‘producir colectividades identificantes’ adaptadas a la nueva situación.*”³² Assim, segundo o autor, a esfera dos meios de comunicação, lugar de construção de coletivos associados no curto prazo, ligada ao imaginário do cotidiano e dos comportamentos de consumo, passou a exercer um papel importante na elaboração e administração das identidades coletivas.

Neste sentido, pode-se entender o processo de formação das identidades culturais como uma negociação de ordem simbólica, inscrita em movimentos históricos que se perpassam, se coadunam, se mesclam. Muitas vezes, a construção das identidades faz parte de estratégias de grupos que visam à formação de blocos administrativos e geopolíticos ou de um mecanismo cultural de resistência a uma dominação política, étnica ou de outra ordem, tudo isso refletido na dinâmica cultural, onde, segundo Martin-Barbero (1987, p. 249-250):

Coexisten productos heterogéneos, unos que corresponden a la lógica del arbitrario cultural dominante y outro a demandas simbólicas que vienen del espacio cultural dominado[...] lo que pasa en el mercado simbólico remite no sólo a lo que tiene que ver con la lógica de los intereses de la clase dominante, sino

³² ...a transformação das economias nacionais contribuiu em grande medida para debilitar o poder do sistema político para ‘produzir colectividades identificantes’ adaptadas à nova situação.

también a la dinámica y la complejidad del universo de los dominados.³³

Assim, aquilo que parece simples – a análise do jogo de enfrentamento cultural entre grupos – revela uma operação bastante complexa e sofisticada, na medida em que a grande diferenciação social aponta para zonas de conflito cultural extremamente difíceis de serem mapeadas, por que os grupos podem alternar-se e constituir interesses divergentes, a depender da situação em que se encontram. Desta forma, não existe uma disputa de forças dividida de forma binária. Numa sociedade não apenas formada por classes sociais, mas por diferenças de ordem étnica, de gênero, de cor etc, talvez esse o ponto de ultrapassagem do marxismo ortodoxo proposto pelos Estudos Culturais, é cada vez mais freqüente a percepção dos interesses comuns de membros que se encaixam em diferentes classificações. Também se percebe que membros classificados em apenas uma dessas categorias podem ter interesses diferentes. Ademais, ao fim da identidade de classe proposto por esse tipo de visão, veio somar-se, nos últimos anos, a idéia da identidade de consumidor, que, na retórica dos mercados globais, procura apagar quaisquer diferenças individuais e grupais para inscrever todos na genérica categoria do consumo. Conforme essa proposta de mercado, a civilização que desponta no horizonte tem uma identidade fixa ligada ao consumo – e é apenas uma questão de tempo a integração de todos a essa lógica, cujos valores devam ser universais.³⁴

³³ coexistem produtos heterogêneos, uns que correspondem à lógica cultural arbitrária dominante e outros a demandas simbólicas que vem do espaço cultural dominado.[...] o que passa no mercado simbólico remete não apenas ao que tem a ver com a lógica ou interesses da classe dominante, mas também à dinâmica e complexidade do universo dos dominados.

³⁴ Os críticos dessa proposta argumentam, por outro lado, que não é porque uma civilização se tornou mundial que ela deva ser universal. Consultar, por exemplo, Francis Jacques (2002), que afirma que o que impede a globalização de ser universal é o fato de que ela não concerne em direito à espécie humana. Ele também argumenta que um maior número de interações não engendra necessariamente uma cultura mundial comum. Assim, o que o Ocidente julga universal é apenas o que vem do Ocidente.

4.1 Choque de Civilizações ou Híbridismo Cultural?

Muito se falou sobre a identidade de árabes e americanos após o dia 11 de setembro de 2001. Não há como medir o impacto desse acontecimento na produção cultural sobre as identidades desses e outros grupos, mas, como já foi apontado em capítulos anteriores, pode-se dizer que ele gerou um grande número de informações, produtos, dados e mensagens veiculados numa escala de tempo bastante reduzida. Recontaram-se mitos, histórias foram revividas, discussões acadêmicas foram revigoradas. Como pano de fundo, o estágio das relações culturais no mundo globalizado. Conforme já discutido, para alguns, como Huntington (1997), tais relações expressam um choque de civilizações, entendidas como supersistemas fechados de identidades culturais com base nas religiões. Outros, a exemplo de Bhabha (2002), Barber (2003) e Kellner (2003), preferem falar de uma ruptura interna em cada civilização, aludindo para a troca e o intercâmbio dos seus elementos. Toda essa discussão reacendeu o debate sobre as dinâmicas e o papel das indústrias culturais nacionais, internacionais e transnacionais e das tecnologias de informação e comunicação na produção simbólica da identidade/alteridade.

O fato de as identidades de árabes e americanos terem sido amplamente representadas na produção informativa e cultural, após o 11 de Setembro de 2001, é usualmente relacionado a duas constatações: 1) os terroristas autores dos atentados eram islâmicos; 2) os americanos foram atingidos dentro do seu país. Esses dois itens – mas não apenas eles, é claro – fornecem elementos e/ou associações básicas para a construção social de sentidos sobre a identidade de árabes e americanos. O que vem depois daquela data – as guerras do Afeganistão e do Iraque – está em parte condicionado por essa espécie de ‘regime de verdade’, na acepção de Foucault (1972; 1980)³⁵, que se constitui em função da crença de

³⁵ Foucault (op. cit.) explica que o conceito de regime de verdade está ligado aos tipos de discursos que são aceitos numa dada formação social e que permitem distinguir as declarações ‘verdadeiras’ das ‘falsas’.

que: 1) árabes são terroristas; 2) americanos são vulneráveis, apesar de poderosos. Isso não quer dizer que representações já alocadas no imaginário não possam ter sido mescladas a esses fatos, ou que, talvez, as constatações geradas pelos mesmos não existissem na forma de suposições ou com base em outros fatos de natureza similar. Do contrário, isso significaria uma negação da própria história de constituição de certas práticas e formações discursivas. Por isso, é importante entender, em primeiro lugar, como o acontecimento de 11 de setembro foi representado e que tipo de pressão ou influência ele passou a exercer para que certas construções identitárias fossem repensadas, redefinidas ou simplesmente corroboradas. E, principalmente, em que sentido o 11 de Setembro se relaciona com uma política de identidade e com algumas teorias da identidade cultural, cujas premissas vão desde a constituição de matrizes culturais isoladas e fechadas até a idéia de uma mistura e troca permanente entre essas mesmas matrizes.

Neste sentido, pode-se dizer que prevaleceram duas interpretações não-coincidentes sobre o 11 de Setembro: 1) seria o atentado de 11 de setembro de 2001 a repetição de um padrão histórico, cultural (FERRO, 2003)? 2) ou poderia significar, também, um acontecimento traumático a preconizar um recomeço do tempo, uma ruptura cronológica a instaurar uma nova forma de narrar a história, um marco histórico, prenúncio do fim de uma era (LEWIS GADDIS, 2001; MARC AUGÉ, 2002)? Uma frase consensual, no entanto, sobressaiu-se em quase todos os veículos de comunicação: o mundo nunca mais será o mesmo após o 11 de Setembro³⁶. Foi essa a grande máxima utilizada pelos meios de comunicação para expressar a mudança qualitativa em que incorrera a humanidade após aquela data. Mas, afinal, o que se quer dizer com isso?

Slavoj Žižek (2003), acentuando o caráter político de um acontecimento de tal magnitude, questiona:

Então, o que dizer da frase que reverbera por toda parte: ‘nada será como antes, depois do 11 de setembro?’ Significativamente, essa frase nunca é elaborada – é apenas um

³⁶ A título de exemplo, vejam-se as capas e títulos das edições 1732 e 1768 da revista *Veja* (*A Reinvenção do Mundo* e *O Mundo Nunca mais foi o Mesmo*, respectivamente).

gesto vazio de dizer uma coisa ‘profunda’ sem realmente saber o que se quer dizer. [...] E se nada epocal aconteceu no dia 11 de setembro? E se – como parece demonstrar a exibição maciça de patriotismo americano – a experiência traumática do 11 de setembro serviu apenas como um artifício para a ideologia americana ‘retornar ao básico’, reafirmar suas coordenadas ideológicas básicas contra a tentação anti-globalista e outras tentações críticas? (ZIZEK, 2003, p.63)

Destarte, percebe-se em grande parte das análises sobre o 11 de Setembro e os eventos que o sucedem, de maneira implícita, uma teoria do tempo e da história: para alguns, uma ruptura; para outros, continuidade e permanência. Se alguns intelectuais ainda estão com um pé fincado na racionalidade histórica moderna, outros procuram dar um passo maior e tentam repensar – e até romper com – os paradigmas modernos, denominados por Garcia-Canclini (2001) de ‘narrativas onicompreensivas’, que organizavam de maneira compacta a experiência do social e da história. Aqueles que pensam ser possível entender o 11 de Setembro como um acontecimento fundador de uma era ou de um processo, acreditam que a partir dali o mundo não seria mais o mesmo. O mundo perdeu sua identidade com o 11 de Setembro. O mundo tornou-se ‘outro’.

É evidente que esta teoria da história está muito próxima de uma teoria da cultura em que a identidade é formada por uma essência (em tese, não se pode perder aquela essência, porque, assim, assume-se outra identidade) e, portanto, comunga com o ideário moderno das grandes narrativas. Talvez a perda das metanarrativas de matriz teleológica é que inspire a busca de muitos pesquisadores por encontrar ‘o grande acontecimento’ que libertaria a humanidade do criticado *non-sense* pós-moderno, por sua vez marcado pela disseminação do sentido, pela dispersão dos signos e pela dificuldade em estabelecer códigos estáveis e compartilhados, conforme Garcia-Canclini (op. cit.). Esse acontecimento, que numa tal retomada do Positivismo Clássico deveria ser parte da história, se torna maior do que a própria história na medida em que ele é alçado ao lugar de única fonte geradora de sentido: o 11 de Setembro, justamente o acontecimento que desafia os códigos estáveis que produzem o sentido da história, torna-se o evento instaurador de uma nova ordem simbólica – e cultural. Do

mesmo modo que a queda do muro de Berlim representava, simbolicamente, o ‘momento’ do Fim da História, a queda das torres gêmeas funciona, em grande medida, como ‘o momento’ simbólico do reinício da História.

É por isso que, para alguns pensadores, a extensão dos processos históricos que convergem para o 11 de Setembro, ou que dali se originam, é bem mais ampla do que as interpretações pontuais sobre o mesmo procuram fazer crer. Em quase dois anos, pelo menos mais dois grandes eventos se aglutinaram em torno do 11 de Setembro: a invasão do Afeganistão e a 2ª Guerra do Golfo. Ambos trazem, assim como o acontecimento que os antecede, o signo de processos econômicos, políticos e culturais que há muito vinham se constituindo e que foram responsáveis por uma remodelagem das principais relações – entre países, entre blocos comerciais, entre culturas, entre identidades – que construíam a experiência moderna do mundo. O recurso da nomenclatura dos acontecimentos pode ser aqui evocado para apontar os processos históricos de que se trata. Não por coincidência, alguns são designados exatamente pelo prefixo *des*, como que a sugerir uma passagem de uma época a outra: descolonização de regiões do globo; desnacionalização com a crise de um modelo de Estado-nação; descentralização do sujeito; desrealização e virtualização; crise das meta-narrativas e da ideologia; fim da bipolaridade da guerra fria; expansão do capitalismo global; hibridismo cultural; ampliação da sociedade em rede, da informação e do consumo; crise de identidade de toda sorte: individual, social, cultural, étnica, nacional.

Esse novo ambiente histórico possui, no entanto, uma ambiguidade constitutiva: se, de um lado, há a afirmação cada vez mais crescente do Ocidente, do outro, explodem os discursos que negam essa afirmatividade e se opõem a ela. Assim, se o capitalismo (em sua versão liberal mais recente) se torna o sistema global, promovendo a difusão dos valores e estilos de vida ocidentais, também em cada região do globo proliferam as micro-narrativas e a promoção de identidades grupais cada vez mais segmentadas, numa valorização do território/local em que os grupos atuam e se distinguem dos demais. A nação, para a qual convergem aspectos do sistema global e da localidade, se converte num espaço de contradições e conflitos através da pressão exercida pelos organismos

transnacionais e pelos grupos locais, que passam a assumir uma função estratégica para pensar de forma criativa a resistência à homogeneização cultural (MARTIN-BARBERO, 1988). Esse é o contexto pós-moderno, que Robert Young (1997) define como sendo resultado não apenas de efeitos culturais do capitalismo tardio, como também da derrocada da crença de que a história e a cultura européias ocupam um lugar central no mundo. Para ele, a pós-modernidade fornece o testemunho da dissolução do Ocidente. De forma não velada, a pós-modernidade declara e expõe a perda dos ‘absolutos’ como um dos seus fundamentos.

Para os intelectuais que se inscrevem no paradigma pós-colonialista, muitos deles tributários do pensamento de Fanon (1967), qualquer reflexão sobre a política de identidades hoje deve, necessariamente, instaurar e promover o diálogo entre pólos não totalmente opostos, mas, ao contrário, indissociáveis e complementares, quais sejam: a experiência moderna do mundo e o seu ‘outro’, a pós-modernidade. Observe-se que aqueles que pensam a pós-modernidade como total oposição à modernidade são os mesmos que pensam o 11 de Setembro como uma ruptura histórica a instaurar um novo tempo. Não vêem, nem num caso nem no outro, processos de contingência e interação. Pergunta-se, mas em tom afirmativo, Ferro (2004, p.10): “os acontecimentos de 11 de setembro de 2001, os sobressaltos da Argélia, as manifestações de arrependimento na França não são um reflexo dos tempos da colonização, do colonialismo?”

Ao contrário do que propõe Ferro (op. cit.), se a produção cultural após o 11 de Setembro for considerada um sintoma de uma ruptura, está-se reafirmando a suspeita de uma divisão cultural – que nunca existiu, para alguns – com base em duas matrizes distintas. Idéia controversa, as explicações para essa divisão não podem remontar ao passado, porque é possível que nunca tenha havido uma completa ruptura cultural, uma vez que nunca houve uma clara definição dessas matrizes (o que é o Ocidente? O que é ser ocidental? Americano? O que é o Oriente? O que é ser oriental? Árabe? Mulçumano? O que pertence, culturalmente, a só uma dessas matrizes e o que pertence a ambas?).

Ao invés de uma completa separação entre essas matrizes, a análise de certos processos históricos revela justamente um outro movimento, o de

apropriação cultural intensa. Desta forma, a questão sobre o que é ser ocidental ou oriental foi, historicamente, determinada pelo contato e pela troca sempre presentes entre povos, etnias, nações e impérios que se revezavam na balança do poder. Isso não quer dizer que qualquer manifestação cultural tenha que estar de um lado ou de outro. Será que, realmente, toda produção cultural após o 11 de Setembro sempre traz a marca de uma disputa ideológica, de uma luta entre práticas culturais opostas, hegemônicas ou de resistência?

Decerto que isso não descarta a utilização, por diversos produtos culturais, de operações ideológicas que visavam ao estabelecimento de hegemonias culturais, mas, sem dúvida, a formação de blocos ou matrizes hegemônicas é muito mais complexa do que a simples divisão entre Ocidente e Oriente pode supor e diz respeito a momentos históricos concretos, quando o poderio de uma nação ou de um império se estendia por uma longa faixa de terra ou se consolidava em função da ampliação da sua capacidade de produzir bens simbólicos. Como diz Garcia-Canclini (1999), não há parâmetros fechados de ordem cultural para se avaliar a constituição de uma matriz, como que numa absolutização territorial originária das questões de raça, etnia ou de nação, que fixam dogmaticamente esses traços originários como se fossem alheios aos acontecimentos históricos.

O contato cultural sempre foi mais rico que o isolamento. Talvez por isso tenham sido implantadas formas de hegemonia cultural. É que não há cultura hegemônica nem contra-hegemônica sem o contato cultural, sem a diferença, sem o embate, o conflito e, de forma conseqüente, a troca. A diversidade cultural se formou mais por agregação de fragmentos do que por constituição de matrizes fechadas e isoladas, como afirmam os críticos do *Choque de Civilizações*, de Huntington (1997). Em um artigo recente, intitulado *O Choque de Definições* (2003), Said critica a postura assumida por aqueles que, assim como Huntington, advogam a idéia de uma identidade de civilização como uma coisa estável e imperturbável. Ele diz que “o excesso de atenção dada à administração e ao esclarecimento do choque de culturas faz esquecer o fato de haver um grande e, com freqüência, silencioso intercâmbio e diálogo entre elas” (Ibid., p.330). Idéia

similar é expressa por Francis Jacques (2002), que critica a forma estática com que Huntington percebe a identidade como estando ligada à civilização (o islã é o islã; o ocidente é o ocidente). “Apesar de tudo, Freud e Nietzsche lembraram os estreitos elos entre civilizações ‘em guerra’, a fácil circulação através das fronteiras controladas. E *quid* se o islã não está mais nas fronteiras, mas no centro por seus emigrados e pela presença de muçulmanos nos Estados Unidos e na Europa” (JACQUES, op. cit., p.69). Talvez seja esse o mesmo motivo que leva Jérôme Bindé (2001) a afirmar que os principais conflitos, atualmente, não ocorrem entre as culturas mais distintas, mas entre ‘culturas gêmeas’.

É provável que a consolidação de práticas hegemônicas tenha facilitado e catalisado as dinâmicas de troca, num mecanismo dialético em que o reforço de algumas práticas culturais gerava a necessidade de fortalecimento – para sobrevivência e permanência – de algumas tradições e elementos de outras culturas. Na medida em que cresciam os mecanismos hegemônicos de controle, aumentavam os modos – alguns deles, inclusive, fazendo com que as culturas de resistência fossem incorporadas pela própria cultura hegemônica – pelos quais as culturas subjogadas preservavam as suas tradições e traços principais. Comentando um artigo de Terence Ranger e Eric Hobsbawn, Said (2003) aponta, inclusive, para a possibilidade de que aquilo que se concebe como tradição, longe de ser uma ordem de práticas herdadas, pode ser um conjunto de práticas e crenças inventadas e manipuladas com fins identitários e até políticos. Desta forma, a própria idéia de identidade, nas palavras do autor, envolve fantasia, manipulação, invenção e construção.

Esse é também o ponto defendido por Barber (2003), para quem a *jihad*, termo genérico – e criticável, tendo em vista a lógica binária da qual é herdeiro – utilizado pelo autor para designar a organização e luta dos movimentos contrários à globalização, é tão somente o contraponto dialético do *Mcmundo*, processo histórico de formação dos mercados globais, antecipado pela onda de

modernização que varreu a Europa e se espalhou pelo globo a partir de finais do século XIX.³⁷ O argumento central do autor é que esse conflito:

... não é um choque de civilizações, mas uma expressão dialética de tensões acumuladas no interior de uma única civilização global, no momento em que vai surgindo contra o pano de fundo de divisões tradicionais étnicas e religiosas, muitas das quais são criadas pelo Mcmundo, com suas indústrias de informação e entretenimento e suas inovações tecnológicas (BARBER, 2003, p.16).

Barber pensa de maneira dialética esse conflito e, em certo momento, faz alusão a uma possível forma de entender essa relação usando a psicanálise: “a Jihad não é somente adversária do Mcmundo: é também sua cria. Os dois estão trancados juntos em uma espécie de momento freudiano da batalha cultural do momento, um não querendo coexistir com o outro e um não podendo ser completo sem o outro” (Ibid., p.195). Muito próximo disso, Bhabha (2002), por seu turno impregnado das idéias de Lacan, vê no conflito entre colonizadores e colonizados (pode-se fazer o paralelo: *mcmundo x jihad*) um duplo pertencimento e uma dupla inscrição. De qualquer forma, para qualquer uma das análises, depois do 11 de Setembro ficou claro que o mesmo sistema – econômico, político e cultural – que favorece a globalização dos mercados é o mesmo que fomenta o terrorismo.

Como colocam Eduardo Viola e Héctor Leis (2002), no contexto da globalização, os choques entre civilizações são inevitáveis, mas apresentam uma feição diferente daquela pensada por Huntington, uma vez que a intensificação do contato entre as civilizações está obrigando-as a mudar, trazendo para dentro de cada uma delas os elementos decisivos das outras. E complementam afirmando que a globalização está re-significando e hierarquizando as supostas civilizações em termos do dilema civilização e barbárie. “A globalização está construindo um espaço único ou civilização universal que deixa em evidência crescente os

³⁷ O livro de Barber (2003) tem por título *Jihad x Mcmundo – como a globalização e o tribalismo estão transformando o mundo*, mas o autor chega a fazer uma mudança ao longo do livro, propondo pensar essa relação a partir de um outro título: *Jihad via Mcmundo* ao invés de *Jihad versus Mcmundo*.

sintomas de barbárie de cada uma das oito ‘civilizações’ comentadas por Huntington” (VIOLA e LEIS, 2002, p.202).

Os acontecimentos decorrentes do 11 de Setembro, longe de suscitarem uma mudança de curso ou uma ruptura cultural, provocaram um aprofundamento de um processo histórico em andamento, com o recrudescimento das dinâmicas de troca e de produção de bens culturais, revelando uma contaminação e um contágio cultural entre vários elementos e renovando os velhos temas com os quais lidavam as indústrias culturais do Ocidente e também as do Oriente. Assim, aspectos de diferentes culturas estão solidamente implantados nos diversos produtos culturais industrializados, fazendo parte da sua lógica de mercado, tanto no nível da produção, com a valorização das diferenças e nuances culturais, quanto de consumo, com a fabricação de estilos, valores e identidades multideterminados e multideterminantes. Não se trata de um simples conflito entre práticas culturais hegemônicas e práticas culturais de resistência: se existe uma cultura hegemônica, ela já não pode se desfazer dos apelos e símbolos culturais de outras culturas porque eles fazem – e sempre fizeram – parte da sua própria constituição.

O universo cultural é feito de migrações e cruzamento de fronteiras – e isso sempre ocorreu, em escalas, níveis e padrões diferentes, dos fenícios à Roma antiga, passando pelas práticas imperialistas e colonialistas dos séculos XIX e XX, até chegar à formação do império nos dias atuais, cuja base, segundo Hardt e Negri (2000), se assenta na condução, via empresas transnacionais, de uma política cultural expansionista que não respeita fronteiras físicas. Como diz Jacques (2002, p.70):

Como pensar o contato, o trabalho de contato dessas identidades gigantes que são a Índia, o Islã e o Ocidente? Não obrigatoriamente em termos de *diferença enigmática* de formas de vida (que horror, mas que maravilha!), ou ainda de *conquista* e de *afrontamento* – o que retornaria a uma não-relação. Cada civilização parece fascinada pela religião do outro. Mas há também o *empréstimo*. O Cristianismo foi levado ao Oriente por missionários e canhões. Aproximadamente nove mil jesuítas estão presentes na Índia, mais do que em toda a Europa. Na Coréia há um número igual de cristãos e de budistas. Ocorre também aos ocidentais

adotarem valores asiáticos. Para preencher suas lacunas? Enfim, há a *troca* que começa por um comércio sincrético das crenças. Resta saber se o fascínio recíproco ou sincrético equivale a uma reciprocidade vivida.

Esse processo histórico de coadunação de elementos culturais diversos se ampliou com a globalização econômica e cultural. A abertura das fronteiras e a informatização das sociedades levaram a um aumento das possibilidades de trânsito de produtos, serviços e pessoas. Talvez isso remeta à formação de um mercado cultural integrador em nível mundial e para o aprofundamento de uma tendência ou processo histórico que já se delineara séculos antes e que culminou naquilo que hoje se denomina contexto multicultural: como entender os conflitos étnicos e nacionais de grande parte do globo? O que dizer sobre um milhão de árabes residentes nos EUA, bem como sobre os indivíduos de tantas outras etnias que lá residem? Conforme dados do Departamento de Estado do governo americano, dos 6.294 desaparecidos nas torres gêmeas de Nova York, apenas 3.613 eram americanos (Veja, 11/09/2002). Talbott e Chanda (2002) afirmam que a lista de vítimas dos atentados a Nova York era tão cosmopolita quanto a própria cidade. Eram cidadãos de 62 países, dentre os quais 250 indianos, 200 paquistaneses, 200 britânicos, 55 australianos e 23 japoneses.

No passado, a ampla cobertura dos meios acadêmicos e da mídia tradicional/aberta tornou possível reproduzir certos padrões de representação das culturas islâmicas e, por reforço antagônico, também de um suposto padrão ou matriz da cultura americana. Apesar das mega-fusões das empresas produtoras de conteúdo com as de transporte de dados e informação e da concentração da produção informativo-cultural nas mãos de poucas das mesmas, será possível ainda falar, hoje, de uma ‘hegemonia’ cultural do Ocidente, uma vez que os produtos culturais ocidentais passaram a disputar com inúmeras outras produções em diversas outras mídias? A produção cultural após o 11 de Setembro, evidenciando o diálogo e a troca entre elementos culturais de matrizes diferentes, parece representar uma alteração no cenário cultural que aponta para uma lógica de produção em rede, indicando uma difusão capilar que faz com que os diferentes produtos e mídias estejam conectados e intercambiem certos elementos

constitutivos. Diante de tal quadro, pergunta-se: que tipos de representação identitária brotam dessa rede de produção cultural?

5 DISCURSO, IDENTIDADE E ESTEREÓTIPO

Quando Said (1990) escreveu o livro *Orientalismo – o Oriente como invenção do Ocidente*, a análise comportava a produção lítero-cultural de intelectuais, políticos e administradores coloniais de Inglaterra, França e, posteriormente, Estados Unidos, todos eles, conforme o autor, voltados à consolidação de um campo de conhecimento que tinha como objeto a cultura, a história e as línguas orientais e como objetivo proceder à dominação do Oriente pelas potências colonizadoras da época. O autor pretendia, ao analisar discursos políticos, relatórios de viagem, romances e poesias, perceber como se construiu no imaginário ocidental uma noção figurativa e padronizada dos países do Oriente. Marca a análise de Said a preocupação com o momento em que esse movimento, denominado por ele de *Orientalismo*, se inicia, ainda no século XIX, demarcando, a partir dali, todo um conjunto semântico que viria a ser utilizado nos meios intelectuais sempre que se tratar, no Ocidente, do Oriente. O objetivo principal de Said era mostrar como o aparecimento de certas disciplinas acadêmicas coincide com uma perspectiva imperial global, e, para isso, o autor procedeu a uma análise de como o campo intelectual representava a cultura e a história dos países que pertencem ao que se convencionou chamar de Oriente e de como isso foi aos poucos migrando para outros campos de experiência. “O Oriente que aparece no orientalismo, portanto, é um sistema de representações enquadrado por todo um conjunto de forças que introduziram o Oriente na cultura ocidental, na consciência ocidental e, mais tarde, no império ocidental”(SAID, 1990, p.209).

A análise de Said, cuja ênfase está centrada no aspecto textual da observação de fenômenos culturais e na sua ancoragem no sistema institucional que produziu uma visão hegemônica de cultura no Ocidente, não pretende, no entanto, avançar sobre outras dinâmicas e processos culturais que também produziram sentidos sobre a cultura e os povos orientais. Desta forma, sua análise reafirma o maniqueísmo da divisão matricial com o qual os campos intelectual e

político ocidentais sempre trabalharam (Ocidente *versus* Oriente), com o intuito de demonstrar que essa suposta divisão é fruto de operações que o próprio *Orientalismo* gerou. Como consequência, ao situar o fenômeno de construção de uma imagem do Oriente como decorrência de todo um conjunto semântico produzido pelos meios políticos e acadêmicos, ou seja, como resultado de operações culturais oriundas de um padrão oficial, as observações de Said remetem a um ‘oficialismo cultural’, relegando outras práticas mais capazes de contemplar e abrigar a hibridização e a contaminação de elementos culturais diversos. O trabalho de Said reafirma, assim, o caráter oficial da cultura acadêmico-erudita, difundida pelos meios institucionais, e confirma o preconceito com que a academia européia via – e a ainda vê, em muitas situações – as culturas populares e as práticas cotidianas de reprodução e renovação cultural.

Contudo, o próprio Said reconhece que não foi apenas o universo acadêmico que produziu um *corpus* de conhecimento sobre o Oriente. Em publicações mais recentes ele defende a idéia de que nenhuma cultura deve ser considerada ontologicamente dada, mas historicamente construída (SAID, 2003). Acreditar no contrário levaria justamente a desconsiderar outros espaços de produção e disseminação cultural, de troca, de interação e práticas cotidianas, tão importantes para a produção de sentido sobre os acontecimentos ou processos sociais. Do ponto de vista histórico, o trânsito e o contato entre pessoas de diferentes culturas, a compilação das formas artísticas e arquitetônicas, a difusão do saber, dos costumes, os modos e práticas de viver e tantas outras formas de interação e experiência criaram condições para que vários sentidos sobre a(s) cultura(s) dos países orientais fossem produzidos e assimilados socialmente. E não menos importante do que a incorporação de aspectos das culturas orientais pelo Ocidente foi a difusão de formas de pensamento e de cultura de povos ocidentais no Oriente, resguardadas as diferenças, os estranhamentos e os não poucos elementos que até hoje permanecem incompreensíveis para um ou outro lado. Historicamente, as formas de conquista, troca, usurpação, subjugação e domínio culturais de certos povos, raças, grupos, etnias, nações e impérios por

outros remontam à antiguidade, com a difusão, pelos gregos³⁸, de grande parte de seu sistema filosófico pela Ásia Menor, e seguem até datas mais recentes, por exemplo, quando da expansão árabe-muçulmana, a partir do século VII d.C., pela região do Magreb, no norte da África, e em parte da Europa, especificamente na Espanha.

Esse não era, entretanto, o objetivo do livro *O Orientalismo*. O estudo de Said sobre a influência do campo intelectual é válido, sobretudo num momento em que outros campos, como o midiático, ainda não tinham alcançado meios para rivalizar com – ou se associar a – a literatura acadêmica. Said provavelmente se inspirou em Foucault (1972) para realizar uma espécie de “arqueologia do saber”³⁹ produzido sobre a cultura árabe-islâmica. Na descrição da formação discursiva que Said observou, sobressaem os discursos da academia e da literatura. Para ele, assim como para Foucault (op. cit.), os discursos são práticas de representação que produzem conhecimento e poder e, por isso, a produção litero-acadêmica é entendida como responsável por sustentar um ‘regime de verdade’ sobre o Oriente Médio.

De qualquer maneira, é preciso considerar que o dinamismo da cultura é muito mais concretamente percebido nas práticas cotidianas de apropriação simbólica, onde se misturam e se mesclam, em contextos sociais bastante específicos, elementos distintos, não em termos binários, de matrizes culturais antagônicas, mas distintos em função da própria diversidade dos contextos de sua produção e consumo. É nestes contextos sociais que as pessoas produzem sentidos ligados ao consumo de certos produtos culturais, ainda que sob influência de operações ideológicas, onde se define, por exemplo, o que é, para elas, ser

³⁸ Said (2003) cita o livro de Martin Bernal, *Atenas Negra*, para demonstrar o movimento inverso, o de colonização da Grécia Clássica por povos semíticos e africanos. “Bernal vai além e demonstra, lançando mão de muitas fontes, que a Grécia era originalmente uma colônia da África, mais particularmente do Egito, e que mercadores, marinheiros e professores fenícios e judeus contribuíram muito para o que conhecemos hoje como cultura grega clássica, que ele considera um amálgama de influências africanas, semíticas e, num momento posterior, setentrionais” (Ibid., p.332).

³⁹Foucault (op. cit.) formula um método de análise histórica que considera o discurso como saber, e não como ciência. Tal método, utilizado para descrever a formação de certos campos de conhecimento, percebe o discurso não apenas sob o ângulo estrito da epistemologia, mas no nível amplo de saberes e práticas que o constituem.

ocidental ou oriental, por vezes longe da fixidez das homogeneizações culturais que grande parte do pensamento ocidental – e também oriental – produziu. A produção social do sentido se dá menos em função da sua origem e muito mais em decorrência de relações sociais e históricas. Nada de centros ou periferias: o jogo cultural contemporâneo induziu ao apagamento das fronteiras entre culturas e à crítica de qualquer tipo de hierarquização cultural. É o que diz Martin-Barbero (1995, p.173), ao comentar a crise da formação da identidade no contexto do Estado-Nação: “é a própria categoria de fronteira que perdeu sua referência e com ela a idéia de nação que inspirou toda uma configuração do cultural”. Desta forma, o conceito de identidade cultural passa a estar atrelado também aos fenômenos e processos de globalização e de desterritorialização, com toda sorte de contato que os mesmos propiciam entre culturas diversas.

Mesmo considerando a pertinência dessas críticas à clássica obra de Said, não houve, na história recente, um movimento intelectual tão importante para a construção de um *corpus* de conhecimento sobre os povos orientais como o descrito por ele, sobretudo porque a cultura acadêmica de então tinha um peso muito grande na definição de outras práticas de produção de significados. Contudo, essa força da academia para produzir conteúdos culturais ou para amparar uma formação discursiva foi aos poucos diminuindo, na medida em que formas industrializadas de produção da cultura começaram a ser engendradas. É aquilo que Scott Lash (apud FEATHERSTONE, 1995) entende como uma transformação de longo alcance da natureza da produção cultural e dos regimes de significação que tem a ver com: 1) a emergência de novas técnicas de produção e reprodução cultural; 2) o questionamento da codificação e produção cultural da modernidade, na passagem para aquilo que muitos rotularam de período pós-moderno. Em termos geopolíticos, esse é um período que coincide com as práticas do pós-colonialismo: se o mundo colonial é o de uma divisão binária, o universo de práticas pós-coloniais está baseado em diferenças, misturas, hibridismo e ambivalência. Uma idéia de exclusão colonialista cede lugar à inclusão integradora pós-colonialista, e, por conseguinte, já não são mais tão claras ou fixas as fronteiras entre metrópole e colônia. No mundo pós-colonial, antagonismos e

diferenças existem, mas são incorporados à orientação integradora do império ou das práticas do mercado global. Não há fronteiras para o consumo globalizado, que se amplia na medida em que os produtos agregam as características dos contextos locais às grandes tendências mundiais de mercado. Integração, diferenciação e gestão são os pilares do moderno aparato de dominação imperial. Contrariamente à lógica excludente da época colonial, em que o racismo se situava sobre a fronteira, estabelecendo limites entre o ‘dentro’ e o ‘fora’, “o racismo imperial repousa, antes, sobre o jogo de diferenças e a gestão de micro-conflitos que se situam todos no interior de suas fronteiras, constantemente em expansão para integrar tudo o que ainda escapa ao poder imperial” (HARDT, 1997, p.62). O império dissolve as marcas de separação e de limite entre seus agentes internos e externos.

Se o contra-senso das antigas práticas imperialistas reside justamente no fato de terem promovido o aparecimento de vários ‘outros culturais’ que vinham da própria esfera imperial, essa é, agora, a contradição da nova lógica imperial: muito pouco da sua produção cultural integrada e integradora, disseminada globalmente, alertou para os conflitos culturais do mundo contemporâneo. Hardt (2003), comentando, durante a 2ª Guerra do Golfo, a política que tem conduzido à formação do que, para ele, parece ser o ‘Império’, baseado não apenas no controle da produção global, mas também no exercício de uma autoridade política acima dos meios jurídicos internacionais, explica que é preciso considerar a ação de grupos organizados:

os diversos movimentos que há vários anos vêm protestando contra a atual forma de globalização são centrais nos atos contra a guerra e hoje são cada vez mais reconhecidos como uma ‘opinião pública global’. Essa voz alternativa existente talvez seja a diferença mais importante hoje, que pode nos libertar do trágico ciclo da repetição histórica (HARDT, 2003, s.p.).

É também neste sentido a crítica de alguns intelectuais à gestão da geopolítica americana. Defendendo a ideia de formação de uma comunidade

planetária, calcada no consumo de bens culturais e nas trocas financeiras em nível mundial, os Estados Unidos procuraram ocultar, dentro e fora das suas fronteiras, um ‘mal’ maior que se alastrava silenciosa e ruidosamente, como um sintoma recorrente que, de maneira estratégica para a sobrevivência do seu elemento causal, revela aquilo que quer ocultar. Em outras palavras, o próprio poder imperial, descentrado e desregulado, não enxerga a causa do esgotamento da sua política de expansão: quanto mais integra culturalmente diferentes regiões do globo, mais cria zonas de conflito provocadas pelo tratamento desigual que as culturas regionais que foram integradas recebem das redes mundiais de informação e cultura. Há aí uma barreira física, em termos de estrutura de produção imperial, mas também um limite ontológico: são tantos os ‘outros culturais’ que é impossível conhecer e identificar a todos. Curiosa e contraditoriamente, a mola-mestra da globalização cultural é exatamente o princípio da diferenciação e da diversificação, porque as demandas de mercado se voltam com regularidade para o que é novidade. Segundo Edgar Morin (2001), a solução para os conflitos que daí se originaram requer uma síntese entre a identidade cultural e a cidadania planetária. Mas a base das tensões culturais contemporâneas e a crise da formação das identidades grupais residem justamente na relação dialética entre fluxos de informação globais e processos originados nos contextos locais, entre uma política de identificação e outra de diferenciação, entre inclusão e exclusão culturais.

Foi a partir do início do Século XX, com a produção cinematográfica e com a atividade noticiosa intensa dos meios de comunicação, que se ampliaram os mecanismos de influência da opinião pública e de gestão política e cultural e se multiplicaram também os horizontes e territórios de produção da cultura e as interfaces entre os mesmos nos diversos campos da experiência. Esse controle passou a ter um efeito difuso, porque não mais centrado na idéia de fronteira física e de território. Com efeito, em parte, a produção dos meios de comunicação reforçou aquilo que, no processo descrito por Said, configurou um conjunto de idéias e crenças que perdura até hoje sobre o Oriente, fazendo com que algumas marcas discursivas desse tipo de conhecimento produzido sobre o Oriente sejam

ainda mais ressaltadas. Desse período descrito em diante, os meios intelectuais (campo científico) foram deixando de ser, de maneira geral, uma das poucas fontes legítimas para produzir cultura e, em específico, uma das poucas instituições autorizadas a falar sobre o Oriente, mas o seu poder, o de uma ‘fala competente, científica, comprovada’, passou a ter validade em termos da produção de sentido de outros campos. Com o ataque terrorista aos Estados Unidos, o campo intelectual passou a ser re-valorizado e incorporado ao campo midiático. É só verificar que grande parte dos jornais impressos, para cobrir o 11 de Setembro, recorreu a articulistas que provinham das academias. Com efeito, o professor Said foi um dos mais requisitados intelectuais a se pronunciar sobre o assunto, inclusive em jornais brasileiros, enquanto as editoras preparavam novas edições dos seus livros.

Quando da eclosão da 2^a. Guerra do Golfo, muitos meios impressos privilegiaram uma análise mais voltada à defesa das posições da ‘coalizão ocidental’. As entrevistas publicadas pela revista *Veja*, por exemplo, deram amplo espaço a intelectuais que assumem uma conduta mais alinhada com os interesses americanos. É o caso de Bernard Lewis, opositor de Said (ressalte-se que Said foi também entrevistado pela *Veja* e, após a sua morte, foi o destaque na edição de número 10, de 09 de março de 2005, que tratava, de forma elogiosa, do engajamento político dos intelectuais), crítico contumaz das nações árabes, que foi entrevistado na edição 1.796, do dia 02/04/2003. Nessa entrevista, Lewis, um dos consultores do Vice-Presidente americano para assuntos sobre Oriente Médio, deixou claro que comunga de outro sentimento com relação aos árabes, aos quais atribui a criação do estigma de “coitadinhos e injustiçados” (LEWIS, 2003, p.12). Apesar de reconhecer a diversidade das culturas dos países islâmicos, ele diz que há duas maneiras de encarar os problemas do mundo islâmico. A primeira diz respeito ao fato de que “aquele povo não é como a gente. Eles não são civilizados. São bárbaros” – e que, por isso, é melhor tê-los como amigos; a segunda reforça a idéia de intervenção que, nas palavras de Lewis, assume a conotação de “um pequeno empurrão” rumo aos princípios democráticos. “Essa estratégia, infelizmente, é chamada pelos críticos de imperialismo” (Ibid., p.13).

A respeito das dinâmicas culturais de construção da identidade Oriental, pode-se afirmar que filmes, livros, jornais, revistas e demais produtos culturais e noticiosos, comercializados em escala global, sempre contiveram uma imagem de um Oriente exótico, misterioso, profundo e seminal. Said (1990, p.38) afirma:

um aspecto do mundo eletrônico pós-moderno é que houve um reforço dos estereótipos pelos quais o Oriente é visto. A televisão, os filmes e todos os recursos da mídia forçaram a informação para dentro de moldes cada vez mais padronizados. No que diz respeito ao Oriente, a padronização e a estereotipização cultural intensificaram o domínio da demonologia acadêmica e imaginativa do ‘Oriente misterioso’.

Hollywood, por exemplo, já tratou o Oriente, no passado, com uma visão romantizada, mas a partir das últimas três décadas se processou a associação do oriental com o vilão dos filmes⁴⁰. Por outro lado, sempre existiu uma certa estigmatização dos americanos por parte dos filmes de Hollywood, a despeito de que, nesse caso, os valores (liberdade, empreendedorismo, aventura etc) associados ao grupo representado fossem quase sempre positivos (isso não quer dizer que não tenham sido também produzidos filmes que fizessem a crítica do *american way of life*, alguns, aliás, um tanto diretamente, como *Beleza Americana*, de 1999, e *Psicopata Americano*, de 2000).

Entretanto, é possível perceber o conjunto da produção dos meios de comunicação como estando atrelado a uma dinâmica de produção cultural complexa e mais suscetível ao cruzamento entre produtos diferenciados do que a produção acadêmica, por sua vez mais fechada, regida por códigos de conduta e pelo rigor epistemológico e metodológico. Assim, ao longo do século XX não só se confirmou em diferentes mídias a tendência que se consolidara quando das primeiras incursões intelectuais pelo Oriente, como, em outro sentido, novas questões foram postas em cena, na medida em que, na mídia e nos meios produtores e difusores de cultura em escala industrial, relações, dinâmicas, jogos,

⁴⁰ Kellner (2001) exemplifica isso com a análise de vários filmes, como *Top Gun*, *Iron Eagle I e II* e *Comando Delta*. Para o autor, esses filmes preparavam os EUA para a guerra do Golfo e substituíam o arquiinimigo soviético pelo novo inimigo árabe.

diálogos e tensões culturais eram revelados (SAID, 2003). Em certos momentos, houve um reforço, pela mídia, da formação histórica de matrizes culturais antagônicas. Mas houve também casos em que a mídia atuou como se apagasse quaisquer formas padronizadas de representação cultural.

Nos meios de comunicação, aos poucos foi se delineando uma tensão entre, de um lado, formas padronizadas de representar as culturas orientais e, do outro, um aumento da oferta simbólica, ou seja, da variedade de programas e produtos em que essas culturas eram apresentadas pelos mais diversos veículos. Apesar da ampliação da sua agenda temática, os diversos meios de comunicação continuaram a reproduzir certos estereótipos que reduziram as variadas manifestações culturais dos países de língua árabe a uns poucos aspectos que deveriam se encaixar nas regras do cenário de produção, distribuição e consumo midiáticos. Especificamente sobre isso, Kellner (2001) avalia como as operações retóricas da mídia americana visaram, nas últimas décadas, criar um padrão de representação dos árabes ligado ao terrorismo, exatamente num momento em que o Governo americano, com o fim da Guerra Fria, percebia a necessidade de redefinir os inimigos dos Estados Unidos. Por outro lado, tem sido essa também a estratégia de grande parte dos meios de comunicação árabes (sobretudo os de países controlados por regime ditatorial), que usam representações padronizadas para construir uma imagem comum dos países ocidentais. Os Estados Unidos, por exemplo, são representados por parte dessa ‘mídia oficial’ como um lugar de perversão e depravação, e toda sua diversidade cultural é reduzida a um mesmo bloco monolítico (HAMMOND, 2003).

A desconfiança islâmica com relação ao Ocidente, como diz Amanat (2002), recrudescer em virtude da própria maneira como a modernidade foi sendo incorporada pelos vários países do Oriente Médio, o que provocou uma crise de identidade em praticamente toda a região. “No período pós-colonial, a maioria dos Estados-nação da região teve de improvisar suas próprias ideologias de nacionalismo territorial, a fim de manter a coesão do que em geral não passavam de identidades locais e étnicas desconexas” (Ibid., p.47-48). Além disso, inúmeros produtos ocidentais, exportados para o Oriente, provocaram sentimentos

aparentemente discrepantes no público oriental, tais como fascínio, medo e rancor. É também Amanat (2002, p. 45) quem diz que:

Aos olhos das novas gerações da região, a imagem do Ocidente (e sobretudo dos Estados Unidos) sofreu uma mudança radical para pior. Há muito se perdeu a idéia de ianques benfazejos [...] Em seu lugar surgiu o fascínio pelo esplendor da cultura popular dos Estados Unidos, que só fez intensificar-se graças a Hollywood e à tecnologia de ponta do país – computadores, videogames e antenas parabólicas. Entretanto, enquanto cresciam as filas diante dos consulados americanos em busca de vistos de entrada, uma nuvem de desconfiança e ressentimento contra os Estados Unidos também se instalou na região. O povo do Oriente Médio começou a ver a sociedade americana pelas lentes das comédias televisivas e programas de computador. Para muitos olhos desacostumados, os Estados Unidos pareciam ser o centro de um mundo ganancioso, materialista e egoísta, obcecado pela violência e promiscuidade.

Em certo sentido, pode-se dizer que, nas diversas mídias, quase sempre o contato com a alteridade cultural também a descaracteriza, submetendo-a a lógica de quem a percebe. Por isso, ao fomentarem o movimento de diferenciação cultural, os meios de comunicação acabam por enquadrar regiões distintas em uma generalização, tipificada na categoria da diferença e da estranheza: aquilo que é estranho, diferente, é o outro generalizado. É como se, iluminado, o outro deixasse de ser ele próprio pela incandescência da luz que o ilumina. Daí que o aumento da possibilidade de contato com outras culturas, através da revolução dos transportes e das comunicações, levou também, em parte, à indiferenciação das culturas. Neste sentido, os meios de comunicação apresentam a alteridade cultural como se a sua identidade fosse aquilo que se percebe como sendo apenas o que é diferente (basta lembrar como os povos muçulmanos foram retratados pela novela *O Clone*, de autoria de Glória Perez, exibida pela Rede Globo de televisão entre 10/2001 e 06/2002, ou seja, logo após o 11 de Setembro e durante a invasão do Afeganistão). Enquanto a mídia ocidental produz uma programação que desconsidera a diversidade cultural dos países islâmicos e sequer aponta para as diferenças na composição das inúmeras agendas políticas do Oriente Médio, a mídia árabe, como a televisão Al Jazeera, tem veiculado uma programação que é

extremamente tipificadora das práticas que definem as identidades culturais de ocidentais e orientais.

Para Hall (1990), no entanto, a identidade tem um caráter histórico e não pode ser fixa, pois une presente e passado.

[A identidade] é um assunto de ‘chegar a ser’ como também de ‘ser’. Pertence ao futuro tanto quanto ao passado. Não é algo que já existe, transcendendo lugar, tempo, história e cultura. As identidades culturais vêm de algum lugar, têm histórias. Mas, como tudo o que é histórico, elas sofrem uma transformação constante. Longe de estarem eternamente fixas num passado essencializado, estão sujeitas ao contínuo ‘jogo’ da história, da cultura e do poder. Longe de estarem fundadas numa mera ‘reprodução’ do passado que está esperando ser encontrado e que, quando encontrado, assegurará nosso sentido de nós mesmos até a eternidade, as identidades são os nomes que damos às diferentes maneiras como estamos situados pelas narrativas do passado e como nós mesmos nos situamos dentro delas. (Ibid., p.225)

No tocante aos povos e países islâmicos, cuja identidade também não pode ser totalmente fixa e imutável, embora seja bem mais sólida em certos aspectos do que a dos ocidentais devido ao seu atrelamento à ‘palavra divina trazida pelo profeta’ (ou seja, a uma construção pré-moderna, pois que amparada especificamente sobre o campo religioso), há restrições muito grandes para aceitação dessa noção de identidade fluída, multivariada e efêmera que o sistema de pensamento e as formas de vida do Ocidente criaram. Daí o fato de que, para grande parte dos islâmicos, o Ocidente representa a degradação cultural. Gilberto Kujawski (2002) explica que a cultura ocidental é marcada pela idéia de espaço ilimitado, de direção para o futuro e de ritmo vital dinâmico, noções não muito afeitas às formas de pensamento e de sensibilidade orientais. Ou, como dizem Viola e Leis (2002, p.216), “a sensibilidade islâmica se concentra muito mais em valores simbólicos do que em aspectos concretos da realidade, em valores religiosos do que em valores políticos.”

A despeito das singularidades constitutivas dos diversos países de religião islâmica, um olhar amplo, ainda que assistemático, sobre os vários significados

produzidos sobre o 11 de Setembro e sobre alguns dentre os muitos acontecimentos ligados a ele, deixa antever certas dinâmicas de troca e contato cultural dentro de um conturbado e complexo mercado de cultura em nível global. Esse mercado tem por base micro-processos, relativos às formas concretas em que se dá a troca cultural, e macro-processos da economia política das comunicações e da cultura. É o que Carlos Alberto Pereira (2001), ao se referir ao mercado televisivo mundial durante a cobertura dos acontecimentos relacionados ao 11 de Setembro, expõe sobre a vigência de um fluxo de produção e consumo cultural diverso e plural, como resultado da relação e da tensão entre demandas globais e forças regionais:

De um lado, não faltaram momentos em que a mídia televisiva, valendo-se do recurso a suas dramáticas imagens, assumia ou recuperava, com vigor redobrado – pelo menos por alguns momentos –, sua velha retórica ‘nacional-fundamentalista’ que tão bem se traduziu na versão que tentou se afirmar da ‘guerra do bem contra o mal’, indo muito além da simples atualização de um ‘ponto de vista ocidental’ (o que acontecia quando a TV ganhava ares mais objetivos e menos dramatizados); de outro, a demanda por ‘outras vozes’ ou por uma certa ‘cor local/regional’ parece ter sido responsável, ao menos em parte, pela súbita emergência da rede Al Jazeera...(Ibid., 2001, s.p.).

Assim, o autor expõe a necessidade do mercado global de valorizar as demandas regionais e relaciona isso à emergência da Al Jazeera e de grande parte da produção cultural originária dos meios de comunicação orientais. O mercado, com suas regras, procedimentos e estratégias, constitui um grande espaço de negociação e articulação de diferenças e conflitos culturais e, muito provavelmente, um território onde campos distintos mantêm o diálogo em aberto. O mercado representa um sistema global integrador das diversidades culturais, políticas e de pensamento intelectual, não obstante os desníveis de poder existente entre elas.

Se o Ocidente sempre teve o Oriente como objeto de estudo, um produto intelectual e cultural a ser decifrado, constituído e consolidado, a produção cultural do Ocidente provocou também o conhecimento, pelo Oriente, dos códigos

culturais ocidentais e o entendimento de sua lógica de funcionamento, sobretudo no tocante à estrutura do mercado ocidental de bens culturais. Em geral – feitiço virado contra o feiticeiro –, o ‘Oriente’ penetrou e enraizou-se no ‘Ocidente’⁴¹, decifrou sua lógica e construiu também um *corpus* de conhecimento que permitiu criar métodos e estratégias para inserir seus produtos nas redes mundiais de comercialização cultural, às custas, ressalte-se, da adequação dos produtos e práticas culturais orientais às expectativas, aos gostos, aos critérios, às competências e às demandas do público consumidor ocidental. Estaria se consumando um movimento histórico passível de ser batizado de *Ocidentalismo*? Certamente que se trata de um preço a pagar pela globalização dos mercados culturais, dos serviços e da economia, pois o ‘Oriente’, há algum tempo, também constrói intelectual e culturalmente uma imagem padronizada do ‘Ocidente’.

Assim, dadas as inúmeras diferenças culturais, formou-se, em nível global, uma esfera híbrida de significação. É por isso que Garcia-Canclini (1999) critica a cisão entre um certo posicionamento acadêmico e os movimentos sócio-políticos de afirmação identitária. Ele diz que “nos conflitos étnicos e internacionais encontramos tendências que se obstinam em conceber cada identidade como um núcleo sólido e compacto de resistência; por isso exigem lealdades absolutas dos membros de cada grupo e satanizam os que exercem a crítica ou a dissidência” (Ibid., p.144). Os fundamentalismos, de qualquer ordem ou natureza, parecem ser uma tentativa de manter a solidez e a fixidez das identidades.

⁴¹ Só a título de exemplo, segundo Maxine Singer (2002), dos diplomas de doutorado conferidos por instituições americanas nos últimos anos, cerca de um terço dos de ciência e metade dos de engenharia foram concedidos a alunos estrangeiros, muitos dos quais naturais de países do Oriente Médio.

5.1 Matrizes de Cultura, Identidades e Estereótipos: as Várias Faces do Multiculturalismo

A diversificação de produtos e a crescente apresentação das ‘diferenças’ culturais são elementos constitutivos da lógica operativa da indústria cultural. Esse tipo de indústria e, mais amplamente, todo o capitalismo, tem na renovação – ou pelos menos na crença de que os objetos de necessidade ou desejo estão sendo renovados constantemente – a sua grande estratégia de perpetuação. Assim se explicam, por exemplo, certos modismos culturais, e daí resultam também a força da indústria do turismo e o crescente interesse do mercado de bens culturais pelas ‘estranhezas’ das culturas alheias.

Ao procurar novos itens e objetos adaptáveis à lógica saturação/renovação, as várias forças que compõem o mercado cultural procuram fazer com que os produtos se adaptem aos interesses de cada uma das forças em jogo. Por vezes, a necessidade de adequação aos gostos e interesses dos consumidores ou às estratégias de venda do produto é tão forte que as operações de mercado procuram apresentar um produto que exagera na composição e exaltação dos elementos que identificam o grupo ou contexto ali representado. Isso acontece comumente com produtos que, elaborados num contexto regional, mas voltados à exportação para públicos estrangeiros (caso de algumas novelas brasileiras, por exemplo), ressaltam de forma bastante exagerada e estigmatizada as características do contexto regional que se quer representar. Assim, a despeito de ajustar-se regularmente às pressões das forças que o compõem, o mercado seria, como pensa Garcia-Canclini (2001), não apenas um lugar de troca de mercadorias, mas de interações sociais complexas em que o consumo exerce uma função simbólica.

Muitos bens culturais produzidos entre 11 de setembro de 2001 e a 2ª. Guerra do Golfo, em 2003, podem ser considerados instâncias de totalização em que a identidade é uma unidade acabada e jamais renovável. Uma tal visão essencialista se contrapõe à idéia de perceber a identidade como uma instância em

eterna construção. São dois os pólos desta construção totalizadora: de um lado, uma identidade unificada, da qual emergem aspectos positivos a serem valorizados, e, do outro, em oposição à primeira, uma identidade sólida e homogênea cujos atributos principais são sempre apontados de forma negativa. Como se percebe, as estratégias utilizadas para a consumação desse tipo de produção discursivo-representacional estão baseadas no reforço do antagonismo de padrões e elementos culturais de certas matrizes. Contudo, é preciso avaliar também o peso da difusão de uma certa ‘teoria da cultura’ que lhes é subjacente. Para essa teoria, uma cultura representa uma totalidade empiricamente construída, como se fosse uma realidade objetiva dotada de unidade e limites, uma estrutura, o que supõe concepções estáticas e reificadoras da produção cultural (LUIZ EDUARDO SOARES, 2001).

Martin-Barbero (1988) indica duas outras concepções de cultura que estão baseadas em elementos essencialistas e dominam as análises intelectuais e a produção cultural, hoje: a dos críticos ilustrados, cujo paradigma de cultura é a arte, e a dos folcloristas românticos, preocupados com a autenticidade da origem das manifestações culturais. Ambas tentam escapar, de maneira sutil e camuflada, de qualquer forma de hibridização, sincretismo e contaminação cultural, e essa atitude, por suposto, afirmaria os processos de totalização então aludidos. Seguindo-se por esse caminho, torna-se quase impossível pensar na construção da identidade de forma não oposicional. Não há diálogo, e o que está em jogo não é a identidade relacional que se constrói – o próprio em relação ao outro; o outro em relação ao próprio –, mas a afirmação de uma identidade pela oposição ao outro, pela desqualificação ou negação do seu outro, pela caracterização do estigma e do estereótipo alheio.

Nos termos que Bhabha (2003) sugere, ao comentar o pensamento pós-colonial de Fanon (1967), o estereótipo apresenta, no entanto, outra feição. É sua função como fobia e fetiche, medo e desejo, o que caracteriza a ambivalência das identidades culturais e das relações de poder/conhecimento que construíram os tipos selvagens e incivilizados dos textos coloniais. Para ele, não há nenhum ‘retorno do oprimido’ nos textos pós-coloniais, uma vez que as representações

coloniais sobre o oprimido sempre oscilaram entre uma necessidade de aversão e um sentimento de paixão. Significa que, mesmo com a intenção de desqualificar o outro, o ato de representá-lo de maneira estereotipada envolve sentimentos ambíguos que tornam o sujeito representante e o sujeito representado partes de um mesmo processo, fundado na interação e na reciprocidade das trocas simbólicas.

Assim, para Bhabha (2003), o sujeito do discurso da diferença cultural é sempre dialógico ou transferencial, no sentido psicanalítico em que se pensa estes termos. *“Las designaciones de diferencia cultural interpelan formas de identidad que, em razón de su continua implicación em otros sistemas simbólicos, son siempre ‘incompletas’ o abiertas a la traducción cultural”*⁴² (Ibid., p.199). Esta afirmação de Bhabha lança dúvidas sobre a tese de que a modernidade se baseou num princípio de exclusão. De fato, a modernidade foi excludente, na medida em que definiu o ‘outro’ em termos oposicionais, mas ao alertar para a imbricação do objeto representado no sujeito que representa, Bhabha não só questiona a existência de uma diferença cultural absoluta como critica a idéia de exclusão pela cultura: como pode haver exclusão do ‘outro’ se ele está presente no próprio sujeito que tenta excluí-lo? Desta forma, o estereótipo é sempre construído no interior das mutáveis relações de poder, e por mais que se pense que toda identidade e toda representação são fundadas numa exclusão, elas só podem existir em função desse seu exterior constitutivo, dessa falta e dessa ausência. Além disso, os próprios grupos marginalizados podem usar o estigma e o estereótipo construídos sobre eles em proveito próprio. Em outras palavras, também o estereótipo, por mais negativo que seja, pode ser utilizado em favor dos grupos estigmatizados como forma de comunhão e integração.

Ainda assim, por trás da atuação e da atividade de algumas mídias, das empresas produtoras de cultura e das diversas fontes (como os grupos terroristas árabes) que pautam a produção do material cultural, há um modelo cognitivo, um paradigma intelectual que sugere uma forma de interpretação dos fenômenos

⁴² As designações de diferença cultural interpelam formas de identidade que, em razão de sua contínua implicação em outros sistemas simbólicos, são sempre ‘incompletas’ ou abertas à tradução cultural.

culturais – e comunicativos, por conseguinte – contemporâneos com base na completa separação entre os sujeitos sociais, na estigmatização e no fechamento autóctone da cultura. A cultura é vista como algo herdado, ligado à herança biológica e à composição histórica das matrizes, jamais persistindo como processo dinâmico, fluido e renovável, em que sujeitos sociais, intercambiando elementos, procuram construir novas identidades e resolver conflitos.

Apesar de nem a cultura nem o mercado poderem ser considerados como matrizes totalizadoras, essa é a noção que prevalece nos meios de comunicação, o que supõe que toda e qualquer produção cultural jamais se renova e conduz sempre a um sentido único, até certo ponto previsível. A questão é perceber as estreitas relações entre esse tipo de pensamento, os fundamentalismos (de quaisquer ordens) e os contextos multiculturais nos quais se geram identidades híbridas. Tanto o pensamento que justifica as práticas culturais totalizadoras quanto os fundamentalismos derivam de cenários em que grupos e agentes culturais se expõem a mecanismos de troca e de intercâmbio cultural, num processo histórico que se ampliou na modernidade e que, atualmente, se acelera mais ainda com a globalização cultural.

Nesse sentido, não obstante aceitar-se a presença dos componentes das matrizes culturais na produção cultural e informativa industrializada, não se pode cair num determinismo interpretativo, como se toda representação sobre um objeto ou acontecimento fosse gerada somente com base naqueles componentes e como se nada pudesse ser acrescido ao conteúdo das mesmas matrizes. Também não se pode pensar nas matrizes culturais com base num holismo ingênuo em que nada escapa à atualização do seu conteúdo, como se elas abarcassem, como um buraco negro, tudo o que gerasse uma certa ‘energia semântica’. As matrizes culturais, assim como o mercado, são seletivas; e uma cultura, tanto quanto o mercado, não é uma totalidade, porque não pode abraçar a tudo, embora esteja sempre pronta a interagir com tudo o que esteja a seu alcance. Em resumo: há uma distância considerável entre um ‘tipo ideal’ de cultura e aquilo que é a sua afirmação real, ou seja, o conjunto tanto das tradições e manifestações culturais que ela abarca quanto daquelas com as quais não consegue interagir.

Da mesma forma, por força da sua abrangência mundial, que lhe confere a capacidade de abranger territórios culturais diferentes, o mercado cultural pode ser considerado um espaço de negociação e de articulação de diferenças, de ambivalências e de disputas, onde o equilíbrio é sempre precário e efêmero. É bom frisar que, mesmo constituindo-se como espaço de negociação, o mercado não pode ser tomado como um ente físico ou como uma totalidade, para não se recair numa metafísica ingênua. Nunca, também, existiu neutralidade nesse espaço de mercado. O que acontece, com frequência, é que as indústrias culturais integram, no mercado, o material de diferentes matrizes, adaptando-o à sua lógica produtiva e atualizando-o de acordo com imperativos sociais, econômicos e políticos, muitas vezes produzindo estereótipos que mesclam características ambivalentes. Parece ser essa, inclusive, uma estratégia de defesa dos valores do grupo que passa por um processo de estigmatização. Na medida em que o estigma/estereótipo vai se consolidando pela difusão maciça – via meios de comunicação e produção cultural – de símbolos e imagens que o identificam, parece ser mais fácil para o grupo associar efeitos semânticos positivos aquele estereótipo negativo já constituído. Assim, os grupos vão inserindo signos favoráveis à construção da sua identidade a um modelo previamente existente e que explorava aspectos negativos desse grupo.⁴³ É fácil notar também que esses grupos podem utilizar-se de modelos de representação positiva de grupos distintos ou opostos para inserir elementos que associam aqueles valores do grupo representado aos do novo grupo que se quer estrategicamente representar. Geralmente, esse tipo de estratégia aproveita o material já produzido, difundido e que se consolidou pela atividade dos meios de comunicação e de produção

⁴³ Um exemplo: no Piauí os descendentes de sírios e de libaneses são designados por ‘carcamanos’, um termo de origem italiana que foi utilizado em princípio para se referir aos primeiros grupos de italianos que vieram para o Piauí trabalhar numa indústria de tecidos e se fixaram na cidade de Floriano, aproximadamente na metade do século XIX. Quando do fechamento da fábrica, a maior parte dos italianos retornou para seu país de origem. Por coincidência, pouco tempo depois os sírios e libaneses chegaram na mesma cidade e passaram a ser designados pelo mesmo termo (carcamano), usado, genericamente, para se referir aos italianos ou a qualquer outro grupo estrangeiro. Por longo tempo, o designativo ‘carcamano’ foi usado de forma pejorativa, com forte teor discriminatório, construindo um estereótipo sírio-libanês ligado às práticas desonestas nas atividades comerciais e à agiotagem. Aos poucos, no entanto, os descendentes de sírios e libaneses foram usando esse mesmo termo para construir um senso de grupo e valorizar, na sociedade local, os feitos, as obras e as realizações (como a criação do pagamento a crediário) de muitos ‘carcamanos’.

cultural. Como diz Martin-Barbero (1988), comentando o pensamento de Michel de Certeau, isso caracteriza um dos modos de luta daquele que não pode se retirar para o seu lugar de origem e se vê forçado a lutar no terreno do adversário. Martin-Barbero (op. cit.) faz referência ainda a Lucrécia D'Alessio (1983) para defender a idéia de que, nestes casos, é preciso tomar o original estrangeiro como energia, como potencial a desenvolver a partir das demandas da sua própria cultura.

A estratégia de certos grupos que utilizam a produção cultural e midiática para definir sua identidade não passa, portanto, somente pela negação completa de conteúdos de uma suposta matriz contrária à matriz à qual, também supostamente, deveriam se encaixar esses grupos. Ao contrário, somando-se e mesclando-se a esses conteúdos, os referidos grupos produzem e demarcam espaços de negociação de identidades caracterizados pela ambivalência e pelo hibridismo. Bhabha (2002, p.296) explica que:

...los “subalternos y ex esclavos” que ahora perciben el acontecimiento espectacular de la modernidad, lo hacen en un gesto catacrésico de reinscribir la “cesura” de la modernidad y usarla para transformar el lugar del pensamiento y la escritura en su crítica poscolonial. Escuchemos el nombrar irónico, las repeticiones interrogativas, de los términos críticos mismos: “el vernacularismo” negro repite el término menor usado para designar el lenguaje del nativo y el esclavo doméstico para popularizar los grandes relatos del progreso. El “expresivismo” negro invierte la afectividad y sensualidad estereotípica del estereotipo para sugerir que en el modernismo populista “las racionalidades son producidas interminablemente.”⁴⁴

Em sociedades e países com composição sócio-cultural bastante heterogênea, se torna complicado falar das relações entre hegemonia e

⁴⁴ Os ‘subalternos e ex-escravos’ que agora percebem o acontecimento espetacular da modernidade, o fazem em um gesto catacrésico de reinscrever a ‘cesura’ da modernidade e usá-la para transformar o lugar do pensamento e da escritura em sua crítica pós-colonial. Escutemos o nomear irônico, as repetições interrogativas, dos termos críticos mesmos: ‘o vernaculismo’ negro repete o termo menor usado para designar a linguagem do nativo e o escravo doméstico para popularizar os grandes relatos do progresso. O ‘expressivismo’ negro inverte a afetividade e a sensualidade estereotípica do estereótipo para sugerir que no modernismo populista ‘as racionalidades são produzidas interminavelmente’.

subalternidade como um simples confronto bipolar. Garcia-Canclini (2001) chama a atenção para as cumplicidades e os usos recíprocos e inter cruzados entre hegemônicos e subalternos. O autor pensa na gestão da diversidade cultural pela indústria da cultura como uma das estratégias para promoção da integração e da inclusão sociais. Da mesma forma, destacando nas entrelinhas a elaboração de uma nova teoria da comunicação, com base na necessidade de se pensar a relação recíproca entre emissores e receptores para a produção do sentido, Martin-Barbero (1988) fala de uma tomada de consciência por parte dos dominados enquanto cúmplices da dominação, mas também enquanto sujeitos da decodificação. Ao inverter a lógica clássica de análise dessa relação, o autor assume que a percepção das suas contradições leva a uma atitude teórica que não vê no dominado apenas uma passividade resignada, mas um comportamento ativo. Assim, não existe apenas cumplicidade entre dominador e dominado. Também há resistência e réplica (MARTIN-BARBERO, 1988).

Entretanto, é preciso questionar como, nesse processo, as indústrias do mercado simbólico representam a alteridade cultural, pois, apesar desse movimento duplo, em que a produção cultural/representacional de grupos aparentemente opostos revela a presença de elementos ambivalentes, o peso da ‘cultura ocidental’ para a produção das identidades ainda é bastante visível, porque, historicamente, durante a modernidade, foi o Ocidente que se legitimou como porta-voz da história. Como diz Iain Chambers (1997, p.78), “...*European identities were fashioning and defining themselves as the subjects of the modern episteme.*”⁴⁵ Por conta disso, definida a posição privilegiada – a de observador – da cultura europeia em relação aos ‘outros’, o ‘observado’ passou a ser reduzido a um corpo biológico desprovido de fala e foi removido de uma precisa economia histórica e cultural para ser re-allocado nas tipologias científica, literária e filosófica empregadas para descrevê-lo, fixá-lo e explicá-lo (Ibid.).

É evidente que as matrizes que o pensamento ocidental (europeu, em sua origem) gerou reproduziram formas estereotipadas de representação de culturas,

⁴⁵ ...as identidades Europeias foram modelando e definindo elas próprias como os conteúdos da *episteme* moderna.

de raças, de grupos e de etnias. Desta forma, forneceram elementos tipificadores e categorizadores que enquadraram as diferentes produções culturais em certos padrões repetitivos. Assim, enquanto simplificavam o trabalho intelectual daqueles que tinham que se deparar com o novo, o diferente, o outro, justificavam a exportação de um modelo de desenvolvimento colonial implantado pelos impérios durante a maior parte do século XIX e a primeira metade do século XX. Essas matrizes culturais, portanto, continham um modelo de tempo e uma teoria da história próprios do período moderno.

A geração de matrizes de pensamento e de cultura no Ocidente interagiu, também, com o desenvolvimento de um tipo de prática cultural e intelectual dos povos e regiões colonizados. Especificamente no mundo árabe, Mohammed al-Jabri (1999) explica que a grande problemática que se apresenta hoje para o pensamento é a da relação entre tradição e modernidade. Alertando para a influência do pensamento ocidental no pensamento árabe e fazendo uma análise comparativa entre ambos, o autor expõe os motivos que impediram a razão árabe de livrar-se do peso da tradição. Para ele, no Ocidente, houve uma superação do passado, enquanto na consciência árabe o passado e a tradição representam um todo cultural que compreende uma fé, uma lei, uma língua, uma literatura, uma razão, uma mentalidade, uma projeção para o futuro. A tradição, assim, seria uma realidade absoluta fechada em si mesma, que transcende a história. Isso conferiu ao pensamento árabe uma certa alienação, tanto no seu próprio passado quanto no presente dos outros, desde a apropriação da filosofia grega até a incorporação do modelo científico moderno da época do colonialismo, e associou a identidade e a cultura árabes a um passado idealizável, o passado tal como deveria ter sido, como diz al-Jabri (1999). O passado passou a ser entendido como um meio de afirmar e reabilitar a identidade.

É esta a atitude adotada pela corrente fundamentalista do pensamento árabe moderno e contemporâneo. Esta corrente, mais do que qualquer outra, dedicou-se a ressuscitar a tradição, que ela investiu na perspectiva de uma leitura excessivamente ideológica, que consiste em projetar um “futuro radioso”, fabricado pela ideologia, sobre o passado; e, portanto, em

“demonstrar” que o “que ocorreu no passado poderia realizar-se no futuro”. (AL-JABRI, 1999, p.38)

Esse apego ao passado esconde uma cilada epistemológica: como se livrar daquela parte do passado que a história islâmica gostaria de ter esquecido? O que fazer com os acontecimentos passados que, longe de serem grandiosos, também se incorporaram à história e à tradição árabe? O problema não é só projetar no futuro aquilo que ocorreu no passado, mas também perceber o futuro como sendo em parte determinado por um passado que ‘não devia ter se realizado’. Assim, o futuro não seria apenas uma forma de reabilitar a identidade, mas estaria condicionado a uma identidade que não pode se livrar dos problemas que o Islã enfrentou no passado. Essa encruzilhada epistemológica – o passado como deveria ter sido e como não deveria ter sido, o passado como decadência e redenção ao mesmo tempo – explica, por exemplo, porque alguns fundamentalistas árabes imputam ao passado toda sorte de problemas que os países árabes enfrentam hoje, culpando – não sem um pouco de razão – as cruzadas cristãs, o colonialismo e o imperialismo dos países ocidentais, enquanto glorificam esse mesmo passado para a promoção de uma comunidade global islâmica, a *Umma*. Os militantes dessa corrente intelectual e cultural não percebem, entretanto, que esse tipo de pensamento também está preso a um modelo de tempo contínuo que a modernidade ocidental exportou para os países colonizados (GRAY, 2004).

Entretanto, é essa idéia de progresso contínuo regido pelo tempo da civilização ocidental que, conforme Bhabha (2002, p.236), começa a ser demolida na medida em que proliferam contextos em que ocorre a mestiçagem cultural:

Los grandes relatos del historicismo [...] sobre los que se fundaban sus reivindicaciones de universalismo (evolucionismo, utilitarismo, evangelismo) eran también, en otro tiempo/espacio textual y territorial, las tecnologías de ejercicio del gobierno [*governance*] colonial e imperialista. Es el “racionalismo” de estas ideologías de progreso el que es

erosionado cada vez más en el encuentro con la contingencia de la diferencia cultural.⁴⁶

Cumprindo, portanto, questionar: o que mudou com a ‘descolonização’ de regiões inteiras do globo? É também Bhabha (2002, p.62) quem responde: “*la lucha contra la opresion colonial no solo cambia la dirección de la historia occidental, sino que desafía su idea historicista del tiempo como un todo progresivo y ordenado.*”⁴⁷ Em termos de produção cultural e de representação de identidades, o que teria mudado no momento em que o contato entre colonizador e colonizado passou a ceder espaço, ainda que sua presença e suas marcas sejam sentidas até hoje, a um tipo de relação entre diferenças que é tributário da revolução das comunicações e dos transportes e está baseado nas grandes migrações e na fragilização das fronteiras entre nações? Martin-Barbero (1997, p.40-41) arrisca uma resposta, afirmando que ‘os outros’ são generalizados pelas indústrias da cultura e da informação na categoria da diferença, transformada em distinção:

cenário, expressivo como nenhum outro, das contradições desta época, os meios nos expõem cotidianamente à diversidade dos gostos e das razões, à diferença, mas também à indiferença; à crescente integração do heterogêneo das raças, das etnias, dos povos e dos sexos no sistema de diferenças com o qual, segundo Baudrillard, o Ocidente conjura e neutraliza, funcionaliza os outros.[...] E de forma parecida funciona o mecanismo de distanciamento: o outro torna-se o exótico, é folclorizado em um movimento de afirmação da heterogeneidade que ao mesmo tempo que o torna interessante o exclui do nosso universo, negando-lhe a capacidade de interpelar-nos e de questionar-nos.

⁴⁶ Os grandes relatos do historicismo [...] sobre os quais se fundavam suas reivindicações de universalismo (evolucionismo, utilitarismo, evangelismo) eram também, em outro tempo/espaço textual e territorial, as tecnologias do exercício do governo [governance] colonial e imperialista. É o ‘racionalismo’ dessas ideologias do progresso o que sofre a erosão cada vez mais no encontro com a contingência da diferença cultural.

⁴⁷ A luta contra a opressão colonial não apenas muda a direção da história ocidental, como desafia sua idéia historicista do tempo como um todo progressivo e ordenado.

Esse tipo de atividade dos meios de comunicação e das indústrias culturais que folcloriza ‘o outro’ tem amparo num movimento intelectual denominado por Martin-Barbero (1988) de ‘culturalismo sociológico’, cuja lógica é elaborar uma teoria das relações interculturais sem dominação nem conflito, sem cumplicidade e nem sedução. É, para ele, a transformação da diferença em ‘distinção’ e do étnico em ‘típico’. *“Y por ese camino las culturas otras acaban siendo reducidas a una identidad refleja [...] y negativa: lo que nos constituye es lo que no tenemos, o mejor, lo que nos falta”*⁴⁸ (Ibid., p.175).

Entretanto, é preciso mencionar um aspecto – talvez mais político do que teórico – que fora obliterado por Martin-Barbero. É exatamente o fato de os próprios ‘outros’ folclorizados aos quais o autor faz referência assumirem, na atualidade, a importância estratégica dos meios de produção cultural como condição *sine qua non* (vide o caso dos grupos terroristas baseados em países do Oriente Médio, como a Al Qaeda, e até de outros países, como o espanhol ETA e o irlandês IRA) para a legitimação de suas identidades e a consecução de seus objetivos. Esses grupos utilizam o aparato dos meios de comunicação e de produção cultural e adaptam-se às suas lógicas e rotinas produtivas para promover a consecução de muitos dos seus objetivos. Fazendo isso, tomam os veículos de comunicação e os meios produtores de cultura como aliados no processo de construção e legitimação de suas identidades. Resta saber se tais grupos: 1) não estão referendando de maneira consciente e estratégica um sistema de representações que exclui a sedução intercultural e que, com o propósito de identificar um grupo pelas características presentes, o faz a partir daquilo que só se percebe no ‘outro’ e que, portanto, se lhe escapa; 2) o fazem sem tomar conhecimento disso; 3) admitem que há ‘um preço a pagar’, mas que vale a pena, talvez porque esse seja o único caminho para adentrar no universo da produção cultural industrializada.

Não obstante estar-se referindo à produção intelectual e não à produção dos meios de comunicação, Bhabha (2002), apoiando-se em Foucault (1972;

⁴⁸ E por esse caminho as outras culturas acabam sendo reduzidas a uma identidade reflexa [...] e negativa: o que nos constitui é o que não temos, ou melhor, o que nos falta.

1980), tenta ultrapassar a aporia apresentada ao perceber que o problema de representar uma cultura está ligado a uma teoria do discurso. Permitindo-se defender a idéia de que o conhecimento produzido sobre uma cultura é um texto inscrito numa lógica de produção de poder, Bhabha afirma que as diferentes culturas se tornam reféns da forma não-neutra como o conhecimento é produzido. Para ele, o movimento rumo ao conhecimento de uma outra cultura sempre a inscreve num dilema epistemológico, fundado nos próprios limites cognoscitivos e discursivos do ato de conhecer.

Por impecablemente conocido que pueda ser el contenido de una cultura ‘otra’, y por más anti-etnocéntricamente representada que esté, es su ubicación como la clausura de grandes teorías, la demanda de que, en términos analíticos, sea siempre el buen objeto de conocimiento, el cuerpo dócil de la diferencia, lo que reproduce una relación de dominación, y es el motivo de recusación del poder institucional de la teoría crítica.⁴⁹ (BHABHA, 2002, p. 52).

Assim, para Bhabha (op. cit.), é o próprio sistema de conhecimento (a maneira como, através da produção discursiva, se produz o conhecimento) que condiciona a percepção sobre uma cultura; é a própria forma de representação de uma cultura, pelos sistemas de linguagem que ela incorpora, que modela o conhecimento que se tem sobre a mesma e institui uma presença externa que lhe exerce um certo poder. Disso resulta a conclusão de que toda representação é parcial, porque fundada na produção discursiva. Uma representação é, por assim dizer, uma espécie de mediação de linguagem incompleta e imperfeita sobre o real, da qual não se pode escapar e à qual não se pode evitar. Por sorte, as representações são sócio-variáveis e estão em constante movimento.

⁴⁹ Por impecavelmente conhecido que possa ser o conteúdo de uma cultura ‘outra’, e por mais anti-etnocentricamente representada que esteja, é a sua fixação na clausura de grandes teorias, a demanda de que, em termos analíticos, seja sempre o bom objeto de conhecimento, o corpo dócil da diferença, o que reproduz uma relação de dominação, e é o motivo de recusa do poder institucional da teoria crítica.

6 DEFINIÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO *CORPUS* DA PESQUISA

Com o intuito de perceber a formação dos estereótipos de árabes e americanos na produção informativo-cultural, no período já explicitado, após a composição do *corpus* da pesquisa foi realizada uma pré-análise do mesmo com base em alguns procedimentos metodológicos que passam a ser descritos agora. A pré-análise do material procurou caracterizar de forma mais precisa cada um dos produtos que foram analisados. Assim, o *corpus* da pesquisa foi composto por diferentes categorias de produtos: duas revistas (*The New Yorker*, americana, e *Veja*, brasileira), na categoria informativo de massa; três *comics* de super-heróis (Homem-Aranha, Capitão América e Mulher-Maravilha, originalmente americanos), na categoria gênero ficcional de massa; e quatro livretos de cordel (originários do Nordeste do Brasil), na categoria gênero popular não-massificado, estes últimos podendo valer-se tanto de acontecimentos reais quanto de temáticas e assuntos fictícios.⁵⁰ Além da análise do *corpus* mencionado, podem aparecer alusões, com forte apelo ilustrativo e exemplificativo, a longa-metragens, vídeos de curta duração que circularam na internet, letras de músicas, peças publicitárias, *cartoons* e charges eletrônicos e outros.

Como se percebe, os produtos analisados diferem quanto à nacionalidade dos seus produtores, aos territórios culturais onde são produzidos (alguns, como os *comics*, são produtos transnacionais com matriz nos Estados Unidos, reproduzidos para grande parte do mundo globalizado; outros, como os cordéis,

⁵⁰ A classificação do cordel como gênero popular não-massificado é bastante discutível, por dois motivos. Primeiro, os cordéis, hoje, não são vendidos apenas em feiras e mercados no interior do Nordeste ou nas zonas rurais. Grande parte do seu público é constituído, atualmente, por grupos urbanos, das academias de letras e das universidades. Mesmo assim, se comparados numericamente aos demais itens ou produtos analisados, os cordéis apresentam uma produção bastante reduzida, o que justifica a sua classificação como gênero não-massificado nesta pesquisa. Depois, o cordel, apesar de conservar elementos do imaginário popular, se ocupa também de acontecimentos e cenas da vida urbana, tendo inclusive adaptado seus enredos aos assuntos valorizados pelos leitores mais elitizados. Nesses casos em que o cordel trabalha com acontecimentos reais, explorando o lado informativo atinente aos mesmos, ele recebe o nome de ‘cordel de acontecido’. Todos os cordéis analisados nesta pesquisa podem ser incluídos no gênero informativo porque são considerados ‘livretos de cordel de acontecido’.

são produzidos – pelo menos no formato analisado – apenas em algumas regiões brasileiras), às regras da sua gramática produtiva, à sua economia discursiva, ao nível de consumo (se regionalizado ou globalizado) e ao gênero utilizado (informativo ou ficcional). Ainda assim, todos eles possuem elementos comuns que convergem para a construção de estereótipos de árabes e americanos. Isso parece indicar um mecanismo de troca e miscigenação quando da sua produção e consumo, o que significa que as permutas simbólicas se revelam não apenas no nível do consumo dos produtos, mas também da sua produção.

A respeito do método e da técnica de pesquisa, optou-se pela análise de conteúdo. Num primeiro momento, foi realizada uma análise de conteúdo exploratória, cujo objetivo básico, segundo Madeleine Grawitz (1993), é a exploração ou definição de hipóteses, de forma menos rigorosa e sistemática, procurando seguir os apelos da intuição e da experiência. Com esse procedimento foi possível ao pesquisador familiarizar-se com os produtos e estabelecer as possíveis conexões entre eles, sobretudo em termos de representações utilizadas para identificar árabes e americanos. Após isso, procedeu-se a uma análise de conteúdo temática ou categorial, que procura reconhecer os principais itens e padrões semânticos apresentados num texto e enquadrá-los em certas categorias.

[A análise categorial] pretende tomar em consideração a totalidade de um texto, passando-o pelo crivo da classificação e do recenseamento, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido. [...] É o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem. É, portanto, um método taxionômico bem concebido para [...] introduzir uma ordem, segundo certos critérios, na desordem aparente (LAWRENCE BARDIN, 1977, p.37).

A vantagem da utilização da análise categorial está no fato de que ela é concebida como um tipo especial de amostra conduzida por um processo seletivo deliberado em que as unidades que farão parte do *corpus* são escolhidas de maneira intencional pelo pesquisador, de forma a atender seus objetivos e metas de trabalho (ANTÔNIO DE BARROS, 2001). Esse tipo específico de análise de

conteúdo permitiu que, durante a pré-análise, o pesquisador pudesse definir os principais temas que apareciam nos produtos e organizá-los em categorias, tomando por base a questão de ordem identitária: como – ou com que temas – a identidade de árabes e americanos foi construída nos diversos produtos?

A análise de ordem temática pressupõe um esforço de caráter qualitativo, cujo objetivo, nesta pesquisa, foi o de perceber e determinar as principais representações utilizadas nos produtos da amostra para identificar árabes e americanos. Buscou-se, portanto, o reconhecimento dos “significados dominantes ou preferenciais”, conforme proposto por Hall (1980, p. 134), no sentido de definir as categorias temáticas originadas pelos mesmos. Num primeiro momento, foram feitas anotações sobre os principais temas tratados pelos produtos analisados, procurando inclusive apontar para o número de repetições dos mesmos, quando isso fosse possível. Depois disto foi que surgiram as categorias que agruparam os temas que mais se repetiram

Para efeitos de classificação dos resultados obtidos quando da análise dos produtos descritos foram definidas quatro categorias temáticas com base em pares dicotômicos que foram utilizados para construir a identidade de árabes e americanos. A utilização desses pares dicotômicos se baseia na idéia de que uma identidade existe por relação – às vezes de oposição – a uma outra e que ela é um fenômeno coletivo, jamais unicamente individual (NICK STEVENSON, 1995). Notar-se-á, durante a análise, no entanto, que não há uma total oposição entre os elementos ou figuras discursivas que compõem esses pares, como muitas vezes pretendem os produtores culturais e de informação. Esta observação reafirmará a idéia, que se defende ao longo da pesquisa, de que, para construção de identidades, a relação entre indivíduos e grupos é muito mais do que de oposição, revelando muitas vezes contágio, hibridismo e interdependência.

Observe-se ainda que as categorias foram definidas mediante o trabalho de observação e análise temática dos produtos, sobretudo levando-se em consideração as peculiaridades de cada um deles. Isso quer dizer que, no gênero informativo (revistas *The New Yorker* e *Veja*), foi possível proceder a uma certa mensuração dos itens ou elementos que compõem as categorias apresentadas, uma

vez que nesse tipo particular de produto as informações, as matérias, reportagens, entrevistas e publicidades variam em função da sua linha editorial e do seu perfil informativo, gerando um grande número de categorias temáticas (política nacional, ecologia e meio ambiente, saúde, comércio internacional etc) que podem não se relacionar diretamente com o tema ‘identidade cultural’ (no caso específico, de árabes e americanos). Foram considerados, assim, todos os materiais (publicidade, fotografia, capa, matéria informativa, cartas de leitores, entrevista etc) das revistas analisadas que fizessem menção aos temas em estudo, ainda que nem todos tenham sido citados no texto. Após a mensuração, a evidência de que, entre tantos temas, foi dada ênfase à identidade cultural de árabes e americanos revelou a importância que as revistas deram ao assunto.

O mesmo não ocorre com os cordéis, que podem ser classificados – apenas para o caso dos livretos analisados nesta pesquisa, ou seja, o cordel de acontecido, que se baseia em fatos reais – como gênero informativo, mas não trazem outras informações e qualquer tipo de material que destoem do tema ali tratado. Nos cordéis, prevalece o mote (motivo ou tema que será desenvolvido) que conduz à elaboração das estrofes e que tipicamente está expresso nos títulos. Ainda que outros temas apareçam ao longo das estrofes, isso se deve ao fato de que, mesmo indiretamente, todos eles se vinculam ao mote, que, no caso estudado, ou é o atentado terrorista, ou a ‘Guerra ao Terror’ ou a 2ª. Guerra do Golfo. Sobre o gênero ficcional analisado (as revistas de super-heróis), se pode dizer que, assim como nos cordéis, a definição do assunto que conduzirá o roteiro proporcionou pouca diversidade temática para ali ser explorada. Isso faz com que as histórias se apeguem às questões que derivam do tema central a ser abordado ou que a ele se coadunem. Há, nos *comics* de super-heróis, pouco espaço para informações sobre outros assuntos que não se relacionem com o tema tratado, diferentemente das revistas semanais informativas. Apesar de classificados como gênero ficcional, os *comics* analisados se referem a acontecimentos reais e balizam toda a história em cima desse efeito realístico, em que ficção e realidade se misturam. No entanto, não se pode dizer que cordéis e *comics* não tratem de outros assuntos (ecologia e meio ambiente, por exemplo) de maneira correlata ao tema principal que

conduzirá o roteiro, até porque, não tendo que cumprir os rigores das matérias informativas jornalísticas, não precisam criar ligações lógicas aparentes entre os temas tratados. Foi por isso que, para o caso dos *comics* e dos cordéis, não se utilizou nenhuma sistematização quantitativa referente ao número de vezes em que um certo tema apareceu. Justamente o fato de que cordel e *comics* escolheram como tema de suas estórias os acontecimentos em análise já torna relevante a abordagem sobre a identidade cultural de árabes e americanos e a forma como essa identidade foi representada em cada um desses produtos através do uso das categorias definidas.

As categorias descritas a seguir são, assim, obra de um trabalho de análise prévia dos produtos que buscou identificar, seja pela mensuração ou pela exploração dos principais elementos, seja pelo cruzamento dos dados quantitativos coletados com os de caráter qualitativo, os temas que mais se repetiram e que estiveram presentes em todos eles.

1) **Heróis, super-heróis versus anti-heróis e vilões.** A análise está centrada, sobretudo, nas revistas em quadrinhos de super-heróis e nos livretos de cordel que utilizam essa categoria para representar, de maneira estereotipada, a identidade de árabes e americanos. A definição do status e do valor do objeto representado está, assim, ligada à sua identificação com atos e comportamentos definidos para o – e pelo – herói. Mas essa produção de estereótipos via alusão ao mito do herói – e como contraponto aos seus opostos, o vilão e o anti-herói – não ficou circunscrita apenas ao gênero ficcional. A análise de alguns produtos informativos também revelou que os mesmos utilizaram esse tipo de recurso para a identificação de árabes e americanos;

2) **O Bem versus o Mal** (ou Deus versus diabo). Recorrendo aos mitos clássicos, a narrativas religiosas e cosmogônicas, esse par carrega sempre uma certa dose de juízo de valor e está sempre associado aos sentimentos de medo e desejo. Ainda que não consiga perceber, o sujeito

que utiliza essa categoria está atravessado por sentimentos aparentemente contraditórios. Ele pretende acentuar as piores características do objeto representado, mas não consegue ‘diagnosticar’ seus sentimentos pelo mesmo objeto ao qual se refere. O estereótipo que daí resulta pretende enquadrar ‘o outro’ na categoria do Mal e, por conseguinte, relacioná-lo ao demônio. Nos produtos analisados, isso se verifica na constante e exagerada alusão ao sentimento de recusa e de aversão ao ‘outro representado’, ressaltando de forma enfática os seus defeitos. Entretanto, para isso, o ‘outro’ deve ser colocado no centro das atenções, ainda que isso seja feito para depreciá-lo;

3) **A pátria versus o estrangeiro.** O que se quer expressar com essa categoria temática é a atualização de uma representação ligada à pátria, à nação, como sendo o porto-seguro, o próximo, o lugar de pertencimento e das raízes culturais, contra o desconhecido e o distante, o diferente, o ausente. Isso poderia ser também expresso na relação entre o próprio e o alheio. Na maioria dos produtos analisados, esse tipo de representação é visível na oposição explícita entre Ocidente e Oriente, cada um representando, a seu modo, um dos pólos antes aludidos, ou entre os sentimentos de americanismo e de pan-islamismo ou arabismo;

4) **Comunidade versus império** (ou a parte versus o todo, o que está contido e o que contém) Na maior parte dos produtos analisados, essa categoria se apresenta através da disputa entre as narrativas minoritárias do pós-modernismo e os grandes relatos da modernidade que ainda sobrevivem no imaginário social. *Jihad versus Mcmundo*, histórias de povos esquecidos e marginalizados contra as grandes narrativas da modernidade ocidental, da globalização, do neoliberalismo, do neo-colonialismo, do humanismo, do universalismo. Essa categoria está presente nas narrativas que tratam da relação entre o local e o global, embora nem sempre haja correspondência entre o local e a comunidade e entre o global e o império.

Os produtos analisados não se encaixam apenas em uma dessas categorias. Ao contrário, eles podem ser classificados em várias delas, na medida em que as representações utilizadas não são idênticas e, portanto, podem se coadunar. Também as categorias podem, em certo sentido, se relacionar, como é o caso da presença do mito do herói na categoria do ‘Bem’ e, em contraponto, da relação do vilão com a categoria do ‘Mal’. Significa dizer que o que foi observado não foi a classificação de um produto cultural ou informativo num dos pares aludidos, mas as principais categorias/pares que estiveram presentes em uma amostra da produção cultural e, por conseguinte, os estereótipos que a partir daí foram construídos. Assim, foram esses os principais pares de categorias temáticas que mais se repetiram nos produtos analisados. Em outras palavras, essas foram as principais formas que os produtos informativos e culturais utilizaram para representar de maneira estereotipada árabes e americanos.

Concluída a parte de definição das categorias temáticas, passou-se então para a interpretação dos produtos com base nas mesmas. A partir daí, o trabalho de análise e interpretação dos dados seguiu os padrões interpretativos definidos durante a pré-análise. Assim, pode-se dizer que, tendo definido as categorias temáticas, o pesquisador pôde dar início ao trabalho de interpretação dos produtos, utilizando a análise de conteúdo qualitativa, que permitiu identificar não só a presença e a repetição dos temas definidos nos textos analisados, assim como – e sobretudo – a ‘proposta semântica’ de cada um deles. Portanto, não foi o número de vezes que um tema apareceu em um único produto que se tornou relevante, mas a presença de sua ‘carga semântica’ em vários produtos. Os temas foram tratados como objeto de significação, e ao utilizar a análise qualitativa, que vai além do explicitamente dito ou expresso por cada produto para centrar-se nos seus significados não-aparentes, o pesquisador pôde dar vazão às estratégias de produção dos textos. Neste sentido, esse procedimento metodológico se aproxima muito da análise textual criada por Clifford Geertz e bastante utilizada pelos antropólogos. O objetivo desse tipo de técnica é tratar qualquer produção cultural como um conjunto semântico, daí a afirmação de Geertz (1973) de que a cultura é um texto, passível de ser lido e interpretado. E também por isso é que o mesmo

autor afirma que a análise da cultura não pode seguir os rigores de uma ciência experimental na busca por leis fixas, mas, ao contrário, deve se tornar uma análise interpretativa em busca do significado (GEERTZ, 1973). Para Campbell (2000), na pesquisa cultural, a técnica que equivale às técnicas de mensuração de dados e de análise de conteúdo é exatamente a análise textual.

Com fins de identificar melhor cada um dos produtos que compõem a amostra da pesquisa empírica, procedeu-se a uma pequena descrição e a uma contextualização dos mesmos. O mesmo procedimento não será adotado, no entanto, para descrever aqueles produtos que, no texto, aparecerem apenas com objetivos ilustrativos, não compondo a amostra da análise empírica.

a) Revista *The New Yorker*: o velho patriotismo americano?

Das revistas semanais em circulação nos Estados Unidos, *The New Yorker*⁵¹ é uma das mais antigas. Ela foi fundada em 1925, por Harold Ross. Sua concepção original era criar uma revista semanal de humor que tivesse como público a elite de Nova York. Ross, que editou a revista entre 1925 e 1951, estava convencido de que os moradores de Nova York apoiariam aquele tipo de projeto editorial que se popularizava próximo ao início dos anos 30. Esse traço característico e distintivo de humor foi o que se configurou como ‘o estilo’ da revista (JUDITH LEE, 2000). No entanto, “*the readership and the popularity of the publication grew until it enveloped a mass market of educated and*

⁵¹ *The New Yorker* é facilmente encontrada no Brasil em bancas de revista nos aeroportos internacionais. É vendida por cerca de quatro dólares, mas, com frete de importação, chega a cerca de 22,00 reais (dependendo também da cotação do dólar). É bastante adquirida por estrangeiros em trânsito nos aeroportos. Sua tiragem é de cerca de um milhão de exemplares.

*sophisticated consumers, not all perhaps New Yorkers themselves, but 'persons with a metropolitan interest'*⁵² (FOX, SUND E ALTAMN, s.d. s.p).

Segundo as palavras do seu idealizador, em um prospecto enviado aos possíveis financiadores e assinantes da revista, em 1924:

The New Yorker will be a reflection in word and picture of metropolitan life. It will be human. Its general tenor will be one of gaiety wit, and satire, but it will be more than a jester. It will not be what is commonly called radical or highbrow. It will be what is commonly called sophisticated, in that it will assume a reasonable degree of enlightenment on the part of its readers...*The New Yorker* will be the magazine which is not edited for the old lady in Dubuque. It will not be concerned in what she is thinking about. This is not meant in disrespect, but *The New Yorker* is a magazine avowedly published for a metropolitan audience and thereby will escape an influence which hampers most national publications. It expects a considerable national circulation, but this will come from persons who have a metropolitan interest⁵³ (ROSS apud FOX, SUND E ALTAMN, s.d. s.p).

Mary Corey (1999) acredita que a revista atingiu bastante prestígio junto a seu público quando passou a ser considerada a proeminente fonte de informação para as liberais, educadas e urbanas classes alta e média brancas americanas, durante o período do pós-guerra. Corey (op. cit.) afirma que foi a partir da década de 50 que a revista passou a perceber os seus leitores como parte de uma comunidade intelectual. “*The New Yorker served its postwar audience alternately*

⁵² O leitorado e a popularidade da publicação cresceram somente quando ela passou a envolver um mercado de massa composto por consumidores letrados e sofisticados, talvez nem todos de Nova York, mas ‘pessoas com um mesmo interesse metropolitano’.

⁵³ *The New Yorker* será um reflexo em palavras e gravuras da vida metropolitana. Ela será humana. Seu teor geral será um alegre senso de humor, e sátira, mas será mais do que um gracejo. Não será o que comumente é chamado de radical ou intelectual. Ela será o que comumente é chamado de sofisticado, no sentido de que assume um razoável grau de ilustração da parte de seus leitores...*The New Yorker* será a revista que não será editada para a velha senhora em Dubuque. Não está preocupada com o que ela está pensando. Isso não significa desrespeito, mas *The New Yorker* será a revista publicada para um público metropolitano e desse modo terá uma influência que causará dificuldades à maior parte das publicações nacionais. Ela espera atingir uma considerável circulação nacional, mas isso virá de pessoas que tenham um interesse metropolitano comum.

as a shopping guide, an Atlas, and a Bible”⁵⁴ (COREY, 1999, p.xii). Por conta disso, *The New Yorker* tem sido considerada uma fonte de referência para a comunidade intelectual. A força dessa herança parece orientar ainda hoje o perfil da revista, que é composto basicamente de artigos e matérias sobre atualidades, além de material informativo e literário. Como disse Lee (2000), dada a combinação entre liderança econômica e editorial, não é nenhuma surpresa que *The New Yorker* tenha alcançado o status da mais antiga e das mais respeitáveis revistas americanas.

Considerada, portanto, uma revista de formação intelectual, à frente das demais quando se trata de inserir na pauta e na agenda intelectual americanas temas, discussões, eventos e acontecimentos importantes, *The New Yorker* é uma revista de vanguarda que mantém uma linha editorial variada, com reportagens, artigos, ficção, poesia e ensaio, e até certo ponto independente, conforme Corey (op. cit., p.17):

Because of its nonpartisanship, its lack of monolithic editorial policy, and its peculiar mix of cartoons, fictions, advertising, serious journalism, and cultural criticism The New Yorker had an uncommon capacity to present overlapping and contradictory cultural ideas without apology. In its pages elitism coexisted with egalitarianism, conspicuous consumption commingled with anticommmercialism, materialism with idealism, and sexism with gender equality.⁵⁵

Muitos fatos dão sustentação à afirmação anterior de Corey. Um deles, mais recente, diz respeito à divulgação pioneira, através da série de reportagens do veterano jornalista Seymour Hersh, no mês de abril de 2004, dos maus-tratos infligidos a prisioneiros iraquianos por homens (e mulheres) pertencentes às forças armadas americanas. O episódio pode ser usado para exemplificar a relativa

⁵⁴ *The New Yorker* serviu ao público do pós-guerra alternativamente como um shopping, um guia, um Atlas e uma Bíblia.

⁵⁵ Por causa do não-partidarismo, da falta de uma política editorial monolítica, e de sua peculiar mistura de cartoons, ficção, publicidade, jornalismo sério, e crítica cultural *The New Yorker* tem uma incomum capacidade para apresentar idéias culturais coincidentes e contraditórias sem apologia. Nas suas páginas elitismo coexiste com igualitarismo, consumismo conspícuo mescla-se com anticommmercialismo, materialismo com idealismo, e sexismo com igualdade de gênero.

independência da revista, uma vez que ela não foi o primeiro veículo a tomar conhecimento do assunto e a ter acesso ao material comprobatório das denúncias. A rede de televisão CBS foi a primeira a conseguir as fotos das torturas, mas, ao receber uma solicitação do Pentágono, não as divulgou, retendo-as em seu poder durante duas semanas. Somente depois de tomar conhecimento de que Hersh tinha a mesma informação e de que não seria impedido de divulgá-la é que a CBS fez a denúncia (*Veja*, 26/05/2004).

As primeiras matérias publicadas pela revista após os atentados de 11 de setembro revelam, no entanto, segundo Daniel Lazare (2003), um profundo sentimento de perplexidade, de desolação e, sobretudo, de ira. A decepção expressa pelos articulistas da revista nos primeiros materiais publicados atingia em cheio o Governo americano, sobre o qual não pairavam dúvidas: Bush podia ter evitado o trágico acontecimento. A taxativa crítica ao Governo serviu, por outro lado, para reforçar aquilo que se tornou uma bandeira da revista nas primeiras semanas após os atentados: a Guerra ao Terror.

Rather than unveil the reality behind a spurious War on Terrorism, though, *The New Yorker* helped obscure it by painting Bush's crusade as a natural and inevitable response to the World Trade Center/Pentagon attack and, as a consequence, useless to oppose. Instead of encouraging opposition, it helped defuse it.⁵⁶ (*Ibid.*, s.p.)

No período entre 29 de setembro de 2001 e 17 de março de 2003, foram publicadas, pela revista *The New Yorker*, 55 matérias sobre os atentados de 11 de setembro de 2001 e sobre os assuntos relacionados ao mesmo. Além desse material, 18 matérias publicadas em anos anteriores (desde 1965 até 2001) foram reeditadas, perfazendo o total de 73 matérias.⁵⁷ Das 19 seções da revista,

⁵⁶ Ao contrário de desvelar a realidade por trás de uma espúria Guerra ao Terror, *The New Yorker* ajudou a obscurecê-la ao fazer um quadro da cruzada de Bush como uma natural e inevitável resposta ao ataque ao World Trade Center/Pentágono e, como consequência, sem qualquer forma de oposição. Ao invés de encorajar a oposição, ela ajudou a recusá-la.

⁵⁷ A seleção e a análise desse material foram feitas, na maior parte, diretamente nos arquivos de todas as edições da revista disponibilizadas na internet. Por outro lado, as matérias publicadas anteriormente ao ataque terrorista de 11 de setembro de 2001 aparecerão apenas como recurso

Comment, Fact e *The Talk of the Town*⁵⁸ foram as que mais contiveram material relacionado aos temas ligados ao atentado terrorista. Como se percebe, tendo em vista o fato da revista adotar, preferencialmente, o gênero interpretativo e, ainda, em função de que isso constitui um dos elementos principais da sua gramática de produção, a ênfase da análise recaiu sobre os textos escritos pelos seus articulistas, em detrimento de outros materiais semânticos, como gravuras, fotografias, legendas etc. As publicidades, por exemplo, foram analisadas apenas em casos esporádicos, como na edição de 11 de setembro de 2002, que celebrava um ano do atentado terrorista aos Estados Unidos.

Para efeitos de classificação, os assuntos abordados nas matérias, apesar de tratarem dos atentados terroristas aos Estados Unidos e dos acontecimentos a eles relacionados, foram aqui agrupados em 11 categorias, conforme classificação feita pelo próprio autor e com base nos principais temas ali abordados, após análise prévia feita em todas as edições e identificação das matérias que tratavam dos acontecimentos em questão: 1) economia; 2) cultura, religião e cotidiano; 3) meios de comunicação; 4) militarismo e guerra; 5) história; 6) política e administração; 7) narrativas de fatos e acontecimentos; 8) arte; 9) depoimentos e comentários; 10) Oriente Médio e Islã; 11) terrorismo. Na classificação por itens, o total absoluto de peças analisadas (73) não corresponde à soma de todos os números dos itens discriminados. Isso se deu em virtude do fato de uma mesma matéria poder ser agrupada em várias categorias ao mesmo tempo. Por exemplo, uma matéria sobre o islamismo poderia ser agrupada no item religião, cultura e cotidiano, no item história e no item Oriente Médio e Islã, a depender do enfoque dado ao assunto.

As categorias que abrigaram maior número de matérias foram as seguintes: política e administração (50 matérias); Oriente Médio e Islã (41); cultura, religião e cotidiano (39); e terrorismo (31). As demais categorias apresentaram os seguintes números: depoimentos e comentários (29); militarismo e guerra (27);

ilustrativo, sobretudo para demonstrar o quanto os temas ligados ao Oriente Médio já faziam parte da política editorial da revista.

⁵⁸ Comentário, Fato e A Fala da Cidade.

narrativas de fatos e acontecimentos (24); história (20); arte (09); meios de comunicação (08); economia (02).

A mesma análise foi feita considerando-se o material publicado sobre a guerra do Afeganistão e a 2^a. Guerra do Golfo durante o mesmo período, entre 29 de setembro de 2001 e 19 de maio de 2003. Neste caso, considera-se também o material publicado anteriormente à deflagração das guerras, mas que já tratava do assunto. Usando-se a mesma classificação para um total de 58 matérias analisadas, das quais 06 são de edições anteriores a setembro de 2001, tem-se a seguinte distribuição: política e administração (22 matérias); militarismo e guerra (14); Oriente Médio e Islã (12); cultura, religião e cotidiano (10); e terrorismo (10). As demais categorias apresentaram os seguintes números: depoimentos e comentários (09); meios de comunicação (07); narrativas de fatos e acontecimentos (06); história (04); arte (04); economia (02). Muitas matérias deixaram de ser incluídas nesta classificação porque, apesar de se referirem em algum sentido à guerra contra o Afeganistão ou o Iraque, se enquadravam mais na cobertura da revista sobre o 11 de Setembro. Há, portanto, muito material que poderia ser classificado tanto como relativo ao 11 de Setembro quanto às guerras do Afeganistão e do Iraque, dada a proximidade temática entre os acontecimentos citados, algo em torno daquilo que anteriormente foi descrito como sendo um bloco de acontecimentos inter-relacionados.

No caso específico da cobertura da revista *The New Yorker* sobre a 2^a. Guerra do Golfo, há predominância de assuntos e de matérias que exploram os depoimentos, numa clara preocupação de acentuar o realismo dos fatos e acontecimentos abordados pela revista, não obstante a mesma não utilizar o grafismo exagerado e a excessiva publicação de fotos. As matérias opinativas e interpretativas concentram sua análise nas questões de ordem político-administrativa e de ordem cultural (as consequências políticas da guerra, o anti-americanismo, a intolerância islâmica etc). Ao abordar temas de ordem político-administrativa a revista tanto critica quanto defende certas decisões do governo americano. Isso revela, de certa forma, a autonomia argumentativa dos seus

colaboradores e correspondentes⁵⁹ e a dificuldade que o Governo enfrentou para coordenar de forma uníssona a ‘campanha contra o terror’. Tome-se como exemplo as matérias *The Iraq Hawks – Can their plan work?*⁶⁰, de Seymour Hersh, em 31/12/2001, *On to Iraq? – the waging of war against Iraq*⁶¹, de Hendrik Hertzberg, em 05/08/2002, e *Waging Peace – the perils of winning war alone*⁶², de Philip Gourevith, em 03/03/2003.

A análise dos demais números revela uma concentração nos assuntos que passaram a ocupar a pauta de produção jornalística e cultural após o 11 de Setembro de 2001: islamismo, identidade cultural, história do Oriente Médio, política e intervenção americanas, terrorismo. A grande monta de matérias com foco no assunto administração e política revela o objetivo da revista em demonstrar, para os seus leitores, a sua preocupação em proceder ao exame da qualidade das propostas intervencionistas americanas, suscitando uma ampla discussão em torno dos posicionamentos políticos adotados. Não é possível afirmar, neste sentido, que houve um total engajamento da revista *The New Yorker* à posição adotada pelo Governo americano, não obstante a campanha propagandística junto à opinião pública para identificar o inimigo e definir as ações a serem tomadas. Essa campanha, conforme já expressei, foi denominada por Bennet (28/08/2003) de ‘tempestade de propaganda’ e teve ampla repercussão logo após os atentados de 11 de setembro, desembocando na invasão do Afeganistão e na 2^a. Guerra do Golfo.

No entanto, várias são as matérias que se posicionam contrariamente às medidas adotadas pelo Governo dos Estados Unidos. Pode-se afirmar que a revista adotou um sentimento pró-americano, mas contrário ao Governo em muitas vezes (logo após os atentados de 11 de setembro *The New Yorker* assumiu,

⁵⁹ Percebe-se que grande parte do sucesso de *The New Yorker* está ligado ao trabalho de seus colaboradores e correspondentes. Isso faz com que a revista preze pela valorização dos mesmos, enaltecendo suas qualidades e enfatizando a liberdade argumentativa a eles concedida. Segundo Lee Anderson (2002), o que diferencia *The New Yorker* das demais revistas é exatamente a sua multiplicidade de vozes e a autonomia que os autores têm para propor os temas sobre os quais vão escrever.

⁶⁰ Os Falcões do Iraque - pode o plano deles funcionar?

⁶¹ Para o Iraque? – o preço da Guerra contra o Iraque.

⁶² Pagando pela Paz – os perigos de vencer a guerra sozinho.

como foi dito anteriormente, uma posição de defesa da ‘Guerra ao Terror’). Por conta disso, não se pode dizer que a revista adotou uma atitude a favor das intervenções bélicas em todas as suas seções, nem que ela deixou transparecer um patriotismo inconsequente. Se há um evidente sentimento patriótico, isso é compensado pelo posicionamento crítico adotado em várias matérias, como em *The War on What – The White House and the debate about whom to fight next*⁶³, de Nicholas Lemann (edição de 16/09/2002).

Um novo patriotismo, consciente do seu papel crítico? Certamente, *The New Yorker* não negaria seu próprio nome, mas o projeto editorial da revista e a linha que ela segue e que a conduziu a um lugar de destaque no cenário intelectual americano justificam combater qualquer exagero, pois já fazem parte de uma tradição que a própria revista consolidou, uma espécie de sentimento presente na ‘marca’ valorizada pelo marketing da mesma, uma forma de se legitimar perante seu vasto público, expressa na opinião de Corey (1999), para quem a revista, a partir dos anos 50 do século XX, assumiu uma posição de autoridade cultural. É por esse motivo que o sentimento patriótico aparece com maior clareza nas crônicas, poesias e nas publicidades publicadas pela revista. Quando o texto segue o gênero interpretativo, há uma visível tentativa da revista incorporar os critérios técnicos que presidem, pelo menos em tese, a elaboração desse tipo de material, apelando para a imparcialidade e a objetividade jornalísticas. É claro que esse é um dos recursos mais utilizados para se legitimar uma posição ideológica: ao se recorrer ao critério da objetividade e, portanto, ao valorizá-lo na produção de um texto, se procura tornar mais crível a argumentação e, de forma sub-reptícia, as posições ideológicas ali defendidas. Estará expresso na revista o já conhecido patriotismo americano? Em grande parte, pois ao criar uma imagem de independência, *The New Yorker* recai na tão fadada estratégia de negar exata e dissimuladamente aquilo que mais defende.

⁶³ A guerra contra quem – a Casa Branca e o debate sobre com quem lutar em seguida.

b) Revista *Veja*: o novo patriotismo americano!

Veja é atualmente a revista de maior destaque da imprensa brasileira. A conquista desse posto de destaque não é, contudo, apenas o resultado do fato de ser a maior revista semanal informativa do Brasil, com uma tiragem em torno de um milhão e 500 mil exemplares (MAGALHÃES, 2003), números que lhe conferem uma posição de destaque no mercado mundial. *Veja* tem também ocupado uma controversa posição no mercado de semanários informativos do país em consequência da linha editorial que adota. Destarte, *Veja* é a revista brasileira que mais tem gerado polêmicas ao cobrir um determinado acontecimento ou assunto, sofrendo acusações de adotar partidarismos políticos e de ser tendenciosa⁶⁴, o que torna seu ‘estilo editorial’ bem diferente do praticado pela revista *The New Yorker*, sem contar as divergências em termos de projeto gráfico e de apego aos gêneros jornalísticos (neste caso, *The New Yorker* segue mais explicitamente o gênero interpretativo do que *Veja*). Ainda assim, *Veja* pode ser considerada um dos melhores exemplos da transformação por que passou a imprensa brasileira quando da adoção de elementos visuais importados de revistas americanas, no final dos anos sessenta, segundo Juliana Gazzotti (22/05/2004).

A revista *Veja* surgiu em setembro de 1968, como órgão da Editora Abril, dirigida pelo jornalista Mino Carta, seguindo um estilo voltado à emergente classe média nacional. Gazzotti (op. cit., s.p.) explica que:

...quem idealizou a revista foi Roberto Civita, filho de Victor Civita (proprietário da Editora Abril). *Veja* seria um semanário semelhante a *Time*, *Look* ou *Life* e terminou editada com um projeto gráfico inspirado em *Newsweek*. As características dos

⁶⁴ Uma pesquisa num sistema de busca na internet revela existirem várias dissertações e teses sobre *Veja*, a maioria das quais parecendo identificar como posições ideológicas da revista as seguintes, conforme a leitura dos títulos e resumos de algumas delas: 1) em favor do discurso neoliberal; 2) contra os movimentos organizados, sobretudo o MST; 3) em favor dos Estados Unidos; 4) contra os partidos de esquerda etc. No banco de teses da Capes, uma consulta realizada em 07 de junho de 2005, tendo como palavra-chave ‘revista Veja’, revelou a produção de 109 dissertações e teses sobre a revista.

semanários que inspiraram o seu surgimento foram a grande quantidade de anúncios e propaganda, responsáveis pela receita da revista e uma variedade de informações para abarcar um número amplo de leitores, ou seja, um ecletismo destinado a atingir um público heterogêneo.

Aos poucos, no entanto, a política editorial de *Veja* foi se distanciando das ‘revistas-espelho’ norte-americanas, de acordo com o ex-secretário de redação da revista, Mário Sérgio Conti (apud NILTON HERNANDES, 2001): “a cobertura política seria o eixo. [...] Ela buscaria o furo [...] Desenvolveu-se entre setembro e dezembro de 1969 a concepção de que o jornalista de *VEJA* trabalhava em equipe, sob um chefe que era repórter como ele. [...] Uma concepção diferente de *Time* e *Newsweek*.”

Com relação às críticas feitas quanto à forma parcial de cobertura dos acontecimentos, Hernandez (apud MARINA BUENO, 18/06/2002) acredita que isso se deve ao próprio estilo adotado pela revista. Para Hernandez, existe um ‘estilo *Veja*’ de fazer jornalismo que é marcado por: 1) jamais ouvir o outro lado; 2) sempre ter uma tese para defender; 3) e utilizar a informação como maneira de cercar essa tese do maior número possível de argumentos. De forma bastante enfática, o autor critica a postura opinativa da revista:

...VEJA não trabalha nem com a idéia de imparcialidade nem com a idéia de interpretação, a VEJA é uma revista que se assume como opinativa, ela se assume como a revista que dá a verdade última sobre tudo. [...] Há textos do Civita, dono da revista, onde ele fala isso claramente. A VEJA se assume dentro da imprensa nacional como a revista que dá a última opinião, depois que todas as outras mídias noticiaram. Ela transforma um problema em uma solução. O problema é ela ser a última mídia a noticiar, portanto ela sempre dá notícia velha. Então ela transforma isso em algo em favor dela. Ela diz assim: ‘agora eu vou julgar tudo o que as mídias mais rápidas já deram e vou determinar o que é verdade e o que é mentira’. Ela é o enunciador que sabe tudo. É típico da VEJA falar assim: ‘nós ouvimos o maior especialista mundial sobre esse assunto e ele disse isso, mas ele está errado’. O que a VEJA fala é que ela sabe mais do que a pessoa que sabe mais. Isso está nos textos. (HERNANDES apud BUENO, 18/06/2002, s.p.)

Uma outra acusação feita contra *Veja* com certa veemência pelos analistas da produção dos meios de comunicação brasileiros, especialmente das revistas semanais impressas, diz respeito à defesa intransigente da política e dos interesses dos Estados Unidos (HERNANDES apud BUENO, 18/06/2002). Uma espécie de sentimento de americanismo paira, assim, sobre a linha editorial da revista, o que tem levado muitos críticos, em atitude até certo ponto dogmática, a recaírem no lugar-comum da argumentação contrária à posição da revista antes mesmo de qualquer análise mais aprofundada sobre os procedimentos adotados na cobertura de um acontecimento e, mormente, sobre a sua política editorial. Apontam, inclusive, na defesa de seu argumento, para a descendência ítalo-americana do proprietário da Editora Abril, Victor Civita, como um dos motivos que levariam a revista a adotar um certo americanismo, sem levar em conta que *Veja* recebe sugestões de pauta de publicações americanas, notadamente a *Time* ou a *Newsweek*, ambas dos Estados Unidos, conforme relata o secretário de redação da revista Júlio César de Barros (apud HERNANDES, 2001).

Sobre esse assunto – a defesa pela revista *Veja* da política e dos valores americanos –, Hernandes (apud BUENO, 18/06/2002) é bastante conclusivo: “na *VEJA* os Estados Unidos dão a sanção a tudo aquilo que nós fazemos, dão o julgamento. A *VEJA* vai ouvir um especialista dos Estados Unidos para comunicar: ‘agora nós vamos ouvir a última palavra’.” Talvez por isso, como que a justificar a interferência americana, receba especial atenção por parte de *Veja* a ‘editoria internacional’, conforme seu Diretor Editorial, Tales Alvarenga (apud HERNANDES, 2001, p.28), revela:

VEJA procura refletir, mais do que no passado, as coisas que estão alterando a história fora daqui. É a revista brasileira que mais capas publica a respeito de assuntos internacionais. Um exemplo: tivemos uma capa sobre o Islã um ano antes de 11 de setembro de 2001 [...] Nas nossas entrevistas de páginas amarelas, dois terços são conversas com especialistas respeitados de outros países. Tudo isso reflete uma intenção de arejar o debate de assuntos, tirando-lhes o caráter paroquial que costuma caracterizar o debate nacional.

No tocante à cobertura dos ataques terroristas aos Estados Unidos, da invasão do Afeganistão e da 2^a. Guerra do Golfo, a revista manteve o alinhamento denunciado por Hernandez. Ela exerceu um certo tendenciosismo, acentuando a estigmatização dos povos islâmicos e uma defesa até certo ponto explícita dos Estados Unidos. Observe-se, neste sentido, a matéria de capa da edição 1720, de 03 de outubro de 2001, como uma reportagem que une fortes elementos anti-árabes com uma defesa explícita dos Estados Unidos. Para tanto, o título da capa, preciso, direto e forte, é ilustrativo: *O vírus anti-EUA – a demagogia que transformou a vítima em culpada.*

Dorneles (09/04/2003) afirma que a análise do discurso jornalístico produzido por *Veja* sobre a 2^a. Guerra do Golfo revela que a revista: (01) usou signos lingüísticos com conotações ideológicas na caracterização de ambos os lados do conflito; (02) assumiu uma postura alinhada aos interesses americanos; (03) foi incapaz de interpretar as manifestações populares como símbolo da liberdade de expressão; e (4) também usou signos religiosos que refletem a guerra entre Bush e Saddam como um conflito entre o Bem e o Mal, respectivamente. Segundo o autor, a cobertura de *Veja* sobre a guerra contra o Iraque “...atribui consistentemente estereótipos ideológicos de tribalismo, crueldade, injustiça e atraso a Saddam, ao passo que Bush e os Estados Unidos são descritos e mostrados com símbolos positivos como democracia, desenvolvimento, força, justiça e libertação” (Ibid., s.p.). Para ele, *Veja* mostrou a guerra como uma oposição entre democracia e barbárie, liberdade e totalitarismo.

De um total de 81 exemplares de *Veja* publicados no período de 19 de setembro de 2001 a 16 de abril de 2003, foram analisadas 18 edições da revista, das quais uma foi uma edição especial e outra, uma reportagem especial publicada após um ano dos ataques terroristas de 11 de setembro de 2001. Isso não quer dizer que: 1) as edições não analisadas não contivessem algum tipo de material sobre os acontecimentos em pauta; 2) outros exemplares, publicados fora desse intervalo, não tenham sido mencionados de forma ilustrativa, ainda que esporadicamente. Das 18 edições analisadas, apenas 05 delas não tiveram a capa relacionada aos acontecimentos em pauta (três trataram de política, das quais uma

destacou a posse do Presidente Luís Inácio Lula da Silva; uma, de religião; e uma outra, de saúde)⁶⁵. Isso significa que a maior parte do material produzido por *Veja* sobre as identidades de árabes e americanos se concentra em 13 das 18 edições analisadas. Esses 13 exemplares foram publicados, na sua maioria, nos últimos quatro meses do ano de 2001 e nos primeiros meses do ano de 2003, o que coincide com o período de clímax dos atentados terroristas, da guerra do Afeganistão e da 2ª. Guerra do Golfo. Bin Laden foi o personagem que mais apareceu nas capas dos exemplares de *Veja* analisados. Por duas vezes, nas edições de números 1722 e 1730, Bin Laden foi capa da revista, se igualando apenas ao Presidente Lula, que apareceu em duas ocasiões, com a ressalva de que em uma delas Lula não foi o personagem de destaque. Em um dos exemplares de *Veja* (edição 1722), Bin Laden foi descrito como ‘ O Profeta do Terror’. A 2ª. Guerra do Golfo recebeu destaque nas capas de *Veja* em três edições, as de números 1746, 1796 e 1798.

Nas 18 edições analisadas, excluindo-se as edições de números 1732 e 1795, que não apresentaram entrevista, por 08 vezes o entrevistado das páginas amarelas de *Veja* falou sobre assuntos diretamente relacionados ao terrorismo ou às guerras no Oriente Médio. Em quatro edições, os assuntos se relacionavam indiretamente aos acontecimentos em análise, como a entrevista com o professor Jeremy Rifkin, da *Wharton School*, nos Estados Unidos, sobre a era pós-petróleo (edição 1784). Somente em quatro edições os entrevistados não fizeram menção direta ou indireta aos assuntos antes relacionados. Ressalte-se que a edição 1732, de 26 de dezembro de 2001, embora não tenha a seção páginas amarelas, apresentou artigos de 14 estudiosos de oito países sobre a situação do mundo após o 11 de Setembro de 2001.

Com base nos mesmos temas utilizados para classificar o material publicado por *The New Yorker*, a abordagem de *Veja* seguiu a seguinte distribuição, num total de 87 matérias publicadas, considerando-se apenas as

⁶⁵ Se considerado o número total de exemplares (81) publicados no período aludido, dezesseis (16) edições da revista tiveram a capa voltada aos assuntos em análise, apenas quatro a mais do que o número de capas da amostra analisada. Nesses exemplares, o presidente Bush foi destaque em duas ocasiões, enquanto a guerra no Iraque e o islamismo foram temas dos outros dois.

reportagens e sem contar a edição especial 1718 e a edição 1732, que trataram quase que totalmente dos acontecimentos em análise: economia (07 matérias); cultura, religião e cotidiano (19); meios de comunicação (05); militarismo e guerra (17); história (07); política e administração (17); narrativas de fatos e acontecimentos (04); arte (06); depoimentos e comentários (12); Oriente Médio e Islã (24); terrorismo (15). A soma total de cada um dos itens não corresponde ao total de matérias publicadas (87), uma vez que uma mesma reportagem pode ser classificada concomitantemente em temas diferentes. Comparativamente à revista *The New Yorker*, *Veja* deu destaque aos mesmos 05 temas explorados pela revista americana (Oriente Médio e Islã; política e administração; militarismo e guerra; cultura, religião e cotidiano; e terrorismo).

Assim, os assuntos mais recorrentes das reportagens da revista *Veja*, durante o período em análise, foram: a política externa americana, a defesa dos valores americanos, o crescimento do sentimento de patriotismo nos Estados Unidos e a situação – cultural, política, econômica, enfim, social – dos países do Oriente Médio e dos demais países islâmicos. Os demais materiais semânticos analisados, como fotografias, gravuras, charges e outros, muitas vezes fizeram parte das reportagens aludidas, como recurso ilustrativo. Assim, seguiram o conteúdo dos textos, o que, por certo, torna a análise e a classificação anteriores também válidas para esses materiais.

c) Super-Heróis em Quadrinhos e re-atualização mítica

As revistas em quadrinhos e as ‘tirinhas’ de jornal constituem o principal veículo do que se convencionou chamar de arte seqüencial. Elas são classificadas como gênero de massa e são conceituadas como uma forma de expressão artística que representa o movimento através do registro estático de imagens (EDGARD GUIMARÃES, 2003). Em grande parte dos Estados Unidos os *comics*, como são

chamadas as revistas em quadrinhos, são vendidos em lojas especializadas. No Brasil e em outros países são facilmente encontradas em bancas de revistas. No final do século XX, somente nos Estados Unidos, cem milhões de pessoas liam tirinhas de jornal, enquanto na década de 50 a revista do super-homem chegou a circular com uma tiragem mundial de 1.500.000 exemplares. Will Eisner (1989) acredita que os quadrinhos se tornaram a ‘dieta literária’ inicial da maioria dos jovens, ou seja, o caminho pelo qual eles começam a digerir as obras literárias.

As características da arte seqüencial reúnem elementos das linguagens verbal e não-verbal. A disposição de cada elemento de uma obra em quadrinhos assume a característica de uma linguagem. No conjunto, no entanto, esses elementos formam uma gramática discursiva própria, a gramática da arte seqüencial, que constituiu um importante e influente campo iconográfico. Assim, existem dois dispositivos de controle da arte seqüencial: a página total, que contém vários quadrinhos, e cada quadrinho em si, dentro do qual se desenrola a ação. Esses dois dispositivos podem ser analisados separadamente, mas o texto significativo produzido pela revista ou tirinha depende da associação entre eles. É por isso que Eisner (op. cit.) explica que a gramática básica a partir da qual se constrói a narrativa dos quadrinhos é feita pela representação dos elementos em cada quadrinho, pela disposição das imagens dentro deles e pela sua associação com as outras da seqüência narrativa. Nos quadrinhos, “as regências da arte (por exemplo, perspectiva, simetria, pincelada) e as regências da literatura (por exemplo, gramática, enredo, sintaxe) superpõem-se mutuamente” (EISNER, op. cit., p.08). Scott McCloud (14/07/2003, s.p.) confirma, dizendo que a história em quadrinhos “...oferece uma gama de versatilidade com toda a fantasia potencial do cinema e da pintura, além da intimidade da palavra escrita.”

No caso das revistas em quadrinhos, é preciso ainda considerar os elementos ‘capa’ e ‘primeira página’. O primeiro funciona como uma espécie de 1ª página de um jornal impresso, procurando destacar o mote do enredo e as principais informações que balizarão a estória; o segundo é quase um *lead* de uma matéria jornalística, cumprindo o objetivo de introduzir ao leitor a estória. Muitas

vezes, os primeiros textos da página inicial começam fazendo menção à cidade ou localidade que identifica o contexto em que atua o personagem.

Os quadrinhos guardam, na sua gênese, uma íntima ligação com o *cartoon* e a charge humorística, daí porque nos Estados Unidos terem recebido a denominação de *comics* (*comic strips e comic books*, posteriormente). Quando surgiram no mercado americano, onde se popularizaram a partir do final do século XIX, os quadrinhos tinham como objetivo ampliar a venda dos jornais e incorporar levas de imigrantes à sociedade industrial que se desenvolvia em ritmo frenético. Vários gêneros surgiram a partir dali (WALDOMIRO VERGUEIRO, 02/05/2001, s.p.).

Um dos gêneros mais populares das histórias em quadrinhos é o de super-heróis. As histórias em quadrinhos de super-heróis têm, pelo menos, 70 anos de existência (o super-homem surgiu na revista *Action Comics* em 1938) e se popularizaram após a segunda guerra mundial, quando do *boom* da produção cultural americana para além das fronteiras dos EUA. Comenta-se que o embrião das histórias de quadrinhos de super-herói tenha sido, no entanto, a publicação das aventuras de Tarzan e de Buck Rogers, em 1929. Esse gênero dos quadrinhos é classificado como *adventure strips* (Ibid., s.p.).

Aos poucos, as histórias de heróis foram adquirindo continuidade narrativa, criando, assim, suspense para a próxima edição e assumindo características cada vez mais realistas, com os personagens passando a ter feições e proporções semelhantes às dos humanos. No período da 2^a. Guerra Mundial e da subsequente Guerra Fria, por exemplo, as histórias de super-herói passaram a ser compostas também de um componente militar. No entanto, desde o final da 2^a. Guerra, os heróis absolutos entraram em crise: já não havia espaço para heróis de ‘certezas inabaláveis e patriotismo exagerado’, como o Capitão América. Há, também, hipóteses de que esse ‘estilo mais realista e humano’ tenha sido uma herança dos *mangás* japoneses.

Assim, hoje, as histórias de heróis estão cada vez mais influenciadas pela realidade, tratando de temas do cotidiano nos seus enredos e valorizando o lado

humano dos seus personagens: “a solidão do espaço, o mistério das selvas, a periculosidade da vida urbana assumiram a berlinda na atenção dos leitores e estes passaram a seguir as peripécias das personagens como se eles mesmos fizessem parte da trama, muitas vezes destruindo, nessa identificação, as tênues separações entre ficção e realidade” (VERGUEIRO, 21/02/2002, s.p.). Cláudio Marques (1998) afirma que o herói de hoje é um ser humano tão passível de falhas e defeitos quanto o próprio leitor. Ele ressalta alguns aspectos atualmente incorporados às histórias dos heróis de quadrinhos: guerras e alcoolismo (homem-de-ferro); americanismo (Capitão América); identificação com o leitor (homem-aranha); câncer e questão da morte (Capitão Marvel); anti-heróis e violência (Justiceiro); críticas ao sistema judiciário (Demolidor); racismo (X-Men); loucura, homossexualismo e críticas ao sistema político-social (Batman). O maior inimigo dos heróis atualizados é, segundo Marques, a própria sociedade. Talvez porque retratem questões que estão na base da experiência das pessoas, reproduzindo os mitos que compõem parte do imaginário social, as revistas de heróis tenham ampla aceitação mundial.

Mesmo antes do atentado de 11 de setembro de 2001, a produção dos quadrinhos de super-heróis vinha se ocupando dos temas ligados aos países árabes. A DC Comics preparou uma edição de reformulação do Super-Homem, a saga *Our World at War* (Nossos Mundos em Guerra), cujo lançamento estava previsto para o ano de 2001. Por coincidência, em setembro de 2001, concomitantemente aos atentados, a Panini Comics, que edita o material da Marvel no Brasil⁶⁶, publicou uma história em que o Quarteto Fantástico lutava contra um monstro chamado *Jihad*. A história tratava de uma intervenção num estado árabe pacífico, que permanecia sob o julgo de um governo ditatorial. Não se poderia dizer que a revista é uma resposta ao 11 de Setembro, uma vez que a mesma já devia estar pronta antes mesmo da execução dos atentados. Ainda assim, a partir daquela data percebe-se que os enredos das histórias sofreram pequenas alterações e aprofundaram o interesse pelos assuntos ligados ao terrorismo, ao islamismo e ao Oriente Médio. Em primeiro lugar, muitos enredos

⁶⁶ Observe-se que as duas maiores editoras de quadrinhos americanas, a Marvel e a DC comics, estão sediadas em Nova York.

passaram a recuperar as velhas temáticas militares, da época da 2ª Guerra Mundial e da Guerra Fria, atualizando inimigos históricos – antes os nazistas e os comunistas – na figura de terroristas orientais. Por conseguinte, a maior parte desses roteiros foi ambientada em regiões com características bastante semelhantes às de países do Oriente Médio, e muitos deles narravam episódios e descreviam cenas idênticas às do atentado e aos acontecimentos subsequentes a eles. O tom realista prevaleceu em várias histórias. Em segundo lugar, os personagens das revistas tiveram que revelar sua identidade em muitos episódios após o 11/09, exigindo o mesmo dos seus inimigos, como diz André Lopes (05/08/2003, s.p.):

Depois dos ataques terroristas contra as Torres Gêmeas, o mundo dos quadrinhos foi modificado. Diversos personagens revelaram sua identidade secreta - quem precisa se esconder é o inimigo: o Aranha contou a verdade à Tia May; Xavier, mesmo sob a desculpa de domínio mental, assumiu em rede nacional sua condição mutante; e o Capitão América creditou, também na televisão, seu massacre de terroristas a Steve Rogers. Além disso, as tramas ficaram mais adultas e os heróis, menos super. Alguns, inclusive, abandonaram seus uniformes coloridos, caso dos X-Men, que adotaram um visual muito parecido com o do filme.

Foram analisadas três revistas de super-heróis editadas originalmente nos Estados Unidos (Homem-Aranha, Capitão América e Mulher-Maravilha) e vendidas praticamente para quase todos os países ocidentais e para alguns países orientais. A revista do Homem-Aranha, intitulada *Em memória às vítimas de 11 de setembro*, é uma edição especial. Ela expressa sentimentos de frustração e fracasso que acometeram o herói naquele fatídico dia. A capa da revista faz uma homenagem às vítimas do atentado. Ela é toda preta, como se também o herói estivesse de luto pela morte de milhares e quisesse transmitir o seu sentimento para os leitores, evocando-os a se entregarem também àquele espírito de solidariedade e união. Não há, na capa, informações referentes à editora brasileira que publica a revista (Panini Comics), à data de sua publicação (setembro de 2002), ao preço do exemplar nem ao número de edição do mesmo (anexo A). A

revista também não contém numeração de páginas. O editorial de Fernando Lopez evoca o caráter inusitado e inesperado do acontecimento:

a gente sempre se lembra exatamente de onde estava quando fatos assim acontecem [...] Fantástico demais para ser verdade [...] Esta edição traz a reflexão de uma sociedade ferida física e moralmente, em busca de respostas que ninguém, além deles mesmos, podem dar.

Na primeira página, porém, a indicação, nos termos da produção midiática e dos valores que compõem a sua lógica operacional, de que alguma coisa quebrara a rotina daquele dia: “interrompemos nossa programação para um comunicado especial...” As páginas seguintes da revista dão uma noção do principal tema a ser tratado. Elas são compostas por um só desenho, onde se vê o desabamento das torres de Nova York, ante um estupefato e impotente herói (anexo B). A estória tem, portanto e em resumo, o seguinte enredo: o Homem-Aranha e demais super-heróis assistem inconformados ao desmoronar das torres gêmeas. A grande dúvida que os acompanha e que lhes é dirigida insistentemente pelos demais personagens é: onde estavam os super-heróis no momento do ataque? Mas essa dúvida traz uma reflexão correlata, como se pretendesse criar a idéia de que os heróis (por analogia, os EUA) estão sempre presentes para resolver conflitos dos outros, e que, para o seu próprio povo, fracassaram. Os heróis, neste caso, representam a própria política de vigilância exercida pelos EUA em nível mundial. Mas isso não é motivo para deixar os heróis em descrédito. Eles participam do resgate às vítimas, ainda que as mesmas não sejam mostradas nos desenhos (os únicos feridos efetivamente presentes à estória são os bombeiros).

A estória do Capitão América (*Panini Comics*, 2002), que resgata com toda força o sentimento de americanismo, é praticamente uma continuação da do Homem-Aranha. Na própria contra-capas da revista do Homem-Aranha, está escrito: “o novo e espetacular Capitão América estréia em 2002”. Observe-se, contudo, que a estória do Homem-Aranha se passa durante o 11 de Setembro. Ao contrário, o Capitão América vai mais além. A sua revista propõe ‘um avançar na

história', indo do 11 de Setembro até acontecimentos posteriores, como a invasão do Afeganistão. Essa é a revista de retorno do Capitão ao mundo dos quadrinhos, depois de um certo tempo de reformulação do personagem, quando ele, após o escândalo de Watergate, na primeira metade dos anos 70, decepcionado com o seu país, assumiu a identidade de *Nômade*, um homem sem pátria. O 11 de Setembro é assim o motivo para o renascimento do herói e de toda simbologia que o mesmo carrega, sobretudo no tocante aos valores de preservação da ordem social e de exaltação do patriotismo. Nas bancas em setembro, um ano após os atentados, como se a festejar uma data solene. A capa da revista do Capitão revela o cenário militar em que transcorrerá a estória e que sempre balizou a vida do herói. Nela, o Capitão América aparece abraçado à bandeira dos Estados Unidos, enquanto, no céu, aviões da época da 2ª Guerra Mundial sobrevoam o herói. Aos seus pés, milhares de soldados empunham suas armas e partem para o campo de batalha (anexo C).

A estória começa com uma tentativa de seqüestro de um avião, bem a exemplo do acontecido em 11 de setembro de 2001, enquanto, ao mesmo tempo, do outro lado do mundo, o rosto de um terrorista – Bin Laden, certamente, a julgar pela semelhança de fisionomia – aparece em 'louvação a Deus' (anexo D). Após isso, começa o episódio *Cinzas – Capítulo I: Inimigo*. O que se percebe com esse título é o fato de que o inimigo precisa ter uma identidade definida – ainda que essa definição seja dada pelo 'outro'. Nas próximas páginas, sete meses depois, o Capitão América já está em Kandahar. Durante a invasão da cidade, ele rotula o líder rebelde de 'monstro estrategista que forçou a violação de metade dos protocolos de guerra antes mesmo de ver o campo de batalha'. É como se justificasse grande parte dos crimes de guerra cometidos pelos EUA, porque as causas eram, de certo modo, mais nobres. Em suma, os fins justificam os meios. Ao longo do percurso pela incendiada Kandahar, o Capitão América não encontra ninguém. Mas conclui, para o bem da sua consciência de herói – e de nação que se auto-delega a função de vigilância sobre todo o globo: "Hoje...há esperança. Você não chegou tarde demais" (p.38).

Das três estórias de super-heróis analisadas, a da Mulher Maravilha – *O Espírito da Verdade* (não por acaso, *verdade* aparece aqui como uma palavra-chave para se definir o lado que está com a razão e age pelo bem), editada pela *D.C. Comics* e publicada, no Brasil, pela editora Abril (04/2002) – é a única que não faz alusão direta ao 11 de Setembro e aos demais acontecimentos a ele associados. As temáticas que os mesmos comportam estão, no entanto, diluídas no enredo da estória e trazem uma discussão profunda – mas padronizada, ressalte-se – sobre a relação entre alteridades culturais. A revista não possui numeração de páginas. Na capa, apenas o título e o desenho do rosto da heroína, com ar de perplexidade, como se a expressar implicitamente que a verdade à qual o título da revista faz referência assusta (anexo E). Também narrado em primeira pessoa, o enredo centra-se na dúvida que acomete a heroína e no quanto a mesma se sente injustiçada, após interferir, em favor das populações civis, em vários levantes e golpes contra a democracia e os direitos humanos: por que o seu trabalho junto aos mortais não é bem compreendido? Por que ela se torna alvo de revoltas e de ojeriza populares? Será isso consequência da sua identidade de heroína?

d) Literatura de Cordel: ocidente *versus* oriente na cultura popular nordestina

Dentre algumas manifestações da cultura popular nordestina, o cordel e a cantiga de repente podem ser considerados um dos seus suportes comunicativos mais específicos, em virtude da natureza híbrida dos universos culturais em que surgiram e se desenvolveram. Elementos de diversas origens (oral, histórica, cultural, política) se coadunam, na poesia livresca dos cordéis e nas cantorias e pelejas de repente, para produzir um tipo de prática comunicativa e artística que, no dizer de Muniz Sodré (11/07/2003, p.03), não está confinada necessariamente às formas da língua:

o jogo da linguagem na repetição de sons [...] empenha-se aí em fazer coincidir formas sonoras, a brincar com a lei de distância entre sistema e sintagma na língua. [...] Na cantoria, a música é freqüentemente regida pela dinâmica verbal do verso ou texto cantado, ao invés de aceitar como impulso desencadeante a simetria da forma musical dada a priori. Modos tonais já abolidos pelo Oriente musical costumam, assim, ressurgir como uma centelha no calor de um desafio. E uma palavra do verso pode surgir tão ‘desorganizada’ do ponto de vista semântico quanto a sintaxe musical.

Sodré (11/07/2003) lembra o ‘poeta do absurdo’, Zé Limeira⁶⁷, para mostrar como, através do caráter grotesco e absurdo dos seus versos, se processa uma subversão da linguagem formal, uma maneira de se opor às interdições culturais formalizadas na linguagem, uma função social de denúncia pelo afastamento irônico dos mecanismos de poder. Zé Limeira representa, assim, o anti-herói, aquele que busca, através da afronta ao cânone e ao formalismo, superar qualquer forma de controle, mesmo que enveredando por um tipo de prática comunicativa e artística que beira o nível da irracionalidade e da loucura. Zé Limeira é o mito ao avesso.

A produção dos cordéis é bastante ilustrativa para se entender a composição desse gênero, formado por um processo de hibridização cultural desde sua origem e que foi passando por diferentes períodos e processos evolutivos em contextos bem diversos, até chegar aos dias atuais, quando esse tipo de prática comunicativa passou a relacionar-se com outros discursos sociais.

Se o cordel é, hoje, atravessado por vetores de forças de outros campos sociais, isso se deve ao próprio processo de sua formação. A sua gênese demonstra o quanto o mesmo surgiu de um processo de troca e de mesclagem de tradições culturais bastante diversas. Assim, são bastante controversas as origens

⁶⁷ Zé Limeira, poeta e cantador popular, nasceu na Serra do Teixeira, na Paraíba, em 1886, e morreu em 1954. Famoso pela sua estatura avantajada e pela forma grotesca e absurda dos seus versos, Zé Limeira não sabia ler nem escrever. São dele as seguintes estrofes: a) Peço licença aos prugilos/Dos Quelés da juvenia/Dos tofus dos audiacos/Da Baixa da silencia/Do genuíno da Bribria/Do grau da godofobia; b) O velho Tomé de Sousa/ Governador da Bahia/Casou-se no mesmo dia/E passou a pica na esposa/Fez que nem raposa/Comeu na frente e atrás/Foi pra beira do cais/Onde os navio trafega/Comeu o padre Nobrega/Os tempos não voltam mais.

da literatura de cordel, uma vez que não houve um só acontecimento gerador dessa prática. Ao contrário, o cordel surgiu como decorrência do acúmulo e da contaminação de tradições culturais que migraram de diferentes contextos. Os primeiros folhetos remontam ao século XVII, com a venda das “folhas volantes” em Portugal (*pliegos sueltos*, na Espanha, e literatura de *colportage*, na França). No entanto, alguns pesquisadores da poesia popular nordestina defendem a tese de que os cordéis chegaram à península ibérica por volta do século XVI e que, bem antes, já existiam vestígios desse tipo de prática cultural nos mundos greco-romano, fenício, cartaginês e saxão. Suspeita-se, ainda, de que a melodia tenha incorporado muito da música árabe, com a expansão do islamismo pelo norte da África e pela Península Ibérica, depois do século VII. Antes de chegar à Península Ibérica, havia indícios de que uma atividade literária muito próxima do que se conhece hoje como cordel também já tivesse se desenvolvido, nos séculos XV e XVI, na Alemanha.

Embora tenhamos recebido a nossa literatura de cordel via Portugal e Espanha, as fontes mais remotas dessa manifestação estão mais recuadas no tempo e no espaço. Elas estão na Alemanha, nos séculos XV e XVI, como estiveram na Holanda, Espanha, França e Inglaterra do século XVII em diante. (CARLOS CÍCERO ALENCAR, 14/07/2003, p. 02)

Se há discordâncias acerca das origens da literatura de cordel, quanto à composição da sua agenda temática predominante os pesquisadores parecem não divergir muito do fato de que suas fontes são a tradição oral e a prática literária que remontam aos contos de varinha de condão, de bichos falantes, de bois, com o ciclo do gado nordestino, e ainda das histórias do folclore universal e africano. De início rimavam-se as histórias e lendas de exemplo moral, de longínqua tradição, que, depois, mesclaram-se às condições da vida rural nordestina.

No contexto rural do nordeste brasileiro, o cordel se fixou nos fins do século XIX, com o surgimento das pequenas tipografias (o primeiro cordel impresso no Brasil data de 1873, em Recife), e se desenvolveu até a década de 50 do século seguinte (seu apogeu foi entre os anos de 30 e 50), quando começou a

sofrer um declínio movido pelas transformações sociais (surgimento do rádio e do cinema, a aceleração dos processos de industrialização e urbanização, desenvolvimento dos meios de transporte e o conseqüente aumento das migrações internas) que alteraram a mentalidade do homem rural nordestino. Sylvie Debs (1997) corrobora, apontando como causas da diminuição da produção e do consumo dos cordéis após aquela data a crise econômica e o aumento dos custos de produção, a modernização dos meios de comunicação, a evolução da sociedade rural sertaneja e o desinteresse do público, que tem trocado os cordéis por outros meios de informação e distração. “Enfim, o progresso da alfabetização, a abertura de outros espaços culturais fizeram com que as novas gerações não entrassem mais em contato sistemático com o cordel” (Ibid., p.02). E a autora conclui:

La crise du cordel a commencé vers les années 60 avec l’expansion de la radio à pile, de la télévision et, à travers elle, la pénétration de modes de vie étrangers ainsi que l’adoption de valeurs culturelles urbaines par les jeunes générations. Le cordel perdait sa fonction de lien social: le feuilleton de la radio, puis de télévision le remplaça ⁶⁸(Ibid., p.10).

Os problemas enfrentados a partir de meados do século XX provocaram, em contrapartida, num duplo movimento reflexivo, uma mudança no *modus operandi* da prática cordelista e uma adoção das formas narrativas e das temáticas do cordel por outros sistemas de comunicação. Isso levou os cordéis a assumirem estratégias produtivas e suportes próprios desses sistemas, mas fez também com que estes transpusessem para seu cenário de produção muito do formato narrativo dos cordéis. Como explica Debs (op. cit.), há que se constatar que os cordéis transpuseram parte de sua gramática para outros suportes narrativos como o teatro, o cinema, a música e a dança (veja-se, por exemplo, a produção musical de Zé Ramalho, Ednardo, Alceu Valença e Elomar). E ainda, segundo ela, é preciso considerar o fato de que a televisão contribuiu significativamente para fazer com que esse gênero literário tenha se tornado conhecido (evidentemente a autora está

⁶⁸ A crise do cordel começou pelos anos 60 com a expansão do rádio a pilha, da televisão e, através deles, a penetração dos modos de vida estrangeiros bem como a adoção de valores culturais urbanos pelas novas gerações. O cordel perdeu a sua função de vínculo social: as novelas de rádio e depois da televisão lhe substituíram.

se referindo às adaptações de várias obras da poesia popular nordestina, como o Auto da Compadecida, de Ariano Suassuna, para o formato televisivo). Em ambos os casos, não se trata apenas de repetir os temas explorados pelo cordel (como na música Pavão Misterioso, de Ednardo, que trata de um personagem bastante conhecido dos cordéis), mas de transpor sua métrica, ritmo e rima para outros gêneros e formatos discursivos (Zé Ramalho, por exemplo, escreveu várias músicas usando-se da métrica dos cordéis). A forma de tratamento dos assuntos por outras mídias guarda, assim, uma proximidade com as peculiaridades da gramática de produção dos cordéis.

Le cordel, em dépit du changement de société, garde un forte valeur affective auprès d'une grande partie du public rural ou sertanejo. De la même façon que les cordéis traitant de l'actualité conservent leur importance non en raison du contenu (la radio et la télévision ayant souvent déjà largement répandu l'information), mais en raison de la "traduction" dans le langage et l'éthique propres à cette population, les ouvrages de commande répondent au même besoin. ⁶⁹(DEBS, 1997, p.20)

Tendo recebido a influência, desde a sua gênese, de tantos campos sociais, é possível afirmar que a literatura de cordel é tipicamente nordestina? Certamente, porque embora possa ser encontrada, nos dias atuais, em diversas regiões do país e até no exterior, é no Nordeste que se configura o cenário em que esse tipo de literatura adquire certas singularidades narrativas e ainda certas peculiaridades produtivas e de consumo, conformadas a todo um sistema simbólico típico daquela região. No Nordeste, é considerada o 'jornal do sertão', constituindo o que poderia ser chamado de gênero popular de massa.

Muitos poetas populares classificam a literatura de cordel em cinco temas mais frequentes: romance, valentia, gracejo, desafio e encantamento. Existe ainda o folheto de acontecido, que se baseia no relato de acontecimentos e fatos reais,

⁶⁹ O cordel, a despeito das transformações da sociedade, conserva um forte valor afetivo junto a grande parte do público rural ou sertanejo. Da mesma forma que os cordéis tratam a atualidade conservando sua importância não em razão do conteúdo (o rádio e a televisão têm frequentemente difundido a informação em larga escala), mas em razão da 'tradução' para uma linguagem e uma ética própria a esta população, as obras de encomenda respondem à mesma necessidade.

muito próximo daquilo que é produzido pela atividade jornalística, com a diferença de que o próprio formato do cordel, a sua rima, o seu ritmo e a ilustração da capa tornam aquele tipo de comunicação algo bastante peculiar. Os cordéis podem ser também divididos usando-se outras classificações, como a predominância temática. De maneira geral, a produção de literatura de cordel no Brasil reúne temas antiqüíssimos herdados da tradição ocidental e oriental e assuntos relacionados com o contexto brasileiro e, especialmente, nordestino, aqui reunindo acontecimentos políticos e sociais. Uma das histórias mais contadas pela literatura de cordel no Brasil, *História da Donzela Teodora*, escrita por Leandro Gomes de Barros, é uma versão de uma história árabe que conta como uma donzela escrava venceu os sábios do rei, livrando o seu amo da falência. Segundo Câmara Cascudo (Jornal de Poesia, 11/07/2003), a edição espanhola mais antiga dessa estória é *La Doncella Teodor* de 1498, impressa na cidade de Toledo, antiga capital do reino de Castela, na Espanha, ocupada pelos árabes de 712 a 1085, período de grande prosperidade cultural e artística marcada pela convivência das culturas árabe, judaica e cristã. Para o autor, a *História da Donzela Teodora* foi inspirada nos contos árabes *As Mil e Uma Noites*.

Quanto aos folhetos de circunstância ou de acontecido, Eduardo Menezes (1994) afirma que os mesmos não ficam circunscritos a um tema central, mas, ao contrário, partem de um único tema para explorar outros que estão presentes no imaginário popular. Isso remete ao problema, segundo ele, de semelhança dos contos populares no mundo todo. É por isso que, segundo o autor, algumas obras literárias podem se constituir enquanto fontes primárias da literatura de cordel. Esse conjunto de livros, chamado pelos sertanejos de ‘ciência popular’, é, segundo Câmara Cascudo (apud MENEZES, 1994), bastante lido no Nordeste e serve de fonte de inspiração da cantoria. Em resumo, são estas as principais obras que fazem parte da ‘ciência popular’ nordestina: *O Lunário Perpétuo*, *Missão Abreviada*, *História do Imperador Carlos Magno e dos Doze Pares de França*, *Dicionário da Fábula e Manual Enciclopédico*, *Donzela Teodora*, *Princesa Magalona*, *Imperatriz Porcina*, *Roberto do Diabo*, *Miseno*, ou *Feliz Independente do Mundo e da Fortuna* (Ibid.).

Ainda sobre os folhetos de acontecido, Menezes (1994) afirma que a sua produção predominante tem caracterizado o período mais recente da atividade dos cordelistas. Isso quer dizer que o caráter informativo dos cordéis começou a ser bastante explorado a partir da década de 80.

[São] folhetos que contam a história acontecimental do presente, revelando vários sintomas de ruptura da unidade e da identificação de suas velhas matrizes sociais criadoras, bem como de sua crescente 'folclorização'. Com efeito, as transformações socioeconômicas das últimas décadas modificaram intensamente certos aspectos do meio onde se gerava essa produção simbólica, reduzindo seu relativo isolamento cultural e ampliando a sua inserção em novos códigos e relações sociais mais típicos da modernização atingida pelos setores dominantes da sociedade nacional (Ibid., p.18-19).

A afirmação acima não implica, entretanto, que, apesar da ruptura para com as antigas matrizes sociais geradoras do cordel, após as transformações do contexto cultural em que se situava, esse tipo de prática literária não continue a revelar a forma como, à luz daquelas mesmas matrizes e de muitos dos sistemas simbólicos que as compõem, os temas, os acontecimentos, as histórias e as histórias narradas obedecem a uma gramática de produção e consumo que conservou, por séculos, elementos míticos e arquetípicos que preenchem o imaginário social, além de toda uma gama de componentes, como linguagem e formas musicais, específicos do Nordeste do Brasil.

Embora contenham um conjunto de operações próprias à sua economia discursiva, como afirma Fausto Neto (2001), os cordéis representam uma prática de comunicação singular que interage com outros discursos sociais. "...Os folhetos são produzidos em meio a tensionamentos com outros discursos sociais, neles predominando peculiares processos de 'diálogos' sócio-culturais." (Ibid., p.134). É como se o cordel funcionasse como receptor de outros sistemas de informação para ressemantizar os temas ali tratados à luz da sua própria gramática discursiva, onde impera, significativamente, um conjunto de elementos históricos que compõe o universo cultural e imaginário em que o mesmo se desenvolveu. Em

recente pesquisa sobre a forma como o tema 'Aids' foi tratado pela literatura de cordel, Fausto Neto (2001) demonstra como certos agendamentos foram realizados em função de: a) um contato com textos jornalísticos; e b) de uma adequação da sua produção ao sistema interpretativo do mundo rural nordestino. Assim, em muitos casos, sobretudo quando os cordéis narram um acontecimento recente, o primeiro sistema de comunicação que funciona como fonte de agendamento são os meios de comunicação.

Neste sentido, seria possível ainda considerar o cordel como uma linguagem totalmente subversiva, que procura, de forma independente, se opor ao universo da linguagem formal expressa pelos meios de comunicação, como postula Sodré (11/07/2003)? A resposta parece indicar que, atualmente, existe pouca subversão de linguagem nos cordéis, dada a sua inserção num sistema de produção e consumo já afeito às regras de mercado. Aceitar que tudo no cordel é subversivo seria acreditar na pureza intocada da sua lógica de produção, como se ela não fosse contaminada por outras formas de expressão cultural carregadas de preconceito e intolerância e expressivas das relações de domínio e do exercício do poder numa região de origem em que grande parte dos mitos e narrativas populares tem um viés religioso conservador que expressa a ambigüidade e a dualidade dos componentes do imaginário popular que os conformam. Se há subversão no cordel, isso é regido pelos imperativos e limites da sua própria lógica de produção, e essa é da ordem do jogo dialógico e polifônico (Cf. Bakhtin, 2002) que se estabelece entre este tipo de suporte comunicativo e vários outros, como as narrativas orais e os veículos de comunicação tradicionais (leia-se, sobretudo, rádio, televisões, jornais e revistas).

A relação entre a literatura de cordel e os modernos meios de comunicação têm ocupado o trabalho de muitos pensadores brasileiros e até estrangeiros. Divergências à parte, todos concordam, no entanto, que os cordéis sofrem uma influência muito grande da produção temática e discursiva dos veículos de comunicação. A pesquisadora Geni Brito (2003, p.40), por exemplo, afirma enfaticamente que “a produção cordelista é resultado das informações que o poeta adquire através dos meios de comunicação.” Em parte, a afirmação parece

coerente. Mas é que o comentário da autora supõe reduzir a amplitude dessa prática comunicativa a um diálogo exclusivo com a mídia, não apontando para a possibilidade do contato com outros campos de produção cultural. Na defesa de seu argumento, Brito ressalta o fato de que os cordéis expressam comentários e críticas da realidade, confirmando o seu papel de veículo de comunicação. Assim, esse tipo de literatura seria um sistema paralelo e particular de jornalismo, que, segundo Brito (2003), submete as notícias captadas nos meios de comunicação a um processo de decodificação, com o objetivo de torná-las acessíveis ao universo popular, através de um conjunto de elementos (a linguagem, os adjetivos bizarros, os diálogos diretos e outros). O jornalismo seria, neste caso, uma das mais efetivas fontes de inspiração do cordelista.

Brito (op. cit.) afirma que há elementos comuns ao jornalismo e à produção cordelista. Em sua pesquisa, ela analisa a capa, o título, o formato, a disposição do texto, o tipo de linguagem narrativa dos cordéis e das matérias jornalísticas sobre um mesmo assunto, chegando a observações de que em muitos casos esses elementos cumprem uma mesma função (os títulos de ambos têm a função de anunciar o fato e provocar interesse do público, por exemplo). Em certas ocasiões, a primeira estrofe de um cordel chega mesmo a se aproximar do *lead* de uma matéria jornalística, expondo os elementos que irão situar, no tempo e no espaço, a narrativa, não obstante isso não tenha sido apontado pela autora.

Não obstante aceitar-se parte da idéia de que a literatura de cordel exerce funções próprias do jornalismo, conforme defendem vários autores, é necessário reconhecer o fato de que o cordel possui suas próprias dimensões interpretativas ligadas a certas temáticas que preenchem o imaginário sertanejo. Aquele tipo de análise que vincularia *in totum* o cordel ao jornalismo descuraria de processos culturais de outra ordem e sequer revelaria a natureza multifuncional e híbrida desse tipo de literatura. Sílvia Coimbra (apud DEBS, 1997, p.01) aproxima os vetores – jornalístico e cultural – de produção do cordel, afirmando que, ao longo do tempo, essa prática se constituiu como “*um système de journalisme paysan qui fonctionnait comme mode de diversion et véhicule d’annonce de la mort de personnages historiques: Lampião, lê Père Cícero, Getúlio Vargas entre*

autres”⁷⁰, todos eles ligados a um universo simbólico característico da região Nordeste (mesmo o ex-presidente Vargas, que, sendo gaúcho, não deixou de se tornar um personagem social representado e interpretado por um sistema de significação próprio da cultura nordestina: “o pai dos pobres”).

Para muitos pesquisadores da atividade cordelista, essa produção literária segue algumas regras do jornalismo, sem que deixe de lado as questões relativas à métrica e à rima, por exemplo, nem tampouco os aspectos que constituem o contexto da sua geração e difusão. Sobre a relação dos cordéis com a mídia após o 11 de Setembro, Maria Amorim (2002, p.05) afirma que:

...os folhetos publicados sobre o fatídico 11 de setembro atraíram para si não só as atenções de leitores e ouvintes, também as atenções da mídia impressa e eletrônica, levando à produção de diversas matérias, artigos e reportagens. Os canais de televisão levaram o assunto à cadeia nacional, inclusive a outras partes do mundo por meio do sistema de Tv a cabo.[...] Num franco exemplo de metajornalismo ou metacomunicação, jornais de outras regiões e todos os jornais do Recife divulgaram a vitalidade do cordel de acontecido.

Assim, a produção de cordel segue uma lógica até certo ponto comum aos meios de comunicação de massa, seguindo muito da sua agenda temática. “Faço duas histórias por semana. Acompanho todos os fatos que acontecem no mundo, histórias, acontecimentos, tragédias. Hoje, através da televisão, das revistas e da internet temos mais acesso a tudo do que antes”, diz Pedro Costa (2003)⁷¹, autor de ‘A guerra contra o terror em literatura de cordel’ (2001), explicando que a literatura de cordel trabalha com a fantasia, com o imaginário, mas também com a realidade.⁷²

⁷⁰Um sistema de jornalismo rural que funcionava como modo de diversão e veículo de anúncio da morte de personagens históricos: Lampião, Padre Cícero, Getúlio Vargas e outros.

⁷¹ Pedro Costa, 43 anos, nasceu em Alto Longá, cidade a cerca de 100 quilômetros de Teresina, no Norte do Estado do Piauí. Desde que chegou a Teresina, há cerca de 18 anos, começou a participar das cantigas de repente, para, logo depois, inserir-se no mundo da escrita de cordel. Pedro Costa tem apenas o 1º. ano do ginásio completo. Ele é o fundador e também o presidente da Funcor – Fundação Nordestina de Cordel -, responsável pela publicação da revista De Repente Cordel.

⁷² *A Guerra contra o Terror em literatura de cordel*, de Pedro Costa publicado em outubro de 2001, é um folheto de 16 páginas e 62 estrofes. O livreto, que teve uma tiragem de 5.000

Costa explica que as estrofes sobre o 11 de Setembro foram escritas três dias após o atentado. Nesse período, ele foi juntando aleatoriamente o material jornalístico vendido em bancas de revista. “Não faço nada só porque vi na televisão. Eu gosto de pegar matérias em cima daquele assunto e vou estudar a realidade daquele assunto” (COSTA, 2003). Nota-se, portanto, que ‘a realidade do assunto’ é, para Costa, o que é publicado pelos meios de comunicação impressos, e não pelos meios eletrônicos. A televisão é apenas o veículo que ‘pauta’ as suas leituras, que ‘agenda’ os assuntos sobre os quais o autor irá se debruçar. A televisão seria, assim, o primeiro sistema de comunicação a promover o contato do autor com os assuntos enfocados e a dialogar com o conjunto de regras que compõem a gramática produtiva do cordel. Somente após uma leitura dinâmica das fontes selecionadas e depois de filtrar algumas informações de algumas dessas fontes, como a revista *Veja*, o autor começa a escrever o texto. Sobre os motivos que o levam a ‘desconfiar’ de algumas matérias, como as publicadas pela *Veja*, ele diz que percebe muita publicidade misturada com jornalismo. Além disso, critica a revista citada pelo fato de que suas matérias não contem um final, algo muito incompreensível para quem trabalha com o apelo emotivo e moral dos versos de cordel. E conclui: “eu não quero fazer um cordel só pela inspiração. Quero fazer um trabalho que é um jornalismo paralelo, mas com seriedade, formando opinião e narrando os fatos.[...] Não me preocupo em atacar ou defender ou tomar partido” (COSTA, 2003).

Dos cordéis analisados sobre o 11 de Setembro (A guerra contra o terror em literatura de cordel, de Pedro Costa; O mundo abalado pela tragédia da guerra e do terror, de Vânia Freitas) e sobre a 2^a. Guerra do Golfo (Guerra no Iraque, de Jovanildo Freitas; e Monstro Americano destrói inocentes no Iraque, de Guaipuan Vieira), todos podem ser classificados como cordel de acontecido ou de circunstância (anexos F, G, H e I). Amorim fez uma análise de vários folhetos

exemplares e já vendeu cerca de 3.500, é publicado pela FUNCOR (Fundação Nordestina de Cordel), que edita ainda a *De Repente Cordel*, revista criada em 1995, com tiragem de 3.000 exemplares, e que, segundo o autor, quebrou um tabu ao levar o cordel para dentro das academias de letras. A produção da Funcor recebe o apoio de lojas da cidade de Teresina e de simpatizantes desse tipo de literatura.

produzidos sobre o 11 de Setembro. Chegou à conclusão de que “todos os títulos pesquisados [...] fazem menção à barbaridade dos ataques e contra-ataques que desmantelaram a ordem mundial, além de apresentar, deliberadamente ou não, o posicionamento ideológico do escritor, que [...] lança mão do humor e da ironia para apimentar a discussão sobre o assunto” (AMORIM, 2002, p.02). Para ela, o que predominou na abordagem dos cordéis sobre o 11 de Setembro foram: 1) a relação dos atentados com o desencadeamento de uma possível guerra mundial; e 2) a polarização entre terrorismo e americanismo. Por conta disso, muitos cordelistas usaram uma abordagem histórica para interpretar os acontecimentos. “No entanto, quando tratamos a história, temos que ser mais responsáveis”, afirma Costa (2003). Assim, os temas que predominaram sobre o 11 de Setembro, sobre a invasão do Afeganistão e sobre a guerra do Iraque foram a oposição binária entre terrorismo, o sentimento antiamericano, a estereotipização dos muçulmanos e dos árabes, o entendimento de que os Estados Unidos desejam ser a polícia mundial, e a recorrência a fatos históricos.

7 ANÁLISE DOS PRODUTOS: A CONSTRUÇÃO DO ESTEREÓTIPO DE ÁRABES E AMERICANOS

7.1 Heróis, super-heróis *versus* anti-heróis e vilões

As narrativas de heróis não são uma invenção recente dos meios industriais produtores de cultura, embora os mesmos as atualizem constantemente. Elas remontam ao tempo dos homens primitivos e foram aos poucos se tornando elementos fundamentais de lendas, mitos e religiões de diferentes civilizações. Segundo Roberto Elísio dos Santos (18/07/2005, s.p.):

...do herói romântico, a exemplo dos cavaleiros medievais, ao picaresco e ao moderno, deslocado no tempo e espaço, essa personagem continuou sua trajetória nas letras das músicas dos menestréis e nas páginas dos livros, até ser incorporado aos produtos da Indústria Cultural, tornando-se protagonista da literatura de massa, de filmes e de histórias em quadrinhos.

Assim, o herói, enquanto personagem mítico, foi se consolidando na Grécia antiga, sobretudo no teatro e na literatura, até ser apropriado e atualizado pela emergente indústria cultural que passou a se desenvolver em ritmos frenéticos em fins do século XIX. De lá para cá, um conjunto enorme de produtos culturais tem reinterpretado o mito do herói em diferentes suportes comunicativos, fazendo uso, sempre que necessário, do seu poder e da sua força para propor a solução de impasses, a promoção do bem e a atenuação dos traumas e do sofrimento humanos.

Não por acaso, após o atentado de 11 de setembro, apareceram, no mercado informativo-cultural, inúmeras narrativas que reproduziam o mito do herói. No período compreendido pela análise, a produção dos quadrinhos de super-heróis, por exemplo, parece ter recuperado um certo status no conjunto da produção impressa de massa, no gênero ficcional. Isso se deveu ao fato de que,

logo após os atentados aos Estados Unidos, muito da produção dos *comics* esteve voltado à realidade dos acontecimentos, provocando um certo interesse do público por reedições e lançamentos⁷³. Algumas sensíveis alterações no enredo das histórias, no sentido de adaptá-las à atualidade dos acontecimentos, fizeram dos *comics* uma das inúmeras formas de expressão dos sentimentos provocados pelo 11 de Setembro e pelas guerras do Afeganistão e do Iraque, como que num mecanismo catártico em que as dores e os traumas eram enfrentados pelos personagens das estórias. Desta forma, os *comics* representaram nas suas estórias as identidades de árabes e americanos com base na figura do herói e dos seus correlatos.

A maior parte dos enredos dos *comics* de super-heróis produzidos no intervalo entre o 11 de Setembro e a 2^a. Guerra do Iraque foi ambientada nas cidades americanas atingidas pelos atentados terroristas e/ou em regiões semelhantes às de países do Oriente Médio. Com efeito, os *comics* tentaram reproduzir as cenas transmitidas pelas redes de televisão durante o 11 de Setembro de 2001, dando um certo destaque iconográfico para o desabamento das torres gêmeas de Nova York. Talvez também em função da ênfase às imagens é que em todas as estórias o número de textos é significativamente reduzido e, em certos momentos, as revistas façam remissão aos personagens reais via transmissões televisivas, ali também representadas. A revista do Homem-Aranha, por exemplo, inicia como se fosse uma chamada de um programa de televisão em que se fixa a atenção do telespectador na inesperabilidade do acontecimento (“interrompemos nossa programação para um comunicado especial...”). Adiante, após já ter sido revelado o acontecimento de que se trata, questiona-se: quem terá cometido tal barbaridade? A resposta aparece em seguida: quem realmente é mostrado como vilão é o embaixador talibã Abdul Salam Zaef, que proclama o ódio dos povos muçulmanos ao Ocidente. O interessante é que o quadrinho em que aparece o

⁷³ Uma reportagem intitulada *Zine – as homenagens dos mestres no Brasil* e publicada no Caderno C do Jornal do Comércio (07/01/2002) confirma que o ano de 2002 prometia ser um ano de competição entre os quadrinhos editados no Brasil, por conta do fortalecimento das editoras após o 11 de setembro de 2001. Segundo o texto da matéria, muitas novidades seriam apresentadas ao público no ano de 2002, e entre elas as edições que, por uma questão de patriotismo, foram a sensação nos Estados Unidos em 2001.

embaixador talibã reproduz uma tela de televisão, como a evocar o caráter midiático que acompanhou a transmissão do acontecimento e as mediações políticas dos seus desdobramentos (anexo J). Ou, ainda, a forma mediatizada que foi utilizada para legitimar a identidade dos autores dos atentados, percebida também em uma outra seqüência da narrativa, onde há um quadrinho em que americanos assistem incrédulos aos telejornais, enquanto no quadrinho seguinte alguns árabes rezam armados em frente a uma mesquita, como se aquele fosse o único local em que, no mundo árabe, a mediação entre a realidade exterior e os ‘fiéis’ acontecesse. O texto dessa seqüência evoca episódios históricos e proclama a lição que ‘o vencedor pregara ao derrotado’ em episódios passados: “loucura em mesquitas, orações de quatorze séculos sendo gritadas, sem lembrar a maior lição que o passado ensinou através das cruzadas...” Qual será esta lição que o texto dos quadrinhos deixa em aberto? A de superioridade do Ocidente, confirmada pelas Cruzadas? A de que haverá represália? Ou fora isso apenas uma forma de legitimação de um posicionamento ideológico recorrendo-se ao poder retórico da televisão? Ou um procedimento sintomático – também com propósitos de afirmação ideológica pelo reforço dos discursos produzidos - para se pensar a produção cultural e informativa em num sistema de rede, em que os diversos meios e veículos se auto-referenciam?

Se o tom realista prevaleceu, de início, em várias estórias, tendo como pano de fundo operações retóricas que promoviam a atualização de inimigos históricos na figura de terroristas orientais, num segundo momento, e talvez por consequência da recuperação das temáticas de guerra e do efeito realista que as mesmas evocaram, os personagens das revistas tiveram que revelar sua identidade nos episódios após o 11/09, muito provavelmente para mostrar ao leitor o quanto os heróis são justos e coerentes: é o inimigo quem precisa mascarar a sua identidade. Ao exigirem que certos vilões assumam uma identidade e revelem sua participação e culpa nos atos terroristas cometidos, os heróis não poderiam fazê-lo sem que eles mesmos revelassem sua própria identidade. Isso, por seu turno, coloca a definição e a construção das identidades coletivas e individuais como

uma questão central das revistas em quadrinhos de super-heróis que circularam após o 11 de Setembro.

A discussão a respeito da problemática e conflituosa definição da identidade do herói e dos demais personagens é um dos principais temas abordados pela revista do Capitão América. Uma cena da revista, por exemplo, mostra Steve Rogers (nome do personagem do herói) ajudando no resgate às vítimas do *World Trade Center*. A revelação de que a identidade do herói, enquanto pessoa comum, já não é mais ocultada aparece quando um bombeiro pergunta a Rogers (p.09): “onde você estava quando...” A resposta vem em tom de justificativa e, até certo ponto, encerra de uma vez o assunto: “eu não estava aqui” (a partir desse ponto, Steve Rogers e o Capitão América já possuem a mesma identidade, mas falta ainda um símbolo identificador para caracterizar o herói. Esse símbolo é o seu uniforme). No entanto, a dúvida correlata que acompanha esse trecho do episódio é a seguinte: por que a pergunta feita parte de um bombeiro e é direcionada a Steve Rogers, não ao Capitão América, embora ambos tenham a mesma identidade? Que diferenças há entre os dois?

O que torna a análise dos *comics* de super-heróis reveladora é exatamente o fato de que há certas rupturas de ordem semântica em todas as revistas analisadas. Em outras palavras, há momentos em que o enredo foge de um certo padrão que sempre o caracterizou, deixando, assim, de conter uma certa previsibilidade e gerando outras interpretações sobre a identidade dos personagens. Isso está claro em todas as revistas analisadas. Em cada uma se esboçam novas formas de interpretar o mito dos heróis logo após os atentados terroristas.

Uma primeira ruptura semântica observada está centrada na forma como os inimigos dos super-heróis se comportam durante o 11 de Setembro. Na revista do Homem-Aranha, até mesmo os seus arqui-inimigos choram pelas mortes dos inocentes que sofreram o atentado. O momento em que os vilões, incrédulos com um ato de tamanha brutalidade, aparecem para se solidarizar com todo o povo americano, composto, conforme os desenhos da história revelam, por uma grande mistura étnica, é emblemático para se pensar a relação de ambigüidade que

constitui a identidade tanto de heróis quanto de vilões, afinal a grande frustração dos vilões parece ser a impossibilidade de se igualar aos heróis que combatem, enquanto, do outro lado, há em certas histórias momentos em que os heróis, prontos para liquidar de uma vez com os vilões, deixam-lhes escapar, revelando muito mais do que compreensão pelos - e perdão dos - atos criminosos cometidos pelos mesmos. “Existe uma voz até mesmo dentro do pior entre nós que diz que isto não é certo. Porque até mesmo o pior entre nós, por mais marcado que seja, ainda é humano. Ainda sente. Ainda chora a morte de inocentes”. Com estas palavras, percebe-se que até os grandes inimigos dos heróis – ou dos EUA – estão presentes para se unir contra esse ‘ato de tamanha crueldade’ – e contra o terrorismo, evidentemente – porque “...existem coisas que superam qualquer rivalidade, qualquer fronteira.” Ao imputar ‘uma certa humanidade’ aos vilões das histórias em quadrinhos, a revista coloca o ‘vilão real’ (terrorista muçulmano) que praticou o atentado como ‘um Outro’ não-humano, o que torna muito mais justificável, do ponto de vista ideológico, qualquer tipo de reação contrária e de combate a esse novo inimigo. Sobretudo porque vai aos poucos construindo um imaginário de ‘inimigo não humano’ é que a revista torna plausível e legitimável o emprego da violência e da força bruta para atacar o inimigo, justificando as intervenções no Afeganistão e no Iraque (a partir daí, serão os personagens ligados a esses países que passarão a ser associados aos vilões, como ver-se-á adiante).

Depois, há uma segunda e mais importante ruptura semântica que está relacionada à crítica à infalibilidade dos super-heróis. Ela se configura na exata compreensão da seguinte dúvida: onde estavam os heróis naquele dia? – essa é a pergunta que rompe com certa lógica interpretativa, que desafia a ‘onipresença invencível’ dos super-heróis e dos Estados Unidos e que se espalha também para outras produções culturais e informativas. No caso da revista da Mulher-Maravilha, essa ressemantização do mito do herói acontece na medida em que a heroína é acometida por essa dúvida, que faz desmoronar o seu poder onipresente e também infalível. O roteiro tem nisso o seu mote: ao abandonar a sua terra para servir ao mundo dos mortais, a Mulher-Maravilha ainda se sente insegura sobre se

seu trabalho está sendo bem compreendido pelas pessoas e povos ajudados, bem a exemplo do que parece sugerir o Governo americano sobre a atuação política externa dos Estados Unidos nas diversas regiões do globo. Ao longo da estória, ela combate em vários lugares, todos eles associados a regiões onde existem problemas sociais, políticos e econômicos identificados pelos Estados Unidos e pela mídia ocidental (as florestas da América Latina, os desertos do Oriente Médio, os países do sudeste asiático etc). Luta contra governos corruptos, terroristas e militares ditadores, mas recebe na maioria dos casos a ojeriza da população: é apedrejada, insultada, agredida, incompreendida, enfim, banida, num surto de injustiça e revolta populares contra ‘o seu próprio benfeitor’ (anexo K). Num país do sudeste asiático, após salvar a vida de uma menina, ela recebe a seguinte resposta: “nós não somos iguais”. Mas em que sentido? Igualdade de valores? De tradições culturais? Ou a questão quer tão somente revelar a superioridade da heroína (não somos iguais porque você é superior a mim)? De qualquer forma, a heroína sempre constata que a imagem que as pessoas fazem dela é equivocada e que seus esforços em prol do bem são mal interpretados. O seu drama diz respeito à própria definição de sua identidade, na relação que estabelece com os outros. Em outra circunstância, num país africano, a heroína reconforta uma criança negra: “ainda assim, para uma criança assustada, um abraço delicado e uma voz reconfortante são sempre bem-vindos, não importa de onde venham.” O problema emocional da heroína só é resolvido após uma consulta ao ‘amigo’ Super-Homem. A partir dali, ela muda a sua estratégia e passa a se misturar às pessoas comuns, para, inserindo-se nos acontecimentos, participar ativamente e propor soluções. É só assim que ela consegue vencer os inimigos de antes, fazendo-se passar por uma pessoa comum e igualando-se a eles, embora conserve a sua superioridade disfarçada. A identidade da heroína passa a estar composta, então, de alguns componentes humanos. Ela já é, agora, um pouco daquilo mesmo que combate, tornando-se um personagem de identidade multifacetada. Ela desce ao mundo dos mortais. É interessante perceber também um outro aspecto ideológico da estória: agindo como um ser mortal e prescindindo da ampla utilização de seus poderes de heroína, a Mulher Maravilha sugere que o homem comum, agora equiparado a ela, deva se engajar na luta contra o terror.

Ainda como exemplo da forma como o discurso da onipotência é reinterpretado nos *comics de* super-heróis, tem-se, nas revistas do Homem-Aranha e do Capitão América, o seguinte enredo, em resumo: os super-heróis assistem impotentes ao desmoronar das torres gêmeas e ajudam no resgate às vítimas (anexo L). Como já mencionado, a grande dúvida que os acompanha e que lhes é dirigida insistentemente pelos demais personagens é: por que os super-heróis não estavam presentes no momento do ataque? Na revista do Capitão América, por duas vezes o herói é questionado, uma por um bombeiro e a outra por um oficial, de nome Fury, que procura recrutá-lo para uma missão em Kandahar, no Afeganistão. Neste segundo caso, a resposta dada pelo herói, em tom negativo, expressa uma dramática dúvida que o acomete, em termos de definição da sua identidade. Ao entregar a mochila de viagem a Steve Rogers no momento em que ele participa do resgate às vítimas, o oficial recebe a resposta: “Vá brincar de herói, Fury. Eu tenho trabalho a fazer” (p. 16). No geral, no entanto, a pergunta sobre onde estavam os heróis no momento do atentado é sempre proferida por populares ou por bombeiros, como se quisesse aludir ao fato de que eles são os verdadeiros heróis porque estavam presentes quando mais se precisou deles, como expresso na estória do Homem-Aranha: “mas, com nossos uniformes e poderes, ficamos pequenos diante dos verdadeiros heróis...aqueles que enfrentam o fogo sem medo nem armadura.”. Os bombeiros, ao se misturarem aos super-heróis, simbolizam a força dos elementos e valores presentes no imaginário social. A ‘descida’ dos heróis ao plano dos mortais corresponde, em sentido inverso, à elevação de pessoas comuns ao posto de heróis, incitando-as a se engajarem na luta contra o inimigo, isto é, ‘na guerra ao terror’.

Essa parece ter sido uma constante da produção cultural e informativa sobre o 11 de Setembro como um todo: a elevação ao status de herói dos bombeiros que fizeram o resgate das vítimas do atentado e dos sobreviventes do mesmo. Na revista *Heroes*⁷⁴, da Marvel, lançada em outubro de 2001, os criadores de super-heróis prestam uma homenagem aos bombeiros. A capa da revista apresenta um céu em fogo, ao fundo, e um bombeiro carregando uma

⁷⁴ Heróis.

vítima, com o seguinte texto: “os maiores criadores de super-heróis do mundo homenageiam os maiores heróis do mundo — 11.9.2001”. A edição inicial teve cem mil cópias, a um preço de capa de US\$ 3,50, e o dinheiro arrecadado foi destinado ao fundo de assistência às famílias das vítimas dos atentados terroristas (CORREIO WEB, 08/11/2002, s.p.).

Desta forma, as tentativas de se resgatar as narrativas míticas sobre o heroísmo puderam ser evidenciadas também na medida em que foram sendo construídos discursos que promoviam a ascensão de pessoas comuns ao posto de heróis. Esse tipo de associação, trabalhada pela publicidade e pelas campanhas institucionais, surtiu o efeito de recuperar a auto-estima dos americanos ao mostrar o homem comum como sendo o verdadeiro herói da catástrofe. Em *Moments of Silence*⁷⁵, também da *Marvel*, o então prefeito de Nova York, Rudolph Giuliani, escreve no prefácio: “desde 11 de setembro, Nova York tem sido chamada de uma Cidade de Heróis. A extraordinária coragem de pessoas comuns ajudou a transformar nosso dia mais obscuro em um dos melhores que já tivemos. Juntos, nós conseguimos combater o pior da humanidade com o melhor da humanidade” (Ibid., s.p.).

Clémence Homer e Mauro Castro (2002, p.202) acreditam que a representação visual do novo herói centrou-se, de fato, na figura do bombeiro: “ele virou herói, um símbolo que representava um conjunto de valores compartilhados pelo povo. Essas qualidades são características do herói de mitologia, e aproximam o novo herói daquele herói arquétipo, o super-herói dos norte-americanos, de livros de histórias em quadrinhos.” Além disso, as narrativas de super-herói resgatavam muitos dos mitos originais, pautados na saga heróica de um povo para a construção de uma nação, o que aproximava as narrativas sobre heroísmo daquelas que versavam sobre os sentimentos de patriotismo e nacionalismo.

Na edição especial da revista *Veja* (11/09/2002) quando do primeiro ano do atentado, a reportagem que mais apela para os sentimentos de heroísmo e de patriotismo, na tentativa de resgatar os abalados valores americanos, é a que se

⁷⁵ Momentos de Silêncio.

intitula “A História de quem sobreviveu” e que traz os depoimentos e as fotos – durante e depois dos atentados – daqueles que sobreviveram aquele acontecimento trágico. São dramas pessoais transformados em exemplos para a coletividade; histórias de sofrimento individual que se tornaram feitos gloriosos a serem eternamente recontados; narrativas que viraram mitos. Numa das fotos, um empresário porta o mesmo terno e a mesma pasta que usava no dia do atentado, com o detalhe de que agora veste uma gravata cujas cores representam a bandeira americana⁷⁶. A constatação é óbvia: os sobreviventes do atentado são heróis, e o patriotismo sobreviveu incólume, talvez mais forte ainda. A seguir, apresenta-se uma fotografia que ocupa praticamente duas páginas inteiras com todos os bebês que ficaram órfãos após o atentado terrorista, e uma pequena entrevista com um dos bombeiros que participaram do resgate às vítimas. A divulgação, pelas agências de notícia e pelo governo americanos, da pequena entrevista com um bombeiro deve ter feito parte das estratégias de sensibilização da opinião pública mundial e de manutenção de uma ordem comum de sentimentos e valores, aquilo que Nairn (11/09/2002), como aludido anteriormente, chamou de *self-conscious nationalism*. Através da elevação desses profissionais à condição de heróis (HOMER E CASTRO, 2002), a campanha propagandística americana trabalhava para resgatar os valores que, de alguma forma, poderiam manter uma suposta unidade da cultura americana. A fotografia que ilustra a entrevista do bombeiro é bastante significativa neste sentido. Ela foi claramente produzida num estúdio fotográfico, distribuída por agências de notícia e traz a figura do bombeiro agachado, pensativo. Por trás dele, a bandeira dos Estados Unidos tremula soberanamente (anexo M).

⁷⁶ As mesmas fotografias sobre os atentados de 11 de setembro, como aquelas que mostram os sobreviventes, podem ser encontradas em diferentes meios impressos brasileiros. Isso se deve ao fato de que as mesmas foram vendidas por agências de notícia americanas, o que leva a crer terem obedecido a uma política de divulgação estruturada pelo governo dos Estados Unidos. Isso é perfeitamente observável nas revistas *Veja*, edição 1768, de 11 de setembro de 2002, e *Época*, edição extra, número 173A, de 12 de setembro de 2001, apesar da diferença de um ano entre as datas de publicação das mesmas.

Também a revista *The New Yorker*⁷⁷ utilizou o mesmo tipo de estratégia, que se estendeu para as peças publicitárias da revista. Na contra-capas da edição de 11/09/2002, há um anúncio do livro *Heart of a Soldier – a story of love, heroism, and september 11th*⁷⁸, escrito por James B. Stewart, que é também articulista da revista. O livro conta a história de um homem que ajudou a socorrer 2.700 dos seus empregados, retirando-os da torre sul do *World Trade Center*. Então, lembrando de sua esposa e dos soldados que morreram nos seus braços, ele voltou ao local e subiu as escadas da torre, procurando por outras vítimas. Nunca mais retornou. O livro atualiza, de alguma forma, o mito do herói e o imaginário bélico americano, como expresso na contra-capas da revista *The New Yorker*: “*from World War II and the military conflicts of Vietnam to the epicenter of modern-day terrorism, heart of a Soldier is an inspiring and unforgettable story of love and friendship, danger and courage, redemption and heroism told by one of America’s finest writers*”⁷⁹ (anexo N). Antes, porém, o mesmo James B. Stewart havia publicado na edição do dia 11/02/2002 um artigo intitulado *The Real Heroes are Dead*⁸⁰, no qual faz uma louvação àqueles que perderam a vida no atentado de 11 de setembro (com exceção dos terroristas, é óbvio!), aproveitando para fazer também o *merchandising* de seu próprio livro.

Estratégia similar foi adotada pelo Governo americano, junto aos setores de comunicação, durante a 2^a. Guerra do Golfo, para criar a imagem de heroísmo dos soldados junto a milhões de americanos e justificar a intervenção militar no Iraque. De pronto, isso foi se re-allocando no imaginário americano: “o maximo que posso fazer agora eh orar para os soldados que estão indo lutar pelo um bem

⁷⁷ Cabe esclarecer que, pela linha editorial que adota, dando uma certa liberdade argumentativa aos seus colaboradores e articulistas, a revista *The New Yorker* fez poucas referências diretas ao mito do herói. Quando isso aconteceu, nas reportagens, nos poemas, nas fotografias, nos ensaios e artigos, foi sempre sem uma alusão explícita a um personagem real. Assim, no poema *When the Towers Felt*, de Galway Kinnell, e no ensaio *The Holy Ground*, de Cathleen Schine (*The New Yorker*, 11/09/2002), há referências ao heroísmo dos moradores da cidade, mas nenhuma alusão direta a algum deles.

⁷⁸ Coração de um Soldado – uma estória de amor, heroísmo e o 11 de setembro.

⁷⁹ Da segunda guerra mundial e dos conflitos militares do Vietnã ao epicentro do terrorismo atual, *Coração de um Soldado* é uma inspiradora e inesquecível estória de amor e amizade, perigo e coragem, redenção e heroísmo contada por um dos mais refinados escritores americanos.

⁸⁰ Os Verdadeiros Heróis estão Mortos.

maior e que Deus possa esta do lado de cada pessoa inocente [sic.]” (JOHNSTON, mensagem pessoal, 24/03/2003).

Na edição da revista *Veja* que celebrou um ano dos ataques terroristas, publicada em 11/09/2002, ‘o terreno’ propício para a deflagração da guerra ao Iraque parece já ter sido preparado através da alusão ao mito do herói. Há, nesta edição da revista, uma matéria completa sobre a condução da campanha contra o terrorismo pelo presidente americano, George Bush. Apesar da sua evidente crítica, o título da matéria – *O dono do mundo* – procura passar a idéia da dimensão do poder onipresente dos Estados Unidos. O texto inicial da reportagem, no entanto, deixa a dúvida: ‘Bush, um salvador da civilização ocidental ou um caubói do apocalipse?’ (p.38) Esse texto deixa claro que pairam dúvidas sobre o presidente dos Estados Unidos: ele pode ser herói ou vilão. Sobre os grupos terroristas, por outro lado, não há o que negar: eles representam o inimigo da civilização ocidental, à qual Bush defende, para o bem ou para o mal. Duas perguntas ficam no ar: 1) quem quer ficar do lado dos terroristas? Os islâmicos, presume-se; 2) quem poderá defender os valores ocidentais? A resposta é óbvia. Bush e os Estados Unidos.

Também a última matéria da mesma edição de *Veja* traz um apelo forte ao mito do herói, mas em sentido contrário. Seu título, sintomático da posição assumida pela revista, é o seguinte: “Por que o Islã não sente remorso?” (p.56) A fotografia ilustra e reforça o título. Nela, aparecem alguns militantes paquistaneses em expressões raivosas, como que a gritar palavras em repúdio aos Estados Unidos, e segurando cartazes em que Bin Laden aparece como um cavaleiro libertador, empunhando uma espada, como um herói épico a ‘liderar milhares rumo a uma liberdade ilusória’ (anexo O).⁸¹ Esta mesma fotografia tem,

⁸¹ É interessante perceber o quanto existe uma indústria cultural no Islã voltada para a promoção da figura de Bin Laden e para criação de um mito sobre ele. Isso funciona através de inúmeras publicações e produtos culturais, como cartazes, *folders*, livros contendo seus discursos, fotografias enviadas às redes de notícia e outros. Bodansky faz uma análise disso e aponta algumas das estratégias utilizadas pelos líderes muçulmanos para reforçar o ideário de Bin Laden e a construção mítica de sua figura. Ele comenta um editorial do jornal *Paquistão*: “ Quando os Estados Unidos expressam seu ódio por Osama, sentimentos de amor por ele se intensificam no mundo muçulmano. A grande maioria de jovens muçulmanos considera Osama seu herói. Constroem lemas em seu apoio e cantam canções em seu louvor. Não importa onde ele esteja, e

para o público-leitor ocidental, uma outra interpretação: Bin Laden representa o vilão, aquele que semeia o ódio e a violência.⁸²

No entanto, foi nos livretos de cordel que se processou com maior ênfase a associação de personagens reais a heróis e vilões, talvez em função do forte apelo moral que esse tipo de literatura emprega, conforme já explicitado, e ainda porque, nesse tipo de produto, a única ilustração utilizada é a da capa, o que faz com que o texto verbal assumira um maior teor de adjetivação. Assim, o cordel tem que trabalhar com uma linguagem que prescindia dos recursos imagéticos utilizados por outros suportes analisados. No cordel intitulado *A Guerra contra o*

onde decida viver, o número de pessoas que o amam nunca diminuirá” (BODANSKY, 2001, p. 488). Por outro lado, a despeito de sua ambição de erguer uma comunidade monolítica sobre a base de uma ordem pan-islâmica, os discursos de Bin Laden, segundo Amanat (2002), misto surreal de pio e profano, recheados de uma litania de versos do Corão, revelam uma crosta pseudomoderna por cima do cerne de extremismo. Feitos de pastiche e de simulacros, tais discursos revelam um personagem mutável, com amplo apelo populista e carregado de símbolos utilizados pela própria cultura pop mundial que ele tanta critica. Quando da cobertura sobre a invasão de Cabul, por exemplo, a emissora Al Jazeera exibiu um episódio revelador no programa *Biography and Secrets*. “O tema do programa era Ernesto Che Guevara. Apresentando Che Guevara como um herói romântico, fadado ao fracasso, o documentário recontou a última resistência do rebelde marxista nas remotas montanhas da Bolívia e se demorou dolorosamente nos detalhes de sua captura e execução.” (New York Times, 19/11/2001). Dias depois foram apreendidas no Vietnã inúmeras camisetas com fotos de Bin Laden. A revista *Veja* (26/09/2001) publicou uma matéria intitulada *O Che Guevara do Islã*. Nela, como de resto em quase todas as suas aparições, Bin Laden está vestido como um guerrilheiro dos trópicos e em algumas outras aparece também empunhando um fuzil. Bodansky (2001, p.42) explica que “apenas Ernesto Che Guevara - médico argentino que se tornou um revolucionário no início dos anos 60 - chegou perto de ser o tipo de líder populista que esses islamitas são.” O heroísmo de Bin Laden se aproxima do de Che Guevara: ambos abandonaram sua profissão (um era médico; o outro é engenheiro) para dedicar-se a supostas causas revolucionárias e a viver em clausura e reclusão com seus companheiros. Hamza Muhammad (apud BODANSKY, op. cit., p.60), voluntário palestino no Afeganistão, na época da invasão soviética, confirma: “ele foi um herói para nós, porque estava sempre na linha de frente, sempre indo à frente dos outros [...] Ele não deu apenas seu dinheiro; deu também a si mesmo. Ele desceu de seu palácio para viver com os camponeses afegãos e com os guerreiros árabes. Cozinhava com eles, comia com eles, cavava trincheiras com eles. Esse era o jeito de Bin Laden.”

⁸² O conteúdo do texto reforça essa idéia ao defender a idéia de que o fundamentalismo islâmico tem se tornado uma forma de reverter o quadro desesperançoso em que se encontram milhões de muçulmanos, mesmo que para isso seja preciso desencadear a *jihad*, ou seja, o uso da força e da violência para a defesa do Islã. A despeito das intenções em contrário declaradas pela revista, o universo islâmico aparece no título da matéria (Por que o Islã não sente remorso?) como um aglomerado homogêneo de países e pessoas, entregues a um sistema comum de normas e valores. Diz a revista, na chamada da matéria, comprovando a intenção de separar os fundamentalistas e os demais adeptos do islamismo: “Os dezenove terroristas responsáveis pela carnificina no *World Trade Center* e no Pentágono eram árabes e muçulmanos. Eles atacaram em nome de uma versão fundamentalista do Islã minoritária entre o 1,3 bilhão de muçulmanos. Um ano depois do atentado, a reação da maioria islâmica ao desafio da minoria fanática ainda é uma questão sem resposta” (p.56).

terror em literatura de cordel (Teresina, 2001), de Pedro Costa, Bin Laden é chamado de profeta da crueldade, anti-cristo, fanático religioso (estrofe 15) e inimigo tirano, fanático calculista, prepotente e desumano (estrofe 27). Ao tratar especificamente do dia 11 de setembro, além da perplexidade gerada pelo ataque terrorista, o autor ressalta também o fato de que o ataque atingiu o cérebro do americano, numa alusão a questões da ordem do imaginário. Surpreende, na décima terceira estrofe, o fato de o autor se referir às imagens televisadas do ataque como imagens recorrentes ou, então, ao seu caráter cinematográfico, no momento da captura da imagem do ataque à segunda torre (após 18 minutos/veio o segundo avião/partindo as torres ao meio/causando pânico e tensão/cenas inacreditáveis/já vistas em televisão). A que o autor se refere quando fala de cenas já vistas em televisão? Ao ataque à primeira torre, repetindo imagens no ataque à segunda? A imagens já vistas em cenas de filmes hollywoodianos? No entanto, a cena que mais está gravada na memória de Pedro Costa, relatada por ele próprio em entrevista, é “a dos bombeiros descendo dos destroços do World Trade Center e sendo engolidos pelas chamas...” (COSTA, 2003), como que a evocar o arquétipo do herói nas imagens e narrativas do atentado.

É interessante observar que a caracterização e a representação dos personagens dos cordéis analisados vão obedecendo à ordem cronológica dos fatos, na medida em que os livretos foram publicados em datas distintas e que se referem a acontecimentos diferentes, embora correlacionados: *A guerra contra o terror em literatura de cordel*, em outubro de 2001 (Teresina); *O mundo abalado pela tragédia da guerra e do terror*, em fevereiro de 2002 (Fortaleza); *Guerra no Iraque*, em março de 2003 (Teresina) e *Monstro americano destrói inocentes no Iraque*, também em março de 2003 (Fortaleza). Por conta disso, percebe-se claramente o aprofundamento de certas questões e assuntos que os acontecimentos posteriores ao 11 de Setembro tornaram mais evidentes (o sentimento de anti-americanismo, por exemplo, tornou-se mais forte à medida em que o tempo foi passando e, nos cordéis sobre as guerras do Afeganistão e do Iraque, assumiu um tom quase que de protesto), o que faz com os personagens mudem, mas permaneça o juízo moral a respeito deles. Talvez, nos cenários posteriores que o

11 de Setembro colocou em cena invertam-se os papéis: protagonistas viram coadjuvantes; novos atores se incorporam ao roteiro; heróis, anti-heróis e vilões se revezam no imaginário popular. Nos cordéis sobre a guerra no Iraque, Bin Laden, antes tido como anticristo e profeta da crueldade, dá lugar agora a George Bush e a Saddam Hussein. Mas nem por isso deixou-se de repetir o estereótipo muçulmano: agora a coisa está feia/o sangue que vai na veia/dessa gente oriental/que se torna suicida/acabando tanta vida/tirando a paz mundial (estrofe 17, de *O Mundo abalado pela tragédia da guerra e do terror*, de Vânia Freitas.) No geral, para os cordelistas, por força do discurso moralista que evocam, todos os personagens reais (Bin Laden, Bush, Saddam etc) envolvidos nos conflitos são representados como vilões, não importa de onde venham. Só escapam a essa estereotipização aqueles que se opõem à guerra, como o Presidente francês: Mesmo com todos impasses/Chirac foi grande herói/uniu a Rússia e a Alemanha/contra o que Bush destrói/outros países compõem/o grupo que a paz destrói (estrofe 31 de *Monstro americano destrói inocentes no Iraque*, de Guaipuan Vieira).

Se a produção cultural e informativa resgatou enfaticamente as figuras dos super-heróis e vilões, também o anti-herói teve bastante repercussão em diversos suportes comunicativos. “O universo da história em quadrinhos e dos personagens que na televisão ridicularizam o heroísmo ideologizado pró-americano, como Chapolin, do seriado mexicano ‘Chavez’, logo ganhava uma associação com Bin Laden” (LIMA, 2002, p.39). E depois, durante a 2ª. Guerra do Golfo, esses personagens passaram a ser associados a Saddam Hussein e a Mohamed Saeed Al Sahaf, ministro da informação do Iraque.

Em muitas anedotas que circularam na internet, há uma inversão dos ‘valores’ dos personagens que deveriam ser mais defendidos pela indústria da informação e da cultura e que passaram a estar associados, de maneira cômica e irônica, a heróis de filmes e de mitologias. Numa série de *cartoons* e fotos-montagem publicados no *site Political Humour* (22/02/2003)⁸³, editado pelo

⁸³ Muitos outros *sites* produziram material cômico sobre os personagens envolvidos nos conflitos relatados. Ver, por exemplo, <www.bushfordummies.com> e <www.joe-ks.com/terrorists.htm>.

jornalista Daniel Kurtzman, foram reproduzidos cartazes de filmes consagrados de Hollywood, nos quais Bin Laden, Saddam Hussein, George Bush e outros assumiam o papel de anti-heróis. Em quase todos os cartazes, a paródia assume a conotação de comédia irônica. Num deles, numa clara associação ao filme *Guerra nas Estrelas – o ataque dos clones*, isso é expresso na chamada do filme: “Coming Soon! The Bush administration in association with the other Bush administration presents... *Golf Wars, Episode II: Clone of the Attack*”⁸⁴ (anexo P). Apesar de Bush aparecer no cartaz como o herói do filme, a crítica é feita na medida em que sua administração é satirizada e ironizada. Gustavo Bernardo (27/06/2005, s.p.) explica como funciona o discurso irônico, com base em Sören Kierkegaard, Merleau-Ponty e Nietzsche:

A ironia se define pela formulação do dever ser como se já o fosse quando o interlocutor sabe que não o é. Ao se afirmar uma falsidade que o interlocutor sabe que é uma falsidade, o contexto e suas pressuposições desfazem a falsidade e a transformam em uma verdade-irônica. Como na melhor ficção, o interlocutor e o leitor sabem que se diz “metáfora” querendo dizer “coisa”, dentro de um jogo de faz-de-conta-que-eu-não-sei-o-que-eu-sei que por sua vez é não apenas intelectualmente estimulante como epistemicamente necessário.

Em outro cartaz disponibilizado na internet (POLITICAL HUMOUR, 22/02/2003), a referência a outro episódio da série cinematográfica Guerra nas Estrelas: “*Tali Wars, América Strikes Back*”⁸⁵. Bin Laden aparece em destaque no cartaz como o vilão Darth Vader. A associação aos ‘campeões de bilheteria’ de Hollywood é feita também com o filme *Exterminador do Futuro*. Neste caso, Bush, vestido como Arnold Schwazenegger, aparece num cartaz cujo filme é intitulado *The Turbanator* (Ibid.). Como não há tradução para essa palavra, fica apenas a alusão ao fato de que a mesma deriva do substantivo ‘turbante’, que em inglês se escreve *turban*, numa referência ao turbante usado pelos árabes e, de preferência, por Bin Laden (anexo Q). Em uma foto-montagem que circulou na

⁸⁴ Em breve! A Administração Bush em associação com a outra administração Bush apresenta...Guerra do Golfo II: clone do ataque.

⁸⁵ Guerra dos Talis, a América contra-ataca.

internet, a cena se inverte: é o presidente americano que aparece com barbas brancas longas e usando um turbante (BUSH FOR DUMMIES, 30/05/2003).⁸⁶ Essa mesma foto-montagem foi publicada por *Veja* (p.112), edição 1720 (anexo R).

Esse tipo de associação livre, para produção de um discurso cômico e irônico que em tese pretendia, sem coerções e interdições, contestar os discursos autoritários e oficiais americano e iraquiano, se configurou, segundo diz Lima (2002), ao evocar Bakhtin (2002), como realismo grotesco. Bakhtin utiliza a metáfora do carnaval para falar de transgressão, de suspensão e inversão temporária da ordem, aquilo que ele percebe como sendo a reversibilidade intrínseca de toda ordem simbólica: “no carnaval de Bakhtin, é precisamente a pureza dessa distinção binária que é transgredida. O baixo invade o alto, ofuscando a imposição da ordem hierárquica; criando, não simplesmente o triunfo de uma estética sobre a outra, mas aquelas formas impuras e híbridas do grotesco” (HALL, 2003, p.226). Foi esse tipo de jogo discursivo, estético, cultural e político que, segundo Lima, esteve presente nas inúmeras piadas e anedotas que circularam na internet e foram transportadas para outros suportes comunicativos. Nelas, se expressa uma forma crítica de se posicionar sobre o assunto, livre do automatismo das interpretações dos meios de comunicação tradicionais e onde o grotesco assume a forma de uma denúncia política.⁸⁷

⁸⁶ Também o ministro da informação do Iraque, Mohamed Saeed Al-Sahaf, não escapou aos apelos cômicos. Foi reproduzida a maior parte das suas ‘extravagantes declarações’ durante a investida americana a Bagdá. Num cartaz, o personagem declara que não há presença americana em Bagdá, enquanto soldados respondem do outro lado: “can you hear me?” (você pode me ouvir?).

⁸⁷ Assumiram esse tipo de procedimento as piadas e foto-montagens que circularam na internet, muitas das quais recheadas de certa dose de humor negro. No Brasil: “Errar é humano; acertar é muçulmano”; “sabe qual o maior e melhor plano de saúde dos Estados Unidos?” A resposta (Mohamed) é uma alusão ao primeiro nome de Mohamed Atta, um dos terroristas do grupo que executou os ataques, e ainda aos planos de saúde no Brasil, quase todos terminados com as letras M-E-D. Além disso, a pronúncia das duas primeiras sílabas da palavra ‘Mohamed’ é igual à conjugação do verbo *morrer* no imperativo (*morra*). Do lado americano, também o humor negro se fazia presente com intensidade. Tem-se, assim, o seguinte exemplo do anedotário americano que circulou pela internet, inclusive por e-mail: “Question: What do Kabul and Hiroshima have in common? Answer: Nothing,.... yet (Pergunta: o que Kabul e Hiroshima têm em comum? Resposta: Nada...ainda)”. Numa foto-montagem, vende-se, na internet, o café ‘World Trade Center – torrado e moído’. Outra anuncia, através da imagem das torres incendiadas, ‘o 1º. grande encontro de

Essas modalidades discursivas em que aparecem figuras híbridas representam espaços de exploração do desejo e da alteridade, uma forma de experiência fundada na possibilidade de dar vazão aos sentimentos e emoções contidos e controlados e de se relacionar com o outro livre de certos automatismos e hierarquias simbólicas que o processo civilizatório definira. Nestes espaços, a alteridade excluída do processo de formação das identidades é representada de forma híbrida, talvez como uma forma de mascarar, para os mecanismos de interdição, censura e controle dos discursos, a possibilidade de livre associação e de livre referência ao outro. A recorrência a este tipo de discurso se dá na medida das coerções e proibições: quanto menos o sujeito pode falar da alteridade, mais ela se torna objeto do seu desejo (FEATHERSTONE, 1995).

Referindo-se à profusão e à mistura de sentidos nas feiras populares pré-modernas, Peter Stallybrass e Allon White (1986) afirmam que o controle das emoções e dos desejos pode provocar, por outro lado, o desejo pelo outro excluído, que se torna fonte de fascínio, anseios e nostalgia, tudo isso revelado nestes espaços públicos. Featherstone (op. cit., p.116) comenta: “Se a experiência desses locais não for reconhecida, se as estruturas do processo civilizador forem fortes demais, há então a possibilidade de que essa zona de perigo ‘fora’ da consciência venha para ‘dentro’ do subconsciente alimentado pela luta para excluí-la.” Essa natureza binária da função simbólica está no centro da produção cultural, de uma maneira geral, segundo Stallybrass e White (op. cit.), e pode perfeitamente encaixar-se na análise de um caso bem específico, como a produção cultural sobre o 11 de Setembro e as guerras do Afeganistão e Iraque, estendendo-se, sobretudo no caso da produção dos meios de comunicação, para aqueles em

fumantes em Nova York,’ com patrocínio da Marlboro. Fotos-montagem da cidade de Nova York contendo alusões a uma inversão da ordem geopolítica também não faltaram. Duas delas são bastante significativas. Uma traz a estátua da Liberdade com uma *burca* ou *xador* (vestimentas típicas das mulheres muçulmanas) cobrindo-lhe o rosto; na outra, a cidade de Nova York está completamente transformada. Quase toda sua arquitetura obedece aos padrões árabes. Poucos prédios ao estilo ocidental permanecem. Na legenda, “Nova York, 2006”, uma clara referência a uma suposta colonização árabe à cidade. Grande parte desse material saiu das redes de computador e passou a ingressar no universo da produção midiática massificada. A revista *Veja*, edição 1720, de 03 de outubro de 2001 (p.112), publicou alguns exemplos do mesmo.

que o controle social e institucional dos mesmos parece mais difuso, como é o caso da internet. Assim, durante o período aludido,

Por meio dessas novas narrativas, mitos da tradição, combinados aos mitos da cultura de massa, reconstruíram emoções em um novo contexto imaginativo, num verdadeiro processo de produção, interpretação, reflexão e desejo. Para esse exercício de grande comunicabilidade e extensão, a eclosão do não-dito, do interdito e do mal-dito encontraram [sic] na internet um espaço elástico extremamente popular e plurisignificativo. (LIMA, 2002, p.36).

Nesse novo contexto imaginativo, muitas vezes o caráter absurdo das narrativas expressava implicitamente uma crítica à própria formalização da linguagem trabalhada pelos meios de comunicação tradicionais. O grotesco das cenas, cenários e personagens explorados pelas anedotas funcionaria como uma espécie de subversão da linguagem e do discurso que a maior parte dos meios formais proferiu. Esses são, portanto, contextos em que aparece com frequência a figura do anti-herói, travestido de personagem real e reconduzido a um *topos* discursivo em que prevalece a pluralidade dos diversos territórios culturais que se entrecruzam e dialogam para a composição de uma mesma representação. Foi esse o caso de Bin Laden: “à figura performática de Bin laden, barbas longas, turbante branco, fuzis e a esqualidez de seu corpo, foram associados também outros personagens da cultura de massa, numa obra de colagem interminável e que não cessa” (LIMA, op. cit., p.40). Em uma foto-montagem na internet (POLITICAL HUMOUR, 22/02/2003), Bin Laden se torna ‘Mr. Been Laden’, numa clara associação ao comediante inglês Rowan Atkinson, que interpreta o personagem Mr. Bean (anexo S). O terrorista árabe também aparece num tapete voador, como ‘Bin Leaden’ (Ibid.), voando à frente de um caça americano, numa alusão ao personagem Aladim, dos contos do livro *As Mil e Uma Noites*, tão difundidos no Ocidente e arraigados ao imaginário popular (anexo T). Até ao seriado infantil *tele-tubbies* Bin Laden foi associado. Neste caso, ele se transformou em ‘Tali-Tubbie’, o Tubbie Talibã (anexo U). Houve casos em que a ambivalência dos sentimentos associados aos personagens deixava transparecer formas híbridas de

produção cultural: Bin Laden como ‘Che Guevara do Islã’, na *Veja* 1719, de 26 de setembro de 2001, expõe a miscelânea de mitos que compõem a figura heróica do terrorista saudita extrapolando fronteiras nacionais (anexo V); a criança iraquiana beijando o rosto do soldado americano na matéria ‘Beijos e Bombas’, da *Veja* 1798, de 16 de abril de 2003 (p. 52-53), sugere que a ambigüidade da cobertura noticiosa se equivale à ambigüidade dos sentimentos iraquianos com relação ao regime de Saddam e aos ‘heróicos invasores’, num resgate das narrativas clássicas de libertação que sempre abordam um herói que, vindo de outro lugar mas profundamente identificado com ele, libertará aquele povo da opressão e do sofrimento (anexo W).

Se essa subversão de linguagem ocorreu, de um lado, nos chamados ‘sites livres’ e em algumas redes de informação sem ligação oficial com os países ocidentais e/ou orientais, de outro lado, nas redes mundiais de televisão e nos meios impressos de grande circulação mundial, prevaleceram outros procedimentos discursivos que representavam Bin Laden, os Talibãs e Saddam Hussein como vilões e George Bush como grande herói, num resgate do americanismo das estórias de heróis em quadrinhos. É claro que o inverso – Bush como vilão – também foi reproduzido em grande parte da mídia árabe, como demonstra Hammond (2003) ao afirmar que a maior parte da mídia árabe estaria engajada numa campanha difamatória contra os Estados Unidos e Israel, muitas vezes expressando conteúdos sensacionalistas e paranóicos. Como exemplo, Hammond (op. cit.) comenta que, em 2001, o jornal egípcio *Al-Arabi* publicou uma foto-montagem em que Ariel Sharon, Primeiro Ministro de Israel, aparecia como um bebê nos braços do Presidente Bush, para o qual disparava um jato de urina diretamente na face.

Assim, também os discursos oficiais se reproduziam de forma visível para outros veículos e meios, muitos dos quais sem ligações aparentes com os países envolvidos nas guerras. Quando apareceram as primeiras manifestações contrárias à declaração de guerra ao Iraque, por exemplo, a revista *Veja* deixou claro que o vilão da história era Saddam Hussein: “O ditador do Iraque invadiu dois países (Irã e Kuwait), usou gases venenosos para massacrar a minoria curda e, suspeita-

se, esconde com propósitos malignos armas destruição em massa [...] O malvado internacional do momento, no entanto, é o presidente dos Estados Unidos, George W. Bush” (*Veja*, 29/01/2003, p.62). Além disso, *Veja* procurou reforçar a idéia de que os americanos eram vistos pelos iraquianos como heróis libertadores: “... é possível que em poucos dias soldados da 101a estejam em Bagdá, com Saddam Hussein morto ou desaparecido, seu regime desmanchado e multidões de iraquianos saudando os *libertadores*” (*Veja*, 12/02/2003, p.46)

Com o intuito de fortalecer suas posições ideológicas, o planejamento estratégico do Governo dos Estados Unidos para a área da comunicação tratou de criar uma imagem de Bush como herói, ao tempo em que eram feitas associações de Bin Laden e Saddam Hussein com Hitler e outros ‘vilões históricos’. Rapidamente este tipo de jogo discursivo parece ter se implantado no imaginário americano:

sou completamente a favor dessa guerra [...] Não acho o Bush um tirano, [...] mas um homem de grandes valores cristãs e que se não fosse pelo fato dele ser crente ninguém estaria dizendo nada [...] Prefiro [...] está indo para uma guerra que pode prevenir futuro terrorismo ao invés de ir quando o Iraqui tiver pleno poder para nos destruir isso se não dominar o mundo [...]O mundo esqueceu o que o Adolf Hitler fez [sic] (JOHNSTON, mensagem pessoal, 24/03/2003).

Em contrapartida à criação de textos que exaltavam o novo heroísmo nos Estados Unidos, Bin Laden podia ser evocado como herói ou como vilão, a depender do suporte comunicativo e do próprio território de produção, circulação e consumo dos textos. Por exemplo: analisando os discursos da revista *Caras* após o 11 de Setembro, Josi Paz (2002, p.144) percebe que prevaleceu a idéia de que Bin Laden é apontado de maneira estereotipada como “a serpente que baniu os norte-americanos do mundo perfeito, como aquele que deu início à ‘primeira guerra do século XX [sic]’”, enquanto no mundo muçulmano, por outro lado, centenas de crianças que nasceram em setembro daquele ano receberam o nome de Osama (ZÉLIA ADGHIRNI, 2002). Seria isso um efeito da mitologização decorrente das campanhas promovidas pelas televisões árabes? Além disso, as

práticas e discursos antiamericanos começaram a se revelar mais intensamente, agravando-se sobretudo após a deflagração da 2^a. Guerra do Golfo e estendendo-se à produção e ao consumo culturais.

Desta forma, enquanto, de um lado, sobretudo nos *comics* de super-heróis, personagens reais (os bombeiros presentes ao atentado, por exemplo) se misturavam aos já conhecidos super-heróis, repetindo, assim, um padrão narrativo já consolidado, de outro lado, como contraponto, em diversos outros produtos reproduzia-se um tipo de narrativa que satirizava o mito clássico do herói e, rompendo com o seu formalismo, provocava uma inversão temporária da ordem semântica estabelecida. Nesse último caso, os personagens das narrativas foram aos poucos assumindo a posição de anti-heróis, passando a rivalizar com as narrativas clássicas e apresentando-se a um público não tão afeito ao mercado formal dos *comics*. Nos supostos extremos do heroísmo, no entanto, configurava-se uma espécie de mistura e hibridismo entre os diversos personagens abordados.

7.2 O Bem *versus* o Mal (anti-americanismo e islamofobia)

Em um dos muitos vídeos que circularam na internet logo após o atentado terrorista às torres gêmeas de Nova York, o nome do arquivo para *download* expressa o conteúdo que ali será exibido: *Devils Face in World Trade Center*.⁸⁸ As imagens mostram o momento em que um dos aviões se choca com a segunda torre do complexo empresarial. Nos contornos fugazes da fumaça produzida pela explosão, uma imagem sugere a formação da face do diabo⁸⁹, em destaque (anexo X).

⁸⁸ A Face do Diabo no World Trade Center.

⁸⁹ “O **diabo** é o nome dado a uma entidade sobrenatural, um demônio (ou seja, criatura intermediária entre deuses e homens) maligno e que personifica o mal em diversas religiões

Muitas coisas poderiam ser vistas nas formas efêmeras e mutantes produzidas pela fumaça da explosão. A cena fixa que se vislumbra, no entanto, tem uma óbvia intenção e possui caráter ideológico: ao atribuir a autoria do ato praticado ao demônio⁹⁰, o efeito que se produz é a de uma identificação do grupo que ataca com a categoria do Mal, que só pode ser combatida pelo Bem, como nos mitos clássicos ocidentais e orientais que tratam da origem do mundo e que reproduzem a luta eterna entre esses dois pólos. A alusão às narrativas cosmogônicas que tratam do embate entre o Bem e o Mal é evidente. A história se repete mais uma vez. E o ‘Mal’ se atualiza nos autores do atentado.

Como grande parte do material que circula na internet, o vídeo citado não tem autoria e é, certamente, uma edição de cenas captadas pelas redes de televisão americanas e difundidas por diversos outros meios. No entanto, já se percebe ali um esforço para, nesta trama, promover intencionalmente a desqualificação do inimigo (os autores do atentado, naquele momento). A associação entre os autores do atentado e a figura do diabo, por mais intencional e ideológica que seja, se traduz, por outro lado, como pura revelação e invenção do imaginário, vez que esse personagem emblemático está bastante presente na(s) cultura(s) do Ocidente. Assim, provavelmente, a imagem do rosto do diabo na fumaça que sai do *World Trade Center* resulta também de um mecanismo para superar o trauma provocado por um acontecimento que transcende o real. Como nos mitos cosmogônicos, a luta do Bem contra o Mal, de Deus contra o diabo, é evocada para dar sentido ao

ocidentais. Recebe diversas denominações, como Lúcifer, Satã, Belzebu, Samael, Mastema, Beliel, Azazel, Cadreel, Sier, Samael, Asmodeus ou Mefistófeles – embora na demonologia clássica esses nomes refiram-se a entidades diferentes” (WIKIPÉDIA, 27/06/2005, s.p.). Observe-se, por outro lado, que a palavra, que pode referir-se ao demônio supremo na hierarquia do Inferno, deriva do grego *diabolos*, que significa caluniar ou maldizer. Ou seja, o diabo é aquele que se refere ao outro empregando calúnias; é aquele que mente.

⁹⁰ “Um **demônio** é, segundo as religiões, uma criatura intermediária entre o homem e o deus, tipicamente descrita como um espírito do Mal, mas que por vezes pode também praticar o Bem. A origem da palavra é grega: Platão ao escrever sobre Sócrates diz que este comunicava-se com um espírito invisível chamado *Daimon* (também escrito *daymon*). Ao passar para o latim, *Daimon* se tornou *Daemon*, que deu origem ao português *demônio*” (WIKIPÉDIA, 27/06/2005, s.p.). Em inglês, *demon* é traduzido por demônio.

inusitado e até inteligível. Os sentimentos de proteção e de conforto necessários para aplacar os ânimos sociais resultam, desta forma, do resgate de uma narrativa mítica e, por conseguinte, da identificação das vítimas com a categoria do Bem.

Mas até aquele momento, o diabo, como muitos dos suspeitos do atentado, não tinha uma face humana reconhecida. Percebido desta forma, gerava-se apenas uma suspeição: o rosto do diabo, assim como o rosto dos terroristas que praticaram o atentado, era o de um monstro, o de um ser híbrido, metade gente, metade bicho. Como a ética católica professa que a farsa é uma obra do diabo, eis, aí, a ilação que será feita *a posteriori*: o diabo não fala a verdade, é um farsante que possui várias faces, podendo assumir várias identidades para seduzir os mortais com suas mentiras. Não demorará muito para que uma ou várias dessas faces humanas sejam utilizadas pela produção cultural como sendo a identidade do diabo.

É logo depois dos atentados, na medida em que começam os preparativos para a guerra ao terror, que as categorias do Bem e do Mal passam a ser usadas, estrategicamente, para converter o inimigo – qualquer que seja ele - em demônio. Dali em diante, o diabo se personifica; o rosto do diabo passa a ser um rosto humano, e a luta do Bem contra o Mal se espalha rapidamente pelos diversos produtos culturais: “ao longo da história, o mal exibiu várias feições. Ele já teve os traços de Átila, o Huno, do mongol Gêngis Khan, do austríaco Adolf Hitler, do soviético Josef Stalin, do cambojano Pol Pot e do ugandense Idi Amim Dada. Hoje, o mal não comanda um exército, não mora em um palácio, não discursa a multidões. Seu rosto é o do saudita Osama Bin Laden” (*Veja*, 19/09/2001, p.68).

Aos poucos, a atribuição das características do Mal aos inimigos foi se tornando um tema recorrente na produção cultural após o 11 de Setembro de 2001. Nos *comics* de super-heróis, por exemplo, o apelo às categorias do Bem (relacionada aos heróis e aos Estados Unidos) e do Mal (associada aos vilões e grupos árabes) é bastante forte. Na revista do Homem-Aranha, há um trecho, no final da estória, em que o herói se encontra com o Capitão América, como que a deixar margem para um próximo episódio. Ao perceber a introspecção do companheiro, reflete: “Pior terá sido para ele, que já viveu isso outras vezes”. Ao

pensar isso, o herói parece sugerir que o terrorismo é a face de um mesmo inimigo histórico. O trecho descrito anteriormente sofre continuação na revista do Capitão América. Nela, reforça-se mais ainda a ligação dos autores do atentado de 11 de setembro com a figura do demônio. O que conduz toda a trama do episódio é a dúvida do herói sobre a identidade dos autores dos atentados. Em certo momento, o herói diz ao seu interlocutor: “temos que ter certeza. Isso é guerra” (p.11). E logo em seguida ratifica a idéia de que o inimigo tem uma identidade histórica indiferenciada, relacionada ao Mal, e se atualiza em outros personagens. As reflexões do herói estão todas baseadas na necessidade de definição do inimigo como sendo algo externo, um outro povo, uma outra nação ou um grupo cujos valores morais, culturais e religiosos sejam diferentes dos seus. Mais uma vez, a idéia de que aquilo que é estranho e diferente é o ‘outro’ generalizado (no caso, o diversificado e complexo mundo árabe-muçulmano) e que este ‘outro’ é a própria encarnação do demônio: “Esta é a face do seu grande satã? Esta é sua oferenda ao seu deus? Sua veneração? Sua prece? Assassinos...dizer às crianças que isso é uma guerra santa. Mas nós vimos o que está por trás de vocês. Ouvimos quando se abriram os portões do inferno” (p.13). Observe-se ainda que até esse momento da estória o herói não decidiu se incorporar às missões de ‘guerra ao terror’. O passo decisivo para que Steve Rogers decida reassumir de vez sua identidade de herói e se incorporar à missão até Kandahar se dá num bairro árabe de Nova York, quando um muçulmano é atacado por populares. Esse pequeno trecho da estória reproduz muito do temor que se seguiu ao 11 de Setembro, quando se instalou nos Estados Unidos um sentimento de islamofobia e de repúdio às pessoas de origem árabe.⁹¹ Ao defender o muçulmano na estória analisada, o Capitão América se posiciona moralmente contra qualquer forma de discriminação. Mas essa é uma crítica particularizada à discriminação contra pessoas comuns. No geral, no entanto, a religião islâmica e os governos de países orientais não deixam de sofrer fortes associações discriminatórias ao longo da revista.

⁹¹ Uma pesquisa realizada pela rede CNN após o 11 de setembro mostrou que 49% dos americanos acreditam que todos os árabes, incluindo os que possuem cidadania americana, deveriam portar carteiras de identidade especiais. E segundo um relatório do Conselho das Relações entre Americanos e Islâmicos, após um mês dos atentados havia acontecido cerca de 600 incidentes contra árabes residentes nos Estados Unidos, onde o sentimento anti-semita subiu 05 pontos percentuais (de 12 para 17%) (BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA, 25/10/01).

As insistentes investidas dos meios de comunicação ocidentais no sentido de atribuir aos inimigos dos Estados Unidos e do Ocidente um estereótipo negativo e as respostas, não menos ousadas e contundentes, dos produtores culturais e informativos ligados aos grupos e países árabes fizeram com que a categoria do Mal, personificada na figura do demônio, passasse a ser constantemente renovada e associada a vários personagens reais. Vários são os exemplos. Na edição 1722 de *Veja* (17/10/2001, p. 61), o Mulá Mohamed Omar, líder da milícia Talibã que controlava o Afeganistão, é rotulado de ‘príncipe das trevas’ na legenda de uma das fotografias publicadas (anexo Y). Entre fevereiro e maio de 2003, o mesmo tipo de procedimento foi adotado, mas agora se voltando aos personagens da 2ª. Guerra do Golfo. O ditador Saddam Hussein e o presidente George Bush foram, nesse período, os personagens que mais passaram a simbolizar o Mal. Um leitor de *Veja*, em carta enviada à revista, expressou: “Saddam Hussein vendeu a alma ao diabo ou ele é o próprio?” (12/02/2003, p. 24). Enquanto isso, Saddam era louvado, e Bush, amplamente criticado, na mídia e nos cartazes das manifestações populares em grande parte dos países de língua árabe, sobretudo no Iraque. Hammond (2003) comenta que, ao tempo em que a mídia árabe desqualificava os Estados Unidos comparando-os aos invasores mongóis da época de Hulagu Khan (1258), Saddam Hussein era por ela igualado aos heróis e mártires da história árabe. “...the personification of Saddam as Iraq and Iraq as Saddam was complete, and the final fusion of the two was achieved through media”⁹² (Ibid., p.92).

Outros veículos buscaram recursos mais sutis para enfatizar o caráter maligno de alguns personagens. Na edição da revista *The New Yorker* disponibilizada na internet no dia 01/10/2001 é reeditado um texto de Richard Preston, originalmente publicado em 12/07/1999, intitulado *The Demon in the Freezer*⁹³ e baseado num livro do mesmo autor. O texto, que se refere a uma obra de não-ficção, trata da erradicação da varíola (o demônio, para o autor) e de como o vírus da doença permanece congelado, de forma protegida e segura, em apenas

⁹² ...a personificação de Saddam como Iraque e do Iraque como Saddam foi completa, e a fusão final dos dois foi conseguida pela mídia.

⁹³ O Demônio na Geladeira.

duas geladeiras espalhadas em algum lugar do mundo, o que ao mesmo tempo se revela um perigo, face à possibilidade de que tal vírus seja manipulado e usado como arma biológica. Nada mais atual, portanto, justamente num momento em que os Estados Unidos viviam o pavor de uma guerra biológica com a utilização da bactéria antrax. No entanto, a atualização da figura do demônio não diz respeito apenas a vírus e bactérias. É na pele dos terroristas islâmicos que é feita a alegoria: ‘Bin Laden, Saddam Hussein e outros que podem produzir arsenais biológicos representam o demônio que a América criou e deixou congelado por vários anos’. Não por acaso, *Veja* (03/10/2001) apresentou uma matéria intitulada ‘Mais uma Face do Terror’, referindo-se ao espectro de um ataque químico ou biológico aos Estados Unidos. Na edição 1723, publicada em 24/10/2001, a mesma revista apresentou uma reportagem que recebeu o título de capa *Antrax – o mal invisível*, enquanto Vânia Freitas expôs idéia similar no cordel por ela escrito: por conta dos atentados/aeroportos vigiados/não impediram o mal entrar/a bactéria “Antrax” veio/através de algum correio/outras mortes espalhar (estrofe 22).

Como se percebe, a mesma demonização de personagens ocorrida nas revistas informativas aconteceu nos livretos de cordel, através de uma abordagem histórica⁹⁴, com a ressalva de que para os cordelistas todos os personagens envolvidos nos conflitos representam o Mal. As primeiras estrofes de alguns cordéis comparam o presidente americano ao demônio. Em *Guerra no Iraque*, Jovanildo Freitas foi bastante crítico na caracterização do presidente americano e da sua administração: Bush não tem coração/ por isso é tão desumano/quer que o mundo se renda/ao poder americano/nem respeita o pedido/do papa do Vaticano (estrofe 02). Guaipuan Vieira, em *Monstro Americano Destrói Inocentes no Iraque*, foi mais longe: quando o mundo clama a paz/condenando a violência/a

⁹⁴ Para chegar até a guerra do Iraque, os cordelistas parecem ter sentido necessidade de percorrer um caminho histórico. Evocam, assim, o 11 de setembro e a invasão do Afeganistão, com o propósito de situar o leitor num enredo de causalidades históricas tão explorado pelos meios de comunicação de massa. Guaipuan Vieira diz: O Bin Laden com Al-Qaeda/que comanda o terrorismo/destruiu o *World Trade Center*/com seu cruel otimismo/já o Pentágono foi em parte/ nesse fogo de abismo (estrofe 09); George Buch [sic] que já vinha/com sua grande pretensão/de buscar o gasoduto/lá no Afeganistão/teve a guerra por pretexto/foi essa a grande razão (estrofe 10).

voz do mal se levanta/afinando a prepotência/besta-fera está de volta/provocando turbulência (estrofe 01); E nações contra nações/São jogadas novamente/O anticristo semeia/O mal incansavelmente/Para a paz ser abolida/No meio de toda gente (estrofe 02); De Saddam que se mantém/Um ditador sanquinário/O Kim Jong-il na Coréia/Por seguir o itinerário/De Jorge Buch [sic] por ser/Do mal o novo emissário (estrofe 05). Mas nem de longe esse tipo de associação ficou restrita ao presidente dos Estados Unidos. Bin Laden não escapou também de ser associado ao demônio: culpavam Osama Bin Laden/ profeta da “crueldade”/ fanático religioso/ de ninguém tem piedade/ é um homem Anti-Cristo/ contra toda a humanidade (estrofe 15 de *A Guerra ao Terror em Literatura de Cordel*, de Pedro Costa).

Cumpre, no entanto, questionar: por que os cordelistas julgam estar acima do Bem e do Mal, neste caso particular? Por que não se posicionam a favor de um grupo ou de outro, mas sempre contra ambos? Talvez porque respeitem um dos maiores imperativos de grande parte da produção de livretos de cordel, que é o julgamento moral das ações de grupos e pessoas, ou, em outras palavras, porque sigam a necessidade de terminar o texto passando para o leitor uma lição de moral. Neste sentido, não ‘tomam partido’, pois no sistema moral que organiza seus julgamentos não há perdão para os que promovem a guerra, a destruição e a morte, como se vê no cordel *Guerra no Iraque*, de Jovanildo Freitas: Quem pensa em fazer miséria/Briga e retaliação/E insiste em fazer guerra/É fruto da maldição/Tem uma pedra de ódio/No lugar do coração (estrofe 16).

Desta forma, no caso específico da literatura de cordel, as representações com base no Bem e no Mal reúnem uma combinação de elementos comuns que aparentam ter sido colhidos diretamente no imaginário rural nordestino com outros derivados das narrativas dos meios de comunicação. Isso se expressa na mente do cordelista de maneira inusitada, promovendo associações entre temas que se situam em épocas e contextos bem distintos e fazendo remissão a narrativas sobre a origem e o fim do mundo. Para aprofundar o caráter histórico teleológico, a última estrofe do cordel de Vieira, por exemplo, evoca o imaginário religioso, citando o teor profético das narrativas de final do mundo: mas a trombeta já soa/o

mundo ouve seu som/a profecia nunca mente/tem o profeta seu dom/os dias já se aproximam/ do terrível Harmagedon [sic] (estrofe 32). Também Costa (2003) evoca o discurso apocalíptico. Ele acredita que o profeta Nostradamus já havia previsto o acontecimento de 11 de setembro, que, segundo ele, é o resultado da forma como os Estados Unidos vem se comportando no cenário mundial, desrespeitando países e querendo mostrar sua força a qualquer custo. Isso se expressa no cordel escrito por ele⁹⁵. Logo na primeira estrofe está exposto que o autor entende a relação entre capitalismo e terrorismo como uma relação entre fenômenos que promovem guerra e destruição, mas que são antagônicos. Assim, a idéia é a de que capitalismo e terrorismo são os estereótipos que constituem uma suposta divisão do mundo análoga àquela entre o Bem e o Mal e que revelam, por conseguinte, a oposição entre Ocidente e Oriente, substituindo a oposição entre capitalismo e comunismo que vigorou durante a Guerra Fria.

Há, no entanto, nos cordéis, apesar das diferenças entre capitalismo e terrorismo, uma revelação da igualdade entre ambos que está associada ao fato de que tanto um como outro são maléficos ao mundo, como na estrofe 01, do cordel de Costa: O mundo vivendo em guerra/vítima do capitalismo/agora aumentou o medo/com atos de terrorismo/quando esses dois se confrontam/o mundo cai num abismo. Nessa passagem, o cordelista deixa claro que existem similaridades entre o ‘império americano’ e os grupos terroristas, não obstante o conflito ideológico também presente entre eles. É como se ambos atualizassem a divisão mundial bipolar que vigorou durante a guerra fria, pela atualização das narrativas míticas e religiosas arcaicas: a luta entre os opostos, entre o Bem e o Mal, entre Deus e o Diabo, entre a luz e a escuridão.

Entretanto, tributário e herdeiro desse tipo de narrativa, o autor do cordel trabalha com a divisão binária de ordem político-cultural sem atribuir a qualquer um dos pólos a qualidade do Bem. Neste sentido, capitalismo e terrorismo representariam a atualização de inimigos históricos, estando Deus, os santos e os

⁹⁵ Várias mensagens na Internet também levantaram essa associação, sendo notória a suposta inclusão em lista de discussão sobre Nostradamus de uma mensagem de advertência, intitulada 911, e que teria sido enviada por um dos terroristas que participaram do atentado aos Estados Unidos..

profetas a julgar, de algum lugar sobre-natural, a ação dos homens na terra. É como diz Debs (1997): o poeta é que faz a mediação entre a poesia, a história e o público, e, em muitas situações, entre Deus, o público e a história. Isso demonstra que os cordelistas se dirigem a Deus de maneira indireta. Nenhum personagem é representado como ‘o Bem’ (ou Deus). ‘O Mal’ (ou o Demônio), no entanto, aparece na ‘pele’ de muitos deles. Observe-se, como ilustração do exposto, a primeira e a última estrofe do cordel de Vânia Freitas: quando olho a natureza/e contemplo sua beleza/que nos deixou o Criador/eu sinto tanta emoção/que abala meu coração/batendo com muito ardor (estrofe 01); e nesta estrofe final/creio que o pai celestial/aos pobres injustiçados/e aos puros de coração/os céus todos herdarão/porque são bem-aventurados (estrofe 31). No mesmo cordel (estrofe 23), há uma referência - se ao Mulá do Afeganistão ou a Bin Laden, não está claro - que aponta para uma comparação com a divindade, mas em teor pejorativo e crítico, exemplificado também pela escrita da palavra ‘deus’ em inicial minúscula: naquele dia turbulento/que antrax tomou assento/Bush tomou u’a posição/milhões de dólares dar/para aquele que encontrar/ o deus do Afeganistão. Valem ainda como exemplo de como os poetas populares acreditam na intermediação divina as estrofes 29 e 30 do cordel de Jovanildo Freitas (*Guerra no Iraque*): Guerra atinge africanos/asiático e europeu/católicos e protestantes/islamitas e judeus/e quem promove a guerra/prestará conta com Deus; Somente a força de Deus/pode combater o mal/colocando a mão no meio/desse combate mortal/que um dia possa reinar/a nossa paz mundial. A análise dos cordéis não pode descurar também da capa dos mesmos, bastante expressiva dos conteúdos ali explorados, sobretudo no que se refere ao teor apocalíptico das mensagens transmitidas. Quase todas repetem a idéia de divisão binária do mundo (anexos G, H e I).

Seguindo a análise anterior, uma outra, de sentido complementar: o sentimento de antiamericanismo que se instalou nas manifestações da cultura popular é bastante evidente nos cordéis analisados. No cordel de Pedro Costa, esse sentimento está assim expresso: estrofe 04 - fazem centenas de anos / que os Estados Unidos / tornaram-se a maior potência / impera em todos os sentidos / ninguém soma os países/por eles já destruídos; estrofe 06 - Já fez a guerra com o

Japão/ com Alemanha e França / a Rússia sofre seqüelas / caminha sem esperança / quem vive de provocar / não tem boa vizinhança. Durante entrevista concedida ao autor, Costa (2003) confirma tal sentimento: “Vai aumentar a onda mundial de protesto contra os Estados Unidos e uma rejeição aos seus produtos, porque os outros países já produzem aquilo que eles produzem”. A exemplo do comentário de Costa, várias são as demonstrações, no Brasil, do sentimento de anti-americanismo, em alta desde os atentados.⁹⁶ Pode-se citar, por exemplo, a crítica dos leitores aos ‘quadrinhos’ americanos, sobretudo aqueles de estórias de super-heróis. Algumas editoras que publicam esse tipo de material chegaram, inclusive, a receber pedidos dos leitores para que a revista do Capitão América não fosse mais editada no Brasil (UNIVERSO HQ, 05/08/03, s.p.).

Sob o prisma da produção dos cordéis, pode-se afirmar que essa tentativa de imputar ao ‘outro’ um estereótipo negativo às vezes não se relaciona à ação deliberada de grupos envolvidos na disputa pelo poder simbólico. Assim, muitas vezes, certos grupos produzem estereótipos negativos de outros grupos sem necessariamente travarem com eles uma disputa pelo poder. Por exemplo, que interesse teriam os cordelistas em desqualificar americanos ou árabes? O que faz

⁹⁶ Pouco mais de um mês após os atentados de 11 de setembro, o Jornal *Folha de São Paulo* (04/11/2001) publicou o resultado de uma pesquisa realizada na capital paulista que apontava uma mudança da imagem dos Estados Unidos. 45% dos consultados acharam que a imagem do país piorou. Desses, 26% apontavam como motivo para tanto a demonstração de fragilidade da segurança americana. Após a guerra do Iraque, uma pesquisa feita pela rede de TV BBC em 11 países, com um número total de 11 mil entrevistados, constatou que o Brasil é, dentre os pesquisados, o segundo país com maior rejeição aos Estados Unidos (66% dos entrevistados), perdendo apenas para a Jordânia, país de maioria islâmica. É também indicativo desse tipo de sentimento o fato de que 07 dentre cada 10 brasileiros acreditam que os EUA mereceram o ataque de 11 de setembro. (*Veja*, 13/08/2003) E ainda como exemplo de como o antiamericanismo é facilmente assimilado pelas culturas populares em outros acontecimentos e processos sociais tem-se as pichações na cidade de Teresina, capital do Piauí, após a eleição do candidato do Partido dos Trabalhadores ao Governo do Estado. Wellington Dias, do PT, derrotara Hugo Napoleão, do PFL. O primeiro, vindo de camadas populares, apresenta feições indígenas, enquanto Hugo, filho de um embaixador brasileiro nos Estados Unidos, nascido no estado americano de Oregon, possui feições européias. Além de vários outros motivos que levaram à derrota do candidato que representava as forças políticas tradicionais, um deles pode ser creditado ao sentimento de antiamericanismo e de resgate dos valores e tradições oriundos da remota colonização do Estado, sobretudo aqueles ligados às tribos indígenas e às fazendas de gado. Esses sentimentos preencheram boa parcela do imaginário das camadas populares piauienses. Vários políticos piauienses, principalmente aqueles de tradição populista e adversários de Hugo Napoleão, passaram a se referir a ele usando a expressão “o americano”. E, a confirmar tal tendência, dias após o resultado das eleições várias pichações foram feitas em Teresina, revelando uma inversão de uma narrativa histórica tão bem produzida e difundida pela indústria cultural americana, com os seguintes dizeres: ‘O índio comeu o americano.’

com que os cordéis não se coloquem a favor de um ou outro grupo é o fato de que existe uma expectativa – e provavelmente isso constitua uma regra ou norma da sua cultura produtiva – muito grande por parte do seu público leitor a respeito do juízo de valor e do julgamento moral que ali, naquele suporte comunicativo, serão feitos. Às vezes, essa representação estereotipada, como no caso dos cordéis, pode surgir em circuitos culturais reduzidos e aos poucos se alastrar pelos diversos suportes comunicativos e culturais, sendo, a partir daí, utilizada sobremaneira na composição daquilo que nos meios acadêmicos se tem denominado de política de administração de identidades (JOÃO ESTEVES, 2000). É possível, inclusive, que este tipo de procedimento tenha ocorrido em outros suportes, como os *sites* de humor e os *blogs* na internet, justamente porque, nestes casos, também certos imperativos produtivos – em tese, manter a coerência e a independência para criticar o que supostamente deve ser criticado, afastando-se do regime semi-fechado da mídia tradicional e colocando-se como uma alternativa a ela – se impunham ao trabalho de representação de identidades. Mas é certo também que estes produtos culturais de menor alcance de público aos poucos se apropriam de grande parte do material produzido e publicado pelas cadeias mundiais de informação e cultura, compondo uma rede de produção cultural que se alastra para diversos centros e territórios de produção e recepção, o que dificulta sobremaneira a formulação de uma resposta taxativa e fechada sobre qual veículo ou produto cultural tem maior poder de agendamento de assuntos para certos públicos.

Ressalte-se que, a despeito do fato de que a maior parte da produção cultural que circula em nível global está centrada em empresas ocidentais, a construção de um estereótipo negativo do ‘outro’ não é exclusividade dos meios de comunicação e de produção cultural pró-americanos. Não é essa, por outro lado, a mesma estratégia há muito utilizada pelos radicais islâmicos que rotulam os Estados Unidos de ‘O Grande Satã’⁹⁷, evocando a guerra santa contra ‘aqueles

⁹⁷ ‘O Grande Satã’ foi uma expressão cunhada pelo aiatolá Khomeini para criticar a interferência dos Estados Unidos no Irã e justificar a revolução que derrubou o regime do Xá Reza Pahlevi em 1979. Essa expressão foi reproduzida na revista *Veja* de 19/09/2001, edição especial, na página 72. Não por coincidência, a palavra Satã tem origem no hebraico *Shai'tan*, que quer dizer *Adversário*. (WIKIPÉDIA, 27/06/05, s.p.) Observe-se que o Aiatolá não usou uma expressão derivada de

que depravam a palavra do Profeta Maomé’, guerra essa tão bem expressa na produção de redes de televisão dos países árabes e nas fitas da Al Qaeda? Quantas vezes o Governo americano e, por correlação, o Presidente Bush não foram comparados ao demônio pelos meios de comunicação de países árabes? Fato incontestável já antes do 11 de Setembro de 2001, a campanha dos grupos islâmicos radicais contra os Estados Unidos sempre exibiu uma quantidade enorme de material publicitário de forte apelo imagético. A revista *Veja* (03/10/2001, p. 61) não pôde deixar de exibir um cartaz iraniano, produzido e distribuído anteriormente aos atentados aos Estados Unidos, em que “o Tio Sam aparece como a face da morte e assassino...” , não obstante a intenção da revista fosse mostrar os excessos que visavam à construção de um discurso contrário aos Estados Unidos (anexo Z).

A crítica à administração do Presidente Bush foi feita também em *sites* da internet que não tinham ligação com grupos islâmicos. O cartaz do filme *The Turbanator* (alusão, já comentada, ao filme *Exterminador do Futuro*) que foi disponibilizado no *site Political Humour* (22/02/2003) traz a seguinte chamada: “*In the year of darkness, 2001, America devised the ultimate plan. He would reshape the future by ridding the world of an evil that felt nothing but hate. He was...The Turbanator*” (anexo Q)⁹⁸. Fica, no entanto, a dúvida, que o texto em si ajuda a implantar: quem é esse demônio? Bush, o *Turbanator*, ou aquele a quem ele combate? Lembre-se que no primeiro episódio da série o *Exterminador do Futuro* o vilão era o próprio Exterminador, interpretado pelo ator Arnold Schwarzenegger (atual governador da Califórnia). Quem a América quer destruir? De quem ela tem que se livrar? Dos terroristas ou do próprio Bush?

As críticas aos Estados Unidos também foram proferidas por Bin Laden. Inúmeras foram as suas aparições em diversos meios de comunicação ocidentais, por via indireta, na medida em que o material produzido pelo terrorista era exibido pela televisão Al Jazeera e reproduzido pelos veículos ocidentais. Numa das suas

algum termo árabe. Não se sabe, porém, se o uso de uma palavra derivada do hebraico tinha por propósito também vincular o estado de Israel a essa mesma categoria do Mal.

⁹⁸ No ano da escuridão, em 2001, a América inventa o último plano. Ele remodelará o futuro por ter livrado o mundo de um demônio que não sentia nada, apenas ódio. Ele era...*The Turbanator* .

aparições, em 1º de novembro de 2001, Bin Laden deu ênfase ao fato de que *Alá* está do lado da Al Qaeda – e, por suposto, contra os Estados Unidos:

Before I begin, I say to you that security is an indispensable pillar of human life and that free men do not forfeit their security, contrary to Bush's claim that we hate freedom. If so, then let him explain to us why we don't strike for example - Sweden? And we know that freedom-haters don't possess defiant spirits like those of the 19 - may Allah have mercy on them [...] the events of September 11th came as a reply to those great wrongs, should a man be blamed for defending his sanctuary? [...] And Allah is our Guardian and Helper, while you have no Guardian or Helper. All peace be upon he who follows the Guidance.⁹⁹ (BIN LADEN apud AL JAZEERA, 01/11/2001, s.p.)

Antes, no entanto, da veiculação da mensagem de Bin Laden, a revista *Veja* já tinha saído em defesa dos Estados Unidos, associando o governo americano à categoria do Bem. A edição 1720, de 03/10/2001, está repleta de material apologético aos Estados Unidos: 1) no título de Capa ‘O Vírus anti-EUA – a demagogia que transformou a vítima em culpada (anexo AA); 2) nos títulos e no conteúdo das matérias ‘A Ratoeira está Armada’ e ‘Quando a Guerra é Justa’, ambas tratando da invasão ao Afeganistão; 3) numa fotografia (p.62-63) do exército americano ‘libertando’ Paris do domínio nazista na Segunda Guerra, com a legenda ‘Virtudes e Pecados no Passado – O exército americano, que libertou a França do jugo nazista, entra em Paris em 1944’.¹⁰⁰ Um ano depois do atentado, a operação retórica vai se repetir na matéria *O Dono do Mundo*, da edição 1768 (11/09/2002), em que se evidencia a possibilidade de Bush ser comparado a

⁹⁹ Antes de começar, eu digo a vocês que segurança é um indispensável pilar da vida humana e que homens livres não perdem sua segurança, ao contrário da afirmação de Bush de que nós odiamos a liberdade. Se fosse assim, então deixem ele nos explicar porque nós não atingimos, por exemplo, a Suécia? E nós sabemos que os que odeiam a liberdade não possuem espíritos desafiadores como aqueles dos 19 – possa Alá ter piedade deles [...] os eventos de 11 de Setembro vieram como uma resposta àqueles grandes erros, deveria um homem ser culpado por defender seu santuário? [...] E Alá é quem nos guarda e socorre, enquanto vocês não têm quem os guarde ou socorra. Toda a paz esteja sobre aquele que segue o Guia.

¹⁰⁰ Na edição 1722, de 17/10/2001, há um gráfico que procura descrever os procedimentos adotados e os equipamentos utilizados durante o bombardeio do Afeganistão (p. 50). O título que acompanha esse gráfico, dúbio e bastante sugestivo, aponta para ‘a destruição que vem do céu’, numa referência direta ao poder do aparato aéreo americano e numa alusão indireta e pouco clara a uma associação entre os americanos e as ‘entidades celestes’ que povoam o imaginário social.

Winston Churchill, sendo qualificado como “um salvador da civilização ocidental com sua incessante disposição de enfrentar o mal”, ou, de forma até certo ponto surpreendente e que corresponde a uma inesperada proposta semântica lançada pela revista, “a um caubói inconseqüente que levará o planeta a uma desordem generalizada” (p.38).

Ao evocar as categorias do Bem e do Mal, essas operações discursivas, das quais se nutre também o fundamentalismo religioso e étnico, conforme explorado anteriormente, pretendem, em tese, não deixar margem para interpretações destoantes: ou se está de um lado ou do outro. Se por seu turno Muhammed Omar, Bin Laden e Saddam Hussein procuravam unir os adeptos do islamismo em torno de um mesmo ideal, promovendo uma *jihad* contra os infiéis com o auxílio de grupos terroristas, também o Presidente Bush, mas em sentido inverso, conclamava vários países a uma guerra contra o terror: “ou estão do nosso lado ou do lado dos terroristas” (trecho de discurso recorrentemente publicado, por exemplo, nas revistas *Veja*, de 26/09/2001, na página 40, e *The New Yorker*, de 11/09/2002, e no cordel de Vânia Freitas, estrofe 19). Assim, nos dois extremos de atitude fundamentalista, prevalece o maniqueísmo. Não há meio termo: ou o Bem ou o Mal; ou Eu ou o Outro, ou Ocidente ou Oriente. Mas será que, por trás dessa atitude defensiva que desqualifica o outro, não existe um desejo e um temor de reconhecer-se nele? O que está por trás dessa forma radical de afirmação identitária que se impõe pela tentativa de negação completa da alteridade?

A explicação vem da própria gênese da política de identidade. Para algumas correntes da psicanálise, a identidade se forma de uma falta ou ausência que se quer inconscientemente preencher, ou seja, do reconhecimento de algo que, ausente, está, no entanto, presente no ‘outro’. Isso, certamente, distinguiria Deus do Diabo, por exemplo, mas numa análise mais profunda revelaria a íntima associação entre os dois, conforme pensa Otávio Velho (2001), ao afirmar que a oposição radical entre as figuras de Deus e do Diabo, ao invés de puramente maniqueísta, pode ser interpretada como sendo um dos operadores necessários para desfazer dualismos e essencialismos, “na forma de uma disputa de posições sem garantias e que constitui o verdadeiro campo de batalha” (VELHO, op. cit.

108). Gustavo Bernardo (27/06/2005, s.p.), com base em Fernando Savater, complementa: “então, qual seria a quintessência de Deus? Parece, pelo desdobrar do argumento, que se trata do próprio Diabo: ‘Devemos levar resignada ou desesperadamente a nossa própria cruz, que no fim das contas é para todos a mesma: não podemos evitar que o onipotente seja sempre o Outro’”.

Isso implica em que a tentativa de negar o ‘outro’ só o afirma mais ainda. Ante a possibilidade de reconhecer no ‘outro’ a sua grandeza ou aquilo que falta em cada um, é preciso torná-lo ínfimo, fazê-lo desaparecer, levá-lo a perder-se no esquecimento. Enquanto isso, esse mesmo ‘outro’ se instala no subconsciente para dali emergir fortalecido, lembrado que será para sempre. Seria isso o inferno, para lembrar Sartre (‘o inferno são os outros’)?¹⁰¹ De qualquer forma, o outro/diabo estará sempre presente, pois a necessidade de negá-lo exige que o mesmo seja representado como uma falta do próprio sujeito, e este se torna refém do regime de representação que tem, no ‘outro’, o reconhecimento dessa falta que se visa a preencher. É por isso que Vilém Flusser (27/06/2005, s.p.) afirma que...

Nas regiões mornas e obscuras do subconsciente o diabo continua agindo arquetipicamente; com efeito, é nessas regiões que se sente à vontade. Na luz mais ou menos clara da consciência despertada é que ele se metamorfoseia. A evolução do diabo e a evolução da vida são pelo menos paralelas. O réptil é perfeitamente identificável no diabo sofisticado da nossa época elegante. [...] com efeito, a afirmativa de que a evolução da vida não passa de encarnação da evolução do diabo. [...]O que pretendo neste instante é apenas semear o germe da dúvida seguinte: quem está mais possesso pelo diabo, o protoplasma quase inerte das épocas imemoriais, com sua paciência humilde, ou a formiga devoradora e a humanidade especulante?

Com efeito, dois são os sentimentos representados pelas narrativas sobre deus e o demônio, no caso específico em análise: o antiamericanismo e a

¹⁰¹ “Mais tarde, Bernanos escreveu: ‘O grande objetivo do Sr. Hitler não é, visivelmente, nos degradar aos olhos do mundo, mas aos nossos próprios olhos, nos desgostar a nós mesmos’. Interessante como essa frase de Bernanos converge para a de Sartre e, de uma certa forma, para a própria idéia budista de que o inferno mora no ego. Todas essas concepções podem ainda ser enriquecidas pela psicanálise, representada por Julian Green: ‘O inferno não é o outro, mas o outro obscuro que mora no fundo de si mesmo’”. (FERNANDO GABEIRA, 13/10/1997, s.p.)”

islamofobia. Ambos estão associados a um estereótipo negativo do ‘outro’ e em certo sentido ligados à valorização dos discursos sobre a nação e a pátria. No primeiro caso, o repúdio às políticas americanas e o sentimento de revolta para com as mesmas traduzem um movimento ambíguo e de duplo pertencimento: os grupos que lutam contra a ‘americanização’ de seus costumes e tradições recorrem exatamente às armas com as quais aprenderam a lidar quando de sua incursão ‘pelo lado de lá’, pelos cenários culturais híbridos que a globalização tem gerado, onde muitas vezes aprenderam a fazer uso dos valores tão defendidos pelos países ocidentais e das estratégias ocidentais de valorização de certos produtos. Nesse caso, veja-se o texto de Hammond (2005) sobre a produção cultural nos países de língua árabe, em que o autor percebe como a mesclagem de símbolos ocidentais aos produtos árabes e o estímulo ao consumismo nestes países nem sempre devem ser vistos como uma afronta ao nacionalismo árabe, mas como uma estratégia para sobrevivência de certas tradições culturais, sobretudo em época de abertura de mercado. A revista *Veja*, edição 1720 (03/10/2001), publicou uma matéria intitulada ‘O Vírus Anti-EUA’, cujo *lead* expressa o seguinte: “Em tempos de paz, o antiamericanismo no Ocidente é uma postura inofensiva, adotada por gente que veste jeans, toma Coca-Cola, come hambúrguer e manda os filhos para os parques da Disney World [...] no ataque terrorista às torres gêmeas em Nova York, o uso político dessa ideologia perdeu a inocência de que habitualmente se reveste” (p. 55).

O sentimento de antiamericanismo já existia antes mesmo do 11 de Setembro, e o fato de ter se ampliado após esse acontecimento revela o modo como, em alguns casos, foram produzidos alguns sentidos – de que os EUA mereceram o ataque; de que aquilo era a expressão da vingança de povos humilhados pelos americanos; e tantos outros - sobre o ataque terrorista aos Estados Unidos. Contardo Calligaris (16/09/2001, s.p.) questiona:

Mas os EUA são designados por nós como pátria do consumismo. Eles são sem dúvida a pátria de nosso consumismo. Graças a esse artifício, podemos frequentá-los dando livre curso a nossos desejos de consumir sem considerar que esses desejos sejam nossos. Ao contrário, pretendemos que

seja um mal da cultura americana. Quando algo em nossa cultura nos envergonha, uma boa saída consiste em "descobrir" que esse algo é especificamente americano. O antiamericanismo, em suma, alivia nossas culpas. Melhor, suprime-as, pois elas, de repente, são sempre só americanas. Explica-se assim um mistério sociológico. Na última década, os EUA tornaram-se o objeto da maior vontade migratória e da maior adesão cultural da história da modernidade. A adoção de traços do estilo de vida americano constitui quase uma tentativa de migração por mimetismo. Como é possível que eles sejam, ao mesmo tempo, o objeto de sentimentos suficientemente hostis para que, nas circunstâncias de hoje, apareça, no canto dos lábios de alguns, o ricto de um "bem feito"?

Desta forma, o sentimento de antiamericanismo não apenas se contrapõe à islamofobia que tomou conta de parcelas das sociedades e de setores dos meios de comunicação ocidentais, como o complementa. Assim, no segundo caso, a promoção do medo do Islã é uma das ações que buscam confundir o Islã com – e equipará-lo a - o terrorismo. Esse tipo de prática representacional só se concretiza na medida em que o Islã, aqui entendido, equivocadamente, como um bloco homogêneo de práticas culturais, se torna a contraparte do Ocidente, neste caso representado, também de forma generalizada, pelos Estados Unidos. Para além disso, no entanto, a fobia do Islã representa o fascínio pelo desconhecido, um desejo velado de conhecer o 'outro' e suas diferenças sedutoras - a despeito de que não seja necessário assumir o outro como parte de si mesmo - ou pelo menos 'uma porta aberta' para um mundo diferente em que se pode dar vazão à imaginação e à fantasia. Francis Robinson e Peter Brown (1997) explicam como, historicamente, o interesse pelo Islã sempre motivou, de diferentes formas em diferentes períodos, a pintura, a literatura, a produção acadêmica e o imaginário ocidentais. Robinson e Brown (op. cit.) dizem que, a partir do século XIX, o mundo islâmico apresentava-se para a Europa como uma mesa abundantemente fornecida da qual se nutria a sua imaginação. "Mas, quer viajassem de facto ou o fizessem só na imaginação, aqueles europeus estavam mais interessados em impor sua visão daquele mundo exótico que em saborear a sua realidade" (Ibid., p.18). Em outras palavras, os europeus usavam o Oriente para realizar as fantasias que,

na Europa, seriam coibidas e até proibidas. O Oriente se tornava o alter-ego da Europa.

Ainda que os sentimentos de antiamericanismo e de islamofobia (assim como o Bem e o Mal) sejam usados de forma intencional e estratégica para, na luta pelo poder simbólico, desqualificar o adversário ou inimigo, eles não devem ser entendidos como absolutamente opostos ou contraditórios. É necessário ir além e perceber neles uma zona de intersecção, um espaço intersticial, um espaço *entre-medio* (*in-between*), conforme postula Bhabha (2003) ao afirmar que existem processos em que se elabora a identidade que acontecem no momento da articulação das diferenças culturais. Posto isso, os dois sentimentos aludidos representam mais do que as duas faces da mesma moeda. A rigor, não há moeda sem duas faces. Elas, no entanto, jamais se tocam (joga-se uma moeda para o alto e ela pode cair virada só em uma das faces). Ao contrário, os espaços aos quais se refere Bhabha são interdependentes, contingentes. Há entre eles uma zona comum, e isso constitui uma nova área gerada pelo contato e pela mistura entre esses espaços. Essa nova projeção intermediária do espaço não é ‘cara’ nem ‘coroa’, mas um pouco de ‘cara’ e de ‘coroa’, um espaço híbrido permanentemente sendo reinventado, uma nova moeda que, se jogada ao chão, poderia apresentar mais de um resultado e que, a cada outra queda, revelaria novas facetas.

Pensar de forma antagônica nas categorias do Bem e do Mal e nos sentimentos que elas evocam significa reduzir o complexo jogo do desejo a uma simples expressão de ordem moral, como se não se desejasse o que é moralmente interdito, coibido e proibido. É exatamente por isso – por dizer aquilo que se quer ouvir, mas não pode ser dito - que o diabo é um grande sedutor. Embora tanto o antiamericanismo quanto a islamofobia sejam práticas discursivas e ideológicas extremamente redutoras e sedutoras, uma vez que o Islã não representa uma unidade cultural e política¹⁰², nem a diversidade cultural dos Estados Unidos pode ser subsumida às ações do Governo americano, quando

¹⁰² Nem mesmo o mundo árabe-islâmico pode ser considerado um todo homogêneo.

esses sentimentos são evocados, quase sempre o que se configura é uma projeção do desejo em direção à alteridade.

O sentimento de antiamericanismo não está associado diretamente às críticas à política americana: é possível tecer críticas aos Estados Unidos sem, necessariamente, ser considerado um antiamericano. No caso dos países árabes, entretanto, esse sentimento representa não apenas o descontentamento com relação às políticas do Governo dos Estados Unidos, mas, muitas vezes, é fruto de práticas fundamentalistas defensivas que procuram valorizar, pela crítica radical e contumaz à cultura de outros, uma suposta unidade cultural dos grupos ameaçados pela aparente hegemonia que a cultura industrializada pró-americana vem alcançando. Uma espécie de ‘auto-representação indireta’ que funciona pela criação de um estereótipo negativo do outro (‘é falando mal do outro que falo bem de mim’), a exemplo do que Said (1990) havia proferido sobre o *Orientalismo*. O antiamericanismo parece ser, assim, uma reação aos discursos que proclamam a auto-suficiência americana, como expresso nos versos de Costa (2001): o mundo inteiro sofrendo/devido a sua arrogância/o poderio econômico/avança com mais ganância/passa por cima de todos/com ódio e com petulância (estrofe 05).

Da mesma forma, a islamofobia representa o contra-ataque à crítica islâmica ao estilo de vida ocidental. O medo associado genericamente ao Islã apaga as diferenças existentes entre as diversas facções e grupos pertencentes a esse complexo cultural e civilizacional e junta todos na categoria do Mal, por sua vez ligada aos grupos terroristas. Bastante ilustrativo disso é o título da matéria de capa de *Veja* (17/10/2001), *O Profeta do Terror* (anexo BB). Na edição 1720, de 03 de outubro de 2001, há uma reportagem que contém um apelo antiárabe e uma apologia aos Estados Unidos. O título da capa da edição citada já deixa claro o teor da matéria, além de associar o antiamericanismo a uma doença contagiosa de aspecto virulento: *O vírus anti-EUA – a demagogia que transformou a vítima em culpada* (anexo AA).

Em quase toda a cobertura feita sobre os acontecimentos entre 11 de setembro de 2001 e a 2ª. Guerra do Golfo, a revista *Veja* utilizou enfaticamente um tipo de discurso que exaltava os valores americanos e atribuía defeitos aos

países e grupos islâmicos. O tom americano do discurso de *Veja*, ampliado significativamente entre os atentados terroristas de setembro de 2001 e a 2ª. Guerra do Iraque, em 2003, é preciso ao afirmar que o antiamericanismo não é outra coisa senão manifestação de cobiça e desgosto internacional frente ao desenvolvimento e ao poderio americano. A revista afirma que “os americanos ainda são odiados por um motivo mais prosaico: porque há décadas vivem uma era de prosperidade sem igual na história humana” (*Veja*, 26/02/2003, p. 40). De fato, o reconhecimento da supremacia do outro pode levar a uma atitude de frustração, e essa, a uma tentativa de desqualificação e negação das suas principais virtudes. Mas a revista exagera, afirmando: “Além disso, os Estados Unidos têm valores, como a democracia e a liberdade *absoluta* [grifo do autor] de manifestação de idéias e crenças, que chocam todos aqueles que aprovam regimes totalitários, entre eles os radicais islâmicos” (p. 40). *Veja* diz também que o individualismo americano “é uma característica cujos resultados são assombrosamente positivos” (p. 40). Atendo-se à revista, como avaliar, no entanto, o recrudescimento de práticas antiamericanas dentro dos Estados Unidos, promovidas por pessoas de origem anglo-saxã e de religião protestante? Como explicar o sucesso de público dos documentários (Tiros em Columbine e Fahrenheit - 11 de setembro) e de venda dos livros (Cara, cadê o meu país? e *Stupid White Men*) de Michael Moore nos Estados Unidos? Eles refletem apenas uma crítica ao governo Bush? Ou expressam o desencantamento ou a alienação dos americanos face ao seu próprio modo de vida, como pensa Janus Mazursky (21/06/2003, s.p.): “os estadunidenses são só mais um povo que tem que ser salvo de sua própria americanidade alienada. Discursos e contra-discursos se enfrentam. Heróis e vilões se embaralham. Lobos vestem peles de cordeiro e vice-versa. É cada vez mais urgente duplipensar. ‘Welcome to the real world!’”.

O problema é que esse tipo de posicionamento adotado pela revista produz uma abordagem fundamentalista da cultura, com base em juízos morais, além de implicitamente passar a idéia de que os valores aludidos se consubstanciam apenas num único lugar do mundo chamado de Estados Unidos da América, reproduzindo o sonho americano de ideal de comunidade imaginada (para lembrar

Benedict Anderson), ‘o mito originário da terra prometida’. No bojo desse processo, a atribuição de um estereótipo ligando o Mal a certos personagens se tornou um tema recorrente. Observe-se o que disseram os leitores de *Veja*, na seção *Cartas*: “Como poderíamos ser cegos diante da realidade sanguinária deste ditador louco chamado Saddam Hussein?” (12/03/2003, p. 26); “Tiranos sanguinários de seu [Saddam] quilate só têm ouvidos para a voz das armas”(26/02/2003, p. 27).

Na edição de 26 de fevereiro de 2003 (p.39), *Veja* sugere que “Comparar Bush a Saddam, concluindo que o americano é o Hitler da dupla, traduz má-fé ou ignorância”. Na conclusão da matéria, é citado o filósofo francês Bernard-Henri Lévy, para quem Saddam Hussein é uma ‘entidade do mal’ e segundo o qual o antiamericanismo representa o ódio contra os Estados Unidos, típico de totalitarismos como o “fascismo, o comunismo e o islamismo” (26/02/2003, p. 40). Sequer o autor alude para a possibilidade de que o ódio aos Estados Unidos seja maior em países que já sofreram ou sofrem algum tipo de intervenção militar daquele país.

No artigo *Hope, Faith and Clarity – September 11th and the American soul*¹⁰³, da revista *The New Yorker* (16/09/2002), são reproduzidas, por sua vez, as mesmas representações consagradas por *Veja* sobre a relação entre o Islã e o Ocidente (os EUA são odiados por causa do seu imperialismo e por que são uma terra de liberdade e oportunidade; o Islã é uma civilização hostil aos valores ocidentais e que tem assimilado esses mesmos valores). O autor, Louis Menand, procura fazer uma crítica a diversos autores que, impregnados desses sentimentos, escreveram sobre o 11 de Setembro. O mais relevante da análise de Menand e o que a aproxima ainda mais da de *Veja* é a constatação de que, a exemplo do *Orientalismo* descrito por Said (1990), existe hoje um movimento intelectual, uma escola de pensamento, como ele mesmo chama, batizada de antiamericanismo, que tem como idéia central a visão de que “...*the United States is basically a global bad guy, a nation that was founded on the impulses of materialism and*

¹⁰³ Fé, Esperança e Claridade – o 11 de setembro e a alma americana.

expansionism”¹⁰⁴ (p. 98), conforme tão apregoado pelas propagandas dos governos iraquiano e iraniano nas últimas décadas do século XX. Esse movimento cultural e intelectual tem crescido muito no Oriente Médio e, segundo o autor, dentro mesmo dos Estados Unidos, sobretudo através do ativismo político de pensadores como Noam Chomsky. Nos países de língua árabe, vários são os exemplos da atitude antiamericana na cultura e na academia. Saddam Hussein, por exemplo, ficou conhecido como um dos grandes financiadores de um tipo de ‘arte antiamericana’ no Iraque (HAMMOND, 2005), enquanto Bin Laden, por outro lado, anunciou em 2001 a fundação de uma universidade da Al Qaeda. Restam dessa discussão proposta por Louis Menand a relação do estereótipo muçulmano com o fanatismo religioso e a suspeição de que, se os Estados Unidos são tão odiados, é porque isso se deve à incompreensão dos valores do estilo de vida americano, como se num país tão grande e diverso fosse possível existir um único estilo de vida ligado ao consumo acentuado de bens.

Se a revista *The New Yorker* apresenta o antiamericanismo como uma reação – ainda que exagerada – ao expansionismo dos valores ocidentais, esse tipo de menção é feita de maneira pouco clara nos quadrinhos analisados. Na revista da Mulher-Maravilha, o desespero da heroína por não ser compreendida pelos mortais, após as intervenções em favor dos mesmos, revela que a recusa da ‘ajuda’ oferecida pelos Estados Unidos a tantos países e povos implica, implicitamente, na frustração do sonho americano em ser ‘o guardião mundial da paz’. Numa das sequências da revista, num país muçulmano, a heroína é apedrejada. Ela reflete: “Uma estrangeira que havia vindo provocá-los e que poderia tornar pior uma situação já insustentável. Embora eu esteja habituada ao meu traje tradicional, ele tornou o confronto de culturas mais dolorosamente evidente. Não havia como culpá-los por reagir violentamente.” Os Estados Unidos, depreende-se, já não são vistos como uma entidade do ‘Bem’ por outras nações. Esse tipo de dúvida acomete também grande parte dos americanos, embora existam inúmeras correntes a favor do governo de George Bush dentro dos Estados Unidos que pregam exatamente a interferência americana em outros

¹⁰⁴ ...os Estados Unidos são basicamente um mau garoto global, uma nação que foi fundada sob os impulsos do materialismo e do expansionismo.

países. É isso o que expressa Johnston (mensagem pessoal, 24/03/2003), ao referir-se à invasão do Iraque: “Realmente não entendo alguns (sic) conseguem defender o mal e ser contra o bem!!! [...] as pessoas de outros países preferem denfender [sic] o mal que a cada dia aumenta!!!”

Num trecho da revista do Capitão América a defesa dos Estados Unidos vem por um caminho idêntico ao seguido pela Mulher-Maravilha, embora em sentido inverso: é o sentimento antiárabe que se torna evidente e até exagerado. Após o relato do seqüestro de um dos aviões que se chocou com uma das torres do *World Trade Center*, aparecem vários árabes armados ao redor de um líder que, pela semelhança de feições, deve ser o terrorista Bin Laden. O texto desses quadrinhos relaciona os atentados a práticas fundamentalistas religiosas e deixa margem para o julgamento moral (p.05): “E em algum lugar do mundo...Um grupo de homens com olhares famintos sentam-se ao redor de um rádio...Ou de um telefone. Vinte minutos... Quatro mil mortes depois... eles louvam a Deus pelo sangue que mancha suas mãos” (anexo D).

As histórias em quadrinhos de super-heróis são, de fato, o produto cultural em que o sentimento de americanismo aparece com pouco impulso de autocrítica. Isso se explica pela própria gênese dos super-heróis. Seria impossível para eles o afastamento total do sentimento patriótico, uma vez que nasceram num ambiente cultural exatamente marcado por essa característica. Não obstante o fato dos heróis terem aos poucos conquistado feições humanas e de terem, após o 11 de Setembro, perdido muito do seu poder, eles ainda continuam a expressar um profundo sentimento patriótico. O Capitão América, por exemplo, como consequência dos ataques terroristas de 11 de setembro, resgata e atualiza o americanismo que – suspeita-se - havia deixado de ser, aos poucos e como consequência da ‘humanização’ dos personagens, o elemento mais destacado das revistas em quadrinhos de super-heróis. Criticado por inúmeros leitores por expressar uma síntese da política intervencionista americana, que ‘faz a justiça pelas próprias mãos contra governos estrangeiros que representam o mal’, há algo também de enigmático na arma usada pelo Capitão América: o escudo é uma arma

de defesa e, neste caso, expressaria a idéia de que os Estados Unidos só agem para se defender. O ataque parte sempre do inimigo.

É sintomático, portanto, o fato de que, após o 11 de Setembro, o Capitão América tenha sido premiado com uma edição especial de retorno ao universo dos quadrinhos. Por que? Para que? Se o herói age porque precisa se defender ou porque é necessário atacar antes de ser atacado, isso pouco importa, pois na arena simbólica cada gesto de defesa ou ataque tem significados similares. O importante é perceber que o gesto ou a postura assumida se traduz numa disputa cultural-ideológica, uma vez que também está em ascensão, como elemento presente no imaginário mundial, numa forma de cultura de massa global, conforme Hall (1991) denomina a cultura derivada da globalização dos mercados, um movimento de contraposição e crítica aos valores americanos. Em muitos casos, no entanto, a análise de manifestações do sentimento de antiamericanismo pode conduzir também à identificação de movimentos xenofóbicos e fundamentalistas em certas culturas. Hall atribui isso ao resultado do próprio processo de globalização, com a erosão dos nacionalismos e o fortalecimento de relações transnacionais e de identidades locais: “quando a era dos estados nacionais, na globalização, começa a declinar, pode-se ver uma regressão a uma forma de identidade muito defensiva e altamente perigosa, que está dirigida por uma forma muito agressiva de racismo” (Ibid., p.26). Assim, para ele, o processo de globalização, baseado no controle americano da produção cultural e na profusão para além das fronteiras físicas dos países de imagens e símbolos de fácil reconhecimento, só funciona ao valorizar as diferenças, na medida em que essa forma de capital só pode operar através de alianças e parcerias com os capitais locais, com as elites econômicas e políticas regionais. Essa lógica globalizante tem operado mais ao preservar, transformar e adaptar as diferenças do que destruí-las. Contudo, esses movimentos localizados podem levar ao retorno de práticas fundamentalistas que se fecham ao contato e à troca cultural.

...quando os movimentos das margens estão tão profundamente ameaçados pelas forças globais da pós-modernidade, eles mesmos podem retroceder aos seus próprios enclaves

exclusivistas e defensivos. E, nesse ponto, as etnicidades locais tornam-se tão perigosas quanto as nacionais. Nós vimos isso acontecer: a recusa da modernidade toma a forma de um retorno, redescoberta da identidade que constitui uma forma de fundamentalismo. (Ibid., p.36)

O fundamentalismo árabe se nutre de uma lógica aparentemente contraditória: ao afirmar-se perante os grupos locais, os discursos fundamentalistas resgatam o ódio e a crítica aos movimentos de modernização e globalização dos quais também se servem para a implantação do seu poder. Neste sentido, a islamofobia e o antiamericanismo representam a contraparte da herança do processo de modernização e, mais recentemente, da globalização da cultura e dos mercados. Para isso, tais sentimentos muitas vezes recuperam, re-elaboram e atualizam os discursos que vêem no ‘outro’ e no estrangeiro uma entidade demoníaca, ligada ao Mal. Daí porque os fundamentalismos estarem quase sempre ligados a questões religiosas, embora possam ser também de outra ordem.

Ao ser associado ao diabo, o ‘outro’ perde o poder da palavra. Seu discurso se torna falso, ilógico, puro *non-sense*, opondo-se à verdade de Deus, à palavra perfeita, pura revelação. A alegação de que o ‘outro’ mente, de que ele não fala a verdade, equivale a dizer que a identidade do ‘mesmo’ se constrói pela posse de uma verdade absoluta, mas que, de fato, se revelará incompleta. Essa incompletude e essa falta jamais serão assumidas conscientemente. É por isso que Deus precisa de um diabo que tenha um rosto. Daí que nunca é tarde para lembrar que o personagem de Dante, em *A Divina Comédia*, na sua descida ao inferno, encontra o profeta Maomé.¹⁰⁵ Terá sido essa mesma ligação do profeta do islamismo e de resto de todos os islâmicos com o demônio o que quis expressar um leitor do *Estadão*, num dos fóruns *on-line* do jornal sobre o 11 de Setembro? Ele disse, referindo-se aos terroristas islâmicos: “Espero que essas bestas vão *pr'ALÁ* do inferno!!!” (O ESTADO DE SÃO PAULO, 11/09/2001, s.p.).

¹⁰⁵ Robinson e Brown (1997, p. 16) ilustram: “Dante idealizava um destino terrível para Maomet, o falso profeta [...] destinado ao nono dos dez fossos tenebrosos que rodeavam a fortaleza de Satã, onde com a marca do disseminador de escândalos e de discórdias estava condenado a ser aberto a direito do queixo até o ânus, tal como se arrancam as aduelas de um tonel.”

7.3 A pátria *versus* o estrangeiro

O sentimento patriótico se expressa e se conforma no uso dos diversos símbolos da pátria, dos quais a bandeira é um dos mais reverenciados. Uma enorme ritualística envolve o uso da bandeira da nação: sua posição junto a outra bandeira, seu hasteamento, o tratamento que se dá a ela. Nunca se deve rasgar a bandeira da pátria; jamais se deve mostrar o desprezo pela bandeira alheia. Junto com a bandeira, também os monumentos, as estátuas e os bustos dos heróis nacionais são importantes para consubstanciar o patriotismo, através da construção de uma memória coletiva, que define o que é comum a um grupo, o diferencia dos demais e reforça o sentimento de pertencimento e as fronteiras sócio-culturais, segundo Michael Pollak (1989), comentando o pensamento de Maurice Halbwachs (1990). A bandeira está sempre presente no imaginário nacional, mas será mais valorizada quando o nacionalismo estiver em alta. Os heróis, por outro lado, vivem de momentos específicos da história e sobrevivem da valorização que é dada a esse momento ou acontecimento específico ao qual estão associados.

É comum que em situações de tensão civil, de tragédias sociais e de conflito bélico, quando as populações civis se vejam envoltas de maneira direta ou não, o nacionalismo seja bastante explorado pelos meios de comunicação e pela propaganda governamental. É natural também que, nessas circunstâncias, a bandeira, o hino e os heróis sejam sempre evocados e usados para, simbolicamente, demarcar e tornar memoráveis as vitórias, as regiões conquistadas, as baixas sofridas, os feitos alcançados. A nação, como forma mais acabada de um grupo, e a memória nacional, como forma mais completa de uma memória coletiva (POLLAK, op. cit.), só podem ser pensadas neste regime simbólico. Pela utilização dos símbolos demarca-se, assim, as fronteiras entre o ‘mesmo’ e o ‘outro’, entre a pátria e o estrangeiro.

Seguindo a pista deixada pela reflexão anterior – de que os símbolos da pátria são um dos recursos utilizados para conferir identidade à nação – e tomando-se o caso particular em estudo, cumpre perguntar: que motivo teria levado o soldado americano a cobrir o rosto da estátua de Saddam Hussein com a bandeira americana, quando da entrada das tropas militares ocidentais no centro de Bagdá (capa da edição 1798 da revista *Veja*, de 16/04/2003, anexo CC)? Havia alguma intenção premeditada naquele ato? Ou fora fruto apenas de um arroubo de sentimento nacionalista?

Previamente calculada ou não, a atitude do soldado americano foi imediatamente rechaçada por um dos seus superiores, que ordenou que a bandeira fosse retirada da estátua de Saddam. Tarde demais. As lentes jornalísticas já haviam se ocupado de capturar a imagem e disseminá-la pelo mundo afora. A constatação imagética de que o regime do ditador iraquiano havia ruído em definitivo veio desse fato até certo ponto presumível, mas com imenso alcance semântico: a presença da bandeira americana no ‘coração’ de Bagdá. A era Saddam passara; a bandeira americana triunfara mais uma vez; a pátria vencera.

Não por acaso, os símbolos nacionais foram bastante utilizados em vários outros acontecimentos representados pela mídia e pelos demais produtos culturais, após o 11 de Setembro. Além do exemplo já citado, a bandeira dos Estados Unidos também esteve presente na revista *Veja* em diversas ocasiões. Por exemplo: 1) em formato das torres gêmeas de Nova York (capa da edição 1768, que fez uma reportagem especial após um ano do atentado terrorista aos Estados Unidos (anexo DD); 2) numa fotografia dos destroços do *World Trade Center* ou na mão de uma mulçumana (edição 1732, páginas 174 e 175, respectivamente); 3) sendo pisoteada por paquistaneses e incendiada por indianos (edição 1722, p. 90); 4) transformada num símbolo bélico no Irã (edição 1796, páginas 54 e 57); 5) nas mãos de milhares de americanos em um estádio de futebol em Kentucky, em louvação à pátria (edição 1732, páginas 94 e 95); 6) com uma palestina naturalizada americana, em marcha em favor dos árabes que vivem nos EUA, e nas mãos de indianos da comunidade Sikh, em Los Angeles (edição 1719, páginas 136 e 137).

E mais: em algumas situações, os símbolos nacionais se misturaram aos próprios personagens reais ou fictícios que se popularizavam com o decorrer dos acontecimentos. Na chamada da revista do Capitão América publicada na edição do Homem-Aranha, o herói e a bandeira nacional americana, corporificada no uniforme do Capitão, se misturaram para simbolizar o mais forte e encorajador sentimento patriótico: “imagine que você é um soldado. Um patriota. Mais do que isso: é um símbolo de um país. O ícone de uma cultura, a referência de um povo. Agora, imagine que seu país e tudo aquilo que você representa, a verdadeira essência de sua alma, foi covardemente atacado. O que você faria? Como reagiria? Este é o dilema que Steve Rogers, o homem por trás da máscara do Capitão América, precisa enfrentar após os ataques terroristas de 11 de setembro.”¹⁰⁶

Pelos exemplos anteriores se percebe que os símbolos da pátria podem ser usados diferentemente por grupos distintos que participam da política de administração de identidades: ora com desprezo, na tentativa de atacar o sentimento patriótico das pessoas; ora com entusiasmo quase orgiástico, na medida em que o sentimento patriótico tão combatido precisa ser recuperado e, conseqüentemente, exaltado o fervor de devoção à nação. Mudam-se, assim, as interpretações dadas a um mesmo ato simbólico: a bandeira americana na estátua de Saddam pode ter representado a vitória americana, mas, para muitos árabes, aquilo não passou de uma operação teatral promovida pelos órgãos de propaganda dos Estados Unidos, enquanto naquele momento em outras cidades os iraquianos continuavam resistindo à ocupação (HAMMOND, 2003).

¹⁰⁶ Desde sua criação, o Capitão sempre se posicionou como um ‘herói político’, que incorporou o sentimento patriótico e a defesa dos valores, do modelo democrático e do modo de vida americanos. Não por acaso, o uniforme do herói tem as cores e os símbolos da bandeira americana e, além disso, a data de seu aniversário, enquanto personagem, é o dia 04 de julho, data em que também se comemora a independência dos Estados Unidos. Apesar de todo esse sentimento ufanista e patriótico, houve um período, após o escândalo de Watergate que envolveu o governo americano na primeira metade da década de 70, em que o Capitão América, decepcionado com o seu país, assumiu a identidade de Nômade, um homem sem pátria. Durante esse período de auto-exílio, o herói buscou encontrar ‘a verdadeira alma da América’. Após isso, ao reassumir sua identidade de Capitão América, definiu sua luta não em favor de governos, mas das ‘pessoas simples’.

Mas, afinal, justamente numa época em que se fala tanto da crise dos conceitos totalizadores, por que recuperar os discursos sobre a pátria, a nação e o povo? O que é a pátria? O que é a nação? O que é o povo? No fundo, não terá sido o discurso sobre a pátria aquele que mais sofreu os vieses da estereotipia negativa que se abateu sobre o ‘outro’ durante o período de produção cultural analisado? Terá ainda o discurso sobre a nação o poder de manter a coesão social?

Barber (2003) afirma que o terrorismo pôs fim ao mito da independência e inocência nacionais que tanto deu vazão a uma suposta ‘alma’ americana. Esse mito, um mito puritano que pregava a construção de uma nova civilização, um novo mundo, uma nova humanidade, com base na concepção de uma ‘ciência administrativa’ fortalecida pelo direito, deu origem às narrativas fundacionais da identidade americana. Barber (2003) diz que foi esse mito que, após o 11 de Setembro, de imediato passou a estar combalido, embora a maior parte da produção informativa e cultural procurasse exatamente enfatizar a recuperação do mesmo. Nesse caso, veja-se a matéria *The Holy Ground – the early history of the World Trade center site*¹⁰⁷, de Cathleen Schine, publicada na revista *The New Yorker* (16/09/2002), como uma exaltação dos valores agregados às narrativas de origem da nação americana. A autora conta a história de como o lugar onde foi construído o *World Trade Center* foi ocupado e se transformou num grande centro de negócios. O mais interessante na sua narrativa é o fato de se apegar exaustivamente aos incidentes e acontecimentos catastróficos que ali transcorreram e à luta das pessoas comuns para construir e reconstruir insistentemente o que fora destruído. Conta, por exemplo, que houve um grande incêndio, em 1776, em que, “*joined to the roaring of the flames, the crash of falling houses and the widespread ruin...formed a scene of horror great beyond description*” (p.49)¹⁰⁸. Talvez as imagens televisivas do ataque de 11 de setembro também estejam muito além de qualquer descrição pelo excesso de realismo que comportam. A autora finaliza, quase confirmando o ritmo cíclico da vida, ao dizer que a História sempre lhe pareceu improvável, tanto quanto o futuro, e que a

¹⁰⁷ A Terra Sagrada – uma história do terreno do World Trade Center.

¹⁰⁸ Junto à florescência das chamas, o barulho das casas caindo e as ruínas se espalhando formaram uma cena de horror muito além de qualquer descrição.

história desses 16 acres de terra (o *World Trade Center*) sempre pareceu menos como algo confortável e muito mais como uma história não terminada de uma variada e fortuita vida em processo. É como se a matéria resgatasse a idéia de terra prometida, a saga heróica de um povo em busca de um ideal civilizacional, o mito fundacional da identidade americana.¹⁰⁹

No entanto, “como poderia o mito da independência sobreviver ao 11 de setembro?” - pergunta Barber (2003, p.25), apontando para o fato de que, implicitamente, a globalização e, de forma explícita, o terrorismo, puseram um fim à idéia de auto-suficiência e de total independência dos Estados Unidos. Para ele, o mito original cumpriu o papel de formar uma nação com base em valores comuns, mas é preciso superá-lo:

Para construir o novo mundo de que agora precisamos será necessária uma nova Declaração de Interdependência, uma declaração que reconheça a interdependência de uma raça humana que já não pode sobreviver em fragmentos – chamem-se esses pedaços nações, tribos, povos ou mercados. (Ibid., p.25).

Bhabha (2002), assim como Barber, critica a idéia de totalidade e unidade cultural que impregnou o conceito de nação, referindo-se ao fato de que desde

¹⁰⁹ Essa ampla utilização dos mitos de origem de uma nação, povo ou região acontece também nos cordéis, sendo que, nesse caso, esses mitos são interiorizados pelos cordelistas a partir de uma releitura e de uma readaptação de muitos deles. A produção de cordel obedece a uma lógica até certo ponto comum aos meios de comunicação de massa, seguindo muito da sua agenda temática e capturando ali alguns dos mitos que irão ser transpostos para aquele suporte. “Faço duas histórias por semana. Acompanho todos os fatos que acontecem no mundo, histórias, acontecimentos, tragédias. Hoje, através da televisão, das revistas e da internet temos mais acesso a tudo do que antes”, diz Costa (2003), explicando que a literatura de cordel trabalha com a fantasia, com o imaginário, mas também com a realidade. Um exemplo disso é o fato de Costa (2003) fazer uma comparação entre a guerra do Iraque e a batalha do Jenipapo, luta histórica e heróica pela independência do Brasil em terras piauienses. Nessa luta, os piauienses, armados de pau, pedra e de utensílios domésticos, lutaram contra as tropas do major Fidié, à margens do rio Jenipapo, a 80 quilômetros da capital Teresina. Na ocasião, foram derrotados sumariamente pelos bem armados e municiados portugueses, mas o ato de bravura heróica se transformou num dos temas históricos mais recorrentes na composição do imaginário e da identidade piauienses, uma espécie de mito fundador de uma comunidade imaginada, para usar a expressão de Anderson (1989). Ao fazer a comparação desse acontecimento histórico que povoa o imaginário piauiense com a 2ª. Guerra do Golfo, Costa está evocando a desigualdade de forças entre os lados envolvidos nos combates, bem como o espírito de resistência e, sobretudo, a identidade do povo iraquiano, a sua identidade nacional, cujos valores estão assentados na idéia de defesa da pátria.

meados do século XIX, na última fase de consolidação das nações modernas, aconteceu a emergência de um dos mais largos períodos de migração massiva para o Ocidente e de expansão colonial no Oriente. Tendo esse processo em mente, como acreditar na idéia fechada e monolítica de nação? Bhabha ressalta as contradições internas da moderna nação liberal, alertando para a necessidade de um exercício teórico que veja a nação como uma dupla-escritura ou, usando um jogo de palavras, uma *dissemi-nação*.

La Nación [...], alienada de su eterna autogeneración, se vuelve un espacio significativo liminar que está *internamente* marcado por los discursos de minorías, las historias heterogéneas de pueblos rivales, autoridades antagónicas y tensas localizaciones de la diferencia cultural. (BHABHA, 2002, p.184).¹¹⁰

E Flusser vai mais longe, criticando o conceito de povo e de nação e comparando-o ao amor romântico:

O novo objeto do amor, o ‘povo’, ou a ‘nação’, é um objeto inteiramente fictício. O problema ontológico do amor à mulher é um problema de reconhecimento. Se não reconheço a mulher que amo ela é, para mim, uma ficção pecaminosa. Se a reconheço, torna-se caminho rumo ao transcendente. Mas o ‘povo’ é um conceito sem fundamento (‘bodenlos’), e nada posso reconhecer nessa ficção deliberada. Tentativas de fundamentar o ‘povo’, empreendidas por diversas ciências, e pela vivência romanticamente poética, são todas tentativas *ad hoc* construídas. O ‘povo’ não passa de um chavão barato. Não é portanto possível uma autêntica dedicação e um autêntico sacrifício no amor a ele. O diabo não corre riscos no nacionalismo. Os gestos patrióticos que copiam dedicação e sacrifício são inócuos e não representam perigo. O nacionalismo é uma secreção sublimada de testículos estancados, e mesmo assim consegue, periodicamente, insuflar orgasmo extremo (FLUSSER, 27/06/05, s.p.).

¹¹⁰ A Nação [...], alienada de sua eterna auto-geração, se torna um espaço significativo liminar que está *internamente* marcado pelos discursos das minorias, das histórias heterogêneas de povos rivais, autoridades antagônicas e tensas localizações da diferença cultural.

Apesar das críticas de Barber, Bhabha e Flusser aos conceitos totalizadores de nação e povo¹¹¹, há uma predominância deles na produção cultural após o 11 de Setembro. Isso acontece não apenas por uma questão de sublimação de certas emoções, como quer Flusser. Parece existir algo mais que explica essa ampla utilização dos conceitos e que se justifica como uma estratégia de grupos que lutam pelo poder simbólico, sobretudo quando essa disputa transcende as fronteiras nacionais. É por esse motivo que alguns grupos assumem que, na política de identidade, deve prevalecer a defesa intransigente dos valores comunais ligados, algumas vezes, ao conceito de nação (no caso dos grupos fundamentalistas árabes, a idéia que se quer resgatar é a da formação do Califado¹¹², uma vez que as nações árabes na forma como hoje se apresentam são, sobretudo, um advento do período pós-colonialista e representam contradições e divergências políticas visíveis. Neste sentido, o Califado apareceria como uma entidade política, religiosa e cultural que estaria acima das diferenças e que exerceria um papel integrador). A adoção e a utilização desses conceitos totalizadores por esses grupos e a sua divulgação nas diferentes mídias e nos diversos produtos culturais obliteram e negam as possibilidades de troca e negociação entre culturas diversas, o que, por suposto, impregna ao conceito de cultura um caráter essencialista. Historicamente, esse aporte teórico esteve atrelado à necessidade de justificar a criação e a consolidação da nação moderna, um depósito das tradições de grupos distintos que se unem em torno de um regime jurídico, político e cultural integrador, em torno de uma política de valores e normas mais ou menos comuns, como se as igualdades estivessem muito acima das diferenças, muitas vezes formando aquilo que Baumann (2001) chama de identidades nacionais superétnicas, ou seja, que procuram reunir diversas etnias

¹¹¹ Hardt (27/08/2003) propõe substituir o conceito de povo por ‘multitude’, alegando que o primeiro está associado ao já defasado conceito de Estado-Nação. Para ele, o conceito de ‘multitude’ identifica o movimento global da multidão, composta por uma pluralidade de sujeitos sem identidade comum. Apesar da validade da argumentação do autor, em algumas regiões do globo, o conceito de nação e os valores a ele agregados ainda são muito valorizados, podendo ser utilizados para entender, do ponto de vista sociológico e político, algumas acontecimentos e processos históricos atuais.

¹¹² O Califado era o território de domínio e jurisdição dos califas, que assumiram o poder nos primeiros séculos de formação do mundo islâmico por causa da sua descendência em relação ao profeta Maomé. Assim, os Califas foram os primeiros líderes do Islã. O Califado foi dissolvido quando da formação do Império Turco-Otomano.

em uma só identidade nacional, como foi o caso da extinta União das Repúblicas Socialistas Soviéticas. A idéia de civilização com a qual trabalha Huntington (1993) e que foi bastante explorada por alguns veículos de comunicação (*Veja*, edição 1718, de 19/10/2001, publicou a chamada de página “Ocidente x Oriente: o choque de civilizações”) também está centrada numa concepção de cultura como algo herdado e não-intercambiável.

A nação é, por assim dizer, a forma de coesão social da modernidade. Se uma invenção, se uma “comunidade imaginada”, como quer Anderson (1989), se ligada a uma “comunidade afetiva”, como pensa Halbwachs (1990), o que importa é perceber exatamente que a nação também se constrói simbolicamente. É esse aspecto simbólico da nação, como lugar de pertencimento e das raízes culturais, como porto-seguro, contra o desconhecido e o distante, o diferente e o ausente, que é acentuado pela produção cultural e informativa após o 11 de setembro de 2001. Na maioria dos produtos analisados, esse tipo de representação, que funciona, como as demais já analisadas, por antagonismo, está claro na oposição explícita entre Ocidente e Oriente, que, por seu turno, se associam aos sentimentos de americanismo e de arabismo, respectivamente. Há, no entanto, muito mais do que antagonismo entre os discursos sobre a pátria e o estrangeiro, uma vez que a história dos processos sociais, políticos, econômicos e culturais que formam essas categorias tem raízes comuns: a nação, como unidade de integração e gestão das diferenças, só pôde surgir quando se configurou ou pelos menos se tornou mais visível a necessidade de união de forças frente à ameaça estrangeira, ou, em outras palavras, quando se reconheceu não só a existência do ‘outro’, mas a sua proximidade. Seria possível existir o nacionalismo sem a ameaça do outro, sem a xenofobia?

É por isso que a exagerada utilização de representações baseadas em oposições e antagonismos revela, de outra forma, o temor em reconhecer que o ‘outro’ existe e está mais próximo do que o que se imagina. Em outras palavras, é preciso manter afastado o perigo do contato, do desconhecido, da mudança cultural que esse contato propiciará e à qual não se pode prever. Para os ‘nacional-fundamentalistas’, em contato com outra cultura a nação pode deixar de

ser ela mesma. Por isso, a introdução de produtos culturais estrangeiros é sempre vista como uma ameaça à preservação das tradições nacionais, e nunca como algo inerente ao inevitável dinamismo das trocas e das permutas culturais. Esse é, grosso modo, o temor de alguns países árabes e, sobretudo, dos grupos islâmicos radicais com relação à globalização: o contato com o ‘outro’ remete à reconstrução da identidade coletiva. Em outras palavras, a globalização vai de encontro ao ‘mito’ do arabismo bastante difundido ainda na época do nasserismo¹¹³ e tão enfraquecido ultimamente.

É neste sentido que os produtos analisados procuram re-fundar o sentimento patriótico pela sua oposição ao ‘outro’, ao estrangeiro. O que dizer, por exemplo, da capa da revista *The New Yorker*, de 16 de setembro de 2002, uma edição que celebrava um ano do atentado de 11 de setembro, em que aparece, numa pintura, sem chamada alguma ou qualquer tipo de texto, apenas a cidade de Nova York, a vislumbrar-se o tom pesado das cores que compõem o céu e, sobretudo, a ausência de prédios altos. Na pintura, é visível que ‘o céu é maior do que os prédios’. Percebe-se, também, o fato de que a pintura contém sol e lua num mesmo registro, como que a desvendar a existência de dois mundos em que os dois astros se põem em horários alternados, um símbolo para enfatizar a diferença que separa - e une - o Oriente e o Ocidente (anexo EE).¹¹⁴

Essa polarização entre Ocidente e Oriente é também bastante utilizada pelos cordelistas, que associam isso ao maniqueísmo das narrativas religiosas que permeiam seu imaginário, sem, no entanto, atribuir a qualquer uma das partes um caráter divino, como já explicado. Para os cordelistas, o Ocidente se resume aos Estados Unidos e às vezes à Europa. O Oriente, por sua vez, está associado quase que somente aos povos de religião islâmica e de língua árabe. A capa de *Guerra*

¹¹³ Proposta nacionalista difundida pelo presidente egípcio Gamal Abdel Nasser, que governou o país entre 1954 e 1970, que defendia a união dos países de língua árabe em torno de uma identidade única e de uma agenda política uniforme.

¹¹⁴ Essa mesma edição da revista *The New Yorker* contém ainda alguns poemas sobre o ataque terrorista de 11 de setembro: *When the Towers Felt*, *Dream of Safety*, *Late September* (*Quando as torres caíram*; *Sonho de segurança*; *Setembro tardio*). Reproduzem-se, nestes poemas, a incredulidade, o espanto, mas ao mesmo tempo o desejo de união e a força de solidariedade do povo americano. Não há referências a um inimigo específico, mas o ataque às torres é descrito como obra de insanidade.

no Iraque, de Jovanildo Freitas, ilustra bem essa relação (anexo I). Nela, há um desenho do globo terrestre sendo atingido por um míssil. A colisão provoca uma grande ruptura, dividindo a terra em duas metades. Cada uma delas é puxada por um soldado, um americano e um islâmico, uniformizados de maneira característica, o americano do lado esquerdo (Oeste) do desenho e o islâmico do lado direito (Leste). Do centro da terra, escorre um líquido assemelhado a sangue humano, enquanto aviões sobrevoam cada uma das suas metades. Outras capas dos livretos de cordel analisados (anexos G e H) utilizaram o mesmo recurso, colocando Bush e Saddam Hussein como os defensores das ‘civilizações Ocidental e Oriental’ (é o caso de *Monstro Americano Destrói inocentes no Iraque* e *O Mundo Abalado pela Tragédia da Guerra e do Terror*). Seguindo ainda essa trilha, Pedro Costa, em *A Guerra ao Terror em Literatura de Cordel*, aprofunda a divisão binária do mundo na última estrofe do livreto escrito por ele: Você tem que escolher/de que lado vai ficar/se com o americano/ Bin Laden ou Mohamed Omar/ se junto ao capitalismo/ ou quem vive de matar. E o que dizer de uma peça do anedotário nacional que ficou bastante conhecida durante a 2ª. Guerra do Golfo? Ela dizia que aquela era uma guerra perfeita, porque juntava ‘os que gostam de morrer’ (árabes) com ‘os que gostam de matar’ (americanos). No bojo da interpretação secundária dada à anedota, a idéia de quais valores e características se manifestam nas – e conformam as - duas civilizações mencionadas.

As mesmas representações utilizadas nos cordéis para dividir o mundo, de maneira estanque, entre Ocidente e Oriente são encontradas nos *comics* de super-herói, com a ressalva de que nestes últimos é acentuada a idéia de que a divisão se processa porque inexistente, nos países árabes, a liberdade civil dos regimes democráticos ocidentais. Na revista do Capitão América, referindo-se aos autores do atentado de 11 de setembro e como se estivesse acima das diferenças étnicas e culturais internas ao seu país, o herói diz o seguinte: “nós podemos caçá-los. Rastrear cada mancha de sangue deixada por seu terror [...] Temos que ser mais fortes do que nunca. Como nação. Como povo. Temos que ser a América. Ou eles terão vencido” (p.23). Adiante, o herói reflete: “nós vamos superar isso. Nós, o

povo. Unidos por um poder que nenhum inimigo da liberdade **sonharia** [grifo no original] em entender. Nós compartilhamos...nós somos...o sonho americano” (p. 25-26). Revive-se, assim, a idéia do *melting pot* que formou a cultura americana, preservando a identidade cultural associada aos conceitos de povo e nação. A América é uma só – parece ser essa a idéia que se quer transmitir, a despeito de qualquer diagnóstico atual que aponte para a fragilidade das políticas culturais americanas no tocante à solução dos diversos conflitos que demandam dos seus inúmeros grupos constitutivos. É preciso manter o inimigo fora das fronteiras internas do país; é preciso apagar as diferenças; é preciso criar a idéia de que o modelo interno de gestão cultural ainda é eficiente, sobretudo porque ele consegue integrar, administrar e gerir as diferenças culturais, uma vez que a falência ou pelo menos a suspeita de sua eficiência no plano global se torna mais visível após o 11 de Setembro. Seria essa uma aspiração genérica da maior parte dos americanos? Seria essa uma aspiração de todos os outros grupos e países?

Tal mecanismo de obliteração das diferenças para a defesa de um ideal – estado-unidense – de nação e de humanidade, com os valores de liberdade e democracia a ele associados, aparece também nas histórias do Homem-Aranha e da Mulher-Maravilha. Na penúltima página da história do Homem-Aranha, há um desenho em que aparecem pessoas de diversas nacionalidades, crenças religiosas e raças. Ao final da página, um texto com o seguinte teor: “erga a cabeça.” Na última página da mesma revista, esse texto se repete, sozinho, acompanhado apenas por um único desenho em que aparecem diversas pessoas vestidas com diferentes uniformes de trabalho, misturadas a vários super-heróis. Por trás deles, a bandeira americana tremula inabalável. Sobre ela, os créditos dados ao desenhista da edição, ao roteirista e a outros (anexo FF).

Na revista da Mulher-Maravilha, a defesa dos ideais americanos convive com um suposto paradoxo que, ao final, se revela como uma ratificação das idéias de superioridade racial, étnica e nacional. As cenas de revolta popular contra a intervenção externa, representada pela heroína, que pretende implantar em cada lugar seus valores e ideais, se repetem com frequência, o que causa um sentimento de impotência e frustração na Mulher-Maravilha. Por conta disso, é só na sua terra

natal, num reino mágico e encantado, sem defeitos, sem violência, sem desigualdade e injustiça, que ela recupera a paz de espírito tão buscada. O seu reino, a sua nação, o seu povo, são modelos perfeitos e incomparavelmente superiores a qualquer outra coisa e servem como padrão de justiça e equidade sociais. A Mulher-Maravilha e suas congêneres são o protótipo de um novo modelo de humanidade, cujos valores estão muito além das questões – políticas, sociais, econômicas - que povoam o cotidiano de outras nações e de outros povos. Não há equiparação entre o mundo perfeito que a heroína representa e os países que ela tenta defender – os defeitos são sempre os dos estrangeiros. É esse vácuo entre a perfeição dos heróis e o mundo defeituoso dos mortais – por analogia, entre a nação e o estrangeiro - que é revelado por sua mãe: “eles não reconhecem, pela lógica, sua benevolência e aceitam você como guia rumo à verdade e a compreensão?” Eu me senti algo constrangida em lhe dizer que os mortais, via de regra, escolhem seus próprios guias e nem sempre a lógica e a benevolência fazem parte dessa equação.”

Em todas as histórias de super-heróis analisadas, diferentes povos, raças e etnias estão presentes, unidos por um mesmo ideal e contra o terrorismo, como que a justificar a sua coexistência pacífica e a dissimular a ocorrência, dentro e fora das fronteiras da nação, de antagonismos e de práticas culturais fundamentalistas, sejam de caráter étnico ou religioso. Em um trecho do episódio, o Homem-Aranha se pergunta sobre como fazer para explicar às crianças americanas que o mal é um rosto estrangeiro. Evidentemente, a resposta que o herói pretende dar é que o mal é um estrangeiro que reside fora dos Estados Unidos. Mas como resolver esse impasse? Como dissociar a imagem de árabes residentes nos Estados Unidos da imagem dos árabes que, de alguma forma, estão ligados aos grupos terroristas? Que critérios utilizar para separar uns e outros? ¹¹⁵

¹¹⁵ Várias pesquisas e matérias jornalísticas mostraram o quanto a discriminação contra árabes e islâmicos nos Estados Unidos está assentada numa confusão que indistingue religião e etnia. Ou seja, há uma espécie de diferenciação generalizante que iguala pessoas de diferentes países, crenças, raças e etnias numa mesma categoria. Em várias situações, indianos de origem sikh sofreram atentados somente porque seus trajés se parecem com os dos islâmicos. Um outro problema é que, nos Estados Unidos, onde vivem 07 milhões de islâmicos, apenas 30% são de origem árabe. E dentre os árabes residentes nos EUA, a maioria é de religião cristã (BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA, 25/10/01).

O mesmo tipo de preocupação é atestado pela matéria *Home is here - America's largest arab community in the aftermath of september 11th*¹¹⁶, escrita por Mark Singer e publicada em 15 de outubro de 2001 pela revista *The New Yorker*, na qual é abordado o fato de que os árabes americanos sentem de forma legítima que são parte de uma nação americana, embora conservem alguns valores da cultura árabe. Uma ‘comunidade afetiva’, conforme Halbwachs (1990), que pode se integrar afetivamente aos valores americanos e ao mesmo tempo conservar as tradições árabes?

Ainda bastante significativa da forma como as identidades são construídas pelas referências à pátria e ao estrangeiro é um anúncio da empresa Benneton publicado na revista *The New Yorker* (16/09/2002), em que aparecem pessoas de diferentes nacionalidades e religiões (uma é mulçumana, claro), todas com os olhos fechados. Ao lado, um texto, que pretende expressar o pensamento daquela pessoa. À mulher mulçumana está associado o dizer: “*to understand the complexity of the mankind*” (p. 18, anexo GG)¹¹⁷. Quer dizer: somente os mulçumanos é que têm que compreender a complexidade do gênero humano. O que se torna também relevante na publicidade é o fato de ela derivar de uma exposição da própria empresa – *Visions of Hope*¹¹⁸ – realizada no Instituto Cultural Italiano, em Nova York, em setembro de 2002. O texto que antecede as fotos das pessoas diz: “*September 11 opened our eyes. We saw things we would have preferred not to see, and things we never wanted to see. Now, one year later, we can close our eyes and imagine the future, knowing that something still remains, indelible, before our eyes*” (p.09)¹¹⁹. O que é essa coisa? A identidade da nação americana? O império americano? O sonho de uma sociedade global unificada? A culpa de Bin Laden? O fundamentalismo árabe? As diferenças culturais? Ou apenas a própria marca Benneton, cujas publicidades representam, para Hardt (1997), uma das ações integradoras do Império?

¹¹⁶ A Casa é Aqui – a maior comunidade árabe dos Estados Unidos nos desdobramentos do 11 de setembro.

¹¹⁷ Para entender a complexidade do gênero humano.

¹¹⁸ Visões da Esperança.

¹¹⁹ 11 de Setembro abriu nossos olhos. Nós vimos coisas que nós preferiríamos não ver, e coisas que nós nunca queríamos ter visto. Agora, um ano depois, nós podemos fechar nossos olhos e imaginar o futuro, sabendo que alguma coisa ainda permanece, indelével, ante os nossos olhos.

A edição 1768 de *Veja*, que celebrou um ano do ataque terrorista aos Estados Unidos, trouxe uma reportagem especial que colocou o acontecimento em análise como um divisor de águas da história humana: “o mundo nunca mais foi o mesmo” – é o título da capa da edição, toda ela em preto, como que a evocar o luto pela morte de milhares de inocentes, e com a imagem de duas bandeiras americanas no formato das torres que desabaram naquela data, conforme já observado (anexo DD).¹²⁰ O excesso de patriotismo evocado pela simbologia com a qual trabalha a capa da revista é acentuado pelo texto do editorial dessa edição e pelas principais reportagens. O editorial faz uma retrospectiva da cobertura da revista sobre os acontecimentos que desde aquela data estiveram no centro das atenções da mídia internacional. Numa clara abordagem pró-Estados Unidos, o editorial conclui que bem pior e mais preocupante que o terrorismo é o clima de antiamericanismo que se instaurou ao redor do mundo, o que pode provocar uma onda de atentados em diversos países. Se uma coisa puxa a outra, isso equivaleria a dizer que em países como o Brasil, onde o índice de antiamericanismo é um dos mais altos do mundo, segundo pesquisa da rede norte-americana NBC (NANO SOUZA, 12/02/2004, s.p.), e a despeito do número razoável de descendentes de países do Oriente Médio, há fortes tendências para ações terroristas contra os Estados Unidos!

Reações aos discursos que ressaltam os valores do nacionalismo americano se tornaram recorrentes nos produtos culturais de origem árabe, como era de se esperar. Basta analisar, ainda que superficialmente, a produção dos veículos de comunicação para se perceber a presença dessas reações e o teor propagandístico que se impregna aos mesmos. Vários autores, inclusive alguns de origem islâmica, fazem a análise crítica das posições adotadas pela mídia e pelos demais ramos da indústria cultural dos países árabes (ALBERT HOURANI, 2001;

¹²⁰ *Veja* fez algo semelhante quando da cobertura da invasão ao Afeganistão? Nesse caso, foi dada ênfase a ‘alguma sobra de sentimento patriótico’ naquele país? Por que não tratou a invasão como uma tragédia? É interessante que, após um ano dos atentados terroristas a Nova York e Washington, a revista não faça uma só menção à invasão do Afeganistão, como se essa tivesse sido uma página virada da história política mundial. Se as vítimas do 11 de setembro merecem ser eterna e celebrativamente recordadas, o Afeganistão é, por outro lado, um país que deve ser apagado da memória e dos arquivos jornalísticos.

HAMMOND, 2005). Percebe-se claramente, na abordagem desses autores, que, a partir da década de 50 do século XX, quando o nacionalismo começou a fazer parte da agenda dos governos, das universidades, dos produtores culturais e das massas urbanas, sobretudo no Egito com a orientação do presidente Gamal Abdel Nasser, foi-se formando uma ‘cultura pop’ (música, programas televisivos de entretenimento, shows e encenações) voltada à defesa intransigente de uma identidade árabe comum, tendo como base a ampla utilização dos meios de comunicação e de produção cultural (HAMMOND, 2005).

No entanto, pela forma como atualmente se estrutura em rede a produção cultural e informativa, sobretudo a partir da popularização da internet e dos sistemas de televisão via satélite, já se esperava que certos discursos críticos ao americanismo proliferassem fora das fronteiras dos países árabes, mesmo que alguns deles, inclusive, fossem sendo ali orquestrados. Em suportes como a internet, as mensagens veiculadas nem sempre faziam menção a sua autoria e nem se referiam ao país onde tinham sido produzidas, mas deixavam clara a mensagem contrária ao discurso nacionalista americano. Numa foto-montagem que circulou amplamente na internet (essa fotografia também foi publicada em *Veja*, 1720, p. 112), um dos maiores símbolos dos valores nacionais americanos, a estátua da liberdade, apareceu coberta com uma vestimenta muçulmana, talvez um *xador*¹²¹, numa alegoria ao fato de que também ela – e o país, por relação – havia se convertido ao islamismo (anexo HH). Uma globalização em sentido inverso. Em outra, uma boneca Barbie Talibã, edição especial para colecionadores, é apresentada e colocada à venda numa espécie de cartaz ou folder publicitário, no *site* anglófono *Political Humour* (22/02/2003). Não se sabe se ali a crítica é feita ao nacionalismo árabe ou ao americano: são os árabes que tomarão conta do mercado de brinquedos infantis, no futuro, vendendo os seus símbolos culturais (vestuário, por exemplo) junto com os produtos? Ou será o mercado mundial, comandado pelos Estados Unidos, que continuará se expandindo ao ponto de incorporar valores e tradições de outras culturas aos seus produtos? Em outro cartaz do *site* mencionado, a crítica é feita ao exagerado nacionalismo do Ministro

¹²¹ Tradicional véu usado pelas mulheres muçulmanas.

da Informação iraquiano, Mohamed Saeed Al-Sahaf: os *marines* americanos aparecem atrás do ministro, enquanto ele diz que os americanos estão a mais de cem milhas de distância da capital Bagdá. Mais interessante ainda, no mesmo *site* e envolvendo ainda o Ministro da Informação do Iraque, é o cartaz ou foto-montagem em que a estátua de Saddam Hussein é derrubada no centro de Bagdá. Al-Sahaf responde com desdém, em entrevista coletiva: “*Saddam was going to tear that down anyway*”¹²².

Os radicais árabes culpam o Ocidente por ter obstaculizado os planos de re-estabelecimento do Califado. Para eles, entretanto, a modernidade e a globalização não teriam sepultado de vez as esperanças de uma união nacional em torno da causa, da cultura e da identidade árabes, apesar das disparidades entre os diversos países de maioria islâmica. Ao contrário, os próprios instrumentos criados pela globalização dos mercados são utilizados, hoje, para concretizar muitos de seus objetivos neste sentido. Essa utilização, por parte dos terroristas árabes, dos instrumentos da globalização, sejam ligados à tecnologia de transporte de dados ou de pessoas e cargas, não tem apenas um viés pragmático. Está, por outro lado, impregnada de valor simbólico, pois imputa aos seus atos uma crítica sutil à suposta formação de um mundo seguro e confortável em que o mercado seja a fonte de construção de uma identidade única. Não foi à toa nem por pura coincidência, portanto, que desde os atentados a Nova York e Washington os meios de comunicação e de transporte, apanágios da era globalizante, estiveram envolvidos, criando uma espécie de recurso metalinguístico em que se anunciava qualquer novo conflito ou impasse pelo próprio ataque ao veículo que o anunciava: 1) os ataques de 11 de setembro foram feitos a dois grandes símbolos do poder econômico e militar americano, as *Twin Towers* e o Pentágono; 2) os ataques foram realizados utilizando-se aviões comerciais; 3) o choque do avião com a segunda torre e o desmoronamento de ambas foi transmitido ao vivo para quase todo o mundo; 4) a bactéria Antrax foi enviada por carta; 5) o primeiro caso de contaminação por Antrax aconteceu em um jornal.

¹²² Saddam iria derrubá-la de qualquer jeito.

Veja deu pistas do que estava acontecendo: “O Império Vulnerável” foi o título da edição especial de 19 de setembro de 2001 (na matéria, o título é “A Descoberta da Vulnerabilidade”). Ali, implicitamente, se revelava que o que foi e está sendo atacado era e ainda é todo o simbolismo que se associa aos valores nacionais americanos, consubstanciados na idéia de livre mercado e de globalização financeira e cultural: como conciliar o nacionalismo com a globalização? O império americano tinha e ainda tem no Pentágono o seu símbolo máximo de poder, enquanto as torres gêmeas representavam a ‘bandeira’ da globalização, o símbolo fálico do capitalismo mundial que cobriu, por breves momentos, o rosto da estátua de Saddam Hussein.

7.4 Comunidade *versus* Império

Em 24 de setembro de 2001, logo após os atentados terroristas aos Estados Unidos, a revista *The New Yorker* publicou uma imensa reportagem, escrita pelos seus correspondentes e intitulada *11 de Setembro de 2001*. Nela, discorria-se sobre como a tragédia fora sentida em Nova York, Washington e em outras partes do mundo. A ênfase se centrava nas declarações das pessoas e nas citações de discursos proferidos nos meios de comunicação. Em parte do mundo árabe, as reações, segundo a revista, eram de que o ataque servira como um alarme para os americanos. “*The headline in the Lebanese daily Assafir, a pro-Syrian paper, was ‘APOCALYPSE NOW’, and its main editorial equated the attack on the World Trade Center with the great fire of Rome. Since that great fire, the editorial said, man had not seen such a spectacle. ‘The fire of Rome foretold the fall of an empire, but no one can yet predict whether the cataclysm in New York will lead to the fall of the American empire, or vanquish the world order that America dictated until 8:45, 11 September. All signs are that the day of reckoning is*

near.’”¹²³ Apesar do exagero do editorial do jornal ao comparar o ataque às torres gêmeas ao incêndio em Roma, a semente estava plantada alegoricamente: Roma, no passado, e os Estados Unidos, hoje, representam a força imperial. Não se falou de outros impérios; buscou-se na Roma Antiga e na sua expressividade histórica a comparação.

Na edição número 1768 da revista *Veja* (11/09/2002), a primeira matéria, que tem por título o mesmo usado na capa (*11 de setembro – o mundo nunca mais foi o mesmo*), reproduziu a mesma intenção de entender o acontecimento em pauta a partir da recorrência a fatos históricos. No primeiro parágrafo da matéria principal, a sinalização de que o 11 de Setembro provocou uma mudança na história: “há acontecimentos tão únicos e assombrosos que passam a sinalizar as grandes viradas da história” (p.31). Apesar da mudança de curso sinalizada, a matéria não aponta para uma inversão da ordem estabelecida, em termos de distribuição de poder geopolítico e econômico. Esse recurso dissimulado – o de falar de uma mudança que de fato não se consubstancia *in totum* - procura, por outro lado, apresentar a idéia de que sempre existiu e existirá um império que dominou e dominará outros povos e regiões: “Desde o começo do século XX e, com maior vigor, depois da I Guerra Mundial, os Estados Unidos são a maior potência do planeta [...] Nunca houve tamanha desproporção, mesmo se retrocedermos aos tempos do império romano” (p. 32). O sentido final da argumentação apresentada na matéria, no entanto, é contradizer a máxima de Fukuyama (1992) de que ‘a história teve um fim’ com a derrocada do comunismo. Segundo o texto da revista, existe, por parte de radicais islâmicos, uma rejeição ao mundo moderno em nome da pureza religiosa. Embora reaja à idéia de uma ocidentalização do mundo, a matéria citada evoca o autor de “O Fim da História - e o último homem” para deixar claro que a desconexão cultural de Bin Laden e seus seguidores tem ares de ser absoluta, no mundo islâmico: “Será que nossa

¹²³ A chamada do diário libanês *Assafir*, um jornal pró-Síria, foi ‘APOCALIPSE AGORA’, e seu principal editorial comparou o ataque ao *World Trade Center* ao grande incêndio em Roma. Desde aquele grande incêndio, afirmava o editorial, o homem não tem visto um espetáculo como aquele. ‘O incêndio de Roma precipitou a queda do império, mas ninguém pode prever ainda se o cataclismo em Nova York levará à queda do império americano ou se exaurirá a ordem mundial ditada até as 8h45, de 11 de setembro. Todos os sinais são de que o dia do acerto de contas está perto’.

miopia nos faz imaginar que os valores ocidentais sejam potencialmente valores universais?” (FUKUYAMA apud *Veja*, 11/09/2002, p.35). É no mínimo estranho que o autor de “O Fim da História” questione, no texto analisado, a base do próprio argumento lançado quando da publicação daquele livro, qual seja, a de universalização da democracia liberal de modelo ocidental e dos valores que a mesma potencializa. Visão ingênua ou apenas uma tentativa de dissimulação das correntes culturais e econômicas que tomam forma com a globalização? Uma negação do poder norte-americano ou apenas uma afirmação de uma nova forma de império, que reconhece a sua diversidade constitutiva e que, por isso mesmo, se baseia na gestão das diferenças? Ressalte-se ainda dois pontos importantes: primeiro, a suposição de que os radicais islâmicos rejeitam o mundo moderno passa a idéia de uma modernidade que se espalhou uniformemente pelo globo. Ao invés disso, para alguns autores, como Gray (2004), o radicalismo islâmico é fruto da própria modernidade, que gerou, em diferentes contextos, formas diversas de produção econômica, cultural e de organização política. Em segundo lugar, e em correlação com a crítica anterior, a afirmação de que existe uma desconexão cultural absoluta de Bin Laden e seus seguidores se opõe à evidência dos fatos que dão sustentação logística ao 11 de Setembro.

Coincidências à parte, é no mínimo previsível que em outra edição de *Veja* (1781) a discussão sobre a formação do império americano seja re-apresentada com veemência. Embora não esteja relacionada ao 11 de Setembro, a matéria de capa dessa edição tem por título “Lula vai a César” (anexo II). Nela, que trata da primeira visita do presidente Lula aos Estados Unidos após sua eleição, aparece uma foto-montagem do presidente Bush vestido como um imperador romano. Lula aparece num quadrinho pequeno, ao lado do Presidente americano. A matéria tenta passar a idéia de que as relações entre os dois países se assemelham àquelas estabelecidas entre metrópole e colônia. Que associações existem entre as diferentes reportagens que, tratando de assuntos diversos, classificam os Estados Unidos como império?

Nessa mesma linha de análise, a concepção de que o poder imperial dos Estados Unidos se estende por todo o globo também se traduz noutra matéria da

revista *Veja*, edição 1768 (11/09/2002), que aborda a condução da campanha contra o terrorismo pelo presidente americano, George Bush, outra vez identificado, ainda que sub-repticiamente, como um ‘César romano’. Apesar da sua evidente crítica, o título da matéria – *O dono do mundo* – procura passar a idéia de poder onipresente dos Estados Unidos, proposta semântica que irá se repetir também em vários trechos dos cordéis analisados, como na estrofe 04, do cordel de Pedro Costa: Fazem centenas de anos/que os Estados Unidos/Tornaram-se a maior potência/impera em todos os sentidos/ninguém soma os países/ por eles já destruídos.

Ainda na mesma reportagem de *Veja*, há alusões à intenção dos Estados Unidos – e também à necessidade, para a revista – de uma intervenção no Iraque. Saddam Hussein aparece como um tirano aliado dos grupos terroristas presentes na maior parte dos países islâmicos. Totalizações culturais de um lado (os Estados Unidos encarnando a cultura ocidental que se expande por todo o mundo) e de outro (os grupos terroristas islâmicos que lutam para barrar a globalização dos valores ocidentais e para impor uma globalização em outro sentido, via implantação de uma comunidade islâmica mundial), fica implícito que a revista utiliza uma idéia de divisão matricial da humanidade através de um jogo de oposição identitária que vigorou ainda na época do colonialismo e que está muito próximo do descrito por Said em *Orientalismo* (1990): o Ocidente se define também pelo que não é e, portanto, pelas representações que usa para identificar o seu ‘outro’, o Oriente. Seria isso uma forma de tradição cultural, uma maneira de interpretação e representação de identidades culturais surgida com a produção livresca e acadêmica da época dos impérios colonialistas, efetivada no século XIX e firmada ainda mais a partir de meados do século XX, quando a globalização dos mercados se acelerou com a atividade dos meios de comunicação, os deslocamentos de pessoas, a transnacionalização de empresas e o livre fluxo de capital? Herança intelectual e tradição cultural da época colonialista das quais não se pode mais fugir? Mais uma vez: por que Lula, Bush, Bin Laden, o imperador romano César e o professor Fukuyama aparecem nos textos descritos? Que associações existem entre eles?

Alguns indícios de resposta às perguntas lançadas aparecem também na literatura de cordel, mas neste caso as alusões à formação do império americano e o alerta sobre a expansão do domínio dos Estados Unidos são sempre feitos de maneira crítica. No cordel de Vieira, por exemplo, se repete a idéia já tão explorada de que os Estados Unidos representam a força imperial do momento presente: o seu plano tão traçado/logo entrará em vigor/o Iraque reconstruído/ nele um administrador/que sob as ordens de Buch/será o seu imperador (estrofe 20); E quem fugir da política/do império americano/também será retaliado/ não tenha disso engano/ é o “policia” do mundo/ o reino mais soberano (estrofe 22). Jovanildo Freitas repete o refrão já tão entoado: a grande máquina de guerra/com seu governo tirano/já coloca em sua lista/ Síria, Irã e coreano/ninguém controla a força/ do império americano (estrofe 26).

Se os cordéis apresentam, de forma crítica, os Estados Unidos como um império que se estende por todo o globo a dominar outras regiões, nos *comics* de super-heróis, não há nenhum problema em que isso aconteça. O Capitão América não se sente constrangido em proclamar a sua presença – e dos valores e ideais americanos a ele agregados – por todo o globo, onde quer que a ‘democracia e a liberdade’ estejam em perigo. Ao final da estória analisada, na cidade de Kandahar, no Afeganistão, o herói reflete, como se a si redimir por não ter evitado o atentado de 11 de setembro e como se corroborasse a necessidade de um poder regulador naquela região invadida: “Hoje...O importante é que você está aqui. Fará alguma diferença. Hoje...há esperança. Você não chegou tarde demais” (p.38). Também o Homem-Aranha justifica as práticas intervencionistas norte-americanas, inclusive atribuindo as mesmas à responsabilidade das pessoas comuns: “porque a sina de povos distantes é responsabilidade de cada homem e mulher com consciência...ou essa sina, cedo ou tarde, se tornará nossa tragédia.” O poder do império, assim, não é exercido apenas por um Estado, cujas capacidades tecnológicas e militares lhe permitem a expansão territorial, mas se personifica, materializando-se na atitude das ‘pessoas comuns’, numa rede que se expande através da produção cultural.

Além de justificar a presença estrangeira para traçar o destino de ‘povos distantes’, a mensagem da revista do Homem-Aranha é toda dirigida aos inúmeros grupos e pessoas que supostamente não concordam com as práticas fundamentalistas radicais, na tentativa de criar a idéia de que, para além dos grupos terroristas islâmicos, existe uma humanidade reconciliada e unificada que, a despeito das diferenças, vive num mundo culturalmente sólido e homogêneo, uma comunidade planetária. Isso se expressa na penúltima página da estória do herói, em que um dos textos proclama o seguinte, por sobre o desenho de inúmeras pessoas de diferentes raças, nacionalidades, religiões e etnias: “Eles derrubaram duas torres altas. Em memória delas, façam um pacto com a sua consciência pra criarmos um mundo no qual tais absurdos não precisem acontecer...Um mundo em que não será preciso pedir desculpas às crianças. Um mundo cujas estradas não sejam pavimentadas com a carcaça de seus direitos violados” (anexo JJ).

Na contra-capa da revista da Mulher-Maravilha, a evidência de que a heroína representa o poder imperial é enfatizada no seguinte texto: “ao tentar disseminar seus ideais elevados no mundo que existe além das fronteiras da ilha Paraíso, a Mulher-Maravilha descobre que nem todas as nações estão dispostas a abraçar sua mensagem de paz e fraternidade” (anexo KK). Apesar do explícito tom favorável a qualquer proposta intervencionista elaborada pelos Estados Unidos, representados de forma indireta pela heroína, a revista procura ultrapassar as antigas práticas colonialistas, apontando para um novo modelo de intervenção em que colonizadores e colonizados reconheçam as diferenças, mas se relacionem como idênticos, pelo menos do ponto de vista do exercício dos seus direitos fundamentais. Essa é, na verdade, a estratégia utilizada pela heroína para fazer com que sua luta em prol desses direitos seja compreendida: o respeito à soberania dos países em que intervêm. Até o momento em que ela se apresenta como um ser estranho às regiões que tenta ajudar, alguém que, vindo de fora, procura interferir nos destinos daquele povo ou grupo, o que ela recebe é a ira da população que se sente ultrajada em seus direitos e invadida na sua própria terra. A heroína entende, após algumas decepções sofridas, que é preciso fazer parte daquele contexto para

que suas sugestões sejam bem recebidas. É preciso que respeitem suas diferenças, mas que acatem a mensagem que ela traz, qual seja: é a liberdade que aproxima a humanidade, que apaga as diferenças e supera os problemas de intolerância religiosa, étnica e racial.

Além de propor uma redefinição da identidade da heroína, a revista da Mulher-Maravilha lança argumentos, ainda que de forma não clara, sobre as relações que se estabelecem nos contextos multiculturais produzidos pela globalização. Ao fazer isso, a revista intenta re-posicionar e atualizar o debate sobre a existência do ‘império’, exatamente num momento em que a produção cultural e a autoridade política se inscrevem em contextos marcados pelo hibridismo e pela manifestação de práticas diversificadas e de difícil mapeamento. Em um trecho do episódio analisado, a Mulher-Maravilha reflete: “Heroína, semideusa, soldado, pacifista – eu sou todas estas coisas em parte, mas nenhuma delas por inteiro.” Mais do que sintomática para se pensar a formação da sua identidade, a reflexão da heroína deixa transparecer o quanto é preciso considerar a diversidade formadora dos inúmeros contextos e territórios abrangidos pela globalização dos mercados de bens e serviços. O próprio império, essa suposta totalidade integradora de várias partes do globo, passa a ser entendido dentro dessa proposta, que, de todo modo, não deixa de ser ideológica na medida em que pretende legitimar uma situação de domínio supostamente sem o controle ou sem o exercício do poder físico e, contraditoriamente, não se submetendo ao poder regulador de organismos internacionais, a exemplo da ONU, como está denunciado no cordel de Jovanildo Freitas, na estrofe 04: Nos planos de George Bush/a ONU estava aliada/mas o seu dever no mundo/É que a paz seja reinada/não importa o vencedor/a ONU está derrotada.

Nicholas Lemann, em *The Next World Order - The Bush Administration may have a brand-new doctrine of power*¹²⁴, texto publicado pela revista *The New Yorker* (01/04/2002), cita Richard Haass, Diretor de Planejamento Político do Departamento de Estado dos Estados Unidos, para defender uma nova forma de atuação, com base numa atitude multilateral, junto a países e a grupos terroristas

¹²⁴ A Próxima Ordem Mundial – a administração Bush deve ter uma nova doutrina de poder.

considerados como ameaça, o que demonstra a tentativa de consolidação de um discurso ideológico que prega uma espécie de ‘intervenção e dominação negociadas’. Haass discorda de muitos governistas ‘linha dura’, como Paul Wolfowitz, Secretário Adjunto de Defesa, e ressalta a necessidade de se pensar o império sem o imperialismo: “*we have to have allies. We can't impose our ideas on everyone. We don't want to be fighting wars alone, so we need others to join us. American leadership, yes; but not American unilateralism. It has to be multilateral. We can't win the war against terror alone.*”¹²⁵ Entretanto, a posição assumida pelo Governo americano quando o presidente Bush declarou que ‘ou se está com os Estados Unidos ou com os terroristas’ e ainda no momento em que não respeitou a decisão da Organização das Nações Unidas contrária à invasão ao Iraque revela que prevaleceu o ideário de ‘intervenção a qualquer custo’, sustentado por Wolfowitz, e que o princípio defendido por Haass não passou de mera retórica governista. O exemplo comentado demonstra que grande parte do ideário que o imperialismo e o colonialismo ensejaram num passado não muito remoto ainda está presente na produção cultural. Tudo isso também está expresso na estrofe 18 do cordel de Guaipuan Vieira: O governo americano/mergulhado em sua ira/ “fechou” as portas da ONU/ pôs o Iraque em sua mira/ só depois de dominado/que aliviado respira.

Há, neste sentido, um paradoxo envolvendo a discussão sobre as práticas imperiais atualmente em vigor. Apesar de grande parte dos produtos culturais analisados repetirem as ‘máximas’ teóricas e os temores da época do imperialismo cultural que vigorou até pouco depois de meados do século XX¹²⁶, os discursos sobre a formação do império, hoje, a exemplo do que propõem a revista da Mulher-Maravilha e alguns teóricos do Governo americano citados por *The New Yorker*, apresentam características que os distinguem dos discursos e práticas

¹²⁵ Nós temos que ter aliados. Nós não podemos impor nossas idéias para todos. Nós não queremos participar de guerras sozinhos, então nós precisamos juntar-nos a outros. Liderança americana, sim; mas não unilateralismo americano. Tem que ser multilateral. Nós não podemos vencer a guerra contra o terror sozinhos.

¹²⁶ Isso se expressa de forma nítida nos cordéis analisados: Com a guerra aumenta tudo/gasolina, álcool e óleo/e o governo americano/continua o monopólio/trocando o sangue do povo/pelas minas de petróleo (estrofe 11 do cordel de Jovanildo Freitas).

imperial-colonialistas que vigoraram até aquele período citado. Assim, como um contra-senso, as alusões a um tipo de imperialismo herdeiro das práticas colonialistas do século passado passam a estar lado a lado com inúmeros discursos oriundos de diferentes campos – academia, mídia, governos – que tratam de afirmar um novo princípio de intervenção e gestão política de um estado sobre outro com base na negociação e no multilateralismo. Basicamente, são três as diferenças entre os discursos do imperialismo dos séculos passados e os que justificam a formação do império atual. Em primeiro lugar, de acordo com Hardt e Negri (2000), existe atualmente um ‘Império’, mas sem que necessariamente se pratique o imperialismo. Isso acontece porque, uma vez que o ‘Império’ não possui vínculos unilaterais com algum Estado-Nação, estando associado à atividade desenvolvida pelas empresas transnacionais, não pode haver um centro de comando e de regulação das suas práticas nem um único princípio ideológico a guiá-lo. Depois, esse é um tipo de império que exerce seu poder de fora do Estado ou da região colonizada, portanto, prescindindo da presença física e sem que o Estado que sofre as interferências perca, em absoluto, sua soberania política (observe-se que é essa exatamente a premissa defendida pela Mulher-Maravilha, mas não totalmente seguida pelo Governo americano, embora se justifique o contrário quando da decisão por invadir certos países). É um colonialismo sem colonos, sem presença física, em que um Estado soberano tem, no entanto, a sua política dirigida a partir do exterior (fato ainda não totalmente consolidado no Iraque, por exemplo). E, por fim, é um tipo de prática que suscita uma contra-reação, geralmente voltada, no seu ramo mais extremo, aos Estados Unidos e aos Estados que negam os direitos ou bloqueiam os objetivos de afirmação dos grupos que sofrem a ação do ‘Império’ (fato absolutamente perceptível no Iraque, com a onda de protestos e de atentados contra a presença estrangeira e a instalação de um novo Governo).

Como se percebe, segundo Hardt e Negri (op. cit.), a existência de um império está atrelada à nova ordem política surgida com a globalização, uma ordem universal que não aceita limites ou fronteiras e que se amplia correlatamente à expansão do mercado de bens e serviços. Esse novo tipo de

império do qual falam os autores, como visto, é diferente do imperialismo europeu de aproximadamente um século atrás. Sua forma, contrariamente àquele, apega-se aos ideais constitucionalistas americanos, neles embutida a noção de identidades híbridas e de ausência de fronteiras nacionais. Assim, Hardt e Negri baseiam seu argumento na idéia de formação de um ‘Império’ sem imperialismo, em que o Estado perderia muito do seu poder para o mercado mundial dominado pelas corporações transnacionais. Daí ser um anacronismo, para os autores, falar de ‘estados imperiais’. “O imperialismo sempre pressupõe Estados Nacionais [...] No império isso não acontece mais – existe um poder soberano, organizado em forma de rede” (HARDT, 27/08/2003, p. 01). Por isso, segundo o autor, o poder se encontra no bojo de uma rede de constituição mesclada e heterogênea. Como diz Stevenson (1995, p.316), *“el Estado es demasiado pequeño para poner limites eficaces a la acción de conglomerados culturales transnacionales que buscan colonizar el debate público.”*¹²⁷ Diante da diminuição do Estado e da conversão da Nação em espaço de conflitos e contradições gerados pela convergente pressão do transnacional e do local, Martin-Barbero (1998, p.193) revela o caráter ideológico que está por trás desse processo: *“Lo que la transnacionalización pone em juego no es ya la imposición de um modelo económico sino el ‘salto’ a la internacionalización de um modelo político con el que hacer frente a la crisis de hegemonía.”*¹²⁸

Hardt e Negri (2000) expõem um ponto fulcral para se pensar hoje a relação entre diferentes povos, regiões e países, apontando para o fato de que o ‘Império’ deve eventualmente ultrapassar o imperialismo e destruir as barreiras entre o interno e o externo. Essa ausência de limites entre o que está dentro e o que está fora parece ser, de fato, a condição para se pensar as novas práticas imperiais hoje, desde o momento em que, após a descolonização, os focos de migração dos povos colonizados se concentraram nas próprias metrópoles. Não se trata mais de pensar apenas a presença estrangeira nas regiões conquistadas e

¹²⁷ O Estado é demasiado pequeno para pôr limites eficazes à ação de conglomerados culturais transnacionais que buscam colonizar o debate público.

¹²⁸ O que a transnacionalização põe em jogo não é a imposição de um modelo econômico senão o ‘salto’ à internacionalização de um *modelo político* com o qual se faz frente à crise de hegemonia.

colonizadas, que, ressalte-se, também se ampliou na medida em que as empresas multinacionais expandiram suas atividades para outras regiões e países. É preciso, no entanto, considerar ainda a leva imensa de imigrantes que, com a descolonização, passou a habitar setores inteiros das ‘cidades metropolitanas’. Em muitos contextos, isso re-posicionou as bases do racismo e redefiniu a forma como se reconstrói a identidade cultural, a partir de negociações e intercâmbios de diversas ordens, e a maneira como se criam laços comunitários que prescindem, muitas vezes, das relações de parentesco. É daí que desponta a rediscussão do conceito de comunidade, pois o sentimento comunitário, antes associado apenas às questões relativas ao laço consanguíneo, pode estar agora articulado a uma gama infindável de elementos identificadores do grupo, ultrapassando, inclusive, pela atuação dos diversos fluxos de produção cultural, os limites do espaço-local em que antes se constituía. Como diz Bhabha (2002, p.259), “...*el impacto demográfico y fenomenológico de minorías y migrantes dentro de Occidente puede ser crucial para concebir el carácter transnacional de la cultura contemporánea.*”¹²⁹ O artigo *Eles são Milhões e Vivem entre Nós - os jovens muçulmanos da Europa podem se integrar à vida local ou serão sempre focos de tensão?*, de Dominique Schnapper (2001), publicado na edição 1732 de *Veja* (26/12/2001), trata das diferentes políticas de integração de muçulmanos nos países europeus e demonstra bem o quanto o assunto passou a ocupar a pauta das academias como também a agenda política dos governos europeus.

A preocupação com as políticas de inclusão e integração nacionais e também comunitárias, sobretudo voltadas para imigrantes, está expressa em grande parte do material analisado nesta pesquisa. Nos *comics* de super-heróis existe uma tentativa acentuada de demonstrar a formação de práticas multiculturais em contextos nacionais. Em parte, essa tentativa visa a declarar a necessidade de resolver os impasses surgidos com a globalização: como adequar o discurso integrador sobre a nação aos inúmeros focos de tradições culturais que brotam de diferentes comunidades e grupos? A resposta dada pelos *comics* parece usar a tragédia de 11 de setembro como pretexto para motivar tal integração, na

¹²⁹ ...o impacto demográfico e fenomenológico de minorias e migrantes dentro do Ocidente pode ser crucial para conceber o caráter transnacional da cultura contemporânea.

medida em que, após o atentado, os sentimentos de união e coesão social passaram a ser supervalorizados, conforme visto na análise dos textos sobre o nacionalismo e o patriotismo. Por outro lado, o fato de que os atentados de 11 de setembro foram praticados por terroristas que receberam abrigo dos Estados Unidos e que há muito haviam se incorporado à(s) cultura(s) dos países ocidentais provocou um deslocamento temático no debate acerca do multiculturalismo, inclusive trazendo à baila críticas radicais à política de tolerância à cultura estrangeira praticada por alguns Estados. Sobre isso, veja-se a matéria *Os Novos Imperialistas*, publicada também em *Veja*, edição 1795 (26/03/2003), em que se explica a formação do neoconservadorismo americano e da sua vertente xenófoba. Vale lembrar, por outro lado, que a revista do Capitão América traz uma sequência de quadrinhos em que um americano, impedido pelo Capitão, tenta agredir um árabe.

Como diz Stevenson (1995), a implosão das tecnologias da mídia, o alcance global do capital, a erosão do Estado nacional, os movimentos de populações e migrantes e as concepções dos direitos humanos têm contribuído para a formação de correntes culturais diversificadas. De uma parte, a acentuação de práticas culturais identificadas com o local, muitas das quais produzindo efeitos radicais na concepção das identidades comunitárias; de outra, os fluxos globais de informação e cultura que desestabilizam e reorganizam as condições em que a identidade grupal e comunitária é formulada e reinventada constantemente. Decerto que muitas comunidades ainda se constituem em função da valorização do local ou do território onde vivem, mas com a ampliação das redes de contato e interação via tecnologia de informática e informação muitas comunidades se desterritorializaram. É como se elas não necessitassem mais de um local fixo ou de um espaço real para a troca de experiência e para a promoção dos valores comunitários. Em alguns casos, no entanto, as redes de interação virtual são meramente um recurso para que o local de origem dos grupos seja valorizado e reinventado.

Essa discussão sobre a formação e a afirmação de comunidades ante a presença dos efeitos dos fluxos globalizantes resgata, de certo modo, uma antiga

discussão sobre a relação entre o universalismo de certas práticas culturais e o pluralismo cultural. Com a globalização, tanto um quanto o outro se tornaram cada vez mais visíveis e indissociáveis. Bhabha (2003, p.291) afirma: *“todo estudio cultural transnacional debe ‘traducir’, cada vez local y específicamente, lo que descentra y subvierte esta globalidad transnacional, de modo de no quedar subyugado por las nuevas tecnologías globales de transmisión ideológica y consumo cultural.”*¹³⁰

Nos produtos analisados, percebe-se claramente o quanto a relação entre o império e as diversas comunidades que são integradas por ele é discutida. Cada um dos produtos analisados se ocupa em denunciar, a seu modo e muitas vezes de maneira correspondente, que ‘o imperialismo não acabou’, apesar da descolonização, demonstrando a herança da época em que os impérios ocidentais colonizaram grande parte do globo e, especialmente, quase todo o mundo árabe-islâmico. No cordel de Vânia Freitas, a conexão entre o antigo colonialismo e as novas práticas imperiais está bastante clara. A autora destaca a formação de uma nova ordem mundial: Nesta (des)ordem global/já morreu tanto ideal/e muita gente mudou/o excesso religioso/tornou-se tão perigoso/ e u’a nova ordem gerou. (estrofe 15).

A partir de meados do século XX, um pouco depois do auge da ocupação colonial promovida pelos grandes impérios europeus, como uma contra-corrente intelectual-cultural, inúmeros grupos e países passaram a criticar a idéia de uma colonização via produção cultural. Em várias regiões, lutava-se, então, contra o ‘imperialismo cultural’ denunciado por autores como Mattelart¹³¹ e apoiava-se a presença do Estado como gestor da cultura, razão de muitos regimes autoritários justificarem o controle da produção cultural naquela época como uma forma de salvaguardar os valores e tradições nacionais e, por conseguinte, a soberania da pátria, ante a interferência estrangeira. Ainda se vê esse posicionamento nos

¹³⁰ Todo estudo cultural transnacional deve ‘traduzir’, cada vez local e especificamente, o que descentra e subverte esta globalidade transnacional, de modo a não ficar subjugado pelas novas tecnologias globais de transmissão ideológica e consumo cultural.

¹³¹ Refere-se ao pensamento do autor Armand Mattelart que, na década de 70, utilizou bastante a expressão Imperialismo Cultural. Veja-se, por exemplo, o livro ‘Para Ler o Pato Donald – comunicação de massa e colonialismo’ (DORFMAN, ARIEL; MATTELART, ARMAND, 1976).

discursos que hoje tratam a globalização como uma ameaça à preservação dos valores comunitários e como uma forma de homogeneização cultural que coloca em risco as narrativas de grupos minoritários, repondo em outras bases, sempre de maneira desigual em termos de distribuição do poder, as relações entre o local, o regional, o nacional e o global. Como o nacionalismo já não tem a mesma força em certos contextos regionais, o foco da produção cultural voltada a denunciar as práticas neocolonialistas se deslocou do Estado e passou a se concentrar na ação de comunidades e de grupos organizados, alguns dos quais, principalmente no Oriente Médio, seguindo tendências terroristas.

Os exemplos mais fortes da preocupação com o poder exercido pelos Estados Unidos - não importando se esse poder vem da ação política estatal ou da presença de empresas americanas - em diversas regiões e países estão presentes na literatura de cordel. Ali, a ameaça imperial à soberania nacional aparece de maneira bastante clara, talvez porque, para os cordelistas, a nação ainda é entendida como uma ‘grande comunidade’. São exemplos, nos cordéis, da forma como o império americano ameaça outros países: George Bush está querendo/apoio de toda nação/aqueles que contrariam/sofrem discriminação/o país que se opõe/é vítima de opressão (estrofe 06 do cordel de Jovanildo Freitas); jamais conterão a fúria/do grande imperialista/que ameaça o planeta/em busca de mais conquista/caso a Europa dividida/não levantar sua vista. (estrofe 25 do cordel de Guaipuan Vieira).

Mas não fica limitada aos cordéis a associação dos Estados Unidos com um regime imperial. ‘Imperialistas democráticos’ e ‘unipolaristas’ são os termos que, segundo a matéria *Os Novos Imperialistas*, da revista *Veja*, edição 1795 (26/03/2003), são utilizados para designar a direita conservadora americana ou os novos ideólogos do ‘império americano’. “Um dos pilares desse pensamento é que, a longo prazo, os Estados Unidos só podem ter segurança num mundo em que os valores americanos estejam amplamente disseminados. Essa propagação da democracia, através de possíveis intervenções militares, foi chamada pelo colunista Joe Klein, ironicamente, de ‘jihad democrática’” (*Veja*, 1795, p. 69). A revista comenta ainda as teorias que inspiram os neoimperialistas americanos,

citando o livro *Domínio Universal: Rumo a um mundo Unipolar*, de Charles Krauthammer.

Muitas matérias publicadas na revista *The New Yorker*, também de forma crítica, trataram das orientações políticas e militares que direcionavam o Governo americano rumo a um certo unilateralismo após o 11 de Setembro: *Us and them – on the promise of war and the risks of going it alone*,¹³² de David Remnick (23/09/2002); *Closework – what the military needs to know*,¹³³ de Joe Klein (01/10/2001); *Less than zero – why september 11th was good for the republican budget*,¹³⁴ de Nicholas Lemann (10/12/2001). Na matéria já citada, *The Next World Order - The Bush Administration may have a brand-new doctrine of power*, também de Nicholas Lemann, publicada em 01/04/2002, fala-se da emergência de um novo princípio no governo americano baseado nos limites da soberania estatal. Em suma, esse corpo de idéias e de premissas teóricas sugere que a soberania esteja atrelada a certas obrigações. Se um Estado não cumpre essas obrigações, então ele perde algumas vantagens da soberania, como o direito de estar sozinho em seu próprio território.

É interessante perceber que em muitas ocasiões a dominação imperial é justificada por certos pressupostos científicos, imputando, de forma explícita, um caráter técnico à administração e à gestão das diferenças culturais dos grupos que compõem o vasto território do império. Em contrapartida, se produz uma distinção, com base no desenvolvimento científico alcançado, entre o império e as demais regiões por ele incorporadas ou administradas. Assim, do ponto de vista ideológico, o império se sustenta pela produção cultural e também pela difusão de uma certa racionalidade científica. É por isso que Martin-Barbero (1988) afirma que, com a transnacionalização e a globalização, o que está em jogo não é apenas a imposição de um modelo econômico, mas a difusão legitimada de um projeto político pelas vias da racionalidade tecnológica.

¹³² Nós e eles – na promessa da guerra e os riscos de ir para ela sozinho.

¹³³ Fim de expediente – o que os militares precisam saber.

¹³⁴ Menos que zero – por que o 11 de setembro foi bom para o orçamento republicano.

Ao evocar a presença ou a posição central que a ciência ocupa na definição dos valores da ‘civilização’, os produtos culturais constroem dois lugares opostos a serem ocupados por grupos culturais diferentes: os civilizados *versus* os selvagens ou bárbaros; os modernizados *versus* os não-modernizados. A estratégia consiste em definir os valores civilizacionais da modernidade ocidental como sendo uma extensão do desenvolvimento científico e tecnológico (e vice-versa), que, por sua vez, define e legitima as condições em que se dá a dominação imperial: levar aos povos atrasados a modernidade através do desenvolvimento científico e tecnológico e da produção cultural parece ser a ‘missão’ tão propalada pelo império. Assim, aqueles que ‘não se desenvolvem segundo os pressupostos da razão europeia’ são classificados como selvagens, incultos e bárbaros, termo que, na acepção original, significa ‘aquele que está fora dos limites ou à margem do vasto domínio do império romano’, pesando sobre eles o estigma de povos atrasados, retrógrados e incivilizados. Esse procedimento está expresso em alguns produtos que compuseram a amostra da pesquisa, como em duas reportagens da edição 1746 de *Veja*, do dia 10 de abril de 2002, uma dirigida à análise das políticas israelenses (*Fúria Suicida*) e a outra, das políticas árabes (*Suicidas Furiosos*). A despeito da crítica que ambos os lados devam receber, o que está em jogo são as operações que a revista utilizou para construir a identidade de árabes e israelenses de maneira oposta e estigmatizada: israelenses, que também são povos semitas, ocidentalizados, humanizados, modernos; árabes, retrógrados, incultos, bárbaros. São também ilustrativas as matérias *Vivendo como Animais* e *Os Pobres de Alá*, da edição 1722, de 17/10/2001, em que a pobreza do mundo islâmico é associada a vários fatores, dentre os quais a não adoção de um modelo de governo e de desenvolvimento científico ocidental. “Seria o Islã uma barreira intransponível para o surgimento de uma sociedade rica, moderna e democrática?”, pergunta a revista (p. 70).

A estratégia de legitimar certas posições políticas e ideológicas como se as mesmas fossem de caráter científico e técnico é utilizada tanto pelos conservadores americanos quanto pelos radicais islâmicos. O conservadorismo da direita americana pode ser comparado, neste sentido, ao fundamentalismo árabe.

Em ambos, prevalece um certo anacronismo nas teorias e idéias defendidas. No primeiro caso, um exercício radical para o universalismo que beira as práticas chauvinistas. No segundo, a defesa intransigente do fechamento e isolamento comunitários como uma forma defensiva e essencialista de preservação das tradições culturais. Assim, também os radicais árabes pensam num mundo unificado, mas em sentido inverso, com predomínio da cultura islâmica. Todd Gitlin (2001) afirma, na edição 1732 de *Veja* (26/12/2001), que os executores do atentado de 11 de setembro pouco têm de antiimperialistas, como se poderia pensar. Ao contrário, o que impulsiona os seus atos são as lembranças de uma época em que o islã perpetrava um império glorioso que, no desejo deles, precisa ser restaurado. O mais preocupante, no entanto, é que, tanto no caso da direita americana como dos fundamentalistas árabes, a crença na validade de seus argumentos muitas vezes extrapola o âmbito científico e doutrinário para adentrar no universo do discurso religioso e messiânico.

É por esse motivo que Gray (2003) afirma que a Al-Qaeda, longe de ser uma revivescência da época medieval, é um típico híbrido da modernidade, uma vez que seus expoentes interpretam o islamismo à luz do pensamento ocidental contemporâneo:

O conflito entre a Al-Qaeda e o Ocidente é uma guerra religiosa. A idéia iluminista de uma civilização universal, que o Ocidente sustenta contra o islamismo radical é filha do cristianismo. O híbrido peculiar de teocracia e anarquia da al-Qaeda é um subproduto do pensamento radical ocidental. Cada um dos protagonistas do conflito de hoje é impulsionado por crenças que são opacas a ele. (Ibid., p. 138-139)

Na produção cultural, às vezes, a associação feita por Gray entre o fundamentalismo árabe e o ‘messianismo’ americano é exposta de maneira clara. Se Amitav Ghosh, no artigo *The Anglophile Empire*¹³⁵, publicado pela revista *The New Yorker* (07/04/2003), apresenta a idéia de expansão de um império formado por Estados Unidos, Inglaterra e Austrália, sugerindo a ampliação do poder dos

¹³⁵ O Império Anglófono.

países de língua inglesa e apontando para a formação de interesses comuns aos mesmos, uma foto-montagem publicada na revista *Veja*, edição 1720 (03/10/2001, p.112), e disponibilizada na internet, mostrou uma Nova York recolonizada, agora com traços arquitetônicos nitidamente árabes, sugerindo a inversão da ordem geopolítica atual (anexo LL). O título da foto-montagem diz ‘Nova York, 2006’, numa clara – e exagerada – alusão à possibilidade de expansão das tradições árabes e da religião islâmica pelo mundo. Seria o Fim da História, conforme proposto por Fukuyama, mas em outro sentido, a partir do momento em que a humanidade, redimida pela crença religiosa, alcançaria um estado de graça com a expansão do islamismo, conforme crêem os fundamentalistas muçulmanos? Em que sentido a crença numa sociedade mundial islâmica se aproximaria da tese de integração mundial pelo mercado defendida pelos neoliberais? E de que forma essa tese de expansão global do mercado estaria também associada a uma crença religiosa, afinal não é essa a ‘missão profética’ a que se propõe a direita conservadora religiosa dos Estados Unidos, a expansão dos valores ocidentais e a catequização dos povos alheios à mensagem de um mundo melhor trazida pelos americanos?

Ressaltando as íntimas relações entre o Cristianismo e o Islamismo, Gray (2004, p. 124) destaca a pretensão universal de ambas as religiões:

Na interpretação da história em termos de salvação da espécie, o único rival do cristianismo é o islamismo, que, em virtude do universalismo militante que demonstrou em boa parte de sua história, pertence ao ‘Ocidente’. O judaísmo também é uma religião histórica, mas a história com a qual se preocupa é a dos judeus, não a humanidade como um todo.

Tanto a expansão imperial acarreta a padronização e a universalização de uma língua e de uma religião, quanto a partir da padronização da língua e da religião, o império se forma e se fortalece. No Império Romano, o Cristianismo tornou-se a religião oficial, e embora o latim não fosse uma língua cristã (Cristo falava aramaico, uma das línguas semíticas) a religião se espalhou em função de uma certa universalidade dessa língua, em decorrência da abrangência do domínio

imperial. O árabe, por seu turno, se tornou a língua da revelação para os islâmicos, a língua que Deus escolhera para revelar a sua ‘última mensagem’. Isso conferiu a essa língua um caráter sagrado, o que facilitou o processo de conversão de povos e grupos conquistados pelas tribos árabes ao islamismo. No universo árabe, língua e religião estão intrinsecamente associadas: o domínio da língua árabe é uma senha para estar em contato com Deus, pois a palavra divina, revelada no Corão, só pode ser perfeitamente entendida por aqueles que foram instruídos no árabe. A despeito de ter incorporado muito das diferentes línguas dos povos assimilados, o árabe tornou-se ‘a língua falada pelos povos escolhidos por Deus’ (HAMMOND, 2003), e o texto sagrado no qual essa palavra divina se revelara, o Corão, escrito em árabe, passou a assumir um valor inestimável para os adeptos daquela religião e, quiçá, um símbolo de identificação do e no mundo árabe. Isso quer dizer que, ainda que alguns árabes não sejam adeptos do islamismo, se identificam como árabes pelo uso da língua e de certas tradições culturais. Para esses, o Corão não é apenas um texto sagrado de uma religião que não abraçaram, mas um símbolo da história de uma civilização cujos valores lhes pertence.¹³⁶

A valorização da língua árabe está, neste sentido, intimamente relacionada à formação da identidade árabe, e é por isso que no debate acerca da interferência e da presença estrangeira no mundo árabe um dos primeiros itens a serem defendidos é o papel exercido pela língua e pela religião para a preservação das tradições culturais. É também por um motivo similar – a formação de uma identidade global calcada nos valores americanos e na defesa da flexibilização dos mercados - que os Estados Unidos desenvolvem políticas de difusão da língua inglesa em várias partes do mundo e em especial nos países do Oriente Médio, inclusive utilizando o suporte dos meios de comunicação e de produção cultural (Ibid.). Parvez Manzoor (apud HAMMOND, 2003, p.333-334) descreve a estratégia utilizada pelo Ocidente para ‘dominar’ o mundo islâmico como um tentativa de debilitar a língua árabe e a religião islâmica:

¹³⁶ Em Teresina, Capital do Piauí, num restaurante que serve comidas árabes, no ano de 2002, pouco meses depois dos atentados de 11 de setembro de 2001, um dos clientes, um filho de sírios e libaneses que vieram para o Piauí no início do século XX, elevou o Corão ao alto e bradou palavras em árabe. Foi aplaudido efusivamente, apesar de mais de 95% dos que vieram para o Piauí terem por religião o Cristianismo Ortodoxo e aqui terem se convertido ao Catolicismo.

In order to rid the West forever of the ‘problem’ of Islam ...Muslim consciousness must be made to despair of the cognitive certainty of the Divine message revealed to the Prophet. Only a Muslim confounded of the historical authenticity or doctrinal autonomy of the Quranic revelation would abdicate his universal mission and hence pose no challenge to the global domination of the West. Such, at least, seems to have been the tacit, if not the explicit, rationale of the Orientalist assault on the Quran.¹³⁷

Observe-se que o contraponto da argumentação de Manzoor é a alusão que o mesmo faz a uma suposta missão universal que deva ser exercida por todos os muçulmanos. De que se trata? Invertidas as posições, seria consentâneo acreditar que, do lado árabe, existiria também uma estratégia para acabar em definitivo com a crença de que são os americanos que hoje levam ‘a boa nova’ ao resto do mundo.

De fato, as práticas imperiais sempre se serviram da crença religiosa. Há poucas diferenças entre um império islâmico e um império ultra-conservador ocidental, em termos de uma política de identidade. Ambos praticam a mesma ‘jihad’. No entanto, para muitos produtores culturais, talvez essa não seja uma guerra decidida por aqui, porque, para eles, o verdadeiro império não é terreno: “Quem não conhece a história/do Grande Império Romano/a Rússia já foi potência/mas caiu no desengano/porque para a Lei Divina/Só Deus é soberano” (estrofe 03, do cordel de Pedro Costa).

¹³⁷ Com o objetivo de livrar o Ocidente para sempre do ‘problema’ do Islã ... a consciência muçulmana deve ser formada para desacreditar da certeza cognitiva da mensagem Divina revelada ao Profeta. Somente um muçulmano confuso da autenticidade histórica ou da autonomia doutrinária da revelação do Corão abdicaria da sua missão universal e por isso não ensejaria nenhum desafio à dominação global do Ocidente. Esta, ao menos, parece ter sido a tácita, se não a explícita, razão do ataque Orientalista ao Corão.

8 CONCLUSÃO

O escritor cretense Nikos Kazantzakis, no livro *Testamento para El Greco*, originalmente publicado em 1961, uma espécie de autobiografia, recorreu à ancestralidade para explicar o seu temperamento impulsivo. Em certa parte do livro, ele detalha as características que, a seu ver, conformam o estereótipo árabe, do qual é, em parte, herdeiro:

O tronco do meu pai vinha de uma aldeia de nome Barbari, a duas horas de Megalo Kastro. Quando o Imperador bizantino Nicephorus Phocas, no século X retomou Creta aos árabes, aqueles que sobreviveram ao massacre foram espalhados por ele em várias aldeias às quais denominou de Barbari. Foi numa destas aldeias que meus ancestrais paternos semearam suas raízes. Todos têm características árabes: são orgulhosos, obstinados, calados, abstêmios, anti-sociais. Guardam sua raiva e seu amor durante anos dentro de seus peitos, nunca emitindo uma só palavra. De repente, como um raio, com o diabo no corpo explodem num frenesi. Para eles o benefício supremo não é a vida mas a paixão. Não são nem bons nem acomodados. Suas presenças são insuportáveis, não pelos outros mas por si mesmos. Um demônio interior os estrangula. Sufocando, tornam-se piratas ou apunhalam seus braços, tontos de estupor para no jorrar do sangue encontrar alívio. Ou então matam a mulher amada para não se tornarem seus escravos. Ou, como eu, seu desmiolado neto, trabalham na mutação do peso obscuro e o transformam em espírito. O que quer dizer isto: transformar meus bárbaros ancestrais em espírito? Significa sua destruição submetendo-os ao teste máximo (KAZANTZAKIS, 1975, p.25).

Não é por coincidência que no texto de Kazantzakis aparecem as mesmas representações da identidade árabe que vinham ocupando o trabalho de intelectuais e escritores nos fins do século XIX e início do século XX, dando forma àquilo que Said (1990) chamou de *Orientalismo*. Kazantzakis nasceu em 1883, em Megalo Kastro, hoje Heraklion (Heracleia), na ilha de Creta, quando esta era parte do já decadente Império Turco-Otomano, e faleceu em 1957, em Freiburg, na Alemanha. Era natural que o autor se sentisse, naquela época,

atravessado por diferentes correntes culturais que provinham das tradições da antiga civilização grega e da civilização islâmica, sobretudo, mas também de diversas outras manifestações de povos que ali se misturaram, gerando um universo cultural híbrido e bastante complexo. Kazantzakis viveu exatamente na época em que uma específica formação discursiva passava a ser amplamente utilizada pelos intelectuais e literatos de então para dar forma às impressões acerca do universo islâmico.

A evidência da relação dos estereótipos utilizados pelo autor citado com as categorias descritas e analisadas durante esta pesquisa¹³⁸ não é, no entanto, o que se pretende resgatar do texto referenciado. Há, ali, um pouco de uma visão fantasiosa, às vezes carregada de crítica, outras, de um certo romantismo; há também um certo fatalismo, derivado dos condicionantes genéticos. Mas há muito mais – e quanto mais se aprofundar na análise do livro perceber-se-á que o autor faz alusão a muitas outras questões, ainda que de forma não explícita. Por exemplo, um dos principais argumentos utilizados para defender, nesta tese, alguns dos posicionamentos teóricos adotados é abordado pelo autor, embora ele não avance no seu detalhamento. Tal argumento deriva da observação de que, do ponto de vista histórico, o contato entre os povos ocidentais e árabes impossibilita pensar a formação das identidades culturais como consequência da constituição de civilizações fechadas e não-intercambiáveis. Kazantzakis aborda o assunto, no entanto, de forma contraditória: ao tempo em que descreve a formação de grupos e de aldeias com base num processo histórico baseado na oscilação do poder e na permuta cultural entre civilizações, torna presumível a identificação e a representação desses mesmos grupos, aludindo para a formação de certos estereótipos étnicos e culturais.

Entretanto, mesmo assumindo parte do estereótipo árabe que descreve, Kazantzakis não se desviou da simultaneidade de ‘presenças’ que performam a sua identidade híbrida. O autor está marcado por essa diferença de temporalidades e, se apoderando de todas elas, constrói o único caminho possível para a sua

¹³⁸ Observe-se que a palavra ‘bárbaro’ vem do Latim *barbaricus*, que deriva do Grego *barbarikos*, e que a aldeia dos ancestrais de Kazantzakis se chamava Barbari.

sobrevivência: o teste máximo a que submete os ancestrais, a destruição, ou seja, o esquecimento. Evidentemente que a completa anulação do peso da ancestralidade, uma categoria essencial, nos dois sentidos do termo, na construção da identidade individual e grupal, não pode acontecer. Kazantzakis sabe disso. Mas é só assim, refazendo-se nos ancestrais, combinando com eles novos mitos fundadores da sua identidade, negociando com eles a cada etapa de sua vida, que o autor se liberta. Liberdade não totalmente completada, mas pelo menos para que seja possível recriar-se contínua e provisoriamente, sem se submeter a uma única fonte de produção identitária. Sua identidade é, assim, uma construção ininterrupta.

No entanto, mesmo com a proliferação dos *Estudos Culturais* nos meios acadêmicos, o debate sobre como a identidade é construída ainda hoje permanece uma zona de conflito teórico. Um consenso, no entanto, é perceptível: os conflitos entre identidades grupais são sempre freqüentes em zonas de multiculturalismo, onde tradições distintas se encontram, se cruzam e às vezes se coadunam. Dois caminhos – diga-se de passagem, não excludentes – restam para grupos e sujeitos envolvidos nas disputas culturais: ou fortalecer as tradições comunais, numa atitude de resistência que facilmente resvala para o fundamentalismo, e/ou aproveitar as zonas de contato e de cruzamento com a cultura dominante para elaborar, a partir de práticas culturais híbridas e de mestiçagens, novas formas de afirmação identitária. A co-presença dos grupos e as práticas que daí se originam estabelecem as condições em que se produzem os jogos identificatórios baseados na semelhança e na diferença. Os povos e grupos diaspORIZADOS e colonizados podem fortalecer suas tradições originárias e/ou conjugar novas formas culturais nas múltiplas temporalidades das relações que estabelecem com a cultura dominante. Podem promover o reforço de identificações tradicionais, apegando-se ao caráter essencialista da cultura, e/ou estimular a revisão do sistema de referência simbólica, declarando não uma identidade primordial, mas diferentes formas de assumir as posições do grupo ao qual querem se associar. Essa constatação teórica – e histórica – desafia qualquer sistema conceitual que ainda veja a identidade árabe ou americana como um bloco monolítico de crenças,

valores, costumes e tradições, tal qual o ‘choque de civilizações’, de Huntington (1997).

Mas porque esta crença na essencialidade e na pureza das tradições culturais ainda predomina nos discursos em circulação no atual contexto global de comunicação e cultura? De imediato, poderia ser apresentada a seguinte resposta: os diagnósticos de que esta crença ainda predomina derivam do fato de que os meios de comunicação e de produção cultural tendem a ser vistos, conforme uma certa ‘crítica cultural’, ainda hoje, como meios de reprodução ideológica, de empoderamento de grupos, de estabelecimento de forças de domínio hegemônico, ou, em sentido inverso, como um lugar de resistência e de luta contra esse domínio. Contudo, a complexidade da produção cultural e informativa não pode ser reduzida a um único centro ou princípio regulador que se encarrega, por sua vez, de tornar hegemônica uma visão de mundo, uma ideologia. Se os meios de comunicação e de produção cultural constituem espaços de preservação e/ou de subversão da ordem ditada e estabelecida, isso não necessariamente se caracteriza de maneira antagônica fixa, como se existisse apenas uma relação fechada entre os ‘mesmos grupos dominantes e os grupos dominados de sempre’.

A produção cultural se situa num espaço que é, a um só tempo, atravessado por micro-processos de produção de sentido e macro-processos da economia política da comunicação e da cultura. Esses micro e macro processos não são necessariamente coincidentes nem antagônicos, podendo estar alocados em distintos territórios culturais e expressando múltiplas e distintas demandas dos seus públicos constitutivos. Nos inúmeros territórios culturais, em que qualquer ‘regime de verdade’ está muito mais exposto às muitas produções e apropriações simbólicas dos variados grupos e dos muitos meios de produção cultural, as ideologias se fragmentam, multiplicam, re-combinam. Qualquer ‘verdade’ não pode se sustentar por muito tempo, porque, sobretudo com a globalização cultural, se vê sempre e constantemente confrontada com ‘outras verdades’, num jogo interminável de repetições, cruzamentos, reforços, contradições, rupturas.

Ao contrário do que propõe a tradição positivista-funcionalista, pode-se dizer que um produto cultural e informativo, enquanto fato social, não pode e não

deve ser tomado analiticamente como ‘uma coisa ou um objeto’ que se mede e mensura e cuja significação já está inscrita e definida por determinadas leis, sejam elas de mercado ou de outra natureza. Ao invés disso, são os objetos e as coisas, os produtos e os fenômenos, que devem ser considerados fatos sociais, porque sobre eles recai o investimento semântico do sujeito e dos grupos sociais, ou seja, a sua capacidade – e também sua necessidade – de dar sentido às ‘coisas’ conforme as inúmeras práticas em vigor. E mais: fruto de um processo que envolve diferentes operações sociais, culturais, econômicas e políticas, um produto cultural e informativo não pode ser tão-somente o objeto de uma disputa ou conflito entre sujeitos ou grupos opostos. A disputa acontece fora dele, em outro lugar, na própria Cultura, da qual esse produto é um exemplar, uma peça, uma manifestação, um sintoma. As relações constitutivas da diferença, da semelhança e da miscigenação entre culturas de grupos distintos estão expressas em diversas formas de produção cultural. Os produtos culturais e informativos industrializados são apenas uma das muitas manifestações da forma como as culturas se produzem, se reproduzem e se relacionam. No caso particular em estudo, os produtos analisados são apenas uma das muitas narrativas que constroem a identidade cultural.

No que concerne especificamente à construção de identidades de ocidentais (especialmente estado-unidenses) e orientais (árabes e muçulmanos), a análise dos produtos que compuseram a amostra da pesquisa evidenciou, de imediato, um certo reforço dos padrões de representação com base na polarização das categorias temáticas discriminadas (heróis, super-heróis *versus* vilões e anti-heróis; o Bem *versus* o Mal; pátria *versus* estrangeiro; comunidade *versus* império). Assim, grosso modo, voltaram ao centro da produção cultural industrializada, pelo menos nos produtos analisados, as mesmas práticas representacionais que promoveram a construção das categorias reificadas (os árabes são atrasados, anti-democráticos, bárbaros, violentos, incultos etc; os ocidentais são modernos, liberais, democráticos, empreendedores, civilizados etc) que deram origem ao processo descrito por Said (1990), ao analisar algumas

práticas discursivas da época do colonialismo e do imperialismo dos séculos XIX e XX.

Para efeitos de sistematização das observações feitas, pôde-se agrupar da seguinte forma os produtos analisados, conforme as principais operações discursivas utilizadas por eles para definir a identidade de árabes e americanos:

- 1) *Comics* de super-heróis: estigmatização dos árabes ligada à violência, ao atraso cultural e tecnológico e ao fundamentalismo religioso; defesa dos valores americanos ligados ao patriotismo; identificação dos árabes com grupos terroristas; apagamento das diferenças entre diversas culturas de matriz islâmica; demonstração da vulnerabilidade dos Estados Unidos; ratificação da ‘missão colonizadora’ norte-americana;
- 2) Literatura de cordel: radical estigmatização dos árabes e dos americanos (ambos são vilões e representam o Mal, pois promovem a guerra); indiferenciação entre árabes e terroristas; crítica aos interesses expansionistas americanos; forte presença do sentimento de anti-americanismo; separação/oposição entre as matrizes culturais ocidental e oriental;
- 3) Revista *The New Yorker*: defesa dos valores americanos ligados ao mito de origem da nação; crítica, não aos E.U.A., mas à administração Bush; revisão e crítica da política expansionista americana; incentivo à promoção da guerra contra o terror pela exaltação do sentimento patriótico; estigmatização dos árabes ligada ao atraso cultural e tecnológico; separação entre as matrizes culturais ocidental e oriental;
- 4) Revista *Veja*: defesa dos valores americanos relacionados ao modelo democrático de matriz liberal; radical separação entre as matrizes culturais ocidental e oriental (com a ressalva de que *Veja* propõe resolver esse problema através da integração do Islã ao mercado global); estigmatização dos árabes ligada ao atraso

cultural, econômico e tecnológico e ao fundamentalismo religioso; ‘naturalização’ do poder expansionista americano.

Observe-se, pela sistematização proposta, que os produtos repetiram a maior parte dos temas há muito utilizados para designar, definir e representar as culturas norte-americana e árabe. Com isso, reproduziram também a crença na formação histórica de diferenças culturais irreconciliáveis entre Ocidente e Oriente. A análise pouco aprofundada ou pouco criteriosa dos produtos poderia revelar apenas esse seu lado mais óbvio ou, em outras palavras, somente o seu dado mais aparente, qual seja: a defesa de um certo ideal de cultura associado à consolidação de matrizes fechadas e isoladas e, por conseguinte, a crença numa noção de identidade ligada ao essencialismo de certas práticas culturais. Não foi só isso, entretanto, o que se percebeu nesta pesquisa.

Novas formas de representar o ‘outro cultural’ com base no hibridismo e na combinação de elementos aparentemente antagônicos também foram observadas durante a análise e interpretação dos dados empíricos. Sobre isso, note-se, de maneira ilustrativa, que a revista *The New Yorker*, até de forma contraditória, tanto foi capaz de fomentar a ‘guerra ao terror’ quanto de criticar a política expansionista do Governo americano. No mesmo sentido, os *comics* de super-herói, por exemplo, enfatizavam a diferença entre povos ocidentais e orientais, dando margem à noção de uma divisão cultural em matrizes opostas, mas, em certos momentos, também atenuavam essa distinção ao lançar a idéia de formação de uma ‘civilização planetária’ baseada na indiferenciação cultural (lembrar, neste caso, algumas passagens da revista do Homem-Aranha, sobretudo as dos anexos FF e JJ, quando foram ressaltados os ‘valores universais’ que visam a demolir as diferenças nacionais e étnicas). A mesma operação discursiva foi utilizada pelas revistas *The New Yorker* e *Veja*. Na primeira, o ideal de uma ‘humanidade unificada’, acima das diversidades, aparece claramente em alguns artigos de opinião, como em *The Next World Order - The Bush Administration may have a brand-new doctrine of power* (edição de 01/04/2002), e, principalmente, na publicidade da empresa Benneton (anexo GG), onde se reproduz a idéia de ‘utopia planetária’ à qual fez referência Mattelart (2002). Em

Veja, muitos são os textos escritos em defesa de uma ‘cidadania planetária’, como a matéria *Os Pobres de Alá*, da edição 1722, de 17/10/2001, em que os valores islâmicos são vistos como uma barreira para a construção de uma sociedade global rica, moderna e democrática. A criação dessa sociedade, no entanto, depende da assimilação das próprias diferenças histórico-culturais apresentadas ao longo da matéria.

Por vezes, em alguns produtos, a apologia dos valores da ‘sociedade global’ se misturou à necessidade de implantação de um novo modelo de gestão de conflitos culturais e de exercício de práticas imperiais. Foi o caso das intervenções políticas e/ou militares descritas pelas revistas da Mulher-Maravilha e do Capitão América e das matérias *Os Novos Imperialistas*, da revista *Veja*, edição 1795, e *The Anglophile Empire*, da edição de 07/04/2003, de *The New Yorker*. Em cada um desses exemplos se destacou a íntima relação do império, descrito em todos os produtos como sendo de natureza ocidental e norte-americana, com os processos de instauração de uma sociedade global calcada nos valores do livre comércio, do multiculturalismo e da democracia liberal. A exceção ficou por conta dos cordéis, que fizeram a crítica à formação da ‘sociedade global’ e, de resto, ainda vincularam esse ‘projeto de sociedade’ às ações do império americano. Nos livretos analisados, foi dado destaque à necessidade de defender a nação e a pátria da influência imperial, embora também se argumentasse que essa mesma nação, frágil, não-coesa, fosse incapaz de conter o poder do império. Para os cordelistas, o discurso que pregava a consolidação de uma sociedade unificada trazia no seu bojo a afirmação dos interesses imperiais americanos, conforme expresso no cordel de Vieira. Na estrofe 22 desse cordel, os Estados Unidos são descritos como “o policial do mundo” que faz retaliações a todas as nações que se opõem aos seus interesses, muito próximo do que é sugerido pelo título (*O Dono do Mundo*) de uma das matérias de *Veja*, edição 1768. Em *Veja*, no entanto, há um paradoxo, que diz respeito ao fato de que a matéria citada defendeu a globalização do modelo democrático de matriz liberal, conduzido e levado a efeito pelos Estados Unidos, mas criticou levemente a administração Bush e as políticas americanas. Ou seja: o modelo de administração

é completamente plausível; o governo americano que o implanta, nem tanto. Observe-se aqui, também, a diferença que a revista fez entre o Governo americano, representado pela administração Bush, e o Estado-Nação americano, com todas suas instituições e organizações. O segundo é muito mais digno de elogios do que o primeiro, para a revista.

É importante perceber também que, dos quatro produtos analisados, apenas as histórias em quadrinhos não criticaram o fato do ‘império’ ter sobrepulado os organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas, nos antecedentes das – e durante as – guerras do Afeganistão e do Iraque. Assim, nos quadrinhos, nenhum indício de crítica neste sentido pôde ser observado, talvez porque os próprios super-heróis se apresentassem – e se apresentem – como uma instância supra-nacional de resolução de conflitos, idéia essa bastante visível na estória da Mulher-Maravilha, cujos atributos semi-divinos consignam à heroína um papel de mediadora de conflitos, impasses e crises.¹³⁹ Por seu turno, *Veja* e *The New Yorker* abordaram o assunto sempre apresentando argumentos, opiniões e exemplos históricos que pareciam se contrapor à posição adotada pelos Estados Unidos ao ‘passar por cima’ das organizações internacionais. Nos cordéis, a crítica era taxativa e dispensava argumentos.

De certa forma, essa tensão verificada nos produtos analisados entre, de um lado, os estereótipos baseados em antagonismos e, do outro, as formas híbridas de representação da identidade cultural está relacionada às dinâmicas culturais da globalização. A globalização possibilitou a difusão de alguns símbolos e produtos culturais por quase todo o globo, resultando num processo de reconhecimento global de certas marcas e empresas. De maneira aparentemente paradoxal, a presença dessas ‘marcas’ do discurso globalizante em certas regiões fortaleceu também os laços comunitários e as tradições locais, dando margem a produções e manifestações culturais que misturaram aspectos do sistema global com as inúmeras tradições do local. Algumas vezes, essa produção se contrapôs

¹³⁹ A exemplo da Mulher-Maravilha, também o Capitão América, na estória analisada, intervém num Estado árabe. Mas, neste caso, o herói é um autêntico representante do Governo americano e, além disso, tem a sua identidade mais vinculada a de um soldado de guerra do que a de um mediador de conflitos.

ao próprio ‘curso natural das coisas’ que o discurso globalizante parecia legitimar e estimulou o aparecimento de grupos – alguns com características fundamentalistas – que se opuseram e se opõem à total integração cultural e econômica. Barber (2003), criticando a tese do conflito entre matrizes civilizacionais distintas, descreveu esse processo como sendo uma expressão dialética de tensões acumuladas no interior de uma única civilização global, ou seja, a luta entre *Jihad e Mcmundo*, entre tribalismo e globalismo.

As tensões e expressões dialéticas descritas por Barber (2003), envolvendo a ação de países e a atividade de grupos organizados, acabaram por migrar para a produção cultural, de uma maneira geral. Ilustra essa afirmação a maneira como, nos produtos analisados, ficou clara a relação entre a defesa de um ideal de cultura autóctone e a constatação da existência de um sistema identificatório baseado na desconcertante abundância de referências culturais inter cruzadas, algumas das quais de caráter global. Apelando para os discursos sobre a pátria, a nação, a comunidade, e ao mesmo tempo não se contrapondo aos fortes indícios de uma ampla miscigenação cultural que abalaria a crença nestes conceitos, os produtos construíram modelos de identificação baseados no hibridismo e na ambivalência. Assim, por exemplo, valorizavam a nação como unidade de referência para a construção da identidade grupal e, ao mesmo tempo, lançavam dúvidas sobre a capacidade da própria nação de contornar os conflitos étnico-culturais que demandam da sua constituição mesclada. O exemplo mais recorrente esteve relacionado ao uso dos símbolos pátrios, como a bandeira, em diversos produtos analisados, com o objetivo de demarcar, de forma simbólica, as fronteiras entre a nação e o estrangeiro. No contexto do multiculturalismo global, como, no entanto, diferenciar a primeira (nação) do segundo (estrangeiro)? Observe-se que, na revista do Homem-Aranha, houve um momento em que o herói questionou: “Como dizer às crianças que o Mal é um rosto estrangeiro?” O que é digno de nota na pergunta lançada pelo herói é na verdade o que ela assume implicitamente: a dificuldade em dizer às crianças *quem é estrangeiro* e de definir para elas *o que é o estrangeiro*. Por sua vez, o enredo da estória da Mulher-Maravilha estava todo centrado na crise de identidade da heroína, ela mesma um

ser híbrido, uma estrangeira, que vive numa terra estranha, mas que precisa se equiparar aos habitantes do local em que vive. A ironia da estória está no fato de que a Mulher-Maravilha é *uma estrangeira que não reconhece a si mesma numa terra que não a reconhece!*

A globalização, com suas práticas multiculturais e suas complexas redes de intercâmbio de mensagens, experiências e produtos, tornou mais difícil definir os limites de ‘quem’ ou ‘do que’ está dentro e fora da comunidade, da nação ou do império – como também tornou complicado sustentar a validade de certos conceitos totalizadores. E mais: nesse contexto, não existem apenas dois grupos antagônicos e dissociados disputando o poder simbólico. Um mesmo grupo pode se filiar a diferentes projetos culturais, cada projeto trazendo no seu bojo um modelo de identidade que pode combinar categorias e representações diversas, conforme as necessidades e os interesses momentâneos de cada grupo. É possível que, neste processo de combinação de diferentes referências identitárias, a idéia de uma ‘comunidade afetiva’ (HALBWACHS, 1990) ainda seja válida, com a ressalva de que um único grupo pode filiar-se afetivamente a diferentes projetos de comunidade de uma só vez. Pense-se, de forma ilustrativa, num árabe americano e na possibilidade dele se integrar afetivamente aos valores ocidentais e ao mesmo tempo conservar as tradições árabes. A propósito, o artigo *Home is here - America's largest arab community in the aftermath of september 11th*, publicado em 15/10/2001 pela revista *The New Yorker*, tratava exatamente disso (ainda que de forma indireta, o assunto também foi explorado pela revista do Capitão América, nos quadrinhos em que o herói defendeu um árabe-americano da represália de um americano, logo após o 11 de Setembro).

Um outro aspecto importante a ser considerado é a forma como, com o advento da globalização cultural, a produção de sentidos está (des)centrada numa rede que interconecta diferentes mídias e produtos. Tal processo de conexão e contaminação entre mídias e produtos culturais não se dá de forma igualitária, no entanto, uma vez que determinadas empresas conseguem expandir mais a sua produção do que outras. Não obstante, não seria incorreto dizer que, durante o período em que se definiu a amostra da pesquisa, pôde-se perceber um certo

deslocamento da produção da pequena mídia e da indústria cultural supostamente alternativa para os centros de produção em que se situam as grandes empresas. Exemplificam bem a afirmação as inúmeras fotos-montagem que migraram de *sites* na internet para as revistas informativas analisadas, especialmente *Veja*, e ainda as matérias e as notícias originalmente produzidas por pequenas cadeias de notícia árabes que foram aproveitadas pelas grandes redes ocidentais. Isso aconteceu por dois motivos: 1) a posição privilegiada de certas empresas de comunicação e de produção cultural no tocante ao acesso a informações relacionadas a fatos locais ou regionais que despertaram o interesse do mercado global (algumas pequenas emissoras de televisão situadas em países árabes e alguns poucos jornalistas, por exemplo, tiveram acesso exclusivo a certos cenários das guerras contra o Afeganistão e o Iraque); 2) a formação especializada de profissionais que aprenderam a lidar com as novas técnicas e rotinas de produção das novas mídias e com as renováveis demandas do mercado cultural, algo muito próximo daquilo que Featherstone (1995) chamou de “novos intermediários culturais” (neste caso específico, pode-se citar a grande quantidade de ‘produtores culturais’ na internet, divulgando assuntos relacionados aos acontecimentos em análise e, sobretudo, material humorístico envolvendo os personagens em destaque no período analisado).

Ao longo da pesquisa, também se notou claramente que a influência das mídias informativas sobre as mídias de ficção é muito mais forte. Não houve evidências de que cordéis e *comics* tenham conseguido influenciar a produção de *Veja* e *The New Yorker* tanto quanto foram influenciadas por elas, ainda que indiretamente. Desta forma, apesar do contexto global de produção e consumo culturais possibilitar a mídias menores que exportem seus temas, assuntos e representações para as grandes empresas e veículos, isso não se evidenciou com relação a todos os produtos citados. Essa constatação vale, sobretudo, para o caso dos cordéis. Houve momentos, certamente, em que o material produzido pelos cordéis se aproximou bastante do de outros produtos, principalmente em termos das categorias temáticas analisadas, mas isso não pôde ser creditado a uma influência direta exercida por esse tipo de prática literária.

Observe-se ainda, dentro dessa discussão sobre a produção cultural em rede, o quanto é importante a re-leitura que os responsáveis pela produção do material analisado fizeram das próprias mídias e produtos que usaram como fonte. Foi como se mantivessem uma postura crítica a respeito de algumas mídias e de alguns produtos, mas tivessem aceitado tacitamente a necessidade de utilizá-los para produzir o material pelo qual foram responsáveis. Em certo sentido, alguns produtores criticaram os posicionamentos adotados por um veículo ou produto cultural específico, mas não perceberam que estes posicionamentos aconteceram também nas outras fontes consultadas. É o caso da crítica feita à revista *Veja* por um dos cordelistas, sugerindo que aquela não é uma revista ‘confiável’ (COSTA, 2003). Entretanto, mesmo garantindo não ter utilizado a mencionada revista, as formas de construção das identidades de árabes e americanos nos livretos de cordel analisados, sobretudo aquele escrito pelo autor citado, às vezes se aproximaram das de *Veja*. Isso não quer dizer, entretanto, que os cordéis repetiram *ipsis literis* tudo o que foi divulgado por *Veja*. Ao contrário, nos cordéis se expressou claramente a crítica aos americanos (de que eles são violentos, fúteis, imperialistas, promotores de guerras e conflitos etc) que, em *Veja*, só apareceu sub-repticiamente (em alguns momentos da sua cobertura, a citada revista fez críticas ao governo dos Estados Unidos, mas sempre de forma comparativa, como se dissesse que, apesar dos defeitos apontados e dos erros cometidos, o país citado ainda supera os países islâmicos. Isso está exemplificado na já mencionada matéria *O Dono do Mundo*, da edição 1768).¹⁴⁰

¹⁴⁰ Oportuno comentar o título e a chamada da capa da revista *Veja*, do dia 05/02/2006, que fez alusão à publicação, por jornais dinamarqueses, de charges do profeta Maomé que desencadearam uma ampla revolta no mundo islâmico, inclusive com a decretação de sentenças de morte a alguns chargistas e jornalistas responsáveis pela publicação das referidas charges. Na capa de *Veja*: “Guerra de Civilizações – a radicalização religiosa está cavando um abismo crescente entre o mundo islâmico e o Ocidente”. A matéria teve por título e chamada o seguinte texto: “Choque de culturas - Reação exagerada à publicação de charges de Maomé em jornais da Europa acirra o confronto entre o Islã e o Ocidente, duas civilizações com algumas características em comum e muitos valores incompatíveis. O desafio é fazer com que o abismo entre elas pare de crescer”. Ao longo da matéria, se aprofundou a idéia de uma íntima relação entre o Oriente e o Ocidente, embora o que tenha se tornado mais visível sejam as diferenças que os separam: “Desde a Guerra Fria não se via com tanta clareza a existência de dois mundos crescentemente hostis e que, rapidamente, esquecem o muito que têm em comum exacerbando o pouco, mas fundamental, que os separa. É um sinal dos tempos – e também um paradoxo” (p. 66). Apesar de reafirmar o ‘choque de civilizações’, de Huntington (1997), a explícita atitude da revista em alertar para as

Por serem tipos de mídia bem diferentes, que possuem gramáticas e formatos próprios, cordéis, *comics* e revistas *Veja* e *The New Yorker* conservaram muito da sua propriedade produtiva, relativa a sua inserção em contextos ou territórios culturais diferentes. Mas, apesar de todas essas especificidades, em alguns momentos, esses produtos também representaram os mesmos assuntos de forma similar. Destarte, a repetição de certas representações, tipificadas pelas categorias temáticas analisadas, pode ser creditada ao fato de que essas categorias são construções culturais anteriores aos próprios produtos analisados, isto é, elas já estavam circulando no mercado, compondo o imaginário global, antes que qualquer um dos produtos (leia-se edições e exemplares analisados e comentados) fosse posto em circulação (vale aqui lembrar que a edição *Jihad*, da estória do Quarteto Fantástico, editada pela Marvel, havia sido preparada antes do 11 de Setembro e tratava exatamente de uma intervenção num Estado árabe). A formação dessas representações estereotipadas e a sua implantação no imaginário global apontam para um aspecto fundamental de qualquer análise cultural, qual seja, o caráter histórico da cultura, dos seus produtos e dos meios de sua reprodução.

Se houve similaridades na forma de representar as identidades de árabes e americanos, de onde vieram as diferenças? A literatura de cordel, por exemplo, foi o único produto analisado que não teve a intenção de representar os Estados Unidos como o ‘mesmo’ e os árabes como o ‘outro’. Ambos foram sempre representados como ‘o outro’. Isso quer dizer que o cordel não promoveu intencionalmente a representação negativa de apenas um lado. Assim, a percepção de que *Veja*, *The New Yorker* e as histórias em quadrinhos guardavam similaridades que não eram tão diretamente compartilhadas pelos cordéis leva à constatação de que, de fato, o contexto de produção dos cordéis, menos afeito ao mercado global, lhes possibilitou uma autonomia, ainda que limitada, quando do tratamento das identidades culturais. Entretanto, não se pode achar que os cordéis

similaridades entre o Islã e o Ocidente parece já um avanço com relação a muitos textos passados. Além disso, o fato da matéria de capa ter tratado exatamente desse assunto, referindo-se a ele como um paradoxo do mundo global, demonstra o quanto a relação do Islã com os países ocidentais está compondo, em alto grau de importância, a pauta da mídia nacional e internacional.

tiveram uma autonomia completa e que não se enquadraram nas prerrogativas ditadas pelo mercado global. O cordel deixou, há muito, de ser uma produção ligada exclusivamente ao contexto rural nordestino. Quer dizer que, mesmo em dimensão reduzida, também o cordel faz parte de um mercado global de cultura que, longe de imprimir um tom único a certas produções e de apagar as suas diferenças constitutivas, conserva justamente os seus aspectos mais singulares para preservar sua suposta pureza produtiva. Neste mercado, a exaltação das diferenças culturais e a conseqüente valorização do exótico fazem parte do processo de renovação dos produtos, não obstante a paradoxal necessidade de, às vezes, estimular um padrão de gosto e de consumo para os seus diversos públicos constitutivos. A literatura de cordel segue muitas orientações globais do mercado sem abandonar algumas das especificidades da sua gramática de produção, porque é isso que lhe assegura apresentar-se ao mercado como um formato comunicativo original e singular. Para adentrar nesse mercado, é preciso, para o cordel, valorizar justamente o que lhe é peculiar: a sua inserção num contexto regional, a sua forma específica de tratar os acontecimentos em análise. Foi por isso que, mesmo tratando de acontecimentos reais, os cordéis em análise tiveram que ceder à ‘tentação’ de comentar tais acontecimentos com base nos temas – religiosos, morais, históricos etc – que compõem parte do contexto em que foram gerados. As menções a Deus, a profetas, ao céu e ao inferno estiveram, com certeza, mais presentes nos cordéis do que em qualquer outro produto analisado, o que fez com que as categorias do Bem e do Mal fossem as mais utilizadas pelos cordelistas.

Em suma, nos livretos de cordel, a mistura de elementos do contexto rural nordestino com fatos e acontecimentos de alcance e interesse global produziu uma forma singular de construção das identidades culturais, com base no julgamento moral e na crítica efusiva. Nos outros produtos, como as histórias em quadrinhos de super-heróis, a narrativa, mesmo quando assumiu um tom mais moralista e profético, tratou de resgatar mitos clássicos que já se incorporaram aos produtos midiáticos e se implantaram no imaginário global. Portanto, nos cordéis, a tensão entre os condicionantes do contexto local e os imperativos do contexto global foi bem mais forte do que nos outros produtos. Nestes, muito mais adaptados a um

público global, menos ‘territorializado’, essa tensão não apareceu de maneira tão clara – e talvez por isso ficou mais fácil identificar a intenção política desses produtos ao representarem a identidade de árabes e americanos. Neste sentido, é necessário redirecionar a discussão sobre o hibridismo das formas e produtos culturais também para o âmbito da produção, sem que seja atenuada a importância da pesquisa de recepção e consumo para a verificação da variedade e da especificidade dos usos dos produtos e das práticas geradas pelos mesmos, sejam elas de ordem política ou não. Em outras palavras, é preciso verificar o quanto as formas híbridas emergem não apenas da esfera da recepção de certos produtos, mas também das suas práticas produtivas, desde que este procedimento teórico não recaia num determinismo econômico que condicione todo esse processo a uma lógica puramente de mercado.

Aspectos aparentemente contraditórios estão presentes na literatura de cordel, nos *comics* e nas revistas analisados: sua linguagem e formato originais condicionam um tipo de produção de sentidos específico, mas desse processo surgem também certas rupturas de sentido ou variações semânticas. As características que conformam o mercado global de comunicação e cultura (variedade de produtos, programas e gêneros, facilidades de acesso aos meios de comunicação, interatividade entre veículos e públicos, segmentação de públicos, convergência tecnológica, fusões de empresas transportadoras de dados e produtoras de cultura e informação, hibridizações e intercâmbios entre produtos etc) contribuem decisivamente para que as referências utilizadas por esses produtos para construir as identidades culturais sejam variadas e múltiplas, às vezes coincidentes, outras, totalmente divergentes.

Mesmo com todas as características do mercado cultural apontando para uma diversificação da sua produção, ainda persiste a idéia de um controle quase hegemônico da grande mídia, o que poderia pressupor que, no caso específico em estudo, as representações utilizadas fossem as já trabalhadas pelos meios de produção cultural. Por conseguinte, no nível da produção, a construção de sentidos sobre a identidade de árabes e americanos que daí resultasse seria bastante previsível. Ao invés disso, operações não padronizadas de produção de

sentidos que demonstram um caminho inverso, o de uma ruptura semântica produzida pelo interminável diálogo entre representações usadas por diferentes mídias e produtos, também foram observadas durante a análise. Afinal, porque a revista *Veja*, mesmo saindo em defesa dos Estados Unidos, rotula o seu presidente de ‘dono do mundo’ e ‘caubói do apocalipse’, bem próximo da caracterização desse personagem feita pelos livretos de cordel (nestes, Bush foi chamado, por exemplo, de ‘xerife do mundo’ e de ‘dono da razão’)?

Desta forma, diferentes produtos se cruzaram para produzir uma gama enorme de possibilidades interpretativas, num feixe inter cruzado de alternativas semânticas. Nas revistas em quadrinhos analisadas, por exemplo, esboçaram-se novas formas de interpretar o mito dos heróis logo após os atentados terroristas de 11 de setembro, apesar do viés ideológico bastante arraigado a esse tipo de produto. Sobre isso, ressalte-se o fato de que nas revistas em quadrinhos se constatou a impotência dos super-heróis diante do ‘ataque inimigo’, dando origem a um tipo de interpretação do mito do herói que, associado à inesperabilidade dos acontecimentos de 11 de setembro, produziu uma ruptura semântica até então pouco observada.

Portanto, se, de um lado, tinha-se a repetição de determinados padrões de significação, de outro, houve momentos em que irrompeu uma representação não esperada. Além do exemplo comentado anteriormente, referente à impotência dos super-heróis diante dos acontecimentos de 11 de setembro, vários outros podem ser citados, desde a dúvida dos super-heróis sobre sua ‘verdadeira identidade’ até a correlata ascensão das pessoas comuns ao posto de ‘verdadeiros heróis’, essa última, aliás, uma das estratégias mais utilizadas por todos os produtos analisados. Ademais, enquanto se explorava enfaticamente a figura heróica das pessoas comuns, especialmente dos bombeiros, também o anti-herói fornecia elementos para construção de um tipo de representação com base no hibridismo das formas simbólicas e na superação das hierarquias culturais. Essa prática representacional fundada na natureza binária da função simbólica, em que ‘o outro’ passa a ser também objeto de experimentações, escapa dos automatismos interpretativos e revela a projeção do desejo rumo à alteridade, uma espécie de jogo em que a

identidade pode ser construída por inversão da ordem simbólica e por transgressão temporária de papéis e funções sociais.

Por causa disso, não se pôde vincular qualquer uma das categorias temáticas analisadas apenas a árabes ou a americanos. Ambos foram representados, em determinados momentos, como vilões históricos, como demônio, como povos bárbaros e estrangeiros ou como imperialistas. Em outras situações, o sentido representacional se inverteu e, aí, já foram outras as categorias utilizadas e outros, os estereótipos construídos. Houve, desta forma, uma constante troca de posições que possibilitou pensar a relação entre estas categorias de maneira não fixa. Nos cordéis, por exemplo, apesar das diferenças entre capitalismo (que representa a civilização ocidental) e terrorismo (que representa a civilização árabe) terem sido enfatizadas com frequência, os autores dos livretos procuraram ressaltar também a igualdade que existia entre eles (no cordel de Pedro Costa, estrofe 01: O mundo vivendo em guerra/vítima do capitalismo/agora aumentou o medo/com atos de terrorismo/quando esses dois se confrontam/o mundo cai num abismo). Desta forma, a lógica da modernidade, em que a identidade se forma só por contraste e oposição e em que a política de identidade é feita pela divisão binária entre dominantes e dominados, entre cultura hegemônica e cultura de resistência, não se adequaria aos produtos analisados, pois apagaria qualquer processo interativo em que os pares dicotômicos que compõem as categorias analisadas pudessem se inscrever. Daí que a ameaça proferida pelo Presidente americano e reproduzida pelos produtos analisados, “ou estão do nosso lado ou do lado dos terroristas”, expressa menos uma separação radical entre os lados em conflito e muito mais uma peça retórica e de arregimentação política, cuja estratégia de identificação se baseia no contraste e na oposição. Na medida em que os dois lados em conflito representam, na verdade, uma única civilização global, movida por tensões e contradições internas, é impossível resolver esse impasse apenas propondo uma adesão identificatória a um dos lados. Às vezes – e também parece ser esse o caso –, os conflitos, tensões e contradições se situam não apenas no interior de uma única civilização global, mas no interior mesmo do espaço de um único Estado-Nação, por sua vez, marcado por práticas

multiculturais e por disputas e negociações entre grupos diferentes. A identidade nasce no interior dessas relações de poder e é marcada pelas diferenças constitutivas dos grupos que convivem num mesmo espaço.

Mesmo que procure nos preceitos fundamentalistas a base da sua atividade política, cultural e religiosa, enclausurando-se numa visão essencialista e fixa de cultura, nenhum grupo estará totalmente fechado às novas formas de produção cultural que surgirão do contato e da relação com a alteridade. Existem evidências históricas que apontam para processos sociais que promovem a relação interativa entre sujeitos e grupos que disputam o poder num mesmo espaço ou cenário político. Dessa zona de contato entre grupos diversos surge uma dinâmica sincrética de apropriação de códigos da cultura dominante e de combinação destes códigos às tradições e elementos da cultura subalterna (o inverso também pode ocorrer: grupos hegemônicos assumindo parte das tradições e elementos culturais dos grupos subalternos). Na acepção de Hall (2003) e Said (2003), o caráter histórico da cultura, que rompe com sua feição ontológica, está justamente ligado a essa poderosa capacidade de vir-a-ser, de tornar-se, de recriar-se a todo momento.

Como prática discursivo-representacional ligada à produção e à reprodução cultural e aos mecanismos dinâmicos do poder, também o estereótipo deve abandonar seu caráter meramente ontológico, de um significado já dado, para assumir a variedade das propostas semânticas que resultam da combinação e da mistura de códigos diversos. Além disso, o estereótipo não pode ser considerado apenas um elemento de exclusão. Mais do que isso, ele é uma forma de inclusão, na medida em que torna 'o outro' identificável e que, ajustando-se aos interesses do grupo representado negativamente, pode dar origem a novas formas de identificação primária e de construção de um sentimento comunal. O estereótipo produz uma zona de contato entre grupos diferentes, um espaço de produção de poder em que discursos de grupos antagônicos se misturam. Em outras palavras, é também através das práticas representacionais estereotipadas que a diferença se revela e as mestiçagens acontecem. Por isso, os sentimentos de antiamericanismo e de islamofobia, tão em moda após os atentados de 11 de

setembro de 2001, correspondem a discursos que se imbricam, tornando-se as duas faces de uma mesma moeda: o outro criticado, descaracterizado, desqualificado, é também o outro temido, admirado, desejado.

O estereótipo não pode ter uma significação já dada, um sentido já inscrito, previamente elaborado, do qual não se pode escapar. Como construção discursiva em permanente re-elaboração, o estereótipo não pode se fixar a uma estrutura imóvel à qual se encaixa também a identidade. Ao contrário, a identidade se constrói na medida em que grupos e indivíduos negociam com as práticas representacionais em vigor, em que direcionam seu investimento semântico para estereótipos já construídos, em que re-elaboram as práticas culturais vigentes a partir das suas próprias diferenças. Esse processo de ressemantização de práticas culturais, de combinação de elementos de matrizes distintas, é que produz o hibridismo cultural. É esse negociar com a identidade do outro, com a diferença do outro, que revela a insuficiência de muitos sistemas de referência tradicionais usados para construir a identidade.

Longe de ser um modelo de narrativa linear, próprio da modernidade, o estereótipo contém inúmeras e simultâneas possibilidades de ‘marcar’ a identidade cultural. Essa é sua grande aporia: bastante utilizado na época moderna para dar suporte a um projeto de dominação cultural, ideológica, política e econômica, o estereótipo passou a revelar, além das ‘características negativas’ da cultura sobre a qual se pretendia exercer um certo domínio, o próprio projeto de dominação e de exercício do poder coadunado ao estereótipo utilizado e ‘assumido’. Na medida em que os dominados e subalternos tiveram que ‘assumir’ o estereótipo e desvendar o projeto político inscrito nele, o que se lhes tornou claro foi uma imagem reflexa, mas que não era essencialmente a deles: era a imagem do próprio dominador, a cultura do dominador. Esse mecanismo reflexo, essa ‘pista de mão-dupla’, esse reencontro de pares tão aparentemente descontraídos produziu efeitos surpreendentes na relação entre Ocidente e Oriente. Frutos do próprio processo de colonização levado a cabo pelas potências ocidentais, os grupos radicais e fundamentalistas árabes operam segundo uma lógica que é reforçada por ambos os lados, com intenções diferentes: o estereótipo negativo do árabe,

criado pelo Ocidente para ‘dominar’ os países do Oriente Médio, é o mesmo que é valorizado em parte do mundo árabe para arregimentar manifestantes, para agregar grupos e criar um sentimento comunal. Além disso, foi através desse contra-movimento que o Ocidente passou a ser conhecido e construído pelo Oriente, daí resultando o estereótipo ocidental, mais particularmente americano. É dessa imagem reflexa que nascem, ao mesmo tempo, os sentimentos de islamofobia e de antiamericanismo, de pan-arabismo e de americanismo. E é por isso que as distinções reificadas e as polarizações da época moderna (Ocidente *versus* Oriente) que conduziam a um modelo de identidade ligado a uma matriz fechada e intercambiável e que separavam dominantes e dominados, sujeito e objeto do discurso, deram lugar à proposta teórica que vê a identidade ligada à mistura, ao ecletismo, à ambivalência e ao hibridismo das formas e elementos culturais. Essa forma de dar sentido aos fatos culturais com base no complexo jogo das diferenças entrecruzadas talvez seja a expressão de uma etapa histórica – para muitos, batizada de pós-modernidade; para outros, neomodernidade – em que se vive um tempo presente marcado pela simultaneidade da presença de ‘outros tempos’: o mundo é o ‘mesmo’ e é o ‘outro’ a um só tempo; lembranças do passado e perspectivas de futuro cruzadas para preencher as inúmeras variações do presente.

Como disse Salman Rushdie (1991), o híbrido é como a novidade entra no mundo. Uma matriz cultural fixada em elementos essencialistas significa um mundo sem novidade, representa uma parada no tempo, se identifica com o colapso da história.

BIBLIOGRAFIA

3D GAMER. São Paulo: CD Expert Editora e Distribuidora Ltda, s/d.

ADGHIRNI, Zélia Leal. A Face Oculta do 11 de Setembro. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **A incompreensão das diferenças: 11 de setembro em Nova York**. Brasília: IESB, 2002.

ALENCAR, Carlos Cícero de Lacerda. **O Que É?** Disponível em: <http://www.cordelon.hpg.ig.com.br/que_cordel.htm> Acesso em: 14/07/2003

AL-HAYAT . Londres: Media Communications Group, edição de 13/04/2003.

AL-JABRI, Mohamed Abed. **Introdução à Crítica da Razão Árabe**. São Paulo: Unesp, 1999.

AL JAZEERA. Disponível em: <www.aljazeera.net> Acesso em: 01/11/2001.

ALTERNET – THE MIX IS THE MESSAGE. Disponível em: <<http://www.alternet.org/story.html?StoryID=15948>> Acesso em: 12/06/2004.

AMANAT, Abbas. O poder pela violência: a reinvenção do extremismo islâmico. In: TALBOTT, Strobe. CHANDA, Nyan (orgs). **A Era do Terror - o Mundo depois de 11 de setembro: reflexões e alertas para o futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 2002

AMORIM, Maria Alice. **Os cordéis e o 11 de setembro**. In: VI Congresso Latinoamericano de Ciências de la Comunicación, Alaic, 2002, Santa Cruz de la Sierra.

ANDERSON, Benedict. **Nação e Consciência Nacional (Imagined Communities)**. São Paulo: Ática, 1989.

AUGÉ, Marc. **Diário de Guerra: el mundo después de 11 de septiembre**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002

AYOOB, Mohammed. Political Islam: Image and Reality. **World Policy Journal**, Volume XXI, no. 03, Fall 2004. Disponível em: <<http://www.worldpolicy.org/journal/articles/wpj-04-3/ayoob.htm>> Acesso em: 22/06/2005

BAKER, Luke. **Boneco de Saddam que rebola faz sucesso nas lojas de Bagdá**. Disponível em: <www.noticias.aol.com.Br/mundo/fornecedores/rts/2004/06/30>. Acesso em: 30/06/2004.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Annablume/Hucitec, 2002.

BARBER, Benjamin. **Jihad X Mcmundo – como o globalismo e o tribalismo estão transformando o mundo**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2003.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa : Persona Edições, 1977.

BARROS, Leandro Gomes de. **História da Donzela Teodora**. João Pessoa: MEC/Pronasec-Rural/UFPb, s/d.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulations**. Nova York: Semiotext, 1983.

BAUMANN, Gerd. **El Enigma Multicultural – un replanteamiento de las identidades nacionales, étnicas y religiosas**. Buenos Aires: Paidós, 2001

BHABHA, Homi K. **El Lugar de la Cultura**. Buenos Aires: Manantial, 2002.

BENNET, Lance. The perfect storm: the American media and Iraq. **Open Democracy**. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index> Acesso em: 28 de agosto de 2003

BERARDI, Franco. Transformar a guerra globalista em seção ativa da inteligência. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder et al (orgs). **Lugar Comum - Estudos de Mídia, Cultura e Democracia**. Números 15-16. Rio de Janeiro:UFRJ, 2001-2002.

BERNARDO, Gustavo. **Dossiê Vilém Flusser – O diabo irônico**. Disponível em: <<http://www.p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2568,1.shl>> Acesso em: 27/06/2005

BIERNATZKI, William E. **War and Media**. Communication Research Trends. Vol. 22, 2003. No. 03

BINDÉ, Jérôme. Em Busca da Agenda do Milênio. In: MENDES, Cândido (coord.); SOARES, Luiz Eduardo (ed.). **Pluralismo Cultural, Identidade e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

BLOOM, Harold. **The Western Canon: The Books and School of the Ages**. New York: Harcourt Brace & Company, 1994.

BODANSKY, Yossef. **Bin Laden – o homem que declarou guerra à América**. São Paulo: Ediouro, 2001.

BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA. **Fundação Cultural Palmares**. Disponível em:<www.palmares.gov.br> Acesso em: 25/10/2001.

BRAZILIAN PORTUGUESE. Disponível em:
 <http://www.gramaticaportuguesa.com/GLPshop/pt-br/pg_610.html> Acesso em:
 15/03/2005

BRETAS, Beatriz. **Interações Híbridas**. In: Congresso Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação-Compós, Recife, 2003.

BRITO, Geni. O jornalismo na literatura de cordel. **De Repente – revista de divulgação cultural da fundação nordestina do cordel**. Ano IX, no. 33, maio de 2003. Teresina-PI.

BUENO, Marina. Leituras de Veja – Dissertação analisa como a ‘Revista VEJA’ trata a questão do trabalho. **Observatório da Imprensa**. Disponível em:
 <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp080520026.htm>> Acesso em: 18/06/2002.

BUSH FOR DUMMIES. Disponível em: <www.bushfordummies.com> Acesso em: 30/05/2003

CALHOUN, Craig. Multiculturalismo e Nacionalismo, ou por que sentir-se em casa não substitui o Espaço Público. In: MENDES, Cândido (coord.); SOARES, Luiz Eduardo (ed.). **Pluralismo Cultural, Identidade e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

CAMPBELL, Richard. **Media and Culture – an introduction to mass communication**. Boston, New York: Bedford/St. Martin’s, 2000

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CHAMBERS, Iain. Migrancy, Culture, Identity. In: JENKINS, Keith (org.). **The Postmodern History Reader**. New York: Routledge, 1997.

CHOMSKY, Noam. **11 de Setembro**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CLEVELAND, William L. **A History of the Modern Middle East**. Colorado: Westview Press, 1999.

CMI BRASIL – CENTRO DE MÍDIA INDEPENDENTE. Disponível em:
 <<http://www.midiaindependente.org/en/blue/2002/05/25754.shtml>> Acesso em:
 02/02/2004.

COQUERY-VIDROVITCH, Catherine. O Postulado da Superioridade Branca e da Inferioridade Negra. In: FERRO, Marc (org.). **O Livro Negro do Colonialismo**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

COREY, Mary F. **The World Through a monocle – The New Yorker ad mid-century**. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

CORREIO BRASILIENSE. Brasília: Correio Braziliense, edição de 10/08/2003.

CORREIO WEB. Disponível em: < [http : // www. correioweb.com.br / cw / EDICAO_20020908 / sup_pen_080902_28.htm](http://www.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20020908/sup_pen_080902_28.htm)> Acesso em: 08/11/2002

COSTA, Pedro. **A Guerra contra o Terror em Literatura de Cordel**. Teresina: FUNCOR (Fundação Nordestina de Cordel), outubro de 2001.

_____. Entrevista concedida ao autor em 11/05/2003.

CROMMETT, Christopher. CNN: “**El la Guerra. Todos querian matar al mensajero**”. Disponível em: <www.comcult.blogger.com.br/cnn.htm> Acesso em 27 de agosto de 2003

CURRAN, James. ELSTEIN, David. Paradox of freedom on the media frontline. **Open Democracy**. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index> Acesso em: 15 de outubro de 2003.

D’ALESSIO, Lucrecia. Design/Re-sign. **Através**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

DÁVILA, Sérgio. **Nova York: antes e depois do atentado**. São Paulo: Geração Editorial, 2002.

DEBS, Sylvie. **Le Cordel; une expression littéraire em sursis? Le cas de la Maison d’édition Tutynanquim** (paper). In: Travaux du GERECE l’Éwop, 1997.

DE BARROS, Antônio Teixeira. Ecologia em Revistas: análise de conteúdo das revistas *Veja* e *Istoé* nas décadas de 1970 a 1990. In: **Ciberlegenda**, no. 4, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/teixeira1.htm>> Acesso em: 12/05/2005

DERRIDA, Jacques. **Positions**. Chicago: Chicago University Press, 1972.

DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald – comunicação de massa e colonialismo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

DORNELES, Vanderlei. *Veja* e a Razão Imperialista. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/gue260320038.htm>> Acesso em: 09/04/2003

DOS SANTOS, Roberto Elísio. **Novas abordagens para os quadrinhos de Heróis**. Disponível em: <<http://www.omelete.com.br/quadrinhos/artigos>> Acesso em: 18/7/2005.

EDITORA ABRIL. **Mulher-Maravilha: O Espírito da Verdade.** São Paulo, abril de 2002.

EISNER, Will. **Quadrinhos e Arte Seqüencial.** São Paulo: Martins Fontes, 1989.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais – uma versão latino-americana.**Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

ESTEVES, João Pissarra. Nova Ordem dos Media e Identidades Sociais. In: MALDONADO, Alberto Efendy et. al. (org.) . **Mídias e Processos Socioculturais.** São Leopoldo: Unisinos, 2000.

FANDY, Mamoun. Perceptions: where Al-Jazeera e Co. are coming from. **Washington Post.** Washington: Washington Post Company. March 30, 2003.

FANON, Franz. **Black Skin, White Masks.** New York: Grove, 1967.

FAUSTO NETO, Antônio. **Desmontagens de Sentidos – leituras de discursos midiáticos.** João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERGUSON, Niall. O Choque de Civilizações ou os Mulás Enlouqueceram: os Estados Unidos entre o império informal e o formal. In: TALBOTT, Strobe. CHANDA, Nyan (orgs). **A Era do Terror - o Mundo depois de 11 de setembro: reflexões e alertas para o futuro.** Rio de Janeiro:Campus, 2002

FERRO, Marc (org.). **O Livro Negro do Colonialismo.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

FINO, Carlos. **A Guerra ao Vivo.** São Paulo: Verbo, 2003.

FLUSSER, Vilém. **Dossiê Vilém Flusser – A história do Diabo.** Disponível em: <<http://www.p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2569,1.shl>> Acesso em: 27/06/2005

FOLHA DE SÃO PAULO. São Paulo: Folha de São Paulo, Ano 81, no. 26.513, 04/11/2001.

FOUCAULT, Michel. **The Archaeology of Knowledge.** London: Tavistock, 1972.

_____. **Power/Knowledge.** Brighton: Harvester, 1980.

FOX, Levi; ALTMAMN, Caroline; SUND, Gretchen. **Urban and Urbane: The New Yorker in the 1930s.** Disponível em:

<<http://xroads.virginia.edu/~UG02/NewYorker/newyokerhome.html>> Acesso em: 03/02/2004

FREITAS, Vânia. **O Mundo Abalado pela Tragédia da Guerra e do Terror**. Literatura de Cordel. Fortaleza, fevereiro de 2002.

FROSH, Paul. Bringing it all back home: 11 september and television as a small medium. **Open Democracy**. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp > Acesso em: 25 de abril de 2002.

FUKUYAMA, Francis. **O fim da história e o último homem**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992

GABEIRA, Fernando. **Sartre na atualidade**. Disponível em: <<http://www.geocities.com/Athens/Olympus/7979/atualid.htm>> Publicado em: 20/10/1997. Acesso em: 25/06/2005

GADDIS, John Lewis. E essa agora: lições da antiga era para a próxima. IN: TALBOTT, Strobe. CHANDA, Nyan (orgs). **A Era do Terror - o Mundo depois de 11 de setembro: reflexões e alertas para o futuro**. Rio de Janeiro:Campus, 2002

GALLIGARIS, Contardo. Análise: a face oculta do antiamericanismo. **Folha Online**. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u29277.shl> Acesso em: 16/09/2001

GARCIA-CANCLINI, Nestor. **Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro:UFRJ, 2001.

_____. **Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1998.

GAZZOTTI, Juliana. **Veja e os governos militares (68/85)** Disponível em: <<http://www.arqanalagoa.ufscar.br/pesquisas/gazzotti.htm>> Acesso em: 22 de maio de 2004

GEERTZ, Clifford. **The Interpretation of Cultures**. Nova York: Basic Books, 1973.

GETTLEMAN, Marvin; SCHAAR Stuart (orgs). **The Middle East and Islamic World Reader**. New York: Grove Press, 2003.

GHOSH, Amitav. The Anglophile Empire – can occupation ever work? **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 07/04/2003. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

GITLIN, Todd. O antiamericanismo tende a se dissipar no mundo depois dos atentados de 11 de setembro? **Revista Veja**. São Paulo: Editora Abril, Edição 1732, 26/12/2001.

GRAY, John. **Al-Qaeda e o que significa ser moderno**. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2004.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade Pessoal**. Oeiras: Celta editora, 1997.

GLOBO, O. Rio de Janeiro: Agência O Globo, edição de 13/10/2001.

GOUREVITCH, Philip. Waging Peace - The perils of winning war alone. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 10/03/2003. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

GRAWITZ, Madeleine. **Méthodes des Sciences Sociales**. Paris: Editions Dallonz, 1993.

GUIMARÃES, Edgard. **Integração Texto/Imagem na História em Quadrinhos** (paper). Congresso da Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação-Intercom: Belo Horizonte, 2003.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart. Que Negro é esse na cultura popular negra? **Lugar Comum – estudos de mídia, cultura e democracia** (números 13 e 14). Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Dp&A Editora, 2002.

_____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org). **Identidade e Diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000

_____. **Da Diáspora – Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. **Representation – cultural representations and signifying practices**. London: The Open University, 1997.

HAMMOND, Andrew. **Pop Culture Arab World – media, arts, and lifestyle**. Santa Barbara: ABC Clio, 2005.

HARDT, Michael. O hibridismo do império. **Lugar Comum – estudos de mídia, cultura e democracia** (número 01). Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. O 18 de Brumário de Bush. **Jornal Folha de São Paulo**. São Paulo: Agência Folha, edição de 19 de março de 2003.

_____. **O 'Império': uma nova teoria para a esquerda?** Disponível em: <<http://www.cidadefutura.com.br/cepat/2002-05/p11.html>> Acesso em: 27/08/2003.

HARDT, Michael; Antonio Negri. **Empire**. Cambridge, Massachussets: Havard University Press, 2000.

HELD, David. McGREW, Anthony. **Prós e Contras da Globalização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

HERNANDES, Nilton. A revista Veja e o discurso do emprego na globalização – Uma análise semiótica (dissertação de mestrado). **São Paulo: Universidade de São Paulo, 2001**.

HERSH, Seymour. The Iraq Hawks – can their plan work? **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 24/12/2001. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

HERTZBERG, Hendrik. On to Iraq? – the waging of war against Iraq. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 12/08/2002 . Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

HOBSBAWN, Eric. **A Era dos Extremos: o breve século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOMER, Clémence Delannoy. CASTRO, Mauro. Efeito Colateral: um novo herói surge na linguagem publicitária pós-11 de setembro. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **A incompreensão das diferenças: 11 de setembro em Nova York**. Brasília: IESB, 2002.

HOURANI, Albert. **Uma história dos povos árabes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

HUNTINGTON, Samuel. **The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order**. New York: Touchstone, 1997.

IMIRANTE.COM. Disponível em: <<http://www.imirante.globo.com>> Acesso em: 15/03/2003

ISTA - INSTITUTO SÃO TOMÁS DE AQUINO. **Estereótipo**. Disponível em: <<http://www.triplov.com/ista/>> Acesso em : 13/12/2004.

JACQUES, Francis. *Barbárie e Civilização na Era do Pluralismo*. In: ROSENFELD, Denis; MATTÉI, Jean-François. **O Terror**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

JAMESON, Frederic. *Reification and Utopia in Mass Culture*. **Social Text**, 1979.

JOHNSTON, Jennifer. **Minha Opinião** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <gsaid@uol.com.br> em 24/03/2003.

JC ONLINE. Disponível em: <www2.uol.com.Br/JC/_2002/0701/zin0701.htm> Acesso em: 07/01/2002

JORNAL DE POESIA. Disponível em: <www.secrel.com.Br/jpoesia/1fneuma.html> Acesso em: 11/07/2003.

JOVANILDO FREITAS. **Guerra no Iraque**. Literatura de Cordel. Fortaleza, Março de 2003.

KAUFMANN, Pierre (ed.). **Dicionário Enciclopédico de Psicanálise – o legado de Freud e Lacan**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

KAZANTZAKIS, Nikos. **Testamento para el Greco**. Rio de Janeiro: Artenova, 1975.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

_____. **Theorizing September 11: Social Theory, History and Democracy**. Disponível em: <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner.html> Acesso em: 16/06/2003

KHOURY-MACHOOL, Makram. *Losing the battle for Arab hearts and minds*. **Open Democracy**. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp > Acesso em: 02 de maio de 2003

KINNELL, Galway. *When the Towers Felt*. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 16/09/2001.

KLEIN, Joe. *Closework – what military needs to know*. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 01/10/2001. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

KUJAWSKI, Gilberto de Mello. **O Ocidente e sua Sombra**. Brasília: Letrativa, 2002.

KUPER, Adam. **Cultura – a visão dos antropólogos**. São Paulo: Edusc, 2002.

KURZ, Robert. O ímpeto suicida do Capitalismo. CEPAT (Centro de Pesquisa e Apoio aos Trabalhadores). **O Mundo depois de 11 de setembro - a urgência de um novo contrato mundial e social**. N. 77. Curitiba: CEPAT, 2001

LAZARE, Daniel. The New Yorker Goes to War. **The Nation**. USA, 19 de maio de 2003

LAWRENCE, Bruce. **Messages to the World – the statements of Osama Bin Laden**. London/New York: Verso, 2005.

LEE, Judith Yaross. **Defining New Yorker Humor**. Jackson: University Press of Mississippi, 2000.

LEE ANDERSON, Jon. **El Silencio Hace Daño – narración periodística de historias de guerra**. Disponível em: <http://www.fnpi.org/biblioteca/relatorias/elsilencio/0.asp> Acesso em 27/08/2003.

LEMANN, Nicholas. Less than Zero – why september 11th was good for Republican's budget. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 10/12/2001. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

_____. The Next World Order – the Bush Administration may have a brand-new doctrine of power. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 01/04/2002. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

_____. The War on What? – the White House and the debate on whom to fight next. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 16/09/2002. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

LEWIS, Bernard. O Futuro do Islã. **Revista Veja**. São Paulo: Editora Abril, Edição 1796, 02/04/2003.

LIMA, Marco Antônio Pires. O mito e o potencial das fantasias cômicas sobre o 11 de setembro. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **A incompreensão das diferenças: 11 de setembro em Nova York**. Brasília: IESB, 2002.

LOPES, André. **Guerra Santa nos quadrinhos**. Disponível em: http://www.universohq.com/quadrinhos/guerra_santa.cfm Acesso em: 05/08/2003

LUKES, Steven. The new supermen. **Open Democracy**. Disponível em: http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp Acesso em: 11 de setembro de 2003.

LUYTEN, Joseph M. (org) **Um Século de Literatura de Cordel – bibliografia especializada sobre literatura popular em verso**. São Paulo: Nosso Studio Gráfico, 2001.

MAGALHÃES, Laerte. **Veja, Istoé, Leia – produção e disputas de sentido na mídia**. Teresina: Edufpi, 2003.

MARK SINGER. Home is Here - America's largest community in the aftermath of September 11th. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 15/10/2001. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

MARQUES, Cláudio Faria. Histórias em Quadrinhos de Super-heróis. **Anuário Intercom de Iniciação Científica**. São Paulo: Intercom, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **De los medios a las mediaciones – comunicación, cultura y hegemonia**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A, 1987

_____. Modernidade, Pós-Modernidade, Modernidades – discursos sobre a crise e a diferença. **Intercom – Revista Brasileira de Comunicação**, vol. XVIII. São Paulo: Intercom, 1995.

_____. Comunicação plural: alteridade e sociabilidade. In: **Comunicação e Educação**, n.09. São Paulo: Moderna, 1997.

_____. **Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura – itinerário para salir de la razón dualista**. México: ediciones G. Gili, 1998.

MARVEL COMICS 2002. **Conheça o Novo Capitão América**. Rio de Janeiro: Panini Comics, número 09, setembro de 2002.

_____. **Homem-Aranha: em memória da tragédia de 11 de setembro**. Rio de Janeiro: Panini Comics, setembro de 2002.

MATTELART, Armand. **História da Utopia Planetária – da cidade profética à sociedade global**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MAZURSKY, Janus. **Antiamericanismo, uma outra visão**. Disponível em: <<http://www.duplipensar.net>> Acesso em: 21/06/2003.

MCLOUD, Scott. **O que eles pensam e o que disseram!** Disponível em: <<http://www.geocities.com/SoHo/5537/quotes2.htm>> Acesso em: 14/07/2003.

MECCA-COLA. Disponível em: <<http://www.mecca-cola.com>> Acesso em: 15/03/2003.

MENAND, Louis. **Faith, Hope and Clarity – September 11th and the american soul.** The New Yorker. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 16/09/2002.

MENDES, Cândido (coord.); SOARES, Luiz Eduardo (ed.). **Pluralismo Cultural, Identidade e Globalização.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

MENEZES, Eduardo Diatahy. **Das classificações Temáticas da Literatura de Cordel: uma querela inútil.** Disponível em: <<http://www.secrel.com.br/jpoesia/msodrec01.html>> Acesso em: 11 de julho de 2003

MINOW, Newton. Mass media can battle mass destruction. **USA Today.** Disponível em: <www.USATODAY.com - mass media can battle mass destruction.htm> Acesso em: 19/03/2002

MORA, Martín. La Teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici. In: **Athenea Digital** – no. 2, outono de 2002. Disponível em: <<http://antalya.uab.es/athenea/num2/mora.pdf>> Acesso em: 25 de abril de 2003.

MORIN, Edgar. Contra o Terror só existe a sabedoria. In: CEPAT (Centro de Pesquisa e Apoio aos Trabalhadores). **A Sociedade Pós-secular - religião e razão moderna depois de 11 de setembro.** Curitiba: CEPAT, 2001

_____. **Introdução ao pensamento complexo.** 2. ed. Lisboa: instituto Piaget, 2001. P. 83-113.

MOUFFE, Chantal. Identidade Democrática e Política Pluralista. In: MENDES, Cândido (coord.); SOARES, Luiz Eduardo (ed.). **Pluralismo Cultural, Identidade e Globalização.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

MSN BRASIL. Disponível em: <www.MSN.Brasil.Reuters.saddamboneco.htm> Acesso em: 30/06/2004

NAHDI, Fuad. Doublespeak: Islam and the media. **Open Democracy.** Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp> Acesso em: 03 de abril de 2003.

NAIRN, Tom. Just another country. **Open Democracy.** Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp> Acesso em: 11 de setembro de 2003.

NEW YORK TIMES. New York: New York Times Company, Edição de 19/11/2001.

OLIVEIRA, Márcio S. B. S. de. Representações sociais e sociedades: a contribuição de Serge Moscovici. **Revista brasileira de Ciências. Sociais**, Jun. 2004, vol.19, no.55, p.180-186. ISSN 0102-6909.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em
<<http://www.estadao.com.br/ext/especiais/forum/wtc/index1a.htm>> Acesso em:
11/09/2001

OPEN DEMOCRACY. Disponível em:
<http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp> Acesso em
18/04/2003

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAZ, Josi. Queda no Olimpo: a cobertura de 11 de setembro na revista Caras. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.) **A incompreensão das diferenças: 11 de setembro em Nova York**.. Brasília: IESB, 2002.

PEREIRA, Carlos Alberto M. **Televisão e Cultura no Brasil na virada do século** (paper). Rio de Janeiro, 2001.

POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**, 2. Rio de Janeiro, 1989.

POLITICAL HUMOR. Disponível em:
<<http://politicalhumor.about.com/library/images>> Acesso em : 22/02/2003

PRESTON, Richard. The Demon in the Freezer. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 01/10/2001. Disponível em
<www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

PRIMEIRA GUERRA DO SÉCULO: fórum dos leitores do Estadão. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/ext/especiais/forum/wtc/index1a.htm>> Acesso em: 11/09/2002.

QUEIROZ, Teresinha. A cultura Brasileira no Limiar do Século XXI. In: BRASIL, Assis et al. **O Brasil no limiar do novo milênio**. Teresina: APL, 2001.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

REMNICK, David. Us and Them - On the promise of war, and the risks of going it alone. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 23/09/2002. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

ROBINSON, Francis. BROWN, Peter. **O Mundo Islamita – Esplendor de uma Fé**. Madri: Edições Del Prado, 1996.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

ROSENFELD, Kathrin H. Édipo, Bin Laden e os engodos do reconhecimento. In: ROSENFELD, Denis; MATTÉI, Jean-François. **O Terror**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

RUSHDIE, Salman. **Imaginary Homelands**. London: Granta, 1991

SACCO, Joe. **Palestina – na faixa de Gaza**. São Paulo: Conrad editora do Brasil, 2003.

SAID, Edward. **Orientalismo – o Oriente como invenção do Ocidente**. São Paulo: 1990

_____. O Orientalismo reconsiderado. In: SAID, Edward. **Reflexões sobre o exílio e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. O choque de definições (sobre Samuel Huntington). In: SAID, Edward. **Reflexões sobre o exílio e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SAHLINS, Marshall. **Historical Metaphors and Mythical Realities: Structure in the Early History of the Sandwich Islands**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1981.

SANTOS, José Alberto dos. In: FINO, Carlos. **A Guerra ao Vivo**. São Paulo: Verbo, 2003.

SCHINE, Cathleen. The ‘Holy Ground’ – the early history of the World Trade Center site. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 16/09/2002.

SCHNAPPER, Dominique. Os jovens muçulmanos da Europa podem se integrar à vida local? **Revista Veja**. São Paulo: Editora Abril, Edição 1732, 26/12/2001.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e Diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

SINGER, Maxine. Desafiando a Ciência: como mobilizar a engenhosidade americana. In: TALBOTT, Strobe. CHANDA, Nyan (orgs). **A Era do Terror - o Mundo depois de 11 de setembro: reflexões e alertas para o futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 2002

SNOW, Jon. **A interview with Jon Snow**. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/media_and_the_net/index.jsp> Acesso em: 22 de novembro de 2003.

SOARES, Luiz Eduardo. Globalização como Deslocamento de Relações Intraculturais. In: MENDES, Cândido (coord.); SOARES, Luiz Eduardo (ed.). **Pluralismo Cultural, Identidade e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SODRÉ, Muniz. **Zé Limeira, a alucinação rústica da linguagem**. Disponível em: <<http://www.secrel.com.br/jpoesia/msodrec01.html>> Acesso em: 11 de julho de 2003

SOTEROS-McNAMARA, Thomas. **'Monocle' leafs through history of The New Yorker Books: UCLA lecturer discusses demographics, rise, descent of magazine**. Disponível em: <www.ae.monocle.htm>. Acesso em 20 de maio de 2004

SOUZA, Nano. **Capitão América: herói ou vilão (Parte 1)**. Disponível em: <www.universohq.com/quadrinhos/2003/capitao_american2.cfm> Acesso em 12/02/2004.

STALLYBRASS, P. WHITE, A. **The Politics and Poetics of Transgression**. Londres: Methuen, 1986.

STEVENSON, Nick. **Culturas Mediáticas – Teoria Social y Comunicación Masiva**. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1998.

STEWART, James. The Real Heroes are Dead – a love story. **The New Yorker**. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 11/02/2002. Disponível em <www.newyorker.com> Acesso em: 04/06/2003.

STRICKLIN, Michael. **Implicações do Sistema Binário de Informação Global** (paper). Teresina: 1999, 12 páginas.

STROBE, Talbott, NAYAN, Chanda. **A Era do Terror - o Mundo depois de 11 de setembro: reflexões e alertas para o futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

TERRORIST JOE-KS. Disponível em: <www.joe-ks.com/terrorists.htm> Acesso em: 10/04/2003.

THE NEW YORKER. New York: Advance Magazine Publishers Inc. Edição de 09/16/2002.

_____. Disponível em: <www.newyorker.com>. Acesso em: 22/08/2002.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS. Disponível em: <<http://www.arqanalagoa.ufscar.br/pesquisas/gazzotti.htm>> Acesso em: 22/09/2003.

UNIVERSITY OF VIRGINIA. Disponível em: <<http://xroads.virginia.edu/~ug02/NewYorker/newyorkerhome.html>> Acesso em: 20/03/2002.

UNIVERSO HQ. Disponível em: <www.universohq.com> Acesso em: 05/08/03

USA TODAY. McLean-USA: Gannett Co. Inc., edição de 19/03/2002.

VEJA. São Paulo: Editora Abril, Edição 1718, 19/09/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1719, 26/09/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1720, 03/10/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1722, 17/10/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1723, 24/10/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1726, 14/11/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1727, 21/11/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1730, 12/12/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1732, 26/12/2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1746, 10/04/2002.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1747, 17/04/2002.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1768, 11/09/2002.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1773, 16/10/2002.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1781, 11/12/2002.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1783, 25/12/2002.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1784, 08/01/2003.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1792, 05/03/2003.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1795, 26/03/2003.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1796, 02/04/2003.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1798, 16/04/2003.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1829, 19/11/2003.

_____. São Paulo: Editora Abril, Edição 1907, 01/06/2005.

VELHO, Otávio. Globalização: Objeto, Perspectiva, Horizonte. In: MENDES, Cândido (coord.); SOARES, Luiz Eduardo (ed.). **Pluralismo Cultural, Identidade e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

VERGUEIRO, Valdomiro. **As Histórias em Quadrinhos e seus gêneros - Parte 1**. Disponível em: <<http://www.omelete.com.br/quadrinhos/artigos>> Acesso em: 29/04/2003.

_____. **As Histórias em Quadrinhos e seus gêneros - Parte 6**. Disponível em: <<http://www.omelete.com.br/quadrinhos/artigos>> Acesso em: 29/04/2003.

VERON, Eliseo. Mediatización de lo político – estratégias, actores y construcción de los colectivos. In: GAUTHIER, Gilles et alli. **Comunicación y política**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1998

VIEIRA, Guaipuan. **Monstro Americano Destrói Inocentes no Iraque**. Literatura de Cordel. Fortaleza, 20/03/2003.

VIOLA, Eduardo; LEIS, Héctor Ricardo. Os Dilemas Civilizatórios da Globalização frente ao Terrorismo Fundamentalista. In: ROSENFELD, Denis; MATTÉI, Jean-François. **O Terror**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

WIKIPÉDIA – A ENCICLOPÉDIA LIVRE. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki>> Acesso em 22/12/2003.

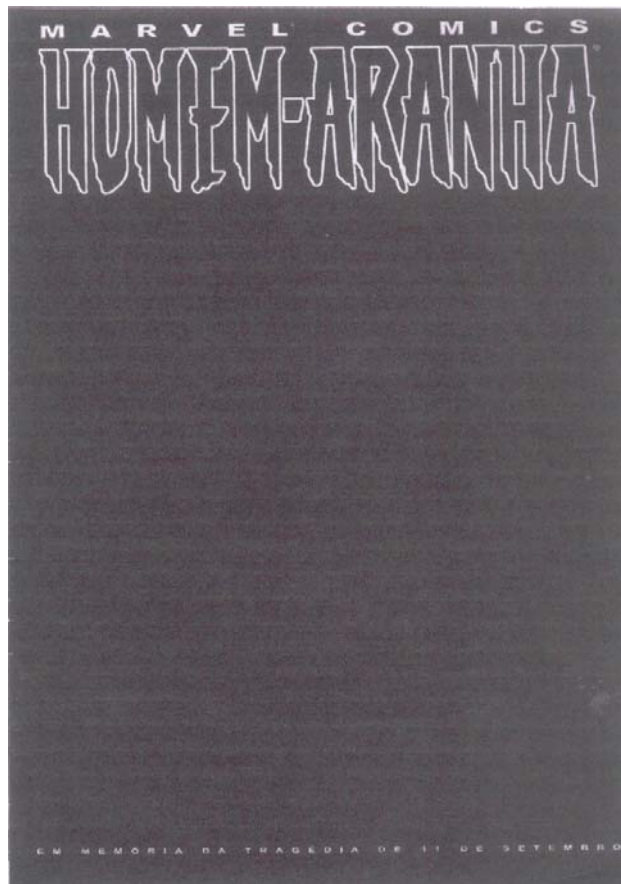
YOUNG, Robert. White Mythologies: writing History and the West. In: JENKINS, Keith (org). **The Postmodern History Reader**. New York: Routledge, 1997.

ZAKARIA, Fareed. El Antiamericanismo. **Foreign Policy**. Disponível em: <http://fp-es.org/oct_nov_2004/story_5_15.asp> Acesso em: 02/11/2004

ZIZEK, Slavoj. **Bem-Vindo ao Deserto do Real – cinco ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas**. São Paulo: Boitempo editorial, 2003.

Anexo A

Em memória da tragédia de 11 de setembro
(capa da revista Homem-Aranha).



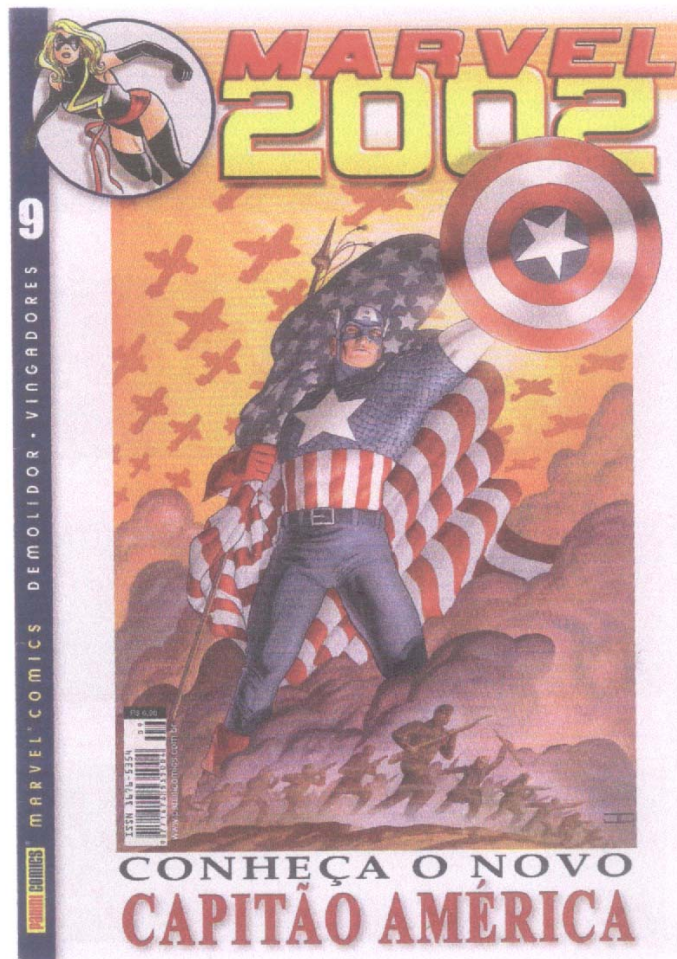
Anexo B

Impotente, o herói assiste ao desmoronar das torres
(trecho da revista do Homem-Aranha).



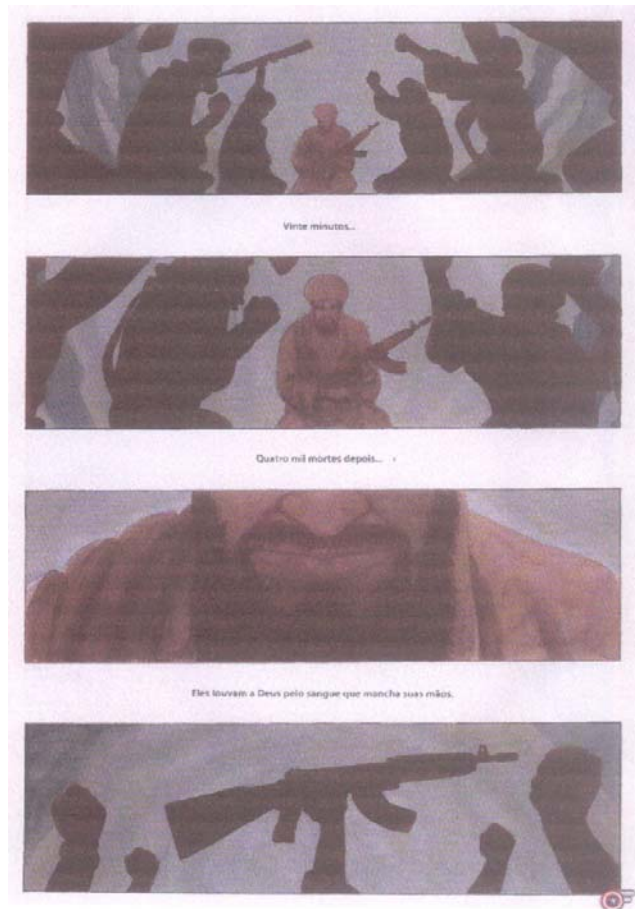
Anexo C

O retorno do herói
(capa da revista do Capitão América).



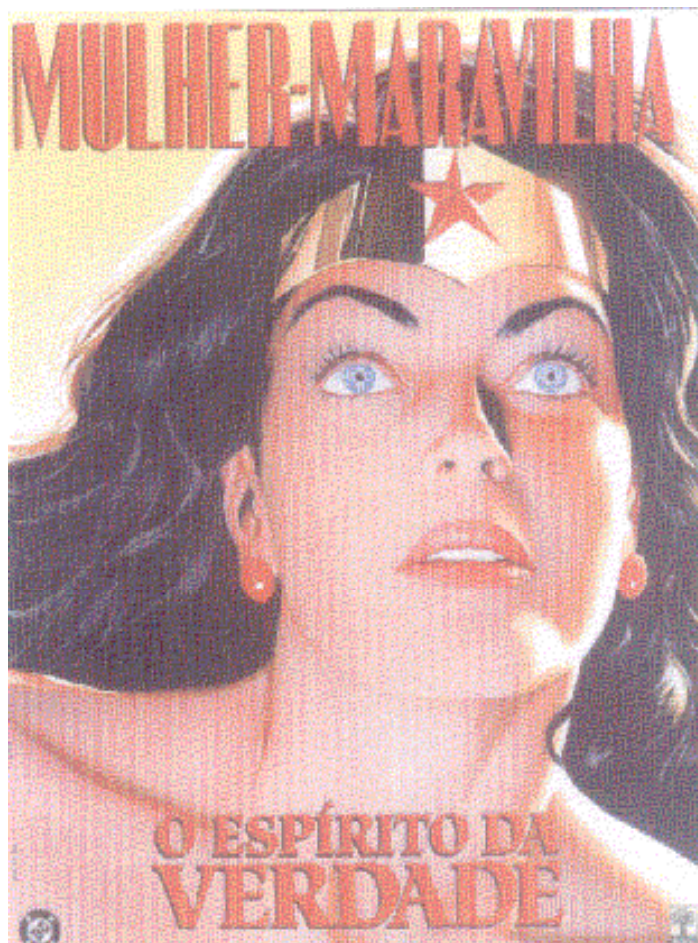
Anexo D

Terroristas comemoram o sucesso do atentado
(trecho da revista do Capitão América).



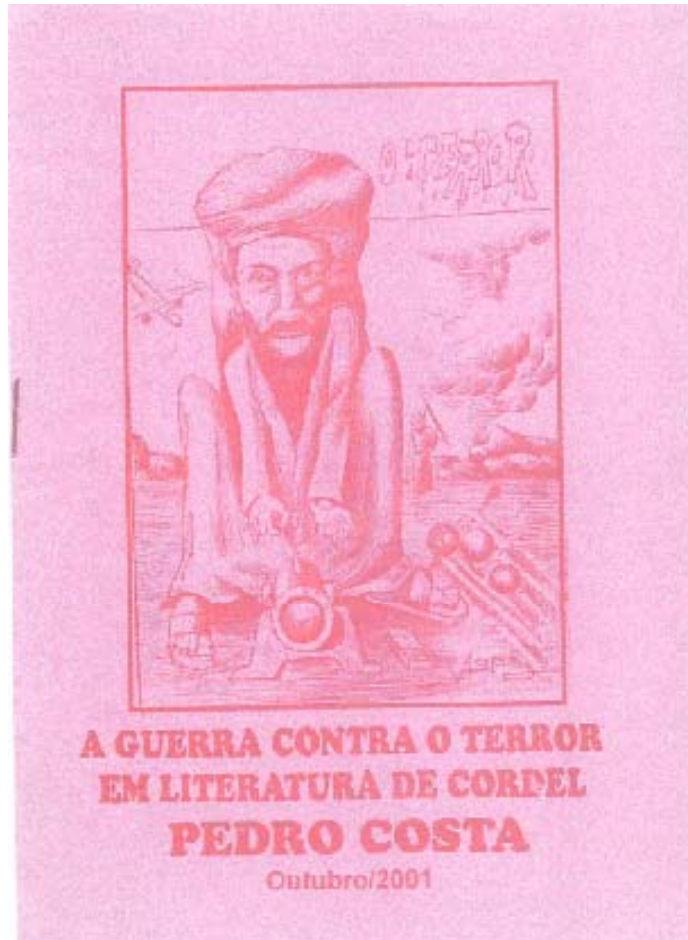
Anexo E

A verdade assusta
(capa da revista da Mulher-Maravilha).



Anexo F

Capa do Cordel de Pedro Costa



Anexo G

Capa do Cordel de Vânia Freitas



Anexo H

Capa do Cordel de Guaipuan Vieira



Anexo I

Capa do Cordel de Jovanildo Freitas



Anexo J

O embaixador talibã se declara culpado
(quadrinho da revista do Homem-Aranha).



Anexo K

Uma heroína incompreendida
(trecho da revista da Mulher-Maravilha).



Anexo L

Heróis participam do resgate às vítimas do atentado
(trecho da revista do Homem-Aranha).



Anexo M

O bombeiro, o herói de verdade
(fotografia publicada pela revista *Veja*, edição 1768, p. 50-51).

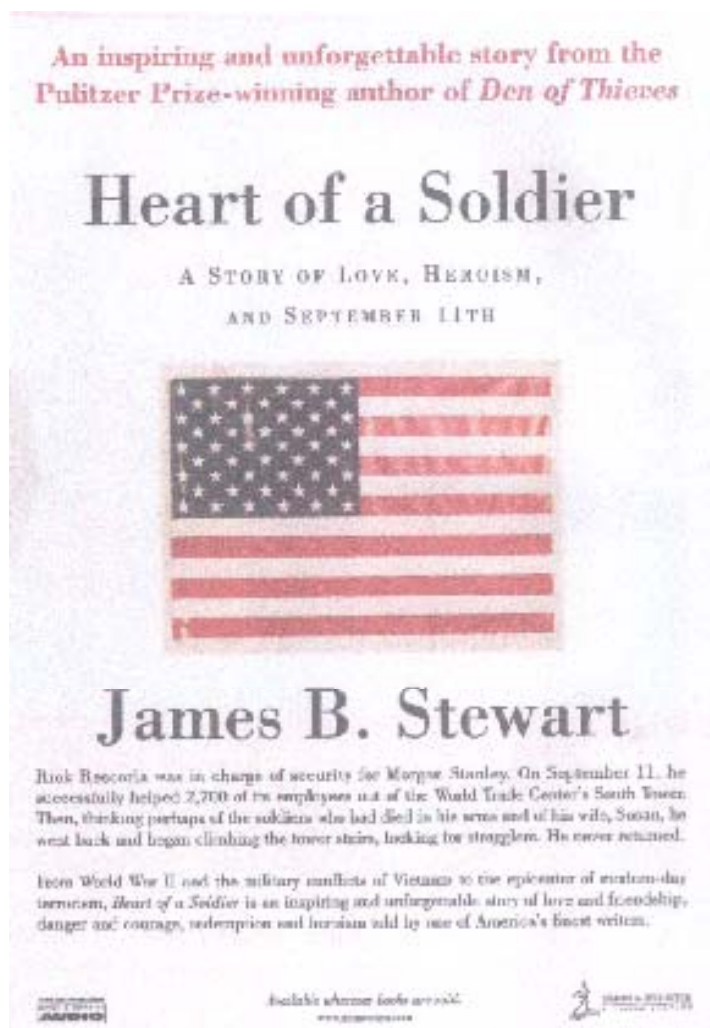


"Achei 50 corpos, aos pedaços".

Anexo N

“Coração de um Soldado”

(contra-capa da revista *The New Yorker*, de 16/09/2002).



Anexo O

“Por que o Islã não sente remorso?”

(fotografia de matéria publicada pela Revista *Veja*, edição 1768, p. 56-57).



Guerra Santa - Militantes de partido islâmico paquistanês manifestam apoio a Osama bin Laden nas ruas de Karachi: dificuldades de conviver com a tolerância religiosa.

Anexo P

“Clone of the Attack.”

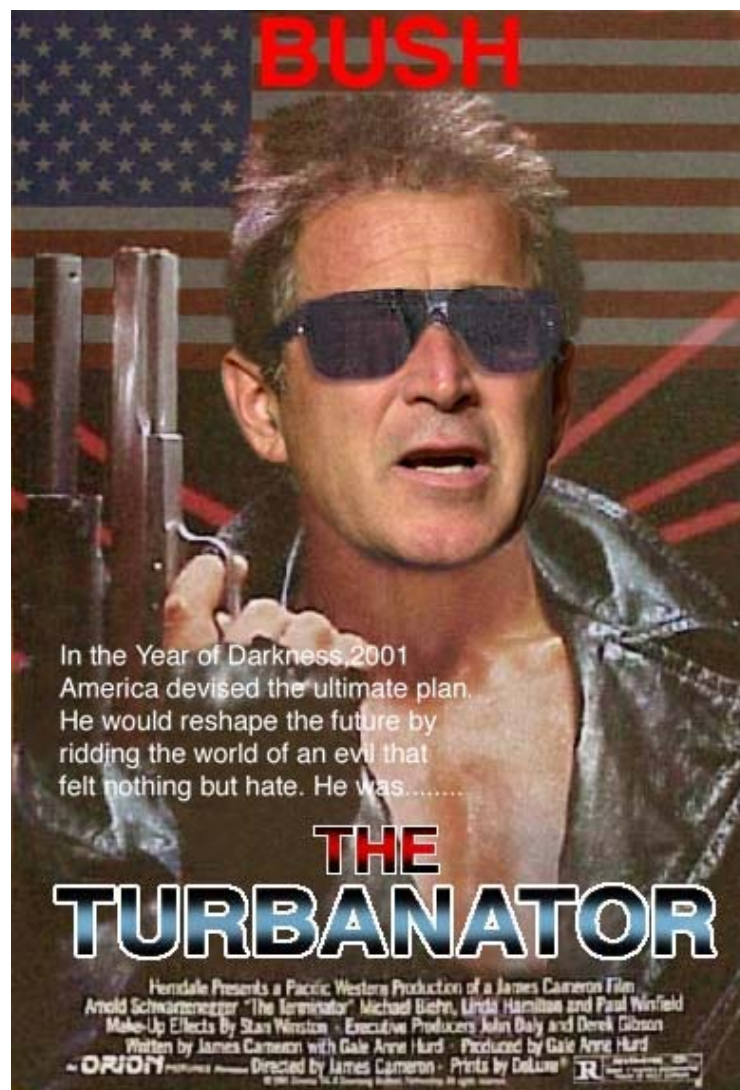
(cartaz de filme publicado no *site Political Humor*)



Anexo Q

“The Turbanator”

(cartaz de filme publicado no *site Political Humor*)



Anexo R

Bush islâmico

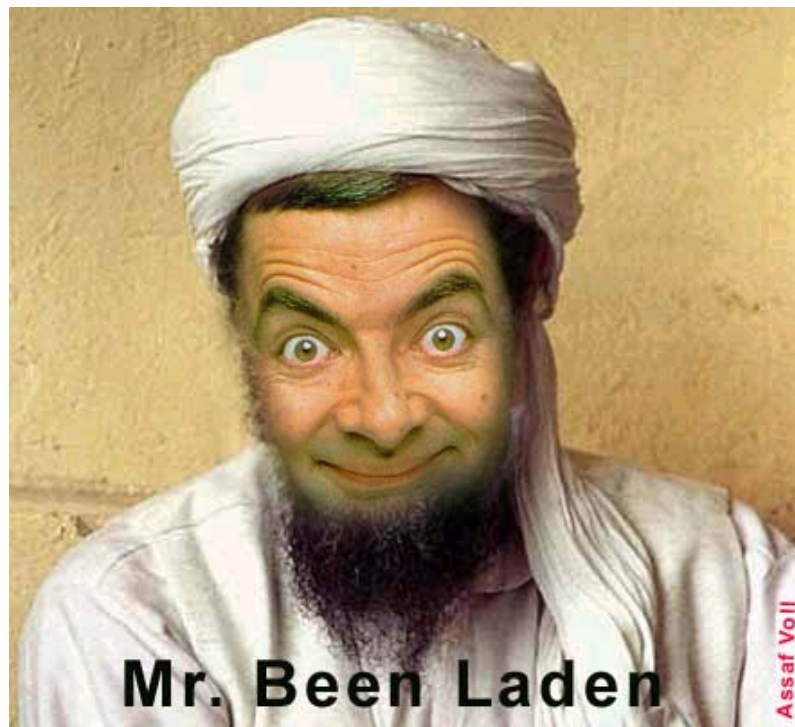
(foto-montagem disponibilizada no *site Bush for Dummies*
e publicada pela revista *Veja*, edição 1720, p. 112).



Anexo S

“Mr. Been Laden”.

(foto-montagem publicada no *site Political Humor*)



Anexo T

“Ben Leadin”.

(foto-montagem publicada no site *Political Humor*)

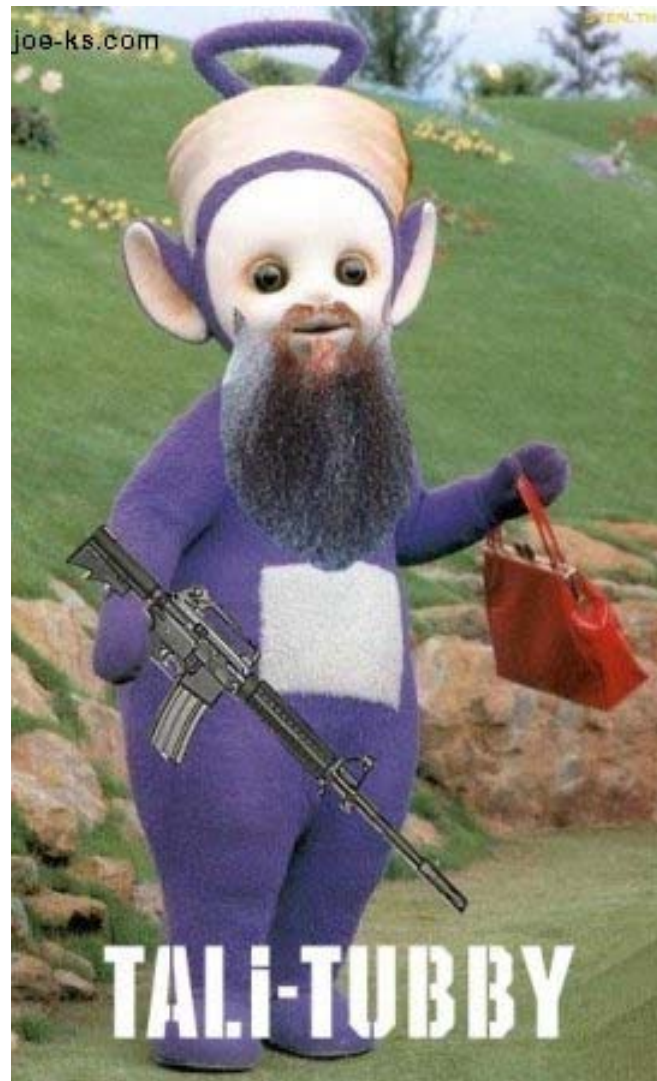


Anexo U

“Tali-Tubby”

(foto-montagem disponibilizada no site

<www.joe-ks.com/terrorists.htm>)



Anexo V

“O Che Guevara do Islã”

(fotografia de matéria publicada pela revista *Veja*, edição 1719, p. 60-61).



Anexo W

“Beijos e Bombas”

(fotografia de matéria publicada pela revista *Veja*, edição 1798, p. 52-53).



Paz do Pentágono - o gesto de agradecimento do menino iraquiano.

Anexo X

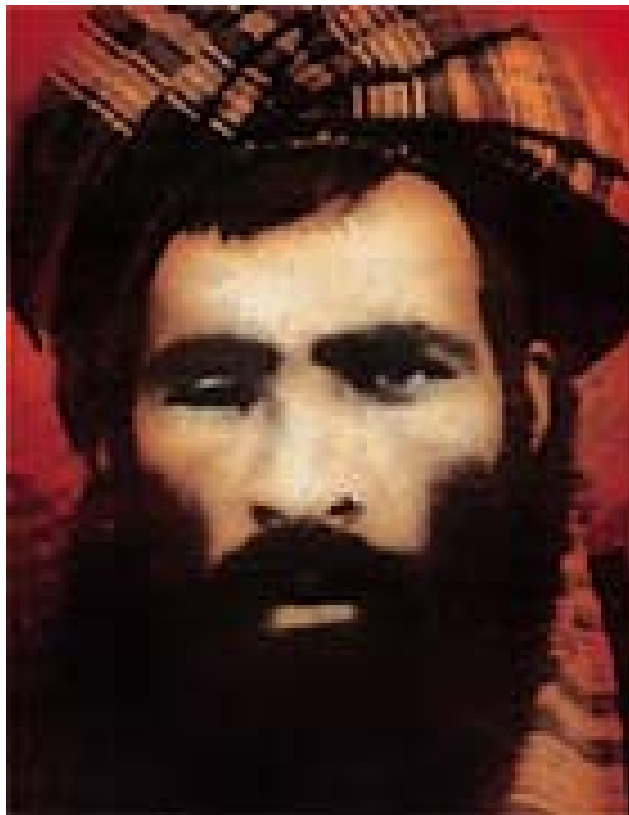
A face do diabo no *World Trade Center*
(imagem retirada de vídeo divulgado na internet).



Anexo Y

“O Mulá Bibi Fonfom”

(fotografia de matéria publicada pela revista *Veja*, edição 1722, p. 60 e 61).

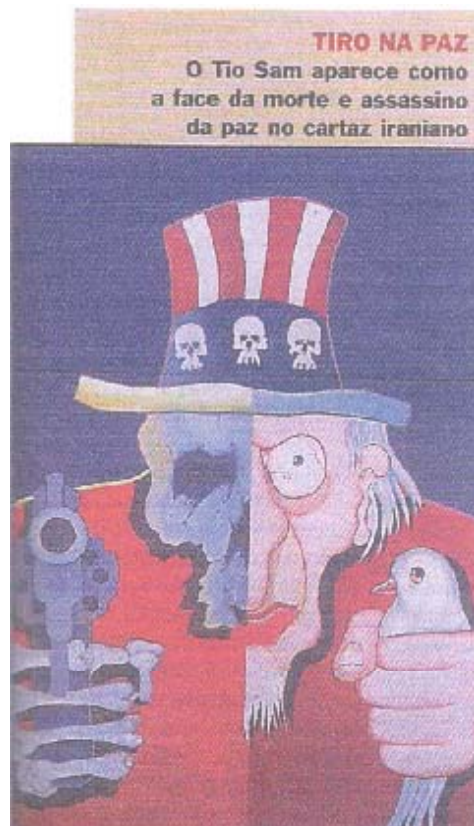


PRÍNCIPE DAS TREVAS - O mulá Mohamed Omar (...) tem visões que o mandam proibir coisas como música e pipas. Sob suas ordens, o Afeganistão adotou a lei do olho por olho.

Anexo Z

Tio Sam é a morte

(cartaz publicado pela revista *Veja*, edição 1720, p. 61).



Anexo AA

“Vírus Anti-EUA”

(capa da Revista *Veja*, edição 1720).



Anexo BB

O Mensageiro do Mal
(capa da revista *Veja*, edição 1722).



Anexo CC

Bandeiras e Estátuas
(capa da Revista *Veja*, edição 1798).



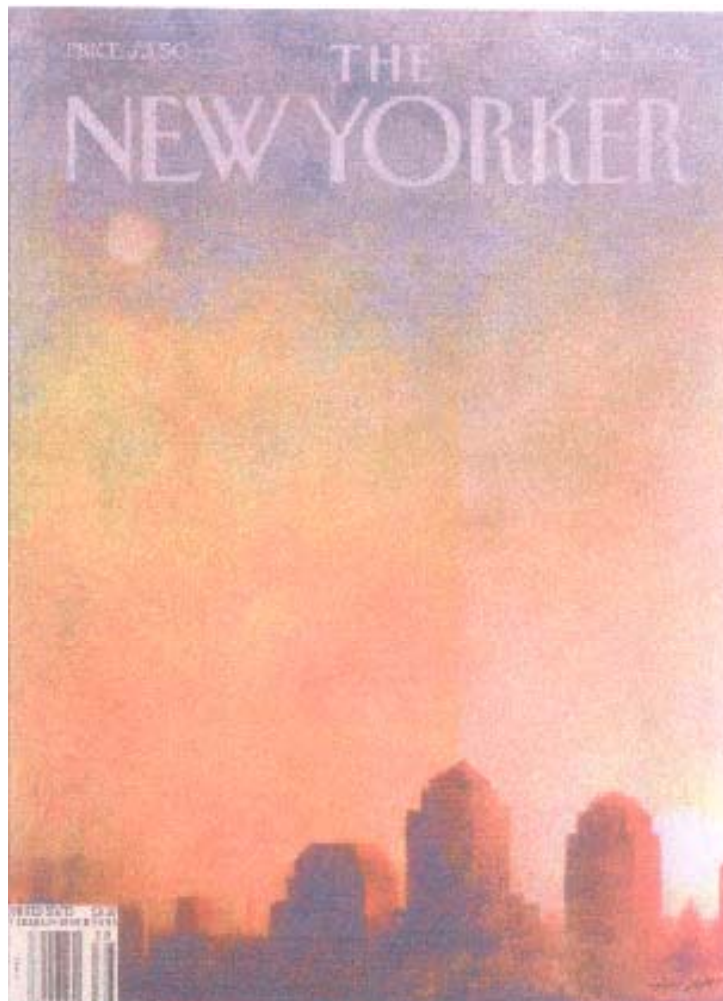
Anexo DD

A bandeira na forma das Torres.
(capa da edição especial 1768, de *Veja*)



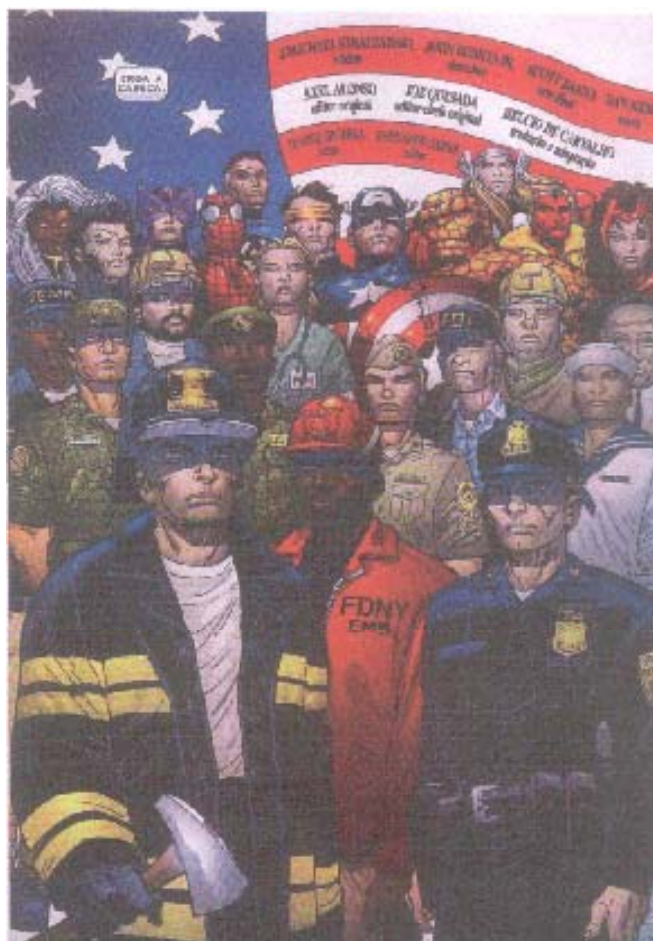
Anexo EE

Dois astros, dois mundos
(capa da revista *The New Yorker*, de 16/09/2002).



Anexo FF

O 'melting pot' da cultura americana
(última página da revista do Homem-Aranha).



Anexo GG

“Para entender a complexidade do gênero humano”
(publicidade da empresa Benneton publicada na revista *The New Yorker*).



Anexo HH

Estátua da Liberdade coberta com xador.
(foto-montagem publicada por *Veja*, edição 1720, p. 112,
e disponibilizada no *site Bush for Dummies*)



Anexo II

“Lula vai a César”.
(capa da revista *Veja*, edição 1781).



Anexo LL

Nova York recolonizada

(foto-montagem publicada pela revista *Veja*, edição 1720, p. 112,
e disponibilizada na internet).

