

REFERENCIAÇÃO NO DISCURSO DA MÍDIA: A REPRESENTAÇÃO DE IDENTIDADES SOCIAIS CARNAVALIZADAS NO UNIVERSO DA CULTURA POPULAR

REFERENCE IN THE MEDIA SPEECH: THE REPRESENTATION OF CARNIVALIZED SOCIAL IDENTITIES IN THE UNIVERSE OF POPULAR CULTURE

Jorge França de Farias Jr⁶⁹

RESUMO: Neste estudo procurarei mostrar por meio dos processos de *referenciação* a ocorrência da legitimação de estereótipos na representação do discurso da carnavalização que constrói a identidade do Outro, especificamente, aqui, a partir das praticas discursivas midiáticas ao representarem o discurso da cultura popular. Pretendo observar o percurso que a linguagem segue, não somente considerando o texto escrito, mas também os aspectos não verbais que compõem um texto, por estes últimos significarem ou, melhor dizendo, reforçarem o sentido da mensagem de modo mais perceptível no texto como um todo. Assim, partindo do sentido de produção de um discurso, pretendo mostrar que a identidade carnavalizada se estabelece, ou melhor, emerge em uma constante transformação dialógica. Essa relação será analisada por meio da linguagem empregada na produção do universo discursivo ao ser constituído pelo processo de *referenciação*.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Popular; Identidade; Mídia; Referenciação.

ABSTRACT: In this study I will try to show through the referencing processes the occurrence of stereotypes legitimation in the representation of the carnivalization discourse that builds the identity of the Other, specifically, here, from the media discursive practices when representing the discourse of popular culture. I intend to observe the path that the language follows, not only considering the written text, but also the non-verbal aspects that compose a text, because the latter mean or, better saying, reinforce the meaning of the message in a more noticeable way in the text as a whole. Thus, starting from the sense of production of a discourse, I intend to show that the carnivalized identity is established, or rather, emerges in a constant dialogical transformation. This relationship will be analyzed through the language used in the production of the discursive universe when it is constituted by the referencing process.

KEYWORDS: Popular Culture; Identity; Media; Referencing.

INTRODUÇÃO

Este estudo discute a questão de como se estabelece a categoria de *referenciação* para a construção de identidades carnavalizadas na produção da prática discursiva midiática. Para tanto, pretendo desenvolver um estudo que teoricamente focaliza sua atenção na perspectiva do âmbito da linguística textual e da análise do discurso, sem deixar de considerar aspectos discursivos

⁶⁹ Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR) – jorge_jr_99@yahoo.com

em seu sentido pleno, como quando se faz presente, ao se estudar um tipo de identidade. Considero o texto escrito, mas também os aspectos não verbais que compõem um texto, por estes últimos significarem ou, melhor dizendo, reforçarem o sentido da mensagem de modo mais perceptível no texto como um todo. Por um lado, parto do sentido de produção de um discurso como ao deixar emergir a (co) construção de identidades em uma constante transformação dialógica. Esse processo de dialogia é analisado por meio da linguagem empregada na produção do universo discursivo ao ser constituído pelo processo de *referenciação*. Por outro lado, procuro entender o conceito de mídia como mediadora da alteridade que um discurso estabelece ao criar uma identificação ou não com o sujeito para quem é direcionado. A hipótese é estabelecida a partir da ideia de que o discurso da mídia, como expressão de uma identidade, emerge através de dois tipos de informação, a saber: (i) a informação verbal sob a forma linguística da referenciação; e (ii) a informação visual que pode ser complementar na constituição de sua significação. Esses dois tipos de informação são partes dialógicas da representação e mediação que, por sua vez, contribuem para o conceito de discurso. Desta maneira, assumo o ponto de vista de Hall (2002, p. 48) que diz que a identidade não é algo inato, é imaginário e formado e transformado no interior da representação dos discursos. A metodologia seguiu os seguintes passos: i) analisar o processo de referenciação na construção de discursos midiáticos; e ii) observar como se dá a construção de identidades carnavalizadas por meio do processo de referenciação nos discursos. Os dados do *corpus* serão os textos jornalísticos coletados na Internet. Após a análise, é possível afirmar que a identidade, representada em várias publicidades, constrói-se sob a forma de imagem estereotipada sendo representada na mediação estabelecida pela mídia.

PROBLEMATIZANDO A CULTURA DA MÍDIA: DISCURSO E IDENTIDADE

Para atingir o objetivo deste estudo, recorrerei principalmente aos pontos de vista desenvolvidos por Bakhtin (1992), (1997) e (2008); Hall (2000) e (2002) e Canclini (2003).

Início a discussão acerca do que chamarei de discurso da carnavalização. Respaldo-me na obra *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*, publicado em 1965 por Mikhail Bakhtin e que explora a influência das festas populares. Segundo Bakhtin (2008, p. 2), as diversas manifestações dessa cultura podem subdividir-se em três enormes esferas: as formas dos ritos e espetáculos (festejos carnavalescos, obras cômicas representadas nas praças públicas, etc.); as obras cômicas verbais (inclusive as paródicas) de múltipla natureza: orais e escritas, em latim ou em língua vulgar; e diversas formas e gêneros do

vocabulário familiar e grosseiro (insultos, juramentos, blasões populares, etc.). Aqui me deterei ao que entendo por carnavalesco, do ponto de vista bakhtiniano, construído por meio do discurso da referência

Estas três enormes esferas dizem respeito aos festejos populares em praça pública e à presença determinante do elemento cômico na vida do homem medieval, em oposição ao aspecto sério e oficial das cerimônias da Igreja ou do Estado feudal. Com efeito, tais manifestações não deixam de direcionar uma crítica a todos os que buscaram compreender a cultura popular na Idade Média e no Renascimento, pois, ao não explorarem fundamentalmente esta “dualidade do mundo”, carnavalesco/frívolo *versus* erudito/sério, não poderiam compreendê-las senão em sua parcialidade.

Ampliando as fronteiras do que chama de obras cômicas verbais, Bakhtin expõe a existência de uma vasta literatura, em latim ou língua vulgar, cuja característica principal se encontra na concepção carnavalesca do mundo, e que utiliza amplamente essa linguagem. A forma cômica é exercida principalmente através das paródias, sejam de obras célebres da literatura sejam de cerimônias da Igreja ou do Estado. Aqui chamo atenção para as análises que farei adiante, nas quais a mídia, ao representar grupos da cultura popular pernambucana, esteriotipa as identidades sociais dos grupos em questão.

Ainda para Bakhtin, os limites do vocabulário familiar e grosseiro na cultura popular da Idade Média só podem ser apreendidos nos festejos carnavalescos, onde a ordem católica e feudal séria podia ser rompida em detrimento de uma forma cômica, renovadora. De certa forma, trazendo para o corpus que analisarei, veremos a mídia reproduzir este discurso do carnavalesco como inerentes aos grupos populares a serem analisados. Bakhtin chama atenção para as palavras grosseiras, injúrias, blasfêmias, juramentos, etc., que eram esteriotipados pela visão carnavalesca do mundo, dirigidos não somente uns aos outros, mas também às divindades, transcendendo o caráter puramente degradativo e adquirindo sentido hegemônico sobre o Outro do discurso..

Bakhtin adentra a obra de François Rabelais para explicitar a presença dos elementos do realismo grotesco, esteticamente intrínsecos à narrativa. O vocabulário da praça pública é carregado de imagens verbais e de gesticulações que integravam o jogo carnavalesco: “o drama cômico que engloba ao mesmo tempo a morte do mundo antigo e o nascimento do novo” (2008, p. 129). A praça pública é o local, aqui trazendo novamente para o contexto das análises que farei, entendo este local como as matérias jornalísticas/midiáticas e o vocabulário ou a enunciação, e aqui tomarei os processos de referência, são o meio pelo qual ocorre o “rebaixamento” material-corporal de todas as coisas, num ciclo de renovação constante.

Se o vocabulário ou a enunciação são parte do processo da carnavalização, busquemos o entendimento do próprio Bakhtin (1997, p. 98)

sobre enunciação. Para ele, a enunciação é um produto da interação de indivíduos socialmente organizados. A perspectiva dele parte da noção de língua como um fato social cuja existência se funda nas necessidades de comunicação. Isto é, considera toda palavra produto da interação locutor-ouvinte, escritor-leitor. Percebe-se nesse processo de intenso dialogismo que o sujeito-enunciador não se constrói ou efetua a atividade discursiva isoladamente. Tais operações são conjuntas e estão processualmente inter-relacionadas por meio de um valor social determinado.

Para Bakhtin (1992, p. 19), o valor social atribuído à linguagem o *status* de lugar em que a ideologia se manifesta concretamente. Ou seja, segundo o ponto de vista do autor, dentro da concepção marxista, a ideologia é considerada como um instrumento de dominação entre classes. O que pode ser observado no processo de carnavalização visto acima.

Bakhtin, (1997, p. 91) diz que “o falante tende a orientar o seu discurso, com o seu círculo determinante, para o círculo alheio de quem compreende, estando em relação dialógica com os aspectos deste âmbito. O locutor penetra no horizonte alheio de seu ouvinte, constrói sua enunciação no território de outrem, sobre o fundo perceptivo de seu ouvinte”. Essa conceituação entre o universo do discurso como prática social requer que pensemos o fenômeno de construção de identidades entre os sujeitos envolvidos em um discurso qualquer.

O conceito de identidade que vem contribuir para esse estudo é abordado por Hall (2002), a partir de um período que ele denomina modernidade tardia (segunda metade do século XX em diante). Para esse autor, o sujeito foi descentrado através de mudanças conceituais nas ciências humanas, possibilitadas pelas reflexões de autores como Lacan e Foucault. Como esse sujeito fragmentado é colocado em termos de suas identidades? Essa é uma das perguntas a que o autor procura responder preocupado especificamente com a questão da identidade nacional. Para ele, as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação dos discursos. Nós, brasileiros, por exemplo, só sabemos o que significa ser ‘negro’ devido ao modo como a ‘negritude’ veio a ser representada – como um conjunto de significados – pela cultura hegemônica desde a época da escravidão no Brasil. Segue-se que a noção não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – “um sistema de representação social e político” (2002, p. 48-49).

Hall (2000) fala que os sujeitos identificam-se com os sentidos produzidos por um discurso, construindo, assim, suas identidades. Esse autor ainda menciona representação como um conjunto de sentidos produzidos. Com isso estamos lembrando que para se pensar os discursos produzidos pelas comunidades é preciso afastar a ideia de que aquilo que se representa coincide com a realidade física, empírica: o referente está presente, mas transformado.

Deixando de lado estes entraves, é preciso perguntar-se agora em que sentido e com quais fins os estudos do discurso voltados a entender o conceito de identidade aderem à pós-modernidade, buscam-na e misturam-na as suas tradições no interior das representações cotidianas e da mídia⁷⁰.

Hall (2002, p. 48), ao tratar das discussões que abordam o tema da identidade na pós-modernidade, diz que essa é um contínuo processo de busca pela completude, processo que vai se realizar nas interações sociais, na interação com o Outro. Assim, a identidade resulta das interações entre os grupos e os procedimentos de diferenciação simbólica que eles utilizam em suas relações. Para o autor, não existe a representação da identidade unificada, mas como um construto de diferenças. Isto é, a identidade se constrói e reconstrói constantemente no interior das trocas sociais de uma cultura, por meio da linguagem, num processo dinâmico e inacabado de (co) construção.

Em síntese, neste sentido, pautado pelo pensamento de Hall (2000, p. 112), assumo que as identidades são “pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas do discurso constroem para nós”. Compartilho a posição teórica desse autor que concebe as identidades como “o resultado de uma bem-sucedida articulação ou ‘fixação’ do sujeito ao fluxo do discurso”.

CONTRIBUIÇÕES DO PROCESSO DE REFERENCIAÇÃO NO DISCURSO

Especificamente, aqui, interessa para este estudo a questão da referência, visto que esta é uma questão que importa tanto à linguística quanto aos estudos do discurso e da mídia. Tanto que os estudos sobre a referência a partir dos processos de referenciação têm sido um tópico na agenda de linguistas e filósofos da linguagem no que se referem à enunciação. De certa forma, o tema nunca saiu da agenda destes pesquisadores, pois ele vem sendo um dos pontos centrais da semântica desde o final do século XIX. Inúmeros têm sido os trabalhos sobre o problema da referenciação, que hoje dá lugar a

⁷⁰ Vale salientar que devido às várias concepções existentes sobre o conceito de mídia, assumo o ponto de vista de Kellner (2001, p. 9). Para esse autor, há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam suas identidades. “O rádio, a televisão, o cinema e outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente. A cultura da mídia também fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de ‘nós’ e ‘eles’”.

novos aspectos recuperados no contexto dos processos de construção de categorias, da metáfora e outros ligados ao movimento cognitivista.

Adentrando no campo da referenciação, mais que um processo cognitivo, Koch & Marcuschi (1998) afirmam que esta é uma atividade eminentemente discursiva, o que implica uma visão não-referencial da língua e da linguagem. Discutirei os mecanismos de produção dos sentidos por meio dos processos de referenciação conforme Koch (2002) entende esse termo, como sendo a referência não resultante de uma “representação extensional de referentes do mundo extramental”, mas como interagimos com o mundo sociocognitivamente. A autora vê a referência como o suporte da constituição do discurso compreendendo “o resultado da operação que realizamos quando, para designar, representar ou sugerir algo, usamos um termo ou criamos uma situação discursiva referencial com essa finalidade: as entidades são vistas como objetos de discurso e não como objetos de mundo” (KOCH, 2002, p. 79).

Para definir como se estabelece o processo de referenciar dentro de um texto, Koch & Cunha-Lima (2004, p. 292) afirmam que são necessários modelos de situação e expectativas sobre estados de coisas que se estabelecem no âmbito social e os quais nos guiam no processo de compreensão. De acordo com essa visão, as entidades designadas assumem a condição de *objetos-de-discurso* e não *objetos-do-mundo*, como assim são entendidas por uma concepção referencial da língua.

Em suma, a proposta deste estudo este estudo é abordar discursivamente os modelos de referenciação que são construídos no conhecimento social. Beaugrande & Dressler (1981, p. 90-91) apresentam, a partir de um modo conceitual, como esses modelos contribuem para a compreensão de sentido que se estabelece no texto dentro de uma situação comunicativa, a saber: *conhecimento de mundo, conhecimento partilhado, inferências, informatividade e intertextualidade*. Mais especificamente, esses modelos apresentam-se pelos modos de operação no texto, o que tem mais a ver, em certa medida, com uma imbricação entre este e os discursos que ele carrega. Desta forma, os autores apresentam determinadas categorias e assim as definem: (i) *frame* (conhecimento de senso comum sobre um conceito central, e seus componentes que podem ser trazidos à memória sem uma ordem ou sequência); (ii) *esquemas* (conjunto de conhecimentos ordenados numa progressão, de modo que se pode estabelecer hipóteses sobre o que será feito ou mencionado no universo textual); (iii) *plano* (forma de conhecimento que consiste em saber como agir em determinada situação para alcançar um determinado objetivo); e (iv) *scripts* (planos estabilizados, utilizados ou invocados com muita frequência para especificar os papéis dos participantes e as ações deles esperadas).

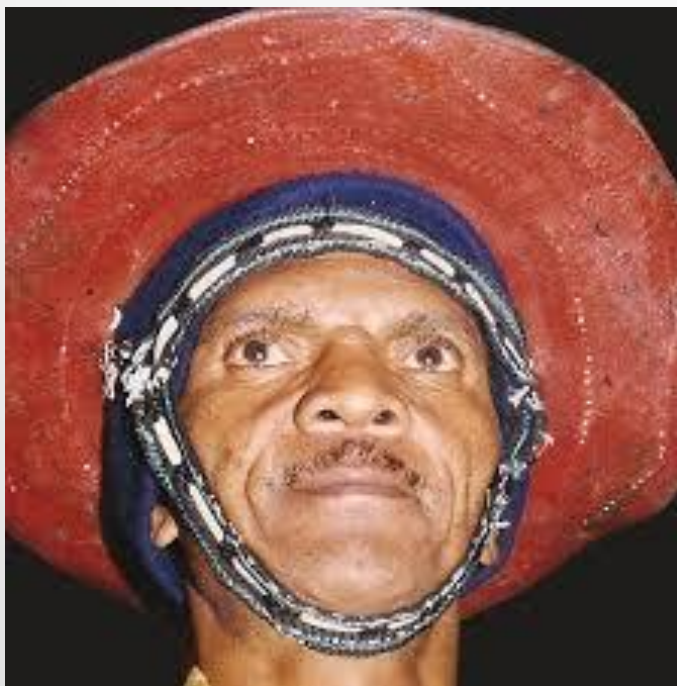
ALGUMAS BREVES ANÁLISES

A partir de agora vejamos a análise de alguns trechos de quatro matérias jornalísticas retiradas da Internet. A primeira matéria é do Jornal Online A Ponte – Fanzine Cultural, do dia 19/04/2001, a segunda é uma matéria do Diário de Pernambuco – Pernambuco.com Online, do dia 16/08/2003, a terceira matéria publicada no site do UOL, na seção específica do “guiaonde.com.br”, do dia 09/12/2006 e, por fim, outra matéria jornalística do Diário de Pernambuco – Pernambuco.com Online, do dia 16/05/2008. Os textos foram escolhidos aleatoriamente em seções de periódicos online e especializados sobre o tema da cultura popular.

COCO RAÍZES É VOZ COLETIVA

A Ponte – Fanzine Cultural em 19/04/2001.

A partir de 1989, Lula Calixto, herdeiro da tradição de Alfredo Sueca, retoma o coco junto à sua família (...) homem sisudo de longa história na percussão popular (...) No ano de sua morte, 1999, Lula Calixto dedicou-se a preparar seus parentes e amigos para não deixarem morrer a tradição que os uniu.



Lula Calixto com o chapéu usado pelos sertanejos

Fonte: <https://www.facebook.com/pg/Coco-Ra%C3%ADzes-de-Arcoverde-248644701832425/posts/>

Além de tocar um coco delicioso e criativo, fruto da mestiçagem com ritmos negros e indígenas. Lá na casa dos Calixtos lembrei de Niestch quando ele diz que o que faz autenticar uma arte é a sua capacidade de expressar uma voz coletiva.

No primeiro parágrafo, pode-se verificar por meio dos processos de referenciação que em todo momento há a legitimação de estereótipos presa às imagens de “herdeiro”, “longa história”, “não deixar morrer”, “passado” e, “tradição”. A manifestação popular do samba de coco é representada aqui como ‘algo fixo e estanque’, como se somente pudesse ser reconhecida como tal através de sua ‘essência’, como nos termos significados pelas expressões referenciais *herdeiro da tradição e não deixarem morrer a tradição que os uniu*. Pelos processos de referenciação se estabelece um estereótipo imagético sobre essa manifestação popular enquanto ‘mantenedora de uma tradição’ e ‘devesse gerar um ‘herdeiro’ que a ‘manterá viva’, como se esta não tivesse vida própria, como um ‘tesouro’ que tivesse que ficar trancafiado a sete chaves dentro de um baú.

Na sequência, o enunciador vai construindo seu texto com várias marcas de referenciação que apontam sempre para a persuasão por meio do sentido do passado. Como vimos nos exemplos dos referentes utilizados, há a construção de um discurso sugerindo algo que referencia semanticamente a imagem que irá representar a cultura popular – um lugar que a prende numa identidade fixa, sob a representação de uma ideia de carnavalização. Nesse instante, os referentes vão, de forma catafórica, acionando – já que o grupo que será introduzido é o grupo popular Raízes de Arcoverde – *frames* imagéticos sobre seu conteúdo semântico. Isto é, o informante instaura, por meio do referente, o objeto mental e cultural que se respalda no conhecimento desse grupo. Esse sentido reafirma que o referente, ao ser entendido como relacionado ao conceito de cultura popular, carrega os significados de “tradicional”, “fixo”, “pré-moderno”. Esses estereótipos dão margens para visualizarmos a representação da imagem da cultura popular como algo “coisificado”, propenso a uma qualificação enquanto produto.

A imagem representada pelo discurso da mídia, de um modo geral, ao mostrar a foto de Lula Calixto, é construída caracterizando-o como sertanejo do Nordeste do Brasil, com chapéu de couro no estilo que é muito utilizado pelos sertanejos dessa região e que se tornou um referente para esse grupo social. O nordestino, aqui, é visto como um referente visual atrelado à imagem estereotípica do sertanejo e algo exótico e preso ao conceito de ruralidade. Nesse momento, a foto constitui um chamamento sobre a imagem de quem se representa e sobre a imagem convencionalizada do nordestino, do sertanejo. Esse “olhar” duplo por meio do acionamento de um *frame* imagético não seria possível somente pelo texto verbal em si, visto que este não teria como instaurar a imagem do “sertanejo” que se pretende representar, ou seja, a

imagem enquanto parte do todo textual contribui para a instauração do estereótipo do sertanejo.

Esses estatutos referenciais, que se respaldam no conhecimento de mundo que o informante possui do sentido de cultura popular, possibilitam a construção de estereótipos, construídos semanticamente na “intencionalidade” de afirmar um discurso que legitima uma identidade social carnavalizada para o sujeito em questão. Ao mesmo tempo, o texto vai tecendo-se na e para a constituição da identidade carnavalizada dos agentes representantes da manifestação popular do samba de coco (Raízes de Arcoverde). Essa imagem que se constrói e é representada pelo discurso midiático, analisada, aqui, permite-nos retomar o dizer de Canclini (2003) de que o popular é nessa história o excluído: aqueles que não têm patrimônio ou não conseguem que ele seja reconhecido e conservado; os artesãos que não chegam a ser artistas, individualizar-se nem participar do mercado de bens simbólicos “legítimos”; os espectadores dos meios massivos que ficam de fora das universidades e dos museus, “incapazes” de ler e olhar a alta cultura porque desconhecem a história dos saberes e estilos.

Os referentes utilizados no segundo parágrafo exacerbam a hibridação que constitui o grupo em questão, embora esse processo seja reduzido aos “negros e indígenas”, *fruto da mestiçagem com ritmos negros e indígenas*. Há a constatação da categoria de *plano* imagético por meio desses referentes. Isto é, os referentes, ao assumirem vários estatutos de qualificação sobre a cultura popular, também instauram todo um “ideal” que é construído pelo povo e que ativa o imaginário popular de uma separação entre os elementos negros e indígenas, de um lado, e do elemento branco, de outro, como se a manifestação popular do coco fosse intocável e estanque e não tivesse tido a presença de elementos simbólicos do ‘branco’ no seu interior. A imagem construída dessa manifestação popular é, aqui, ainda mais clara quando recorremos a essas estratégias referenciais com que foram sendo formada a significância dessa representação e as suas relações com as diversas etapas na instauração do discurso hegemônico do colonizador.

No parágrafo terceiro, há pontos interessantes para serem mostrados aqui: a relação do culto (enquanto o detentor da intelectualidade, do cientista) e da expressão popular estando associada a uma voz coletiva. O discurso, aqui, vai se tecendo por meio da representação da voz do agente, que se posiciona quando se refere ao fato de estar tentando entender o “fazer a arte”, dentro da cultura popular, por meio de um discurso hegemônico, preso a um saber supostamente (intelectual, científico): *lembrei de Nietzsche quando ele diz que o que faz autenticar uma arte é a sua capacidade de expressar uma voz coletiva*. Aqui, o filósofo Nietzsche é apontado como o referente do discurso autorizado a estabelecer um sentido para essa “expressão popular”. O trecho ainda é mais interessante, porém, pelo motivo de o informante se referir ao fato de que a autenticidade da arte está em expressar uma “voz coletiva”, ou seja, a voz do

“povo”, da “massa”, homogeneizada e cristalizada em seu lugar de contingência. Novamente, uma dicotomia emerge pelo discurso midiático, a saber, do confronto do “detentor do saber”, da “cientificidade”, para explicar ou representar a voz “daquele que não tem voz”, com o “inculto”, o “popular”.

Ainda através desses vários recursos referenciais, percebe-se a tessitura de *esquema* textual como suporte na construção do referente constituído em primeira instância no discurso midiático, em questão. Ademais, a representação por meio da foto e do próprio texto já pressupõe, de antemão, que o tema tratará da cultura popular. Isso pode ser visto, principalmente, pelo fato de que na foto constrói-se a imagem do referente, com toda uma “intencionalidade” de deixar emergir um estereótipo de “sertanejo”, de “popular”, de “exótico”.

Abaixo também podemos verificar a legitimação de uma “essência identitária”, na matéria publicada pelo *Diário de Pernambuco – Pernambuco.com* online, do dia 16/08/2003, sobre o mesmo grupo. Há uma ideia de identidade social carnalizada, do grupo Raízes de Arcoverde, como “algo fixo” e que precisa “sobreviver”, tendo como única forma a “manutenção da tradição”.

RAÍZES DE ARCOVERDE

Diário de Pernambuco – Pernambuco.com Online em 16/08/2003.

(...) o Coco Raízes quando lutava pela divulgação das tradições culturais de sua região (...) O Raízes de Arcoverde existe há quatro anos, mas sua tradição sobrevive há meio século (...) o Coco Raízes de Arcoverde se tornou cult no Recife, já tendo participado, com boa recepção, de festivais de música pop como Rec Beat e o Pernambuco em Concerto, que o revelou na capital (...)



Coco Raízes de Arcoverde

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=qHmIpZSJfml>

É interessante chamar a atenção, neste exemplo, quando o discurso da mídia, representando a “voz” do grupo Raízes de Arcoverde, mesmo sendo constitutiva de veículos de informação de regiões diferentes, legitima o apelo do grupo popular em manter-se vivo por sua “tradição”, em: divulgação das tradições culturais de sua região e em, mas sua tradição sobrevive há meio século. Aqui se verifica que os referentes constroem *frames* imagéticos ao apelarem para o *conhecimento de mundo* do(a) leitor(a) em relação à região geográfica do grupo, ao grupo em si e ao conceito de cultura popular. Novamente, reafirmam-se os referentes estereotípicos de imagem da cultura popular como sinônimo de ‘tradição’, de ‘regionalidade’, de um ‘passado de resistência’. Nesse trecho há, como nos trechos anteriores apresentados, uma necessidade de apelar para o referente da tradição como se este estivesse atrelado ao conceito da cultura popular. (Como se cultura popular fosse algo do passado e não sobrevivesse em harmonia com o que se entende por moderno!).

A constituição do texto ancora-se em sua representação do Outro, visto que o texto dialoga com outra realidade e aponta para discursos anteriores, pelo modo como a imagem do grupo popular é compartilhada e constituída na interação com o universo do (a) leitor (a). Logo, vemos que o sentido do texto focaliza no universo do ‘Outro’ ao acionar os *frames* imagéticos através desse referente. O texto, nesse momento, incide sobre a expectativa criada pelo (a) leitor (a) desse tipo de texto.

Há outro momento em que o enunciador refere-se ao grupo Raízes de Arcoverde como se o fato de esse grupo ter se apresentado em eventos em Recife, capital do Estado de Pernambuco, tivesse tornado esse grupo popular

em um grupo “cult”, quando diz que o *Coco Raízes de Arcoverde se tornou cult no Recife, já tendo participado, com boa recepção, de festivais de música pop, como Rec Beat e o Pernambuco em Concerto, que o revelou na capital (...)*. Desta forma, o discurso apresentado por essa prática midiática contribui para legitimar, pelo referente *cult* atribuído ao Raízes de Arcoverde, uma outra imagem estereotipada que vem do senso comum, ao entender o conceito de cultura popular como presa ao carnavalesco. Esse *frame* aciona a legitimação de um estereótipo que se respalda no seu sentido oposto, à medida que aciona o *conhecimento de mundo* que repousa no discurso hegemônico e, conseqüentemente, no senso comum, a saber, o de que as culturas populares estão atreladas à ‘ruralidade’, ao ‘campestre’, ao ‘interior de um estado ou país’. Canclini (2003) lembra que as culturas populares estão ligadas ao conceito de rural e, conseqüentemente, em oposição a uma cultura enquanto erudição que, pressupõe-se, segundo o exemplo, estar associada à capital. Percebe-se, aqui, claramente, a legitimação de dicotomias entre ‘tradicional’ e ‘moderno’, ‘culto’ e ‘popular’ e entre ‘regional’ e ‘urbano’ que estereotipa, no instante em que a voz que enuncia, enuncia por meio de uma visão discursiva hegemônica, embora esteja representando aparentemente um discurso em prol do grupo popular citado. Ou seja, essas dicotomias, trazidas à tona pela prática discursiva da mídia, deixam, aqui, em evidência o discurso que legitima o estereótipo de que a cultura popular é presa a uma ‘essência’ e, nesse processo, evidencia uma identidade social carnavalizada e subalternizada pelo poder assimétrico que se impõe pelo discurso hegemônico.

A priori, de um modo geral, percebe-se, nos recortes dos trechos da matéria, que os discursos se entrecruzam o tempo todo, tanto nas práticas discursivas dos sujeitos sociais dessa manifestação popular, ao aceitarem e incorporarem essa estereotipação que legitima dicotomias, quanto nas práticas discursivas midiáticas em transmitirem a “ilusão” de representar as “vozes” discursivas desse grupo, mas sem (co)construindo uma identidade social carnavalizada para este grupo. No entanto, essa circularidade discursiva e sua “troca”, “negociação”, que de fato acontecem, (co) constroem uma identidade social para esses agentes sociais representantes da manifestação popular do samba de coco de Arcoverde. Essa estratégia política é uma via de mão dupla, visto que pela circularidade discursiva ela retorna esses estereótipos para o lugar no qual a cultura popular se constitui, ou seja, no universo da carnavalização.

A partir de agora, vejamos uma narrativa que foi publicada, no dia 09/12/2006, no site do UOL, na seção específica do Guionde.com.br, e apresenta a cidade de Caruaru, no Estado de Pernambuco, e sua cultura popular.

CARUARU, A PRINCESA DO AGRESTE, RESPIRA CULTURA E ALEGRIA O ANO INTEIRO

UOL, na seção específica do *Guionde.com.br* em 09/12/2006.



Fonte: foto do autor

Já diziam os índios, os primeiros habitantes do local: Caruaru é uma terra de abundância. Característica percebida desde a época do Brasil colônia, quando os portugueses exploravam as suas florestas de Pau-Brasil, até aos dias de hoje, com as suas festas, feiras e artistas. A cidade também é conhecida por ser a Capital do Forró e pela alegria contagiante do seu povo. Visitá-la é viver momentos divertidos e descontraídos.

Neste exemplo, o processo de referenciação começa a construir a imagem de sentidos do texto pelo próprio título: *Caruaru, a Princesa do Agreste, respira cultura e alegria o ano inteiro*. O tema da narrativa é introduzido pela anáfora que aponta para a cidade de Caruaru, cidade do Nordeste, e conhecida por sua produção de cultura popular. Ao referenciar Caruaru como a “princesa do Agreste”, o enunciador introduz, por meio do *frame*, uma imagem estereotipada de reinado, mas um reinado no qual o agrestino, o nordestino, procura sobreviver. Há um sentido, com essa

referencia de um império, imerso no imaginário do nordestino e que já remete à cultura popular. Daí que essa referência, ao mesmo tempo em que aponta para a cidade de Caruaru, também aponta, enquanto catáfora, para a cultura popular que reina na região e é a única fonte de renda para a atração turística dessa região. O excluído passa a ter voz no discurso hegemônico, no instante em que serve de atrativo para a formação de renda para o Estado. Ainda no título, podemos perceber que esse referente concretiza-se quando o enunciador afirma que Caruaru *respira cultura e alegria o ano inteiro*. Estereótipo esse marcado dentro da cultura popular, enquanto presa a uma suposta “alegria”. Um corpo que se negocia em troca de bens e que “respira a alegria o ano inteiro”. Isso me remete a Canclini e Bakhtin ao afirmarem que as culturas populares são vistas atreladas a um estereótipo da festividade, da frivolidade, da carnavalização.

Quando a informação começa a se construir no título: *Caruaru, a Princesa do Agreste, respira cultura e alegria o ano inteiro*, percebe-se que o enunciador direciona o sentido do texto por meio de uma perspectiva que se estabelece logo na introdução, ao mesmo tempo em que abre espaço para instaurar de fato a referência quando legitima um estereótipo para o (a) leitor (a). Isto é, nesse momento, seu discurso constrói uma identidade carnalizada para/com o público que pretende persuadir, por saber o assunto que interessa a esse público ao qual se dirige. Há uma inter-relação que se estabelece por meio do texto verbal e não verbal que dá concretude ao *esquema* textual que se “intencionou” construir.

Desta forma, ao observarmos a foto exposta no texto, verificamos uma imagem que remete a uma identidade que está presa ao imaginário popular do sertanejo, do agrestino, do nordestino. Essa imagem, criada por um discurso anterior, afirma para o lugar do “cangaceiro”, dos “reinados de Lampião e Maria Bonita”, da “lei feita pela força”, do “grotesco”, e passam neste instante a ser vendida como um produto exótico e atrativo dos interesses que servem à indústria cultural. O estereótipo, criado por meio da leitura dessa imagem, aponta para uma identidade social carnalizada que marca a vida da cultura popular nessa região, sempre voltada para um passado que parece não ser renovado nunca. Essa imagem é apresentada pelo discurso jornalístico, não num sentido de representar a voz do excluído, mas de “dar-lhe” voz, a fim de usar sua produção cultural como isca para o mercado turístico. Ou seja, como o texto tem como foco de interesse atingir o público turístico, *a priori*, a imagem construída é enfatizada de forma marcada por um aspecto de seduzir o (a) leitor (a).

É interessante, aqui, chamar atenção para a expressão referencial *cultura e alegria o ano inteiro*, utilizada pelo enunciador e que dá margens para pensarmos a cultura popular mesmo como algo “coisificado”, propenso a uma qualificação enquanto produto fixo de um mercado consumidor e presa a uma identidade social carnalizada. Nesse instante o povo, o sertanejo, o

nordestino, o excluído etc., ao serem representados pelas práticas discursivas midiáticas perdem seu estatuto de produtor e passam a ser um mero produto servindo para outros interesses políticos. No engodo de uma inclusão, o excluído sente-se ouvido e respeitado pelo seu trabalho, mas, na realidade, os estereótipos legitimados por essas práticas discursivas midiáticas o excluem da representação de seu próprio discurso.

Na sequência textual, os referentes *índios* associado aos *primeiros habitantes do local*, instauram uma imagem sobre a cultura popular presa ao estereótipo do exótico. Visto que em nossa sociedade, o índio é tido como exótico, marginal, incivilizado, excluído. Ao representar a cultura popular, o discurso midiático, nesse instante, instaura uma imagem que legitima uma segregação e isso se faz presente por meio do discurso hegemônico, do colonizador. Nesse instante, o índio tem sua voz ao ser citado como “portador” de um discurso que não se sabe de sua veracidade ao ter afirmado que *Caruaru é uma terra de abundância*. A voz do excluído é referenciada no texto a fim de corporificar um discurso do Outro que se pretende legitimar, a saber, o de que a cultura popular “local” tem em sua identidade social carnalizada presa a uma “essência”, a um “passado”, a uma “raiz”. Daí enquanto produto tem sua garantia para ser vendida. Outro estereótipo, aqui, interessante de se mostrar, é o criado pelo referente *local*. Novamente, temos a imagem de que a cultura popular é limitada e presa a um ponto específico, a uma essência local. Como se ela não interagisse com o global, com as novas tecnologias, como se ela “não fugisse por mil caminhos”.

Insistentemente, o texto, para reafirmar seu valor de “verdade”, procura no passado buscar sua inspiração ao mencionar as expressões referenciais por meio de um *esquema* que progride pela imagem seguinte, como em: *época do Brasil colônia* e em *os portugueses*. Esses referentes remetem à colonização brasileira e servem para legitimar o valor de Caruaru, enquanto uma “terra de abundância”. A cultura popular, aqui, é associada ao tradicional, ao passado, ao exótico.

Adiante, o texto segue sua constituição por meio dos referentes *alegria, povo, momentos divertidos e descontraídos*, em: *A cidade também é conhecida por ser a Capital do Forró e pela alegria contagiante do seu povo. Visitá-la é viver momentos divertidos e descontraídos*. Nestes referentes, podemos verificar o esquema e o plano textual, ao mesmo tempo, como partes constitutivas da imagem do texto que é o de vender, intencionalmente, a cultura popular da região para o mercado turístico. Mas mais do que isso, estes referentes legitimam a imagem estereotipada do povo associada à alegria, à frivolidade e à carnavalização. Enquanto o discurso sobre uma arte *cult* se constituiria por meio de uma compenetração e seriedade, isto é, pelo sentido oposto.

A partir de agora, observemos trechos de uma série de reportagens feitas com a tribo Xucuru a fim de retratar um momento especial que passa o

grupo, ao estar envolvido na esfera da produção cinematográfica, radiofônica e teatral. A série de reportagens foi realizada pelo jornal online Pernambuco.com – do Diário de Pernambuco.

ÍNDIOS EXIBEM CURTAS PRODUZIDOS EM ALDEIA

Resistência pelo verbo

- (1) Eles ainda pintam os corpos, usam cocares, realizam rituais sagrados e, mesmo imersos no mundo frenético da comunicação instantânea, conseguem manter viva sua história – muitas vezes feita não só de boas lembranças. Mas as formas de resistência dos índios já não são mais as mesmas. Flechas e lanças viraram enfeites; curare, tacapes e zarabatanas estão mais para heranças culturais do que para armas. O guerreiro indígena se faz hoje não pela força, mas pelo verbo.
- (2) A luta dos povos também mudou: no rumo oposto da guerra pela não dominação do território e dos costumes, os índios agora brigam pela retomada não só de suas terras, mas pela preservação cultural, pelo resgate das tradições, por orgulho e pela reafirmação de sua identidade. É nessa perspectiva que as batalhas das etnias que subsistem em Pernambuco ganham outros moldes. E têm como alicerce a promoção e a resistência cultural por meios até bem pouco alheios ao universo das suas aldeias: o teatro, o rádio e o cinema.
- (3) “É como um esqueleto no qual vão sendo incorporados elementos como dança, poesia, paródia. A juventude tem se apropriado da cultura de massa e incorporado à sua própria cultura”, observa Henry. O resultado do trabalho será apresentado em junho, com a apresentação das peças durante o I Encontro de formação política para a juventude indígena, que terá uma sessão dedicada às ações de articulação artística entre as tribos.
- (4) Ser índio no Brasil é uma questão de identidade que se sagra não só por laços de sangue, mas principalmente por ligações culturais. Elos que foram inevitavelmente sendo quebrados ao longo do tempo e de uma história opressora de colonização. A recuperação e o reforço dessa conexão virou cerne de um trabalho que começou pelas mãos de indigenistas e lideranças indígenas e acabou virando luta comum.
- (5) Essa batalha pela reagregação e pela restauração de um orgulho muitas vezes dissipado vem ganhando como aliada a reafirmação cultural. É por ela – e em nome

dela – que recursos como o rádio, o teatro e o cinema, embora ainda resultado de ações isoladas e pontuais, vêm se tornando ferramentas capazes de reafirmar a identidade cultural dos povos indígenas e mudar esse cenário. Esse é o tema do especial que o Pernambuco.com lança em homenagem ao Dia do Índio. (*Diário de Pernambuco – Pernambuco.com Online em 16/05/2008*)

No primeiro trecho acima, podemos observar como se configura a representação da tribo indígena Xucuru pelos processos de referenciação que constituem as práticas discursivas do jornal em questão. Nessa análise dos processos de referenciação, as prioridades recaem nos fatores da coerência, a saber, *o conhecimento de mundo, o conhecimento partilhado* e as *inferências*. O próprio subtítulo formado pelo referente *resistência* relacionado a um grupo indígena nos faz inferir a idéia de poder que repousa desde a época da colonização no Brasil. Isto é, esse *frame* aciona um *conhecimento de mundo* de que há uma cultura sendo imposta e outra que ‘luta pela sobrevivência’. À medida que o texto começa a ser desenvolvido, observamos marcas referenciais que nos fazem concretizar a antecipação inferida pelo referente estabelecido anteriormente, embora *Eles ainda pintam os corpos, usam cocares, realizam rituais sagrados*. Esse enunciado reforça a idéia de que um processo de transformação insere-se no grupo mencionado e nos permite inferir que os costumes tradicionais que se relacionam com o grupo Xucuru ‘ainda’ se fazem presentes neste grupo ao serem imersos *no mundo frenético da comunicação instantânea*. O contato com o diferente permite a este grupo se ressignificar não somente em termos de seus costumes ritualísticos, como também de elementos identitários de carnavalização. A identidade social do grupo é (co)construída a partir do contato com novos recursos simbólicos. O estereótipo da necessidade de manter viva uma tradição é representado como algo inerente a este grupo, muito embora a prática discursiva jornalística esteja mostrando o contrário. As retomadas pelo *frame* (resistência) estabelecidas pela referenciação no texto permite-nos inferir, por meio do *conhecimento de mundo* dos processos de luta e resistência que sempre fez parte do universo do colonizado (índio) ao resistir ao universo do colonizador (branco), a consistência dos discursos hegemônicos que emergem no texto. Na prática discursiva construída pela matéria jornalística, podemos ver outras expressões referenciais que retomam a ideia de que, mesmo em contato com diversas culturas, os sujeitos sociais do grupo Xucuru *conseguem manter viva sua história – muitas vezes feita não só de boas lembranças* – muito embora as transformações sejam sentidas até mesmo no processo de *resistência* do próprio grupo – *Mas as formas de resistência dos índios já não são mais as mesmas*. Os processos de transformação social e política pelos quais passa o grupo Xucuru podem ser observados também quando os significados

simbólicos de determinados objetos são ressignificados e ganham outros sentidos, como em: *Flechas e lanças viraram enfeites; curare, tacapes e zarabatanas estão mais para heranças culturais do que para armas. O guerreiro indígena se faz hoje não pela força, mas pelo verbo.* Os referentes (flechas; lanças; curare; tacapes; zarabatanas) são ressignificados pelo próprio grupo no qual esses elementos simbólicos perdem o sentido de ‘armas’ e tornam-se ‘enfeites’ e ‘heranças culturais’, embora na “praça pública” do discurso midiático tais elementos corroboram para a (co)construção de uma identidade social carnalizada.

No segundo trecho acima, podemos observar que a representação do grupo Xucuru se estabelece à medida que a prática discursiva jornalística relata a transformação que esse grupo tem no seu modo de reivindicar seus direitos. A referenciação se constrói no texto através de referentes acionados através de *scripts* (preservação cultural; resgate das tradições; orgulho; reafirmação de sua identidade; resistência cultural) nos quais os planos de participação e ações do grupo Xucuru são determinados social e politicamente na circularidade das práticas discursivas do ‘eu’ em contato com o ‘outro’. Embora o estereótipo de ‘manutenção e resgate de tradições’ seja reafirmado nos discursos do ‘outro’, a transformação social e política que esse grupo assume ao mudar o foco de suas reivindicações (batalhas de etnias) torna-se inevitável e *ganha outros moldes* pela alteridade que traz um discurso presente numa cultura dominante (teatro, rádio e cinema). A identidade social desse grupo é (co)construída na circularidade dos vários discursos da carnalização.

O processo de incorporação da cultura do ‘outro’ pode ser observado no terceiro trecho, quando o coordenador da Estação Cultura (Henry) assim se refere aos jovens do grupo Xucuru, ao terem sido interpelados pelos discursos presentes na cultura de massa: *A juventude tem se apropriado da cultura de massa e incorporado à sua própria cultura.* Nesse relato sobre o grupo Xucuru pelo olhar do ‘outro’ ao representá-lo, podemos observar que a circularidade dos discursos são fundantes das bases da ressignificação de valores que são transformados sociopoliticamente no interior da própria representação desse grupo. Os referentes verbais utilizados no enunciado (apropriar; incorporar) permitem-nos inferir, ao mesmo tempo, *esquemas* que ordenam os *conhecimentos partilhados* das práticas sociais e discursivas, o fato de que uma outra cultura interpela ideologicamente os práticas discursivas dos agentes representantes do grupo Xucuru.

No quarto trecho da reportagem acima, o coordenador fala sobre a condição de índio no Brasil. Para ele, *Ser índio no Brasil é uma questão de identidade que se sagra não só por laços de sangue, mas principalmente por ligações culturais.* Os referentes sublinhados neste enunciado estabelecem uma análise da condição do indígena no Brasil e reforçam a idéia de que o discurso científico tem que explicar o discurso não-científico. A representação

do 'outro' se faz pautada em um modelo que busca justificar a ordem de sentidos na constituição da identidade indígena carnavalizada. A prática discursiva jornalística se faz presente, aqui, através da circularidade desses dois discursos. Ao representar o índio, o informante ainda diz em outras palavras, pelo uso dos referentes (laços de sangue; ligações culturais), que a resignificação de seus valores foi transformada ao longo do tempo - *Elos que foram inevitavelmente sendo quebrados ao longo do tempo e de uma história opressora de colonização*.

O informante afirma que essa transformação aconteceu seguindo *uma história opressora de colonização*. Neste instante isso fica evidente pela expressão referencial através da qual as práticas discursivas são postas em cena numa "arena de luta". A representação do índio é configurada na prática discursiva midiática ao apontar para o colonizador de outrora e, ao mesmo tempo, trazer o discurso científico como único ponto de vista para a explicação do processo de dominância desde a colonização. Há uma necessidade do discurso do 'outro', do científico, retomando Canclini, para representar o discurso do popular, do carnavalesco.

No quinto e último trecho dessa matéria, a representação do índio, de um modo geral, ainda é construída pelo mesmo informante pelas expressões referenciais (batalha pela reagregação; restauração de um orgulho; reafirmação cultural). Novamente vemos o estereótipo do índio sendo construído pelos sentidos de retomada de uma 'tradição'. A circularidade dos vários discursos permite a observação de uma interpelação de um discurso dominante sobre um discurso subalterno. No entanto, mesmo diante da 'arena de luta', na qual a identidade está sendo transformada social e politicamente, no caso do grupo Xucuru, requer que levemos em consideração o processo de (co) construção da identidade social como parte de um processo que se constrói na interação discursiva.

Os processos de transformação e resignificação que se estabelecem na tribo Xucuru pela inserção de elementos que 'modernizam' e 'dinamizam' essa transformação sociopolítica no grupo também podem ser inferidos por imagens que retratam indígenas segurando uma câmera e, ao mesmo tempo, usando cocares e camisas industrializadas que reafirmam a resignificação dos valores do grupo e, em conjunto com a circularidade dos diversos discursos de um 'eu' e de um 'outro', reforçam a inserção de uma cultura dominante sobre uma cultura subalterna e que é permitida se mostrar desde que carnavalizada. No entorno das transformações da prática discursiva do grupo em questão é possível verificarmos que identidade social se (co)constrói politicamente na representação do indígena da carnavalização de seus estereótipos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo, longe de querer trazer conclusões num campo do inesgotável, como é o caso de quando estudamos linguagem, cultura e política, pretende exacerbar alguns questionamentos que foram feitos no início desta discussão. Por exemplo, o de que a linguagem, seja ela verbal ou não verbal, constitui o jogo ou o mecanismo a partir do qual se dá a significação e ordenação da experiência, ou melhor, o empreendimento dessa relação de dominância via significação só é possível pela diferença, não uma diferença que existe em si, enquanto positividade, mas enquanto falta, ausência. O gesto de significar, tanto da representação das manifestações da cultura popular pernambucana quanto da referenciação estabelecida nas práticas discursivas como repertório de emergência de estereótipos, serve, portanto, para constituir identidades sociais carnavalizadas por meio da instauração do jogo na e pela linguagem. Daí a questão central numa discussão sobre identidade no campo da linguagem e do discurso não ser a diferença em si, mas como ela é produzida ou investida de um processo de “apropriação de dicotomias”, de carnavalização do Outro, estereotipações que estabelecem uma relação de poder entre hegemônicos, de um lado, e subalternos, de outro.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- _____. Marxismo e filosofia da linguagem. Trad. Michel M. Lahud e Yara Frateschi Vieira. 4ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- _____. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. Trad. Yara Frateschi Vieira. 6a. ed. São Paulo/Brasília: Hucitec/Editora Universidade de Brasília, 2008.
- BEAUGRANDE, Robert De; DRESSLER, Wolfgang U. *Introduction to text linguistics*. London-New York: Longman, 1981.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 3ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- HALL, Stuart. “Quem Precisa de Identidade?” In: SILVA, T. Tadeu da (org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 103-31.

_____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz T. da Silva e Guacira L. Louro. 7. ed.. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Desvendando os segredos do texto*. São Paulo: Cortez, 2002.

KOCH, Ingedore G. Villaça; CUNHA-LIMA, Maria. Luíza. *Do Cognitivismo ao Sociocognitivismo*. In: *Introdução à Linguística 3 - fundamentos epistemológicos*. Fernanda Mussalim e Anna C. Bentes. São Paulo: Cortez, 2004.

KOCH, Ingedore. G. Villaça. & MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Processos de referenciação na produção discursiva*. In: *D.E.L.T.A.*, 1998, 14: 169-190 (número especial).

Recebido em 30.11.2019

Aceito em 29.12.2019