

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

**A narrativa jornalística como espaço de produção das
representações simbólicas da França no Brasil**

Renato de Almeida Vieira e Silva

SÃO PAULO
2011

*À minha avó Cecília que, quando eu tinha 4 anos, me fez conhecer o mundo
maravilhoso dos livros.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao professor Laan pela acolhida na instituição e orientação durante os primeiros passos;

Ao professor Dimas pela eloquência;

Ao professor Eugenio pela sabedoria;

À professora Ângela pela generosidade;

À minha orientadora , professora Dulcilia, pelo estímulo e compreensão, que sempre me fizeram acreditar que poderia ir mais longe ;

A todos os amigos que me apoiaram , aos colegas de curso e aos funcionários que contribuíram direta ou indiretamente para construção dessa dissertação.

RESUMO

Este trabalho propõe uma reflexão sobre o processo de construção das representações sociais e culturais da França no Brasil por meio das narrativas jornalísticas contemporâneas e das identidades estabelecidas por aquele país na sociedade brasileira, a partir de registros obtidos em jornal e revista de grande circulação, na condição de veículos produtores ou reprodutores de mensagens capazes de divulgar, descrever, evidenciar ou reforçar aspectos que de alguma forma já estavam presentes na sociedade brasileira. Analisa como percebemos a França em sua representação e que influência esse país produziu na formação e na construção da sociedade brasileira e de nossa identidade cultural. Tem como recorte o *Ano da França no Brasil*, período em que se comemora a parceria histórica entre os dois países. Utiliza como base os textos jornalísticos publicados no período compreendido entre abril de 2008 e dezembro de 2009 nos veículos *Folha de S.Paulo* e *Carta Capital*

Palavras-chave: 1.Comunicação 2.Representações sociais 3.Interculturalidade 4.Narrativas jornalísticas.5.*Ano da França no Brasil*.

RÉSUMÉ

Ce travail de recherche propose une réflexion sur le processus de construction des représentations sociales et culturelles de la France au Brésil à travers les narratives journalistiques contemporaines et les identités établies par la France dans la société brésilienne. Cette réflexion se fera à partir de l'analyse d'articles de journaux et revues de grande diffusion qui sont des voies de communication capables de reproduire, décrire, mettre en évidence ou renforcer certains aspects qui, d'une manière ou d'une autre, étaient déjà enracinés dans la société brésilienne. Ce mémoire analyse également comment nous percevons la France dans ses représentations et quelle influence apporte ce pays sur la formation et la construction de la société brésilienne, aussi bien que sur notre identité culturelle. Ayant comme cadre *l'Année de la France au Brésil*, période pendant laquelle on fête le partenariat historique entre ces deux pays, ce travail utilise comme base de recherche le texte journalistique paru entre avril 2008 et décembre 2009 dans des publications comme *Folha de S.Paulo* et *Carta Capital*.

Mots-clé: 1.Communication. 2. Représentations sociales. 3.Interculturalité. 4.Narratives journalistiques. 5.*Année de la France au Brésil*.

INTRODUÇÃO	1
Capítulo 1 - O Ano da França no Brasil	8
1.1 A visão do paraíso: antropofagia e universidade.....	11
1.2 Culturas recíprocas.....	15
Capítulo 2 - A construção das representações sociais na narrativa jornalística ...20	
2.1 Representações coletivas.....	27
2.2 Representações sociais e interculturalidade.....	32
2.3 As representações sociais e a construção da realidade na narrativa jornalística ...36	
2.4 Estereótipos e clichês na construção da narrativa midiática.....	39
2.4.1 Estereótipos.....	39
2.4.2 Clichês.....	44
Capítulo 3 - A França no Brasil. A construção do simbólico e do imaginário entre essas duas culturas	49
3.1 Cultura e história na formação de um país.....	50
3.2 Cultura e os códigos culturais.....	56
3.3 A França e o Brasil: um encontro de culturas.....	61
3.4 Os mitos, a história e a construção simbólica das representações na narrativa jornalística contemporânea.....	66
Capítulo 4 - O Ano da França no Brasil em narrativas jornalísticas	73
4.1 Tabulação referencial <i>Folha de S.Paulo</i>	77
4.2 Seleção e análise <i>Folha de S.Paulo</i>	80
4.2.1 Reportagem 1 – “A eterna sedução”.....	80
4.2.2 Reportagem 2 – “A França não quer exportar apenas o luxo”.....	82
4.2.3 Reportagem 3 – “Bruni quer levar banco de leite ao Haiti”.....	84
4.2.4 Reportagem 4 – “França nega preconceito contra brasileiros”.....	86
4.2.5 Reportagem 5 – “França é destaque em Campos do Jordão”.....	88
4.2.6 Reportagem 6 – “A cultura das armas”.....	89
4.2.7 Reportagem 7 – “Cabaré na Sapucaí - Carnaval à francesa”.....	91
4.3 - Seleção e análise <i>Carta Capital</i>	94
4.3.1 - Reportagem 1 – “De olho na modernidade”.....	94
4.3.2 – Reportagem 2 - “Das naus à web - a secular relação entre os dois países, a influência francesa no Brasil e o diálogo de culturas no início do século XXI”.....	97
Considerações finais	102
Bibliografia	112
Anexos	118
Anexo I – “As novas vozes francesas”.....	118
Anexo II – “Das naus à web”.....	130

INTRODUÇÃO

“Nas próximas gerações o formato do mundo será muito mais influenciado por nossa capacidade de comunicar os valores de nossa sociedade que por nossa superioridade militar ou diplomática.”

Embaixador Edgar Telles Ribeiro (1)

A realização do *Ano da França no Brasil* em 2009 dá continuidade a um ciclo de mais de 20 anos de uma iniciativa instituída pelo governo francês para homenagear países com os quais deseja estreitar relações, fazendo da diplomacia sócio-cultural uma nova maneira de ampliar relações com diferentes países e culturas, fomentando igualmente resultados em outras formas de trocas como as comerciais, acadêmicas, tecnológicas e científicas. O mesmo fenômeno ocorreu em 2005, quando foi realizado com enorme sucesso o *Ano do Brasil na França*, denominado *Brésil-Brésils*, no qual se buscou divulgar a diversidade e a modernidade do Brasil, tomando-se em conta aspectos culturais, econômicos, sociais e turísticos.

O papel da mídia foi fundamental, particularmente do jornalismo, para a divulgação das diferentes atividades da programação, como também mostrou que muitos dos elementos da cultura francesa ainda se encontram presentes em nossos hábitos e formação sócio-cultural, traduzidos e evidenciados pelo tratamento dispensado aos diferentes temas e formas de abordagem contidos no discurso jornalístico.

Coube também à mídia, por sua própria diversidade e extensão, resgatar, reavivar e promover construções simbólicas e imaginárias da França no Brasil, também demonstrados por meio de clichês e estereótipos, caracterizando formas de apropriação cultural, que, de alguma maneira, foram incorporadas ao nosso próprio cotidiano e cujos registros podem até hoje ser identificados na sociedade brasileira.

A proposta dessa pesquisa é mostrar que por meio da narrativa jornalística, a produção de representações simbólicas da França no Brasil continua viva e que os diversos enquadramentos utilizados no discurso jornalístico sinalizam a permanência de aspectos míticos e simbólicos que aquele país projeta sobre a sociedade brasileira, os quais foram absorvidos ao longo de séculos e que reafirmam posições resultantes desse exercício de interculturalidade.

Este trabalho propõe uma reflexão sobre o processo de construção das representações sociais e culturais da França e das identidades estabelecidas por esse país na sociedade brasileira a partir de registros obtidos no discurso jornalístico contemporâneo durante a realização do *Ano da França no Brasil*.

Por outro lado, algumas das reportagens publicadas, mesmo que em número reduzido, também trouxeram à discussão questões sociais, problemas urbanos e situações de exclusão que igualmente ocorrem na França, as quais fazem aproximar o Brasil daquele país, tornando a sua imagem menos idealizada e menos mítica. É esse contraponto entre as diferentes sociedades e o caráter dialógico dessas duas culturas e as suas representações, evidenciados por meio do texto jornalístico, que consiste a essência desta dissertação.

A pesquisa trata da relação entre o jornalismo, cultura e sociedade, e como a influência mútua entre essas esferas contribui para o processo de construção das representações sociais e culturais. Ao analisar as representações sociais e culturais da França no Brasil, evidencia-se a influência que a mídia pode exercer na construção e na manutenção das representações francesas incorporadas à vida brasileira, por meio da utilização de seus mitos, símbolos, estereótipos e clichês.

A escolha das representações teve como base o papel que elas exercem na construção do pensamento social e nas estruturas das sociedades, cujos elementos constitutivos são passados de geração em geração por meio de processos educativos e de comunicação.

Nesse caso, a França teve papel fundamental e estruturante em nossa formação social e cultural, cuja influência resultou em um conjunto de informações nos campos sócio-político, educacional, cultural e artístico, produzindo assim representações que ao longo de séculos foram sendo incorporadas à vida brasileira.

O recorte adotado para evidenciar essas representações foi o da seleção de reportagens jornalísticas publicadas em alguns dos principais veículos da mídia brasileira no período compreendido entre o início da divulgação do lançamento e a realização efetiva do *Ano da França no Brasil*.

Essa seleção se justifica pela quantidade de textos publicados entre o pré-lançamento e a realização do *Ano da França no Brasil*, criando uma oportunidade única de análise sobre as relações socioculturais entre os dois países. Também serviu para emergir e enumerar os aspectos mais evidenciados durante esse período, bem como a

influência que a mídia exerceu na construção e na consolidação das representações entre os países.

Optou-se pela mídia impressa, nesse caso concentrada em uma seleção de reportagens publicadas em dois dos principais veículos do jornalismo impresso brasileiro – revista semanal e jornal diário editados em São Paulo, cujo alcance e credibilidade fossem suficientemente representativos para evidenciar o objeto de estudo.

O jornalismo impresso, por sua vez, permitiria o registro histórico e documental do momento de realização do *Ano da França no Brasil*, podendo ser consultado e sujeito a comparações dentro de alguns anos, permitindo reflexões e análises sobre mudanças ou não ocorridas em torno do objeto.

Definido o recorte, fez-se necessária a determinação dos veículos a serem analisados. Tendo em vista a natureza sócio-cultural e midiática do objeto de pesquisa, optou-se pela escolha daqueles que melhor definissem o objeto de acordo com o contexto da contemporaneidade, além da representatividade do ponto de vista editorial.

Dessa forma, a escolha das representações contidas nas publicações *Carta Capital* e *Folha de S.Paulo* se baseou em suas características editoriais – uma revista semanal e um jornal diário, no tempo de sua existência, distribuição pelo território nacional, diversidade do universo de seu público leitor, pela generalidade dos temas abordados pelo meio, posicionamento analítico dos veículos e pela presença de matérias relacionadas com o objeto de pesquisa.

A revista *Carta Capital*, por sua vez, foi a única revista semanal brasileira de grande circulação a publicar duas séries de reportagens abordando diferentes momentos, temas e contrapontos a cerca da secular relação entre a França e o Brasil enquanto que o jornal *Folha de S.Paulo* registrou a evolução cotidiana da divulgação dos eventos sócio-político-culturais ligados ao ano da França no Brasil bem como publicou notícias curtas, *press releases* e fatos mais imediatos ligados às relações entre os dois países.

Essas características que fogem à segmentação de um público leitor específico e evitam a especialização de sua pauta, permitiram um recorte bastante diverso das representações da França no Brasil e o trânsito por diferentes editorias das publicações.

A discussão sobre as representações socioculturais possibilita diversificar reflexões e análises, incidindo sobre o vasto panorama da construção das sociedades em seu processo de formação e de seus elementos constitutivos ao longo de sua própria trajetória histórica. A incorporação de elementos externos pode constituir no seio de

uma sociedade uma rica experimentação e múltipla diversidade cultural, as quais, ao apropriarem elementos originários de outras culturas, formam novas maneiras de ser e de agir, tornando dinâmico o processo de assimilação desses novos elementos que passam de uma cultura e que são incorporados por outra.

Essa incorporação do que é diferente abre uma janela na formação para uma identidade cultural rica e múltipla no contexto de uma sociedade, fruto da participação, da diversidade de elementos e de culturas. Pode, no entanto, também provocar o enfraquecimento dos elementos formadores da própria identidade local, quando o entrecruzamento dessas relações ocorre de forma imposta ou hegemônica.

A pesquisa busca respostas para dois problemas. O primeiro é como o jornalismo impresso aborda e constrói as representações da França em suas narrativas e como seus títulos e conteúdos evidenciam a construção dessas imagens, utilizando-se, entre outros recursos, de seus mitos, símbolos, estereótipos e clichês.

O segundo problema diz respeito ao enquadramento utilizado pelo jornalismo, que na maioria das vezes adota e realça os aspectos míticos da influência francesa no Brasil na construção de seus discursos. A grande quantidade de reportagens proporcionadas pela cultura da mídia propicia acesso a um vasto número de informações as quais são apropriadas de formas diferentes no conjunto dos indivíduos que as recebem. Produz-se assim, entre os consumidores dessas informações e na sociedade como um todo, um sentido de reorganização desses elementos informativos que podem ser apropriados ou não pelos próprios receptores.

O estudo das representações sociais permite um debate entre comunicação e cultura. Essa discussão é realizada por uma mediação que reorganiza os vínculos entre os elementos culturais formadores e inerentes em uma determinada sociedade e os sistemas simbólicos apresentados pela mídia. Sob essa perspectiva, o receptor, exposto a uma vasta gama de produtos midiáticos, extrai desse discurso os valores que lhe interessam, criando ou reforçando representações que englobam seus valores socioculturais, herdados por influência familiar, educacional, tradições festivas e religiosas, entre outras, em permanente diálogo com as narrativas promovidas pela mídia.

A elaboração deste trabalho envolveu um amplo estudo de elementos de disciplinas como Teoria da Comunicação, Jornalismo, Sociologia e Antropologia e também uma extensa pesquisa sobre aspectos da história, da cultura e das relações

França-Brasil, que influenciaram na formação cultural e estrutural da sociedade brasileira e cujos efeitos podem até hoje ser observados. As relações entre os dois países foram bastante discutidas durante a realização do *Ano da França no Brasil*, o que possibilitou um grande debate pela própria diversidade das abordagens apresentadas, em um período determinado e concentrado de tempo.

As representações postas em evidência pelo jornalismo, no entanto, puderam indicar um direcionamento centrado em valores tradicionais e estruturantes do ponto de vista da educação, da cultura, da história, da política, dos hábitos e do *glamour* característicos dos símbolos de reconhecimento e distinção personificados historicamente pelo selo de origem francesa.

Existem poucos estudos sobre as representações da França no Brasil no universo do jornalismo, bem como pesquisas sobre elementos de origem francesa presentes na construção de narrativas nos meios de comunicação.

Esta dissertação pretende trazer subsídios que mostrem a relação entre a comunicação e os processos interculturais, evitando o olhar, apenas descritivo e situacional, mas procurando também contextualizar a comemoração do *Ano da França no Brasil*, segundo a dinâmica da sociedade brasileira e de alguns de seus valores institucionais em permanente mutação e fluidez, bem como sua permeabilidade em absorver influências externas de diferentes origens.

O panorama contemporâneo acena, como destaca Stuart Hall, para identidades não fixadas, essenciais e permanentes. A globalização impulsiona a aproximação e o acesso a outras culturas, a transformação e a mobilização contínuas, acentuando o deslocamento de estruturas tradicionais para outras, descentralizando as referências individuais em relação ao mundo sócio-cultural.

Os fluxos culturais entre os países e o consumismo global criam possibilidades de identidades partilhadas, representadas pelo consumo de produtos, serviços, mensagens e imagens, tornando as culturas nacionais mais expostas às influências externas. Dentro desse quadro, fica mais difícil conservar as identidades culturais intactas ou impermeáveis, tornando a relação entre os elementos locais, regionais e globais mais próximos daquilo que se denomina hibridismo cultural, cujo significado aqui conferido é o entrecruzamento de elementos de diferentes origens que se incorporam à identidade cultural local.

Ao percorrermos a história brasileira, podemos verificar que ela é rica em registros de maior ou de menor aproximação por uma ou outra cultura referencial, cujas origens são igualmente diversas, promovendo a receptividade e a incorporação. No caso específico da cultura brasileira, incorporação de elementos e influências indígenas, africanas, portuguesas, francesas, italianas, japonesas, alemãs, sírio-libanesas e, mais recentemente, norte-americanas.

Ao analisar a narrativa jornalística como espaço da produção das representações da França no Brasil, este pesquisador procurou estabelecer o entrecruzamento dos registros de influências recíprocas e a permeabilidade com que a sociedade brasileira absorve esses elementos, mesmo que nem sempre consiga estabelecer de forma clara alguma relação de origem com esses fatores.

No campo das representações sociais, buscamos a orientação de Serge Moscovici, de Denise Jodelet e de Pierre Bourdieu, complementados pelos estudos sobre clichês e estereótipos formulados por Ruth Amossy, Herschberg e Homi Bhabha.

No que diz respeito aos elementos constitutivos da cultura e da formação das sociedades, em particular a brasileira, participaram deste trabalho autores como Edgar Morin, Claude Lévi-Strauss e Roland Barthes, assim como Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda.

Quanto às relações interculturais França-Brasil, à construção dos modelos de civilização e ao diálogo entre culturas, este pesquisador trouxe referências de Mario Carelli, Néstor García Canclini e Stuart Hall.

Na parte final da dissertação a narrativa jornalística é analisada durante o *Ano da França no Brasil*, utilizando-se de referências teóricas da obra de Roland Barthes .

Capítulo 1

O Ano da França no Brasil

“Erraríamos em pensar que os brasileiros se limitam a copiar os franceses. Eles só se inspiravam em nossas modas, literárias e artísticas, passando através de uma nova forma de sensibilidade, metamorfoseavam-se.”

Roger Bastide (2)

CAPÍTULO 1

O Ano da França no Brasil

Em 2005, a França acolheu o Brasil, com grande sucesso, por meio do *Brésil-Brésils múltiplo*, representado por seu presente e modernidade, sem perder sua influência sobre o imaginário local. As mais variadas formas e manifestações culturais apresentadas naquela série de eventos tiveram a coordenação dos governos de ambos os países, recebendo de cada lado apoio e reciprocidade para sua realização.

Os discursos oficiais traduziram as boas intenções de praxe, porém destacaram que a fórmula encontrada de aproximação entre as duas nações revelava um novo encaminhamento das questões diplomáticas, construindo ou pavimentando pontes, tomando por base em menor escala as questões puramente políticas, mas ressaltando, sobretudo, as afinidades culturais, o senso comum, a curiosidade mútua e o respeito aos valores de cada sociedade, como podemos verificar nesses trechos extraídos dos pronunciamentos dos ministros da Cultura de cada país:

“Ao longo deste ano, queremos propor aos franceses uma imagem significativa da variedade e intensidade da cultura brasileira, sem qualquer filtro ou mediações, a fim de evitar quaisquer simulacros e distorções”, afirmou o ministro da Cultura brasileiro, Gilberto Gil. “Outro aspecto importante é o impacto que essas relações bilaterais podem produzir em vários níveis (...) sobre a expressão artística, o comércio de bens e serviços, o turismo e a política.”

O ministro francês Michel Barnier também reforçou em seu discurso o impacto da cultura nas relações diplomáticas. “Há dez meses tenho nutrido a ambição de dar à diplomacia um elo que fosse além da ação política, sob uma dimensão mais humana, denotando que essa iniciativa vem ganhando força política no governo francês, ano a ano de sua realização, com diferentes países homenageados.”

A diversidade cultural e a modernidade brasileira serviram de eixo temático que levaram à França em 2005 uma extensa programação com cerca de 400 espetáculos, exposições e atividades culturais ligados às artes plásticas e visuais, às artes cênicas, ao cinema, ao audiovisual, à música clássica e à música popular, além de seminários sobre temas acadêmicos, sociais e econômicos.¹

¹ Fonte: Ministério da Cultura do Brasil. Endereço eletrônico: <http://www.cultura.gov.br/site/2005/01/18/ano-do-brasil-na-franca2005>. Acesso em: 25/7/2009

Em Lévi-Strauss (1970), podemos encontrar referências sobre essa fase que sinaliza outra forma de entendimento das relações entre os países e da maneira de tratar a diversidade cultural como um capital a ser cultivado e que pode se desdobrar em diferentes benefícios para os vários lados envolvidos nesse processo:

A verdadeira contribuição das culturas não consiste numa lista das suas invenções particulares, mas na maneira diferenciada com que elas se apresentam. O sentimento de gratidão e de humildade de cada membro de uma cultura dada deve ter em relação a todas as demais não deve basear-se senão numa só convicção: à de que as outras culturas são diferentes, de uma maneira a mais variada e se a natureza última das suas diferenças nos escapa (...) deve-se a que foram imperfeitamente penetradas (...) A civilização mundial não será outra coisa que a coalizão de culturas em escala mundial, preservando cada uma delas a sua originalidade (Lévi-Strauss,1970:80).

Se respeitados esses sinalizadores preconizados por Lévi-Strauss para o complexo jogo das relações internacionais, podemos vislumbrar que não se pode falar em civilização mundial dentro de um sentido absoluto, pois a própria construção da civilização é por si mesma um caleidoscópio de culturas e diversidades. Por outro lado, percebe-se uma sensível progressão nas concepções teóricas e dos estudos em torno dos povos, culturas, países e regiões, que de alguma forma tratavam os núcleos populacionais fora do círculo eurocêntrico como primitivos, selvagens, pouco desenvolvidos, classificados por vezes de superiores ou inferiores, de acordo com critérios que lembram os períodos coloniais e os impérios que se formaram há quase quinhentos anos.

Para Milton Santos (2008:170), a história não acabou, apesar do avanço da globalização, aqui caracterizada “como um conjunto de processos de interdependência das economias, dos governos e de lugares”. Nesse aspecto, destaca o autor:

antes o que havia era uma história de lugares, regiões e países. As histórias podiam ser, no máximo, continentais, em função dos impérios que se estabeleceram a uma escala mais ampla. O que até então se chamava de história universal era a visão pretensiosa de um país ou continente sobre os outros, considerados bárbaros ou irrelevantes. Chegava-se a dizer que tal ou tal povo que ele era sem história.

Quando os primeiros viajantes chegaram ao Brasil construíram narrativas de viagem que ajudaram na construção da nossa imagem e identidade. Recebemos deles relatos igualmente interessantes sobre os modos e costumes do que se considerava civilizado, sobretudo da Europa. Por outro lado, assimilamos hábitos distintos, ao tomar, sobretudo, a cultura europeia como referência, afastando-nos, por vezes, de algumas manifestações populares locais. Já em ocasiões diferentes, incorporamos formas e influências culturais de outros povos. Construimos com isso uma rica e diversificada cultura, ao apropriar elementos de diferentes origens, interagindo de forma aberta e dinâmica com esse processo, formando novas articulações e identidades.

Nesse sentido, Muniz Sodré destaca que “todo imaginário social é algo quase substancial e palpável em formas e entidades universalmente produzidas, seja nos níveis das formações coletivas do inconsciente, seja como repertório de imagens mentais, retratos, figuras projetivas, produzidas por relatos de viagens e narrativas de vários gêneros”². O autor também observa que se trata de um processo mais cultural do que civilizatório, por entender a civilização como uma “entidade cultural mais ampla”, como um conceito para todo padrão de conquistas materiais, alcançado por povos ou países agrupados segundo ancestralidade, história, religião, costumes e valores comuns. Para Sodré, a civilização mostra-se como mais fechada e menos mutável que a cultura por sua dinâmica de trocas, empréstimos e mudanças.

Se toda cultura é, no limite, antropofágica, como conceitua Sodré, a tendência é absorver do outro o que lhe apetece, possibilitando o surgimento de novas identidades partilhadas, que podem se traduzir em produtos, serviços, mensagens e imagens, aumentando ainda mais os encontros e trocas entre a França e o Brasil, duas formações civilizatórias que mantiveram traços de forte atração e sedução.

² Site: BN Digital - “A França no Brasil” - 2009

Endereço eletrônico: <http://bndigital.bn.br/francebr/apresentacao.htm>

1.1 A visão do paraíso: antropofagia e universidade

Ao analisarmos a história dos intercâmbios culturais entre França e Brasil, podemos verificar que a assimetria estrutural na origem dessas relações provêm dos diferentes estágios de desenvolvimento de cada país no momento em que essas duas nações se encontraram, favorecendo de alguma forma a “idealização mítica recíproca” (Carelli, 1994:145). No lado francês, já existia um reino, uma corte, estruturas políticas e sociais, há alguns séculos estruturadas e centralizadas. Já no brasileiro, diversas nações indígenas e povoamentos encontravam-se dispersos por todo território nacional.

Se ficarmos restritos apenas ao período inicial da colonização do Brasil, é possível obter registros do imaginário que inicialmente se formou entre os franceses sobre as terras brasileiras e seus primeiros habitantes. Esse vasto território, disputado igualmente por espanhóis, portugueses e holandeses, de alguma forma alimentava a ideia da existência de um “paraíso lendário”, em que “seres em estado puro habitavam um vasto território, de variadas fauna e flora e, portanto, de abundante riqueza a ser explorada” (Carelli, 1989: 53).

A partir dessa “fase exploratória”, que contém duplo sentido, variando entre o reconhecimento e a aproximação, como também a obtenção dos produtos de extração primária, desenvolveu-se a ideia do “bom selvagem” e do “homem em estado puro”, alimentada por Michel de Montaigne, escritor e pensador francês de grande influência em meados do século XVI. Para ele, a visão do Paraíso sobre a terra poderia ser representada pelos relatos que vinham do Novo Mundo, trazidos, sobretudo, pelos navegadores portugueses e espanhóis, como também pelas missões exploratórias francesas que vinham e chegavam das terras brasileiras (Carelli, 1989:54).

Dessa fase nasce o interesse e a curiosidade da França pelo Brasil, cujas relações mútuas foram se intensificando ao longo dos séculos, caracterizando-se por fases de maior ou menor aproximação, de acordo com o momento histórico vivido:

As relações franco-brasileiras não escapavam à complexidade das relações entre europeus e não europeus, devido à dicotomia da alma desses, dividida entre um racionalismo que se afirmava e o romantismo que nascia, com sua corrente exótica. Paradoxalmente, enquanto a França se afastava do Brasil, sua influência onipresente na Europa refletia-se nele de maneira extremamente fecunda (Carelli, 1989:52).

Pode-se identificar na chegada da Família Real Portuguesa ao Brasil no início do século XIX e na assinatura do tratado de paz com a França, em 1815, como indicadores dos primórdios da fase estruturante mais importante vivenciada pelo Brasil daquele período, que também representam a reaproximação com aquela nação, então considerada um modelo de civilização e cultura. Com a chegada da Missão Francesa, a convite de Dom João VI, recebemos subsídios em vários outros campos do conhecimento humano, até então pouco conhecidos e praticados por aqui. Esse “afrancesamento” do Brasil repetiria de alguma forma o que já ocorria na Europa, que considerava a França um importante referencial civilizatório.

Os desdobramentos dessa fase de atração mútua se fizeram sentir ao longo dos anos seguintes, com fortes nuances e influências nos campos das artes, das ciências, da arquitetura, do urbanismo, da organização militar, policial e naval, do direito, da música, da literatura, da medicina, da saúde pública, da filosofia, da educação, das ideias e da política, sendo que dessas duas últimas podemos extrair importantes elementos estruturantes que contribuíram para a organização do Estado brasileiro e para a implantação da forma republicana de governar.

Isso não quer dizer que a influência francesa no Brasil nesse período, apesar de seu caráter hegemônico e onipresente demonstrados em diversos momentos dessa histórica relação, ocorreu apenas em mão única, sem deixar a França aculturar-se sob os trópicos, sobretudo nos primeiros anos do século XX. É nesse período que importantes artistas e intelectuais franceses visitam o Brasil à procura de inspiração e renovação. Afinal, era o exotismo, o desconhecido, o “estado ainda puro das coisas”, a natureza luxuriante, o encontro de uma população receptiva, que faziam do imaginário e das representações do Brasil uma riqueza a ser conhecida e explorada, além daquela motivada pelos interesses econômicos e militares .

Um exemplo é o escritor Blaise Cendrars, que no início dos anos 1920 esteve por três vezes no Brasil e que reconheceu o país como a sua segunda pátria. São dele as colocações: “É o paraíso terrestre! Uma magnificência! A Terra Prometida!”. Nesse caso, ainda que ressaltando o caráter mitológico do exotismo e do fantástico remanescentes sobre o Brasil, mas, ao mesmo tempo, indicando aos brasileiros a força viva da sua cultura, em um momento de definição e manifestação de sua brasilidade. De alguma maneira essas visitas também contribuíram para uma melhor recepção e conhecimento de várias obras de autores brasileiros na Europa (Carelli, 1989:111).

Em 1934, um grupo de jovens intelectuais franceses, de grande prestígio futuro, participa da fundação da Universidade de São Paulo (USP), entre eles o etnólogo Claude Lévi-Strauss, o historiador Fernand Braudel e o sociólogo Roger Bastide, para citar apenas alguns. Em 1936, outra missão francesa é recebida pela Universidade do Distrito Federal, então no Rio de Janeiro, composta por filósofos, historiadores, geógrafos e professores de literatura, que vieram no Brasil “um campo privilegiado de estudos”.

Esses jovens professores, que foram de alguma forma, progressivamente, dominados por seu objeto de estudo, graças às obras e às citações que escreveram durante e após a sua estada por aqui, tornaram-se mestres do estruturalismo e escreveram livros que contribuíram para mudar a visão que os próprios franceses tinham sobre o Brasil, como *Tristes trópicos* e *Brasil, terra de contrastes* (Carelli,1989). Essas obras também foram significativas para o contexto e a orientação das estruturas educacionais locais, bem como para a evolução do pensamento sociológico e histórico em nosso país. Tempos depois, Lévi-Strauss escreveria *Saudades do Brasil*, lembrando a sua rica e marcante passagem pelo país, bem como a importância que seus estudos aqui desenvolvidos tiveram para a construção de sua obra e para o desenvolvimento da antropologia estrutural. Vários artistas e intelectuais, que como ele, viveram no Brasil, usaram essa experiência para enriquecer seu trabalho ao retornar à Europa. Talvez a obra deles tivesse outra dimensão sem essa passagem por terras brasileiras, como ressalta Carelli (1989:107).

No entanto, é fato que sempre existiu certa dificuldade para que os franceses compreendessem a sociedade brasileira mestiça, com seus contrastes e sincretismos, que tudo devora e transforma, lembrando na prática o exercício da antropofagia cultural, expressa pelo escritor Oswald de Andrade em seu *Manifesto antropofágico*, no qual preconizava “a devoração cultural das técnicas importadas dos países desenvolvidos, para reelaborá-las com autonomia, convertendo-as em produto de exportação³”. Parece que em um determinado momento no início do século XX o Brasil deixou de ser mero consumidor da cultura européia, para se tornar agente e ao mesmo tempo devorador, ainda lembrando o escritor o grande representante do Movimento Modernista, Oswald de Andrade. É por meio do escritor francês Roger Bastide, citado por Carelli (1989),

³ Fonte: *Grande Enciclopédia Larousse Cultural*. Nova Cultural,1998:85.

que este pesquisador extrai uma síntese, de alguma maneira exacerbada, para evidenciar a dificuldade de compreensão sobre nossa cultura:

O sociólogo que estuda o Brasil não sabe mais que sistema de conceitos utilizar. Nenhuma das noções que tenha aprendido nos países europeus ou norte-americanos valem mais. O velho mistura-se com o novo, as épocas se embaralham umas com as outras. Os mesmos conceitos, como “classe social” ou “dialética histórica”, têm significação diversa, não abrangem as mesmas realidades concretas. Seria preciso, em vez de conceitos rígidos, descobrir noções, de alguma forma líquidas, capazes de descrever fenômenos de fusão, de ebulição, de interpenetração, que se moldariam a uma realidade viva, em perpétua transformação (Carelli,1989:118).

Essas indicações são registros de que o Brasil nunca deixou os franceses indiferentes com as múltiplas manifestações de sua rica cultura, causando-lhes forte impressão e curiosidade mesmo quando voltavam ao seu país de origem ou aqui permaneciam, como foi o caso do fotógrafo e antropólogo Pierre Verger, que viveu metade de sua longa existência na Bahia, vindo a se tornar membro e praticante de religiões afro-brasileiras. A produção acadêmica francesa também encontrou no Brasil um vasto mercado para sua disseminação, no qual as obras de Roland Barthes, Claude Lévi-Strauss, Michel Foucault, Gilles Deleuze, Jean Baudrillard, Pierre Bourdieu e tantos outros tiveram e continuam a ter forte aceitação.

1.2 Culturas recíprocas

De alguma forma, as relações França e Brasil constituem uma sucessão de imagens e representações recíprocas cujas construções remontam a cinco séculos, marcadas por aproximações, distanciamentos e reaproximações, em um misto de conquista pela sedução e de influências mútuas. Por outro lado, esses fatos são igualmente marcados por interesses e interpretações que ainda remontam ao passado, por meio da exaltação de monumentos míticos, localizados, sobretudo, em Paris, tais como a Torre Eiffel, o Museu do Louvre e o Arco Triunfo, assim como por meio de ícones da música – Édith Piaf, Charles Aznavour; do cinema – Brigitte Bardot, Catherine Deneuve, Gerard Depardieu; das artes plásticas – Pierre-Auguste Renoir, Henri-Émile-Benoît Matisse; da literatura – Honoré de Balzac, Victor Hugo e mais uma quantidade indefinida de exemplos oriundos da cultura em geral.

Em 2009, quando chegou a vez do nosso país retribuir, abrir suas portas para a realização do *Ano da França no Brasil*, as comemorações de alguma forma produziram, evidenciaram ou reavivaram uma série desses elementos constitutivos do histórico relacionamento entre os países, porém, ao mesmo tempo, procurando mostrar e destacar do lado francês alguns dos principais conceitos da atualidade para essa comemoração:

- A França hoje, por meio da criação, da pesquisa, do debate, das ideias, da inovação, ciência, ousadia, tecnologia e experimentação;
- A França diversa, pela diversidade social, de saberes, de crenças, de culturas, de vontades, de sabores, de sons e de cores;
- A França aberta, por meio das parcerias, das discussões em torno da globalização, dos diálogos entre o Caribe, a África e a América Latina.

A tradução prática desses conceitos ocorreu a partir da diversidade dos públicos, linguagens e manifestações, que ocuparam boa parte do território brasileiro, de modo a produzir efeitos para além do período oficial de realização da comemoração. Traduzindo em números⁴: foram 1.500 projetos recebidos, 745 projetos cancelados,

⁴ Fonte: Entrelinhas - Agência de comunicação oficial do evento - Anodafrancanobrasil.cultura.gov.br/.../assessoria-de-imprensa-entrelinhas- comunicacao/ Acesso em 10/dez/2009

560 projetos realizados e pelo menos 80 cidades contempladas com ações que ocorreram em 80% dos Estados brasileiros. Houve 8.798 inserções na mídia e 797.604 acessos ao site oficial do evento, que representaram R\$135,4 milhões em valor publicitário.

Mas quais objetivos estavam embutidos nessa França que o Brasil recebeu? O objetivo do *Ano da França no Brasil* foi mostrar imagens de uma França diferente, que apesar de orgulhosa de sua cultura, também aprecia o compartilhar e conhecer o que lhe é diferente. É também a França que se inquieta e questiona sobre as mais diferentes questões mundiais e que encontra no Brasil elementos da formação de uma cultura comum, compartilhando identidades igualmente comuns. Além da reciprocidade no tratamento do evento e de reforçar a aliança entre os países, promovendo laços e intercâmbios, o Brasil buscou na França e na cultura francesa ao longo de toda sua história elementos que foram assimilados e transformados à sua maneira, em um processo de contínua apropriação. Do ponto de vista dos representantes dos dois países na organização dos eventos, os depoimentos foram unânimes nas afirmações de êxito das iniciativas, os quais são reproduzidos abaixo:

“Não considero que estejamos encerrando o *Ano*, e sim, iniciando os *Anos da França no Brasil*. São outros projetos e contatos que podem ser feitos graças a este” (Yves Saint-Geours - Presidente do Comissariado Francês).

“O projeto trouxe diversidade (de público, eventos, linguagens) territorialidade (atingindo grande parte do território brasileiro) e permanência (com projetos e alianças que vão extrapolar o ano de 2009). Com essa abrangência, o *Ano* conseguiu chegar a 50 milhões de brasileiros.” Danilo Miranda - Presidente do Comissariado Brasileiro.⁵

Quando resumido em cifras, o projeto do lado brasileiro somou investimentos diretos de R\$43 milhões de recursos da Lei Rouanet e R\$5 milhões do Fundo Nacional de Cultura (FNC). Mais de R\$5,8 milhões foram investidos em comunicação. Da parte francesa, os recursos foram da ordem de €\$20 milhões. Somadas todas as cifras envolvidas, podemos deduzir que o alcance da iniciativa foi, sem dúvida, um marco do ponto de vista de recursos investidos, como também é um feito inédito em comemorações do gênero na história recente do Brasil, fato esse comprovado pelas declarações do diretor de Relações Internacionais do Ministério da Cultura, Marcelo

⁵ Fonte: Site do Ministério da Cultura do Brasil.

Endereço eletrônico: <http://www.cultura.gov.br/site/2009/11/16/ano-da-franca>. Acesso em: 25/7/2009

Dantas. “A experiência e a boa repercussão do *Ano da França no Brasil* gerou inúmeras demandas de outros países em busca de parcerias semelhantes com o Brasil. Estamos em contato com vários países que nos procuraram nos últimos meses, inclusive com possibilidades de reciprocidade, como esse da França, com mais de 30 demandas até o momento⁶”. Desse interesse conjunto de iniciativas, surgiu o desejo de reencontrar as ideias, as tradições, as imagens e os sabores, que reforçam esses laços históricos e também a capacidade de os países se surpreenderem mutuamente. No discurso oficial da representação diplomática francesa é visível o estabelecimento e o reforço de pontes imaginárias e físicas, em direção ao estreitamento dessa histórica relação:

“O Brasil é o único país do continente latino-americano a dispor de uma fronteira comum com a França. Haverá mesmo uma ponte que ligará os nossos dois países entre o Amapá e a Guiana. Essa particularidade, para não dizer esta exceção, poderia por si só justificar a qualidade e a importância da parceria franco-brasileira, não fosse esta última também fundamentada numa visão comum das relações internacionais e numa cooperação dinâmica” (Antoine Pouillieute - Embaixador da França no Brasil até 2009- Agência Entrelinhas:2009).

Durante a realização do *Ano da França no Brasil*, do ponto de vista das representações sociais, a soma dos aspectos anteriormente ressaltados, juntamente com a visibilidade proporcionada pelos eventos ganharam na mídia ampla riqueza de observação e de pesquisa à medida que novas percepções foram incentivadas, em convivência com alguns aspectos tradicionais e simbólicos, observando-se nesse caso a recorrência de estereótipos e clichês. Para ilustrar esse fato, vejamos uma tentativa de ir além do imaginário recorrente, a partir do texto de um dos anúncios publicados pelo comitê organizador do *Ano da França no Brasil* para o lançamento das comemorações:

“A França dos monumentos já faz parte da nossa imaginação. Mas tem uma outra França que você nem imagina. Ano da França no Brasil. A França além do que você imagina” (Anúncio publicado no *Le Monde Diplomatique* - junho de 2009).

Pelo próprio enunciado publicitário oficial do evento é possível inferir que existe um imaginário mítico predominante no pensamento coletivo brasileiro em relação à França que a propaganda busca reconhecer. No entanto, a mesma mensagem quando

⁶ Fonte: Ministério da Cultura do Brasil. Endereço eletrônico: (<http://www.cultura.gov.br/site>). Acesso em: 25/7/2009

ensaia renovar a imagem que os brasileiros possuem do país, ao divulgar os eventos do *Ano da França no Brasil*, tais como espetáculos, shows, exposições, palestras e debates, tenderiam a mostrar a riqueza e a diversidade da França contemporânea, na intenção de contribuir ao fortalecimento de laços nas áreas da cultura, tecnologia e economia. Se de fato isso ocorreu, vamos verificar ao longo dessa pesquisa, se, por meio do tratamento oferecido pelo discurso jornalístico houve a tradução das intenções apregoadas entre os objetivos do evento. É sobre esse conjunto de informações que este pesquisador inicia a construção do primeiro capítulo da dissertação, partindo dos elementos constitutivos básicos das representações sociais e seus desdobramentos, avançando na sequência aos aspectos estruturais históricos da cultura brasileira e os exercícios de interculturalidade entre França e Brasil, finalizando então com os registros e comentários sobre essas representações por meio da narrativa jornalística.

Capítulo 2

A construção das representações sociais na narrativa jornalística

“O imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens.”

Michel Maffesoli (3)

Capítulo 2

A construção das representações sociais na narrativa jornalística

As representações sociais constituem uma forma de construção do pensamento social que compreende o conjunto de experiências, informações, conhecimentos e modelos que estão inseridos nas estruturas das sociedades, os quais são transmitidos de geração em geração por meio dos processos educativos e da Comunicação Social e que estão presentes nos mais diversos atos da vida humana, independente de fenômenos sócio-políticos e culturais específicos.

Nas Ciências Sociais, as representações são definidas como categorias de pensamento que expressam a realidade, explicam-na, justificando-a ou questionando-a (Minayo, 1994:89) e têm por característica a complexidade, pela própria diversidade e a segmentação das sociedades humanas, em suas práticas e atividades. Nesse caso tomaremos como caminho alguns dos elementos da Psicologia Social, propostos por Serge Moscovici e por Denise Jodelet, os quais se propõem a estudar as relações e interações sociais a partir da imagem que os membros de um grupo constroem sobre si mesmos, como também dos demais membros desse grupo e daqueles que a eles se integram. O sentido de representações sociais para Moscovici assume um caráter amplo e genérico, pois para o autor as representações são sempre um produto da interação e da comunicação, tomando formas e configurações específicas a qualquer momento como consequência do equilíbrio entre os processos de influência social. Ressalta Moscovici (2009) que as representações sociais emergem não apenas como um modo de compreender um objeto particular, mas também como uma forma em que o sujeito (indivíduo ou grupo) adquire uma capacidade de definição, uma função da identidade, que é uma das maneiras como as representações expressam um valor simbólico. Para o autor, existe uma relação sutil entre as representações e influências comunicativas, quando ele define uma representação social:

Um sistema de valores, ideias e práticas, com uma dupla função: primeiro estabelecer uma ordem que permitirá às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo; e em segundo lugar, possibilitar que a comunicação ocorra entre os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambigüidade, os vários aspectos de seu mundo e da sua história individual e social (2009:21).

As representações surgem assim como um elo entre aquilo que se estabeleceu como ciência e as formas de conhecimento obtidas pelo senso comum, aqui entendido como as relações entre os indivíduos que se desenvolvem de forma natural e independente de análises ou processos científicos, tornando mais significativos os conceitos que venham a parecer estranhos e trazendo familiaridade àquilo que é desconhecido. Para Moscovici (2009), o sujeito transforma o não familiar em familiar a partir de dois processos interligados: a objetivação e a ancoragem. Por meio da objetivação do conteúdo, o indivíduo entra em contato direto com o universo desconhecido, sem a mediação de especialistas, tornando primária essa relação com o objeto uma forma indireta de exercer poder, culturalmente muito produtiva (2009:75). Ao objetivar, o indivíduo descobre a imagem de uma ideia, de um conceito, para torná-lo concreto. Ao transformar a imprecisão em algo que possa ser visualizado, cria-se um processo mental de tentativa de apropriação daquilo que é estranho.

Como exemplo, podemos tomar a denominação “Cidade-Luz”, atribuída à cidade de Paris, como símbolo das idéias emanadas pelos grandes pensadores franceses e como expressão elevada do conhecimento, refinado em sua origem e que denota alto grau de elaboração. Essa representação vale inclusive para aqueles que jamais estiveram ou visitaram a capital francesa.

Na ancoragem, o indivíduo é responsável por dar sentido às imagens criadas, classificando e atribuindo nomes às coisas. Nesse caso, podemos buscar nas imagens divulgadas e introjetadas sobre a França as quais revelam um país que produziu referências no cotidiano das pessoas, por sua cultura, história, tradições e hábitos, muitos deles incorporados à vida brasileira, de forma consciente ou não. Nesse caso, o sentido de estar na moda ao vestir-se pode ser um desses exemplos, quando os indivíduos usam o vestuário para expressar sua atualização e diferenciação perante os outros, podendo em alguns casos se referirem às próprias marcas por eles utilizadas. Moscovici também destacou que os fenômenos relacionados às representações nas sociedades apresentam especificidades e se caracterizam pela intensidade e fluidez das trocas e comunicações; desenvolvimento das ciências; pluralidade e mobilidade sociais. Existe aqui, pode-se reconhecer, uma forte influência da mídia em captar e formular tendências que venham a influenciar nos hábitos e atitudes, colocando os indivíduos em permanente estado de mudança à medida que são mais ou menos expostos aos veículos de comunicação.

Para sua colega e discípula, Denise Jodelet, as representações sociais sinalizam o surgimento de um pensamento social que se originou de experiências, das crenças e das trocas de informação, resultantes das constantes interações entre os seres humanos ocorridas em seu cotidiano e que trazem sentido às suas existências.

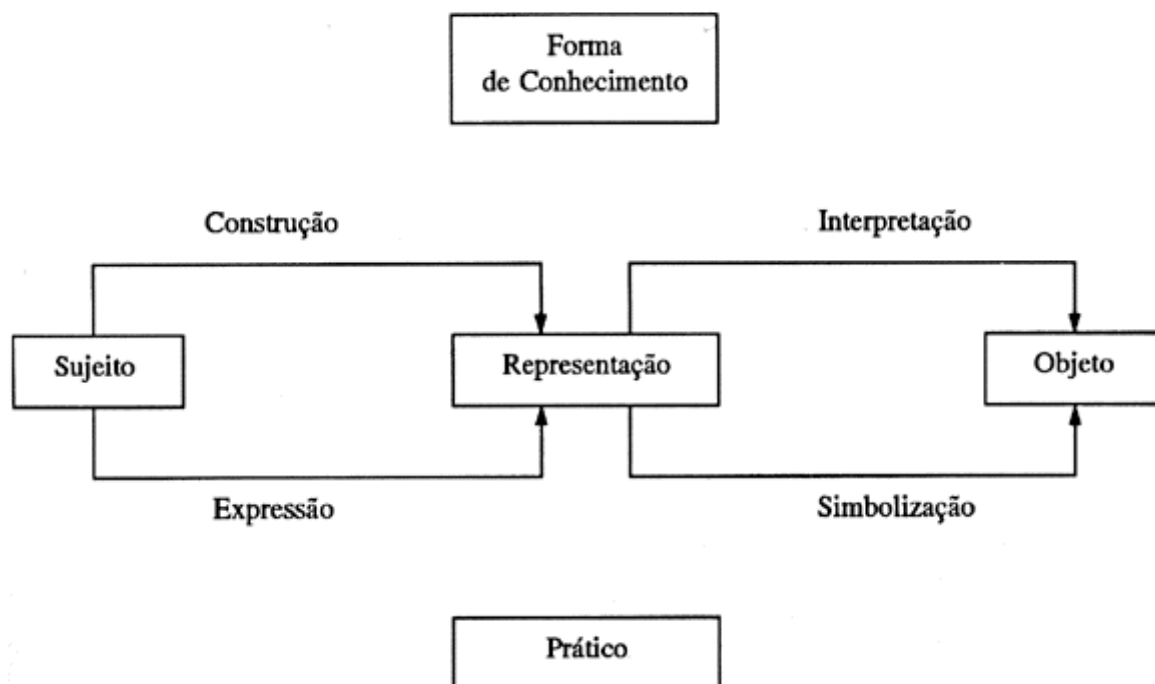
As representações sociais surgem da necessidade dos indivíduos de estarem informados sobre o mundo que os rodeia e estabelece formas de agir com esse mundo. Nesse sentido, o homem não reage de maneira apenas automática aos estímulos dos meios ambiente e simbólico em que vive. Segundo Jodelet, (2001:18) encontramos a afirmação de que frente ao mundo dos objetos, pessoas, fatos e ideias, os indivíduos não estão isolados em um vazio social: eles partilham esse mundo com os demais, às vezes de maneira convergente ou por meio de conflitos, o que contribui para entendê-lo melhor e criar formas de lidar com ele. Daí resultam construções no plano mental como consequência da necessidade comum e da orientação de conduta, que induzem a formas empíricas de construção de um senso comum. O senso ou sentido comum, nesse caso, é construído pela subjetividade, na relação de elaboração e troca de saberes entre o sujeito e seu grupo, articulando-se elementos afetivos, cognitivos, mentais e sociais, efetivados pela linguagem e comunicação (Jodelet, 2001:22).

Sendo socialmente elaboradas e compartilhadas, as representações contribuem para a construção de uma realidade comum, que possibilita a comunicação. Desse modo, as representações são, essencialmente, fenômenos sociais que, mesmo acessados a partir do seu conteúdo cognitivo, têm de ser entendidos a partir do seu contexto de produção. Ou seja, a partir das funções simbólicas e ideológicas a que servem e das formas de comunicação onde circulam.

O conhecimento do sentido comum é também uma forma de interpretação e de conceituação do cotidiano. Essa forma de construção ocorre por meio das trocas realizadas cotidianamente, entre os elementos culturalmente enraizados nas sociedades. Por isso, a representação social é de fato socialmente construída. Sendo socialmente elaboradas e compartilhadas, contribuem para a construção de uma realidade comum, que possibilita a comunicação. As representações sociais enquanto conceito e por estarem situadas na interface dos fenômenos individuais (processo cognitivo) e coletivos (processo de interação social), podem ser consideradas interdisciplinares, pois fazem contraponto com outras áreas do conhecimento como a História, a Sociologia, a Antropologia, a Filosofia, a Psicologia, interessando assim a todas as Ciências

Humanas. A transdisciplinariedade implícita das representações sociais pode ser melhor explicada a partir da perspectiva adotada por Jodelet (1989), que rompe com a divisão clássica de territórios disciplinares e sinaliza a importância da definição precisa do aspecto a ser abordado no estudo das representações sociais.

FIGURA 1. O Campo de Estudos da Representação Social



Adaptado de Jodelet (1989a).

Para Spink, a figura acima “é uma simplificação de um esquema apresentado por Jodelet (1989: 61), que nos permite visualizar os dois eixos principais desse campo de estudos: no primeiro eixo, as representações constituem formas de conhecimento prático orientadas para a compreensão do mundo e para a comunicação. Já no segundo eixo, elas emergem como elaborações (construções de caráter expressivo) de sujeitos sociais a respeito de objetos socialmente valorizados. As duas dimensões descortinam pressupostos de natureza epistemológica sobre a natureza do conhecimento”.⁷

⁷ Figura 1 - Quadro adaptado de Jodelet por Mary Jane P. Spink e extraído do artigo “O conceito de representação social na abordagem psicossocial.” *Caderno Saúde Pública*. v. 9. n. 3. Rio de Janeiro: jul./set.1993.

Ao analisar o quadro em suas linhas gerais e levá-lo para a realidade das relações França- Brasil e da construção de suas representações ao longo de séculos, e particularmente no texto jornalístico, podemos reconhecer alguns elementos constitutivos das representações na sua elaboração:

A) uma parte da construção das representações na mídia se acha marcada pelos estereótipos, cuja mudança é mais difícil e que se caracteriza em parte pela evidenciação das diferenças entre os dois países. Entre elas, podemos citar os diferentes estágios de desenvolvimento sócio-econômico-cultural que cada país se encontra, os quais levam a formulações e sinalizações de desigualdade, tais como civilizado/primitivo, culto/inculto, rico/atrasado, dominador/dominado, que podem se transformar com o tempo em estigma.

Nesse caso, alguns elementos desse relacionamento já se apresentam pré-conhecidos e podem ser evidenciados sem surpresas, obtendo na mídia maior visibilidade, facilitados pela familiaridade e aproximação que já possuem junto ao público leitor, tornando mais rápido o processo de reconhecimento e de comunicação, por meio de temas culturais, tais como a culinária, cinema, cultura, dança, moda, música, arquitetura, artes plásticas, entre outros.

B) Outra vertente desse processo das representações diz respeito ao exercício da interculturalidade, apregoada entre os objetivos de realização do *Ano da França no Brasil*, no qual se busca estabelecer as condições dialógicas de entendimento do outro. Nesse contexto, a identidade da França construída pelo jornalismo brasileiro torna-se algumas vezes menos idealizada e distante, menos mítica e mais diversificada, sugerindo contrapontos entre mitos e tensões, o que pode levar ao estranhamento ou ao reconhecimento do quanto somos parecidos e diferentes em diversos aspectos. Essas duas possibilidades de tratamento das representações serão melhor exemplificadas no último capítulo dessa dissertação e nas considerações finais.

Em Jodelet, também encontramos que o processo de construção de um senso comum se constitui em um meio pelo qual se compartilha o mundo no qual se vive com os outros, servindo de base, por vezes convergente, em outras, divergente, para sua melhor compreensão, gestão ou desafio. De certo modo, são essas “quase-teorias do

senso comum”, destacadas pela autora que permitem aos indivíduos transformar o que lhe é estranho em familiar, a invisibilidade na percepção tangível, por meio da maior proximidade com a realidade. Nesse aspecto, Jodelet assinala que a representação é uma “forma de conhecimento prático conectando o sujeito a um objeto e que quantificar esse conhecimento diz respeito à experiência da qual ele é produzido, aos seus referenciais e às condições em que é produzido e de como a representação é empregada para agir no mundo e nos outros” (1989:43-44).

A representação social na proposta de Jodelet parte do enfoque histórico e cultural para a compreensão do simbólico, adotando a noção básica de que uma representação social é uma forma de saber prático que liga o sujeito ao objeto. A partir desse conjunto de saberes, três questões poderiam ser feitas sobre o processo:

a) Quem sabe e de onde sabe? As respostas a essas questões sinalizam para o estudo das condições de produção e circulação das representações sociais, estabelecendo entre estas a relação com os fatores que as fizeram surgir e se difundir, tais como: valores, modelos, formas de comunicação, contexto histórico e ideológico, dinâmica social, entre outros;

b) O que sabe e como se sabe? Corresponde à pesquisa e análise dos processos que levam a formação das representações sociais e como essas se apresentam;

c) Sobre o que se sabe e com que efeito? Diz respeito ao caráter epistemológico do estudo das representações sociais, estabelecendo entre estas a relação com a realidade e o pensamento científico.

Esses questionamentos formulados por razões metodológicas por Jodelet levam à reflexão sobre como ocorre a construção e a apropriação do conhecimento do sujeito e seu grupo. De que forma o conhecimento vai além do indivíduo e como ele confere sentido ao que é estranho ou ao que é novo? O conhecimento construído pode se desdobrar e repercutir de forma a manter as condutas dos indivíduos e a orientação das práticas sociais? A autora também explica sobre aspectos de caráter histórico-culturais quando elabora seu pensamento sobre as representações sociais. Para Jodelet, as representações sociais são tomadas de posições simbólicas:

De um modo geral, pode-se dizer que, em cada conjunto de relações sociais, princípios ou esquemas organizam a tomadas de posição simbólicas ligadas a inserções específicas nessas relações. E as representações sociais são princípios organizadores dessas relações simbólicas entre atores sociais. Trata-se de princípios relacionais que estruturam as relações simbólicas entre indivíduos ou grupos, constituindo ao mesmo tempo um campo de troca simbólica e uma representação nesse campo (2001:193).

Assim as representações sociais enquanto fenômenos complexos apresentam diversos elementos: informativos, cognitivos, ideológicos, normativos, crenças, valores, atitudes, opiniões e imagens, entre outros. As representações sociais também passam por um processo de encadeamento de fenômenos interativos por meio das interações do mundo moderno. Essa dinâmica entre grupos e indivíduos produz e constrói significados, fazendo com que sejam constantemente pensados e repensados, produzindo novas concepções. Para Moscovici, existe uma relação sutil entre as representações e influências comunicativas, quando ele define uma representação social:

Um sistema de valores e ideias e práticas, com uma dupla função: primeiro estabelecer um ordem que possibilitará às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo; e, em segundo lugar, possibilitar que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambigüidade, os vários aspectos de seu mundo e da sua história individual e social (2009:21).

O autor destaca que os fenômenos relacionados às representações nas sociedades apresentam especificidades e se caracterizam pela intensidade e fluidez das trocas e comunicações; desenvolvimento das ciências; pluralidade e mobilidade sociais. Podemos apreender dessas observações que as representações sociais orientam e organizam os processos de conduta e as trocas comunicacionais nas sociedades, podendo intervir na difusão e na assimilação de conhecimentos, no desenvolvimento nos planos individual e coletivo, na expressão dos grupos e nas transformações sociais.

2.1 Representações coletivas

As ideias ou representações são uma espécie de operador que permite ações recíprocas entre os indivíduos para formar uma unidade superior, que é a instituição (organização política, religiosa, associações etc.). Permite assim a passagem de um nível individual para o sentido coletivo e associativo:

A representação é um saber comum que tem o poder de antecipar e de prescrever o comportamento dos indivíduos e de programá-lo. Ela constitui um quadro de referências e um vetor da ação dos indivíduos. As representações estão vinculadas à prática social. A manifestação da consciência se faz por meio da linguagem e realiza um paralelo entre as duas, entre as representações e o real invertido, mostrando como as ideias estão comprometidas com as condições de classe. A representação situa-se no nível do senso comum, do mito, das formas ideologizadas do pensamento (2009: 61).

Moscovici (2009) ainda estabeleceu a diferença entre representação individual e representações coletivas. Estas são produções sociais, que além de se distinguirem de qualquer sensação ou consciência particular e não dependerem dos sujeitos individuais para se produzirem e reproduzirem, ainda se impõem aos sujeitos de maneira coercitiva e genérica, como formas sociais e de expressão, reconhecimento e explicação do mundo.

As representações coletivas afiguram-se, portanto, como fatos sociais. Referem-se ao campo das representações sociais mediante a valorização da fala, como expressão das condições da existência. Para Moscovici (2009), a palavra é o símbolo da comunicação por excelência porque ela representa o pensamento. A fala, por isso mesmo, revela condições estruturais, sistemas de valores, normas e símbolos e tem a magia de transmitir, por meio de um porta-voz, as representações de grupos determinados, em condições históricas, sócio-econômicas e culturais específicas.

O autor também diferenciou representações coletivas de representações sociais. Essas últimas expressam o conjunto de conceitos, proposições e explicações originado na vida diária no curso das comunicações interindividuais. Elas são o equivalente, na nossa sociedade, aos mitos e sistemas de crenças das sociedades tradicionais e podem também ser vistas como a versão contemporânea do senso comum. Na perspectiva psico-sociológica do autor, os indivíduos não são mais processadores de informações, nem meros portadores de ideologias ou crenças coletivas, mas pensadores ativos que, mediante inumeráveis episódios cotidianos, produzem e comunicam

representações e soluções específicas para as questões que se colocam a si mesmos. Parte do enfoque histórico e cultural para a compreensão do simbólico, adotando a noção básica de que uma representação social é uma forma de saber prático que liga o sujeito ao objeto.

As representações sociais também constituem uma dimensão fundamental da realidade social para compreensão da construção e reprodução de nossas diferenças diante do outro. Bourdieu refere-se ao campo das representações sociais mediante a valorização da fala, como expressão das condições da existência. Para o pensador, a palavra é o símbolo da comunicação por excelência porque ela representa o pensamento. A fala, por isso mesmo, revela condições estruturais, sistemas de valores, normas e símbolos e tem a magia de transmitir, por meio de um porta-voz, as representações de grupos determinados, em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas. Ou seja, as representações sociais passadas oralmente de geração em geração também se revestem de grande importância para a sua permanência e continuação entre os indivíduos em sociedade.

Para ilustrar o contraponto entre as representações sociais e a História, tomemos o exemplo a seguir como um importante registro da influência francesa no Brasil. Ao citar Brito Broca, Mario Carelli (1994) destaca a importância da língua francesa, na virada do século XIX para o XX, como a única adaptada aos exercícios do espírito e como sinal de distinção. Mesmo sendo uma visão contextualizada ao período da *Belle-Époque* brasileira, podemos captar o registro da diferenciação e da representação em torno do falar a língua francesa e a sua tradução na hierarquia social e na categorização nesse período:

Apesar da fraqueza numérica de nossa emigração e da inferioridade do nosso comércio, a língua francesa penetrou em todos lugares do país, levando consigo nossa influência intelectual. Atualmente ela é mais ou menos sabida por qualquer pessoa instruída e frequentemente usada como veículo do ensino superior, a ponto de que a intelectualidade das classes dirigentes é, por assim dizer, francesa. Assim se explica este fascínio que, segundo eles próprios, a cultura francesa exerce sobre os brasileiros, e eis por que muitos dentre eles proclamam que consideram a França a sua pátria intelectual (Carelli, 1994:173).

Do ponto vista numérico, a imigração francesa para o Brasil foi considerada discreta e desproporcional ao tamanho da influência exercida sócio-cultural nos mais variados campos. Algo como 1,55% do total de estrangeiros oficialmente registrados

eram de origem francesa até o início de século XX, número muito inferior ao de outras nacionalidades, tais como portugueses, italianos, japoneses, espanhóis, libaneses, entre outros (Vidal e Luca,2009:16).

No entanto, a dimensão que a influência francesa obteve no Brasil alcançou, do ponto de vista simbólico e prático, as bases e as estruturas das elites sociais, por meio da construção de sistemas que se estenderam da cozinha à educação. Essa relação de trocas, que até certo ponto era apenas a absorção ou reprodução do que se considerava mais evoluído nos mais diferentes campos, ganhava quase que instantaneamente a preferência de todas as camadas sociais, pois quem estava abaixo procurava inspiração naquilo que era praticado nos segmentos superiores. Foi essa modelagem que se desenvolveu no Brasil em seu processo de amadurecimento sócio-político-cultural.

Para Carelli (1994:143), podemos identificar alguns sinais que registram a contribuição e presença de mediadores franceses na construção da “consciência nacional brasileira”, sugerindo a apropriação de suas propostas como uma forma de “colonização pelas ideias”. O próprio processo histórico brasileiro, sobretudo a partir da queda da monarquia e com o estabelecimento do período republicano, levou as correntes do pensamento francês às bases que serviram à formulação dos ideais da Independência – como o Iluminismo e a Revolução Francesa –, e também o Positivismo de Auguste Comte, para o ideário da República.

Na área da Educação, podemos extrair algumas importantes contribuições, tais como a defesa do ensino gratuito, universal e independente, que ainda hoje predomina na França. Essa concepção, até certo ponto visionária na Revolução Francesa, era mais baseada nos Direitos Humanos do que na Pedagogia, pois a democracia só poderia ser construída se houvesse a garantia da universalização da educação⁸. Em outro campo, o da estética e da cultura, também são evidenciados o porquê ser chique e refinado era e, de certa forma o é, ser francês, incorporando-se hábitos e costumes, pela sedução e não pela imposição, criando formas de representação e classificação, bem como demonstrações de encantamento, incorporadas ao dia a dia.

⁸ Fonte: Revista *Educação*. número 147. julho de 2009.

Ao tomar como exemplo o universo do consumo da moda, aqui apresentada no sentido de vestuário, e sua influência sobre o comportamento e classificação entre os indivíduos, podemos obter em Bourdieu subsídios que nos levam a reconhecer o sentido de distinção, que conduz ao reconhecimento do *status*, classe e estilo de vida para aqueles que deles se utilizam ao vestir-se e consumir moda. Para o autor, o *habitus* de classe é descrito como um conjunto de disposições dentro dos quais os componentes de uma classe social são socializados, a partir de condições objetivas determinadas, passando pelos domínios da cultura até ao da aquisição de bens em geral. Nesse caso, as classes sociais demarcam fronteiras simbólicas que estabelecem sinais de diferenciação entre os indivíduos a partir da posse de bens simbólicos reconhecidos como dotados de valor de distinção (2008:95). Assim, as marcas francesas ligadas ao universo da moda permanecem fortes no imaginário do desejo de consumo representadas como símbolos de distinção e status, entre as quais podemos citar Chanel, Christian Dior, Hermès e Louis Vuitton.

Quando partimos para as relações de consumo de bens e serviços, ligados ou estimulados pelos meios de comunicação, algumas das práticas de reconhecimento social, status e distinção decorrentes das manifestações de gosto e preferências, podemos encontrar em Bourdieu uma importante contribuição. Para o autor, o gosto não é uma propriedade inata dos indivíduos. O gosto é produzido e é resultado de um feixe de condições materiais e simbólicas acumuladas no percurso de nossa trajetória educativa. O gosto cultural é adquirido e é, sobretudo, resultado de diferenças de origem e oportunidades sociais (*Cult*, 2008:50).

Podemos destacar e complementar o pensamento de Bourdieu, indo além da formação familiar, educacional e institucional dos indivíduos, reconhecendo e identificando o papel das mídias na construção das representações e na assimilação de hábitos e comportamentos. É possível associar algumas práticas de consumo ao capital cultural incorporado pelos indivíduos e sociedades, destacado por Bourdieu em sua obra. Nesse caso para o autor, os saberes e conhecimentos adquiridos por meio de um sistema de disposições de cultura, em suas dimensões material, simbólica e cultural, produzem um processo de assimilação e identificação em determinados grupos sociais, conferindo-lhes por vezes distinção e diferenciação.

Em reportagem publicada pela revista *Veja São Paulo* (junho de 2010), destaca pesquisa feita entre os paulistanos de renda acima de R\$10 mil, a qual revela que esse

segmento de público considera algumas marcas francesas como suas preferidas, denotando o conceito de exclusividade, que de alguma forma torna seus usuários diferenciados ao usarem esses objetos de desejo. Para esse grupo social, 68% dos entrevistados estiveram no exterior nos últimos 12 meses; cerca de 26% visitaram os Estados Unidos e 66% acreditam que Paris é o lugar mais chique do mundo.

Por outro lado, quando migramos para o campo da projeção e da imagem e, aos motivos pelos quais alguns povos exercem sua influência sobre outros, sendo responsáveis pela determinação de um sentido cultural comum, podemos encontrar um bom exemplo no próprio processo histórico.

Entre os séculos XIX e início do XX a França e, particularmente Paris, eram respectivamente as referências culturais do mundo. Mesmo que parte substancial da riqueza e do capital estivessem concentrados no Império Britânico, era a capital francesa que irradiava influência e servia de inspiração nos mais variados campos, que iam da moda ao comportamento.

Dessa influência, como destaca Maffesoli, resultou em um rico imaginário construído em torno da atmosfera parisiense e retratado pelas linguagens cinematográficas, jornalísticas, nas artes, na pintura, na escultura, gerando uma forma particular de pensar a arquitetura, os jardins públicos, a decoração das casas e a arrumação dos restaurantes, entre tantas outras.

Na sequência histórica, o próprio processo da descolonização promovido pelos países europeus e a Segunda Guerra Mundial transformaram os Estados Unidos na sede da indústria cultural e irradiador de maior influência no contexto mundial da atualidade, incluindo o uso de novas tecnologias da informação, levando a diluição de referências de origem exclusivamente européias.

A partir dessas referências históricas e comportamentais podemos resumir que as representações sociais orientam e organizam os processos de conduta e as trocas comunicacionais nas sociedades e como eles interferem na difusão e na assimilação de conhecimentos, no desenvolvimento nos planos individual e coletivo e na expressão dos grupos e nas transformações sociais. São elas que constroem a base do que somos e do que pensamos sobre aqueles que nos cercam e a respeito do mundo em que vivemos, nos planos individual e coletivo. Constituem assim verdadeiros códigos socioculturais, permeados por um complexo conjunto de simbologias, pelos quais os agentes da comunicação interagem e procuram compreender uns aos outros.

2.2 Representações sociais e interculturalidade

Conforme já destacado por Moscovici e Jodelet, as representações são fenômenos complexos, que não sofrem elaboração objetiva, pois são adquiridas por herança e incorporadas no inconsciente coletivo, estando em permanente movimento e transformação. As representações sociais também dizem respeito às questões interculturais que, em sentido amplo, também se relacionam aos contatos, trocas e conexões entre culturas que atuam de forma recíproca, fornecendo elementos umas às outras que possam promover a diversidade e o reconhecimento do outro. Nesse caso, deve existir a predisposição ao entendimento mútuo, tendo em vista que não se trata apenas da fusão ou do abandono puro e simples de referências culturais, mas estabelecer condições dialógicas de entendimento do outro. Essa capacidade do exercício intercultural fundamental é pré-condição aos indivíduos para a aceitação do outro, sendo ela capaz de promover o próprio enriquecimento pelo exercício dessa alteridade.

Em artigo sobre a interculturalidade, Laan Mendes de Barros (2010,p.177), ao citar Ianni (2000,p.93), traz-nos o conceito de transculturação, pelo qual as idéias de contato, de intercâmbio, de permuta, de aculturação, de assimilação e de hibridação nos remetem à natureza transversal das relações interculturais, que nem sempre se estabelecem de maneira pacífica, mas como resultado de um processo de persuasão, concessão e conquistas e que se manifestam em todas as partes do mundo.

A interculturalidade, por sua vez, toma formas cada vez mais dinâmicas, na medida em que as relações de trocas sociais adquirem dimensões globais, em que culturas, línguas, países, raças, costumes, estão se inter-relacionando com frequência e por meios jamais vistos. As representações sociais, do ponto de vista de Charaudeau (2003:375), se realizam a partir do encontro entre o ser e o outro e se concretizam por meio de ações entre os diferentes indivíduos. Elas também ocorrem por meio dos julgamentos dos próprios indivíduos e pelo senso comum, tanto no julgamento de suas próprias ações quanto em relação às das demais pessoas. Dessa forma, na opinião do mesmo autor:

Os indivíduos e os grupos sociais constroem suas identidades a partir das representações que eles mesmos atribuem. Essas representações são o testemunho do imaginário coletivo que são produzidos por todas as pessoas que vivem em sociedade, sendo que os

imaginários coletivos representam valores compartilhados nos quais os indivíduos se reconhecem e constituem sua memória identitária (2003:375).

As identidades também podem se apresentar em sobreposição. De acordo com Mar De Fontcuberta (2006:75), que cita Cristoffanini (1996:5), as identidades podem adquirir um caráter concêntrico, podendo estar em justaposição. Nesse caso, seria conveniente ter em mente alguma das origens que alimentam o sentido da identidade, tais como raça, sexo, idade, língua, cultura, classe, profissão, prestígio, crenças religiosas e políticas, na qual a pessoa poderia ter algum tipo de afinidade por um desses grupos. Fontcuberta também destaca que a identidade pode não estar restrita apenas a critérios geográficos, mas também a fatores socioculturais e históricos, provocando reações e efeitos diversos em várias partes do mundo. Dessa forma, os próprios meios de comunicação facilitariam essa transnacionalidade, pois as fronteiras tornariam os acontecimentos mais fluidos e permeáveis.

Se tomarmos como exemplo a denominada “francofonia”, aqui conceituada como movimento e organização baseado na partilha da língua francesa e de valores originados em torno de princípios comuns, tais como os direitos humanos e a democracia, que reúne países em torno da Organização Internacional da Francofonia (OIF), a dimensão internacional da disseminação da língua francesa assume dimensões sócio-políticas e culturais que transcendem o próprio território francês.

Esses aspectos são destacados na missão da OIF, que conduz ações de cooperação multilateral de maneira a promover entre todos os seus países-membros – atualmente 56, totalizando 715 milhões de habitantes – a diversidade cultural e linguística, exercendo ação política em torno do equilíbrio das relações internacionais, o respeito aos princípios democráticos e o respeito aos direitos humanos, princípios esses surgidos na França e disseminados em todo o mundo (Wolton, 2009:58).

A francofonia se articula em torno de uma língua – o francês –, mas traz consigo valores humanísticos e democráticos que a própria França, ao longo de sua história, disseminou e que de alguma forma influenciou na organização e na constituição de vários países em todo mundo. O próprio movimento pela francofonia, segundo Wolton, valoriza a diversidade cultural como resultante do processo de globalização. O autor destaca que a francofonia deixa de lado o que restou de forma amigável do império colonial e passa a ser vanguarda nessa coabitação a ser construída pelo mundo dentro de um contexto de globalização. Wolton observa que mais do que ser um vestígio do

passado, a francofonia sinaliza sintomas de novos conflitos, no qual o papel das culturas e o diálogo entre elas é essencial para a construção de um espaço político e de cooperação, protagonizado pela diversidade dos idiomas, das religiões, das culturas, dos valores, das representações e dos patrimônios (2009:51).

É possível que a francofonia contribua para a harmonização das relações interculturais em um grupo expressivo de países e regiões, atuando como um canal facilitador de contatos e intercâmbios. A importância dessa iniciativa para o próprio desenvolvimento das representações sociais é a de criar um elemento comum que minimize as complexas relações de poder, estabelecendo um elo de reciprocidade, cooperação e entendimento na interculturalidade.

Ensaia-se, assim, a elaboração de uma espécie de contrato de consentimento, pelo qual as relações não se tornem viciadas pelo jogo de interesses, no qual quem possui maior poder nesse jogo, tende a prevalecer na construção do imaginário coletivo do outro.

Independente dos discursos e iniciativas oficiais, que de alguma forma contribuem à aproximação entre os povos, as representações sociais na prática da interculturalidade vão continuar a mostrar sua força por meio das relações cotidianas entre indivíduos e grupos, pela frequência com que eles interagem uns com os outros. Nesse caso, a representação do Brasil no discurso midiático francês e para uma parcela da sociedade francesa pode continuar sendo a de um país desconhecido, estranho, de grandes belezas naturais e até mesmo exótico, como também detentor de mazelas sociais, tal qual enunciava Lévi-Strauss (2009:95), quando por aqui passou:

(...) em 1935, no Rio, o lugar ocupado por cada um na hierarquia social media-se pelo altímero: tanto mais baixo, mais alto fosse o domicílio. Os miseráveis viviam empoleirados nos morros, nas favelas onde a população de negros, vestidos de trapos bem limpinhos, inventaram ao violão essas melodias abertas que na época do Carnaval, desceriam das alturas e invadiriam a cidade junto a eles.

Da mesma forma que a França ainda pode ser representada como um país culto, rico, berço da civilização moderna e que, ao mesmo tempo, enfrenta questões delicadas internamente relacionadas aos movimentos imigratórios, que dizem respeito a uma parte substancial de sua população. Movimentos que trazem heranças culturais de suas origens, cujas manifestações causam tensão social por estarem em contraponto ao modelo republicano e laico estabelecido no país. De qualquer modo, as representações

sociais continuam a ser a forma pela qual os indivíduos se reconhecem uns aos outros, e assim conseguem estabelecer os espaços e as identidades em seu meio social.

2.3 As representações sociais e a construção de realidades na narrativa jornalística

A linguagem da mídia procura sempre ser verossímil, remetendo-se de maneira denotativa aos fatos da realidade. Mas as interpretações produzidas pelos receptores podem ou não questionar o discurso da mídia. Essa forma de apresentação dos fatos gera reflexões de alguns teóricos da Comunicação, para os quais a mídia exerce papel relevante na forma como as pessoas recebem e fazem leituras dos fatos retratados, bem como do mundo que as cerca.

O papel da mídia é fundamental na construção dessa realidade, tendo em vista que influenciam a construção do “senso comum”, conceito anteriormente abordado por Moscovici. Segundo o autor, nenhum conhecimento específico se faz necessário para compreender as representações, pois elas se acham presentes na consciência coletiva, dando forma e ao mesmo tempo explicando os objetos e os acontecimentos, tornando-os acessíveis a qualquer um e servindo aos objetivos imediatos do interlocutor.

Moscovici também apresenta a noção de que podemos rever informações que tenham sido distorcidas pelas representações sociais, as quais teriam como primeira função estabelecer a convenção de pessoas e objetos, facilitando a compreensão e a inserção de segmentos pré-determinados. Para o autor, “nenhuma mente está livre dos efeitos dos condicionamentos anteriores que lhe são impostos por suas representações, linguagem ou cultura” (2003:35).

Essa maneira convencional de retratar a realidade é absorvida inconscientemente, incorporando-se naturalmente às formas de representação praticadas no dia a dia. As representações sociais também têm a função de orientar ou servir de referência para as práticas cotidianas, tendo em vista a sua própria pré-existência, incorporadas aos usos e costumes, como algo que continuará a existir, como força prescritiva:

Todos os sistemas de representação, todas as imagens e todas as descrições que circulam dentro de uma sociedade, mesmo as descrições científicas, implicam um elo de prévios sistemas e imagens, uma estratificação da memória coletiva e uma reprodução na linguagem que, invariavelmente reflete um conhecimento anterior e que quebra as amarras da informação presente (Moscovici,2003:37).

Assim as representações sociais constituem uma força dinâmica e conduzem os indivíduos a construir e a interpretar a realidade, produzindo comportamentos e interações que se modificam continuamente, dentro do processo das relações sociais. O autor destaca que a importância das representações sociais é de contribuir para o estabelecimento do senso comum, aqui entendido como processo pelo qual os indivíduos pensam a respeito de algo como objeto de estudo, auxiliando na compreensão dos fenômenos sociais. Dessa forma, o senso comum pode ser obtido sem que haja qualquer tipo de conhecimento prévio científico para que as representações sociais sejam compreendidas e assimiladas. A explicação dos fatos e dos objetos estão de tal forma arraigados na consciência coletiva que dispensam científicimos, estando acessíveis a qualquer um, aproximando-os de nossos interesses imediatos (2003:52).

Sendo a representação incorporada ao cotidiano e dele se servindo para de forma dinâmica promover mudanças e interpretações, é por meio da comunicação que suas nuances tornam-se mais difundidas entre os indivíduos. O papel da Comunicação Social, aqui entendida como o conjunto das diversas formas de interação humana, é relevante na construção das representações e na compreensão do mundo pelos indivíduos, assim como pela influência na sua interpretação da realidade. Ao conceder destaque à realização do *Ano da França no Brasil*, a mídia resgatou na lembrança coletiva alguns laços históricos, culturais e sociopolíticos que uniam e continuam a influenciar os dois países e suas respectivas culturas e que eles possuem elementos comuns na formação de suas identidades.

Em mostra realizada em São Paulo, sobre o tema *O francês no Brasil em todos os sentidos*, a culinária, moda, ciência, dança, música e literatura foram amplamente abordadas, pois todas essas formas de arte no Brasil carregam forte influência da cultura francesa. Por outro lado, foram igualmente destacados os elementos linguísticos que já estavam incorporados na língua portuguesa e ao modo de falar dos brasileiros, que facilitavam essa identificação.

Segundo pesquisa realizada pelos organizadores da mostra, em um dicionário de português do Brasil, de aproximadamente 40 mil verbetes, considerando as palavras de origem estrangeira, é o francês que ocupa o primeiro lugar: de um total de 9.500 palavras: 5.400 são de origem francesa, tais como toalete, menu, abajur, greve, charme,

vitrine, entre outras, estando muito à frente do tupi-guarani, que participa com apenas mil palavras.⁹

É possível identificar igualmente nas raízes das festas juninas alguns elementos da cultura francesa. As danças da quadrilha, que chegaram ao Brasil por meio da corte portuguesa, ganharam o gosto popular e são constituídas por cerca de 30 passos. Desses, alguns são afrancesados, como o *anarriê*, que em francês é *en arrière*, que significa “para trás”. Outro termo originário do francês é o *balancê*, que quer dizer “movimento em forma de balanço com os braços”.¹⁰

Vale a pena recordar Moscovici, para quem as representações são capazes de passar de geração em geração, apresentando elementos de ligação capazes de desencadear nos indivíduos reações características da memória individual e coletiva. A releitura da influência francesa no Brasil possibilitou até certo ponto o reconhecimento de sua própria sobrevivência até nossos dias, ganhando diferentes formas de manifestação e representação. O próprio conceito de representação indica a construção de uma forma simbólica ou de um discurso sobre um evento do mundo cotidiano, implicando uma relação próxima entre conhecimento e sistemas de códigos e linguagens usados para representá-lo.

A comunicação estaria assim relacionada à ideia de compartilhar as representações ou torná-las comuns, associada aos processos de transmissão, envolvendo também os diferentes meios de comunicação, integrando processos de socialização e intercâmbio das representações. Se o conhecimento do mundo dos indivíduos implica na construção de uma representação sobre ele, comunicar é também compartilhar essa representação por meio de todos os meios de comunicação possíveis. As representações veiculadas pelos meios de comunicação geralmente pertencem a uma ampla variação de visões e alternativas, envolvendo com certa frequência opiniões e valores sociais nem sempre mensuráveis. Talvez daí decorra a razão pela qual alguns pesquisadores das representações tenham críticas à comunicação midiática, evidenciando nelas apenas alguns de seus preconceitos, estereótipos, clichês e conotações ideológicas que nela podem estar implícitos. Esses fatores não diminuem a importância das mídias para caracterizar as representações sociais, pois elas também retratam os conceitos e percepções existentes nas sociedades, conferindo-lhes maior visibilidade.

⁹ Fonte: Mostra *O francês no Brasil em todos os sentidos*, realizada em 2009 no Museu da Língua Portuguesa, em São Paulo (SP).

¹⁰ Fonte: *Revista da Biblioteca Nacional*. ano 4. n. 45. jun./2009.

2.4 Estereótipos e clichês na construção da narrativa jornalística

2.4.1 Estereótipos

Nas formas de representação do outro, pode prevalecer um tipo de elaboração que não corresponde à sua própria realidade, reduzindo e empobrecendo a interpretação das relações sociais a um ou outro ponto de destaque. Dessa maneira, concebe formas simplificadas e reduzidas do outro, o que resulta no surgimento de estereótipos, entendidos aqui como a visão parcial e insuficiente de uma cultura e dos indivíduos que a compõem. Os estereótipos, por sua vez, são elementos necessários para a compreensão das culturas e das relações em sociedade, tendo em vista que fazem parte da herança comum que passa de geração a geração, muitas vezes com mínimas alterações nessas passagens. Essas visões, mesmo que distorcidas e parciais, representam subsídios importantes para o detalhamento e o exame daquilo que vem à superfície para formular as interpretações do outro e de suas representações, servindo de base ao mapeamento de suas formulações, compreensão e reflexão. Nesse caso, o estereótipo, mesmo que revestido de distorção e caricatura, é importante por permitir a descoberta, nos aproximando daquilo que parece estranho, tornando familiar o objeto desconhecido.

Em Lysardo-Dias, encontramos uma importante contribuição ao estabelecer o elo entre a comunicação e as representações no contexto social:

Toda atividade comunicativa mobiliza, de alguma forma, representações estereotipadas que instauram um espaço de aproximação e de reconhecimento através da evocação desse domínio referencial marcado pela convencionalidade. Na sua dimensão de evidência anteriormente estabelecida que pré-existe ao acontecimento discursivo, o estereótipo funciona como um discurso social amplamente difundido, que é renovado, atualizado e solidificado a cada situação de uso (Lysardo-Dias, 2007: p.28).

Os estereótipos foram se formando nas diversas sociedades, assumindo diferentes significados ao longo da sua existência, podendo ir até os chamados grupos nacionais, denominação adotada para aqueles compostos por indivíduos de diferentes países. Nesse caso, as diferenças entre eles são expostas de forma pública ou velada, por meio de categorias de comentários ou posicionamento, nem sempre revestidos de tolerância, o que conduz muitas vezes à confrontação. A história humana é repleta de exemplos que

levaram à decretação de conflitos e guerras provocados pela exacerbação de estereótipos recíprocos, criando obstáculos ao entendimento e à reflexão sobre as causas ou condições sócio-econômicas que os provocaram. As duas grandes guerras mundiais ocorridas ao longo do século XX foram ricas em casos dessa natureza, sendo que um dos mais relevantes foi o genocídio conduzido pelo regime nazista.

Nos processos migratórios também encontramos situações de tensão entre aqueles que chegam aos países que os recebem e procuram se relacionar com as sociedades locais, trazendo consigo suas tradições, religiões, culturas, línguas, indumentárias, muitas das vezes em desacordo com os elementos locais.

Stuart Hall explica que esse processo se desenvolve por *tradição*, quando os indivíduos carregam para os novos locais onde irão viver os elementos de sua formação cultural original. Eles procuram equilibrá-los por meio de mecanismos de *tradução*, conciliando os elementos culturais de origem com os praticados localmente. Nessas releituras podem ocorrer inevitáveis divergências pelas tentativas de acomodação ou equilíbrio de práticas diferentes, tornando esse processo uma rica experiência de trocas.

Um dos exemplos mais comuns desse exercício de interculturalidade ocorre nos discursos das reportagens sobre o tema gastronomia, nas quais chefes franceses que vivem no Brasil há algum tempo exibem suas técnicas tradicionais no preparo das receitas, mesclando componentes que trazem de sua origem nacional com elementos da cultura brasileira. A mídia ao divulgar esses encontros culturais torna o processo mais dinâmico, informativo e receptivo, levando essas práticas ao conjunto da sociedade, abrindo oportunidade a novas experiências e diálogos entre culturas.

O resultado prático desses encontros interculturais ocorre na elaboração de pratos como pato ao molho de jabuticaba ou filé mignon com purê de mandioquinha, nos quais os elementos das duas culturas estão bem representados em seu preparo, unindo o global e o local.

Mas nem sempre o estereótipo é em si mesmo um processo negativo, dentro do processo de comunicação e reconhecimento do outro. Podemos verificar esse fato, por exemplo, na propaganda turística, ao citar em seu discurso a acolhida simpática e cordial de um determinado grupo de indivíduos, juntamente com as paisagens paradisíacas oferecidas por um determinado local a ser visitado. Assim o visitante pode se sentir acolhido desde o momento em que decide viajar, como também ao voltar para o seu país de hoje, tendo esses atributos confirmados por meio do processo

comunicacional, ao lado das impressões que teve durante a visita. Quanto maior for o prestígio conferido à imagem de um grupo ou de um indivíduo, maior será o benefício da imagem para a sua auto-estima e para a divulgação em cadeia.

Enquanto a representação social, na definição de Jodelet, aponta para a construção de uma “forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado que tem uma finalidade prática e aponta para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (1989:36), partilhando um universo de opiniões, pode-se verificar que no caso do estereótipo aponta-se, como explica Maisonneuve, para a cristalização de um ou mais elementos que servem apenas de indicadores.

Na opinião de Amossy (2009:56), pode-se dizer que atualmente é comum encontrar coincidência entre o estereótipo e a representação social, ou a não determinação das fronteiras de onde termina um e inicia o outro, porém a autora ressalta que no caso das representações é muito mais raro verificar as conotações negativas do que nos estereótipos.

Segundo a mesma autora, geralmente o estereótipo é um pouco mais cristalizado e mais rígido do que os conceitos e crenças compartilhados presentes nas representações sociais. Por exemplo, quando o discurso jornalístico categoriza os franceses como pessoas elegantes e educadas, que comem muito bem, está se definindo de forma simplista, genérica e, portanto estereotipada, características consideradas positivas para aquele povo. Por outro lado, ao definir os franceses como um povo que não toma banho e que desenvolveu a sua conhecida indústria de perfumes devido a esse hábito, mostra-se um aspecto negativo e reducionista, mas que de alguma forma está relacionado ao imaginário coletivo. Os franceses poderiam igualmente ser representados como monoglotas por não conseguirem, em um exercício de pura percepção, se expressar em outros idiomas que não o seu. Em todos os exemplos mencionados, estão presentes características superficiais e rápidas da manifestação do estereótipo no imaginário local de uma determinada época.

No entanto, os estereótipos não são necessariamente emblemáticos, nem congelados, já que possuem dinâmica própria e apresentam transformações.

Ao citar Lippman, Amossy (2009:31-32), destaca que os estereótipos passaram a ter maior importância nas Ciências Sociais a partir do século XX. Na condição de publicitário, Lippman analisou a visão do estereótipo na composição da opinião pública. Para ele, a linguagem corrente é tomada por imagens que mediatizam a

nossa relação com o real e por isso refletem esquemas culturais pré-existentes por meio do qual cada um filtra a realidade do seu entorno. Nesse caso, são produzidas inevitáveis generalizações até que haja aproximação física e cultural das partes envolvidas, permitindo maior intimidade e conhecimento entre ambos.

Em seu livro *Public opinion*, Walter Lippman divide em duas partes as noções de estereótipo: uma de ordem psicológica na qual o estereótipo se apresenta como uma forma necessária de processar informações no vasto campo das relações sociais, criando certo ordenamento na sua própria diversificação, contribuindo para a construção das representações e ajudando ao processo cognitivo na estruturação, categorização e interpretação dos fatos.

Em seguida, Lippman nos apresenta outra noção de estereótipo, de caráter mais político, que leva à noção da construção social distorcida, desprovida de racionalidade e resistente às mudanças no seio da própria sociedade. Nesse caso, o papel das mídias é relevante, pois a disseminação de representações pouco adequadas exigiria de cada indivíduo um julgamento mais isento e esclarecido sobre as opiniões emanadas, as quais têm importância na construção do processo democrático e da vida social.

Ao contrapor essas duas noções é possível deduzir que os estereótipos não estão limitados apenas a categorizar pessoas, mas “contêm julgamentos e pressupostos tácitos ou explícitos a respeito do seu comportamento, sua visão do mundo ou sua história. Podem representar ou expressar tensões e subjacentes – francês não toma banho, não fala outras línguas que não a sua.”¹¹

Em Bhabha (1998:107), encontramos o estereótipo como uma representação complexa que ao embasar estratégias de individuação e marginalização, produz um efeito de projeção exagerada de verdade, em probabilidade e previsibilidade, indo além da explicação lógica ou empírica, “como se a duplicidade essencial do asiático ou a bestial liberdade sexual do africano, que não precisam de prova, não pudessem jamais ser julgados fora do discurso”.

A mídia tem um papel fundamental na construção de cenários e representações, sentidos e interpretações na contemporaneidade das práticas interculturais e também dar sentido mais heterogêneo às suas manifestações. Assim,

¹¹ Filho, J.F. Site: E-compós n.1.2004.Acesso em 20/set/2010

para o imaginário de quem não conhece o país, a França representada na mídia pode apresentar-se mítica e monumental, rica e educada, esnobe e excludente; pode igualmente, a partir dessa formatação do discurso, significar apenas uma visão estereotipada e reduzida, uma hipótese ou crença a ser confirmada, que depende de avaliação, reflexão e comprovação mais acuradas, que podem ocorrer por aproximação física ou pela obtenção de elementos palpáveis à sua realização, do que apenas formas por vezes reduzidas de suas representações contidas nos discursos midiáticos.

2.4.2 Clichês

O clichê é um termo que como o estereótipo designa os tipos humanos por algumas de suas características imaginadas. Ele tem um alcance um pouco mais amplo que o estereótipo, apesar de se confundir com ele quando refere a imagens ou personagens como o “Rei Sol”, representado por Luiz XIV, que personifica a opulência do poder durante certo período da história francesa por meio da arquitetura, mobiliário, vestuário, do protocolo, do gestual e na formulação ritual dos hábitos sociais em geral.

Os clichês são recorrentes nas narrativas em novelas, filmes e programas diversos. Por exemplo, o casal apaixonado que faz uma viagem romântica a Paris, dando mostras de sua paixão em diferentes locais e belas imagens da capital francesa. Outro exemplo seria do amante ou enamorado de origem francesa, em cenas de conquista refinada, normalmente em restaurantes de bom nível e brindando com vinho e champanhe aquele momento de mútua atração.

Um exemplo clássico é ensinar ao personagem modos requintados com demonstrações de cultura geral e atitudes de *bon-vivant*, ou seja, pessoa que sabe aproveitar o melhor da vida, sempre acompanhado de forte pronúncia da letra “r”, para caracterizar a origem francesa e o seu respectivo sotaque. O uso recorrente de clichês e estereótipos trazem à narrativa a facilidade e reconhecimento quase imediato da mensagem que se quer passar e representam de certa forma segurança e comodidade para o receptor, que assimila mais rapidamente a mensagem, sobretudo em situações de maior complexidade e diferentes daquilo a que está acostumado, independente do gênero da narrativa.

O clichê, desde os seus primórdios, é considerado uma forma reduzida da expressão, um lugar comum ao qual se recorre pela facilidade que expressa uma situação, sentimento ou ponto de vista. Essa facilidade de compreensão o torna muito usado e, portanto, recorrente, nos discursos de diferentes origens. Existe algum desconforto na narrativa quando os estereótipos e clichês são usados como parte integrante da natureza dos fatos, portanto, intrínsecos à forma de interpretação sobre a origem da situação narrada. Nesse caso, corre-se o risco de gerar, alimentar ou disseminar preconceitos, pois algumas dessas interpretações têm raiz cultural e, portanto, estão circunscritas à sua própria limitação.

Da mesma forma que o Brasil é por vezes retratado pela mídia estrangeira como o “país do Carnaval”, levando ao leitor ao sentido da alegria permanente, da vida sem problemas e das relações sempre amistosas entre seus habitantes, por outro lado, também retratamos a França de forma pejorativa, como elitista, terra de grandes pensadores, fechada em suas tradições culturais, pedante, distante e pouco receptiva às influências externas.

Quando empregado no sentido da positivação, o clichê também cumpre sua função de síntese, como quando dizemos “Paris, a cidade mais romântica do mundo” ou simplesmente quando a denominamos a “Cidade-Luz”. Em qualquer situação, o clichê é um facilitador da compreensão, mas sua constante utilização pode igualmente empobrecer o discurso pela forma reduzida de sua expressão.

Vale destacar que nas relações sociais em geral e na formulação do senso comum, as imagens comumente empregadas para construção das representações podem manter-se nos discursos pré-estabelecidos eternizando de alguma forma os mitos e as narrativas tradicionais. Nesse caso, tanto os clichês quanto os estereótipos aparecem como repetições padronizadas a fim de estabelecer com o público alvo uma identificação imediata.

Em geral, a atividade de comunicação põe em movimento, de alguma forma, representações motivadas por estereótipos ou clichês, estabelecendo aproximação e reconhecimento entre os referenciais da vida social, muitas das vezes marcados pelo exercício do convencional. Nessa prática da evidência, já pré-estabelecida e pré-existente, apóiam-se as mídias e os discursos jornalísticos, difundindo e renovando práticas discursivas de forma ampla e socialmente assimiladas, em um ritmo de atualização e solidificação constantes, variando de acordo com o contexto de sua utilização.

Retomando a questão específica dos clichês, que foram construídos a partir da projeção do imaginário e do simbólico produzidos em torno da França e particularmente da cidade de Paris, existem elementos históricos que podem caracterizar seu surgimento, cujos fundamentos remontam ao século XIX.

É justamente naquele século que a cidade de Paris passa por grandes transformações urbanas, tornando-se um modelo de metrópole e ao mesmo tempo destaque em vários campos do conhecimento e da criação, componentes esses que

ajudaram na construção do mito da modernidade de então e ao mesmo tempo na projeção referencial de progresso e de civilização em escala mundial.

A construção da Torre Eiffel em 1889 é a materialização do ápice desse processo histórico, a qual foi erigida em comemoração ao centenário da Revolução Francesa, juntamente com a realização da “Exposição Universal”, que naquele ano se realizou na capital francesa e cujo principal objetivo era reunir e celebrar o que havia de mais relevante no avanço científico e tecnológico no mundo, bem como do progresso industrial daquele instante.

Por trás dessa construção de modernidade, marcada igualmente pela ascensão burguesa e pela influência do Iluminismo, “em um movimento misto de realidade e de imaginação, projetou-se em torno da cidade de Paris uma imagem emblemática que deu também à França o reconhecimento e a representação da nação da urbanidade, da civilização e da cultura” (Pesavento, 2002:13).

Esses elementos somados resultaram em discursos jornalísticos que foram disseminados mundo a fora, num processo contínuo de construção de representações, que se tornaram referenciais em diferentes épocas para o pensamento universal e cosmopolita e que ganhou importância no Brasil, tal como já foi descrito nessa pesquisa, tornando-se paradigma para um país “que almejava ser civilizado”, sobretudo nas primeiras décadas do século XX. Em torno de aspectos reais, simbólicos e míticos foram surgindo igualmente os clichês e as imagens idealizadas da França, tendo, sobretudo, como pano de fundo, a cidade de Paris e os acontecimentos ali realizados.

Se a França, ao final do século XIX, tinha como projeto e sentido, ser reconhecida como o país do futuro, da modernidade e modelo de civilização, por outro lado outros protagonistas foram ganhando igualmente espaço no cenário mundial ao longo século XX, despertando as atenções das mídias e dos discursos jornalísticos.

Um exemplo dessa nova realidade é Nova Iorque, que rivaliza com Paris, entre as cidades que mais tiveram citações e participações midiáticas em jornais, revistas, livros, filmes, propaganda, reportagens e fotografias, contribuindo para a sustentação de aspectos míticos e simbólicos em torno dessas duas metrópoles.

Em relação à França, mesmo que tenha reduzido sua influência socioeconômica e cultural no contexto mundial, a sobrevida do imaginário em torno daquele país no século XX obteve alguns importantes aliados, marcadamente entre os anos 1940 e 1980,

na participação de renomados cineastas e fotógrafos, cujas criações foram fundamentais para dar continuidade à produção de narrativas e representações.

No caso específico dos fotógrafos, destacamos a importância dos trabalhos de Henri Cartier-Bresson e Robert Doisneau que contribuíram por meio dessa técnica para a difusão jornalística de imagens que retratavam o cidadão comum, no cotidiano da cidade, juntando as características puramente humanísticas desses registros, com as belas e monumentais imagens da cidade de Paris, estabelecendo com essa cidade uma poética relação, até então muito ressaltada pelas obras de uma série de brilhantes escritores, a exemplo de Honoré de Balzac, Victor Hugo e Jean-Paul Sartre, para citar apenas alguns.

Essas narrativas foram e continuam publicadas em importantes jornais e revistas e igualmente disseminadas pelo mundo inteiro graças às gravuras, *posters* e postais, os quais seguiram reproduzindo conhecidas representações da França e, ao mesmo tempo, reforçando alguns de seus mais conhecidos mitos e clichês, tais como o lugar comum da beleza arquitetônica, do glamour, do romantismo, do *savoir-vivre*, da elegância, dos cafés, dos restaurantes e dos bistrôs, os quais, mesmo usados de forma repetida, continuam a causar admiração e parecem se alimentar da sua própria capacidade de seduzir e impressionar.

Pesavento (1997:29/30) destaca que “Paris tem sido a cidade mais representada em texto e imagem, o que estimula todo imaginário social”. Cita em sua obra o escritor francês Roger Callois (1993:9), para quem “os mitos modernos não são apenas revestidos de sentido imaginário, mas aparecem como uma realidade de força indiscutível”. Para Callois, “esses mitos constituídos pelo imaginário são uma representação convincente e sedutora do real e têm a força da sugestão e credibilidade na aceitação”. Nesse caso, a mítica em torno de Paris pode ser medida por sua força em ultrapassar as fronteiras do tempo e do espaço, universalizando-se em sua receptividade.

Por conta do aumento do número de viagens internacionais, da exibição recorrente de cenas de novelas na televisão que têm a cidade Paris como cenário das locações, pelo crescente interesse pela informação e acesso, graças à disseminação de publicações diversas na internet, podemos verificar que os discursos jornalísticos em torno do tema França costumam repetir os velhos clichês, despertando a curiosidade naqueles que não conhecem o país, fato que de alguma forma mantém também acesa a chama do imaginário entre seus admiradores e *habitués*.

Capítulo 3

A França no Brasil **As construções simbólicas e imaginárias entre os dois países**

“Cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente.”

Milton Santos (4)

Capítulo 3

A França no Brasil: As construções simbólicas e imaginárias entre os dois países

“Nascemos em Portugal e fomos educados na França.”

Senador Cristóvam Buarque, em sessão solene no Congresso Nacional, destacando a comemoração do *Ano da França no Brasil* (5)

A globalização tão preconizada pelos meios de comunicação é também fruto da maior aproximação entre os diferentes países proporcionada pelo avanço de novas tecnologias que reduziram a noção de tempo, local e espaço, abrindo contatos entre povos e comunidades, em um ritmo e velocidade que até então não haviam sido experimentados. Essa grande transformação ocorreu, sobretudo, a partir da segunda metade do século XX, e trouxe novas informações sobre a maneira de viver dos povos, não se resumindo apenas aos aspectos econômicos e financeiros. Abriram-se frestas e imagens que nos colocaram diante de culturas diversas, suas manifestações e representações.

A proximidade proporcionada pelos meios de comunicação resultou também em noções e informações sobre as diferentes formas de viver nesse mundo, assim como nos aproximou de valores e códigos socioculturais de variadas origens, proporcionando um verdadeiro caleidoscópio de representações, às vezes conhecidas ou não, permitindo uma intensa malha de trocas trazidas pelos meios, pelas mediações, pelos relacionamentos sociais em geral. O dinamismo desse processo é caracterizado pela constância das mudanças, de rupturas e reconstruções, do estabelecimento de pontes entre o passado e o presente, fatos esses nem sempre mostrados e vivenciados de forma pacífica e ordenada.

A história recente nos mostra que somos bombardeados por informações que, às vezes, nos soam estranhas, as quais nos permitem a conexão com os elementos de culturas distantes, das línguas que não entendemos, dos hábitos, das formas de ver e de pensar, dos costumes que não são os nossos, daquilo que podemos considerar muitas vezes exótico. Assim é necessária a compreensão dos elementos formadores da cultura de um país e dos aspectos interculturais, para formular a contextualização da construção das representações culturais por meio do discurso jornalístico e do que lhes fornece sentido, transformando a reportagem escrita em um meio de identificar as representações do outro na comunicação. É o que veremos a seguir.

3.1 Cultura e história na formação de um país

“*Há uma história na vida de todos os homens.*”
William Shakespeare - *Henry IV* - ato III - cena I (6)

Durante os primeiros tempos de formação do Brasil, a partir de sua descoberta pelos portugueses, muitos fatos ocorreram nessas terras sem que se tivesse o mínimo registro ou conhecimento. Era época em que os meios de comunicação restritos diluíam as informações, em um tempo e espaço bem diferentes da aceleração e da multiplicidade de fontes que hoje possuímos. Nos primórdios do Brasil estiveram presentes, além dos portugueses, os espanhóis, os holandeses, os franceses e, no período da história mais recente chegaram, entre outros, os imigrantes italianos, japoneses, libaneses e alemães, além da importante e relevante presença dos representantes da diáspora africana registrada entre a colonização e o período imperial.

Desde então, os laços estabelecidos com os franceses, foram em sua maioria pouco beligerantes – oficialmente o combate mais significativo se deu no Rio de Janeiro em 1565, havendo a ocorrência de outros na região Nordeste do país, culminando com a retomada pela coroa portuguesa dos territórios por eles invadidos. Alternaram-se a partir daí períodos de maior ou menor aproximação entre os países. Desde as primeiras investidas dos invasores franceses, que datam do século XVI, até o momento, as relações entre os dois países deram sinais de mútua atração e curiosidade. Fomos de alguma maneira incitados à descoberta de um pelo outro, motivados pelos próprios contrapontos de nossas culturas, manifestados pelo que então se denominava exótico e civilizado; pelo inculto e refinado; pelo pagão e o religioso, seguindo a visão dualista conceitual que até hoje se verifica em diversos discursos.

Logo nos primórdios desse relacionamento, durante o reinado de Henrique II, uma missão indígena brasileira visitou a França em 1547 e encenou suas manifestações culturais para uma platéia composta por membros da corte, levando a reações do tipo “como são charmosos esses selvagens”. Esse fato provocou em Michel de Montaigne, grande intelectual da época, comentários do tipo “acho que não há nada de bárbaro nem de selvagem nessa nação, pois cada homem chama de barbárie aquilo que não é do seu costume” (*O Estado de S.Paulo*. Caderno Aliás. 26/4/2009).

Quatro séculos depois, o antropólogo francês Claude Lévi-Strauss, abriria do ponto de vista epistemológico uma nova frente para o entendimento do surgimento e a existência das diferenças culturais entre os países:

A verdade é que durante centenas de milhares de anos a Humanidade não era numerosa na Terra e os pequenos grupos existentes viviam isolados, de modo que nada espanta que cada um tenha desenvolvido as suas próprias características, tornando-se diferentes uns dos outros. Na verdade, as diferenças são extremamente fecundas. O progresso só se verificou a partir das diferenças. Atualmente o desafio reside naquilo que poderíamos chamar de supercomunicação, ou seja, a tendência para saber exatamente o que acontece o que se passa num determinado ponto do mundo (2007:31).

O processo histórico deixou marcas muito significativas no intercâmbio sócio-cultural entre França e Brasil, devido às inúmeras situações de troca registradas nesse longo relacionamento de mais de cinco séculos. Essa marca foi mais acentuada até os anos 1940 do século XX, quando a influência norte-americana torna-se mais visível e acentuada no contexto local e mundial. Ao longo desse período aprendemos a nos conhecer e fomos influenciados de forma recíproca na construção da nossa identidade sócio-cultural. Em relação a esse aspecto, Morin apresenta um importante referencial:

A cultura reúne em si um duplo capital: por um lado, um capital técnico e cognitivo – de saberes e conhecimentos – que pode ser transmitido a toda e qualquer sociedade e, por outro lado, um capital específico que constitui as características de sua identidade original e alimenta uma comunidade singular por referências aos seus antepassados, seus mortos, suas tradições (1979:170).

A partir dessas ponderações, podemos deduzir que o legado dos capitais entre diferentes culturas pode torná-las mais ricas quando não excludentes por movimentos de sobreposição. São como rios que correm paralelos e que podem se confluír. A cultura poderia ser interpretada de várias formas, entre elas como o conjunto dos comportamentos humanos, das formas de manifestar os seus valores, símbolos e linguagens, assim como as interações e cognições dos relacionamentos em sociedade.

O que existe em comum nessas interpretações é que os elementos componentes da cultura estão arraigados em todas as sociedades e se manifestam de forma diversa. Eles permitem construções de sistemas de símbolos, mitos, ritos, usos e costumes que, quando não isolados, podem interagir com outras culturas em diferentes regiões.

A construção das identidades no processo histórico recebe forte influência dos chamados modelos de civilização que foram surgindo ao longo de séculos, chegando até

o que se denomina modelo de civilização ocidental, que tem na Europa e nos Estados Unidos as suas principais referências históricas. Esse processo construtivo se mistura com os próprios fatos históricos e foi-se edificando à medida em que as interações entre os povos foram surgindo, em diferentes momentos e circunstâncias da existência humana e organização das sociedades, influenciando a cultura, a civilização e os costumes.

Desde as primeiras incursões em terras brasileiras, os franceses deixaram um tipo de referência ou influência sobre a população local. Seja por meio da língua, dos costumes, dos objetos, da arquitetura, no campo das idéias, levando a sociedade local a buscar nessas referências uma forma de se aproximar ou um modelo a ser seguido do então considerado mundo civilizado.

O sociólogo Gilberto Freyre faz citações interessantes, atribuídas a diversas personalidades da época, sobre a europeização e o afrancesamento do Brasil, junto com os ideais de progresso e consumo surgidos entre o século XIX e início do XX:

“A Europa de que essa Paris era o centro, é motivo de grande curiosidade, porque de lá nos mandavam tudo, desde velocípedes até os bombons.”

“Paris sempre me empolgou como cérebro do mundo civilizado e como cidade máxima de divertimento e progresso material.”

“Sempre considerei Paris a capital do mundo pela projeção que a França estendeu a todos os povos, especialmente durante a revolução de 1789 (...) Paris é a França, o Ocidente, a Terra (2004:902-903).

Esse entrecruzamento de culturas e de visões ao longo de séculos estabeleceu algumas pontes entre os dois países, despertando o conhecimento e a curiosidade mútuos, os quais desencadearam diferentes graus de relacionamento que foram se amoldando em suas próprias complexidades. No entanto, não podemos desprezar o caráter colonialista e de hierarquização cultural quando a civilização francesa passou a ser considerado um modelo de civilização universal.

Existia uma vocação quase altruísta nessa convicção civilizatória, tendo em vista as idéias predominantes nos séculos XVIII a XIX, que pregavam a divisão dos povos entre mais ou menos evoluídos e, portanto, mais ou menos dependentes de orientação superior. Nesse sentido, a concepção universalista do modelo de civilização encontraria na França um terreno fértil durante o período Iluminista, pois a ideologia aristocrática e burguesa predominante nesse período ganhava corpo:

A ideologia da burguesia que encontrava na noção de civilização uma das formas de sua expressão, esforçou-se em mascarar sua origem de classe; ela apresenta o seu ideal não apenas como aquele de um grupo em particular, mas sim como aquele da razão e identificado como um ideal de toda a humanidade; a civilização não é apenas a cultura e o modo de vida da classe dominante, é a manifestação mais perfeita da natureza humana e, portanto, universal (Ladmiral e Lipiansky, 1989:112).

Ao reconhecer a França como berço da civilização, gerações e gerações de brasileiros buscaram naquele país a sua formação acadêmica e trouxeram de lá elementos formadores de nossas elites. Surgiram talvez daí alguns importantes movimentos e influências que tiveram um importante registro em nossa história. Do Iluminismo francês recebemos as primeiras noções da tríade “igualdade, fraternidade e liberdade”, que foi amplamente difundida pelos quatro cantos do mundo. Esses princípios tornaram-se mais tarde símbolos e referências revolucionários universais, os quais fundamentaram a própria base da Revolução Francesa e que viriam também a influenciar a Inconfidência Mineira e diversos movimentos da vida nacional, assim como impulsionou os ideais liberais que precederam a Independência do Brasil. O historiador Sérgio Buarque de Holanda, em seu livro *Raízes do Brasil*, destaca essa influência:

Foi essa crença, inspirada em parte pelos ideais da Revolução Francesa, que presidiu toda a história das nações ibero-americanas desde que se fizeram independentes. Emancipando-se da tutela nas metrópoles européias, cuidaram elas em adotar, como base de suas cartas políticas, os princípios que se achavam então na ordem do dia (2001:179).

O caráter simbólico dessa influência histórica é ainda muito acentuado no Brasil e temos na figura de Tiradentes e seu martírio a representação máxima desse movimento. A própria citação - *Libertas quae seras tamen* -, traduzida como “Liberdade ainda que tardia”, que faz parte da composição da bandeira de Minas Gerais, é exemplo do quanto subsiste até nossos dias o registro do ideal de liberdade, da proteção dos direitos individuais e coletivos, mesmo que nem sempre praticados e reconhecidos ao longo da vida brasileira. Em Carelli, podemos obter a tradução da influência francesa na formação política brasileira:

Os movimentos de independência, marcados pelos filósofos iluministas e pela corrente republicana, fortemente impregnados pelo positivismo explicam a imagem da França, mãe universal da liberdade, que os brasileiros cultivaram por longo tempo. Esta referência foi particularmente eficaz no esforço “prometeico” de formação na nação no século XIX até a construção de Brasília (1994:254).

No entanto, é no Positivismo, corrente de pensamento idealizada pelo cientista social francês Auguste Comte, fortemente marcada pelo progresso e a supremacia da ciência e na organização harmoniosa das atividades espirituais e humanas, que encontramos um dos mais visíveis e presentes símbolos dessa influência. O seu legado encontra-se registrado na construção do movimento pela Proclamação da República, bem como está inscrito no centro de nossa própria bandeira, por meio da expressão “Ordem e Progresso”.

No entanto, esse ideal positivista permite deduzir em sua orientação uma possível articulação do exercício do poder, sob qualquer regime e momento da vida política brasileira, conforme observa Gilberto Freyre:

Por mais que essa mudança tenha se desencadeado de forma irreversível, seu compasso não foi radical, nisso precisamente repousando um lastro cultural brasileiro, esse apego das elites ao compromisso, à moderação, à preservação da ordem como prioridade que retarda as pressões da história. Nesse sentido, a fórmula pragmática do “Ordem e Progresso” já estaria implicada nas elites dirigentes brasileiras antes mesmo de Auguste Comte e do próprio Positivismo (2004:25).

Nesse sentido parece haver consenso entre os historiadores que as grandes mudanças no cenário político brasileiro em diferentes fases da vida nacional foram conduzidas de cima para baixo, de maneira a fazer valer o pragmatismo enunciado por Freyre, independente da intensidade das demandas históricas.

O modelo de civilização francês, seus modos, costumes e influência social e política foram de tal modo significativos que, em um determinado momento da história brasileira, estávamos de tal forma absorvidos pela influência da “civilização” gaulesa, que em pleno Rio de Janeiro, no início do século XX, falava-se mais francês entre as elites do que o português:

Tudo respirava a França: no vestuário, nas artes, nos hábitos, nos grandiosos planos de reurbanização que viriam a motivar o desejo de transformação da então Capital Federal na Paris dos Trópicos. Em meio a tantas mudanças, havia descontentamento. As críticas, no entanto, não inibiam os administradores – eram recebidas como parte do preço a ser pago se o país quisesse atingir a civilização (Pilagallo,2002:30).

Danilo Miranda, comissário brasileiro do *Ano da França no Brasil*, em artigo publicado na edição de maio de 2009 do *Le Monde Diplomatique Brasil*, destaca essa aproximação e identificação entre os dois países:

Se a identidade implica alteridade, reconhecimento e respeito quanto ao outro, é somente de maneira relacional, na interação, que a identidade se constitui dinamicamente, uma vez que não é resultado de algo monolítico e único. À maneira de Roland Barthes, a “brasileiridade” e a “francesidade” situam-se para além de estereótipos e mecanicismos reducionistas (.....) trata-se de um exercício de entendimento de como os processos sociais, econômicos e políticos estão estritamente ligados aos fenômenos culturais, de como estes se relacionam com os anteriores e de cuja articulação se divisa modos de pensar, imaginar, sentir e atuar.

Essas articulações e influências mútuas serão tratadas nos próximos capítulos.

3.2 Cultura e os códigos culturais

“O código cultural francês para a França é ideia. Educados com histórias dos grandes filósofos e pensadores franceses, as crianças francesas imprimiram em suas mentes o valor das idéias como algo fundamental e o refinamento das mentes como a meta superior.”

Clotaire Rapaille (7)

A expressão cultura vem sendo utilizada ao longo dos séculos para designar diferentes impressões sobre o seu significado. Do ponto de vista etimológico, vem do latim – *culture* – e significa a arte de cultivar os campos, as lavouras, as criações. Possui também variações de sentido, lembrando o conjunto do saberes acumulados pelos povos e comunidades ou pode ser entendido também como a própria herança social de um povo, por meio de suas tradições, crenças, valores, mitos e costumes.

A denominação cultura também esteve próxima do sentido de civilização, aqui designada como o registro da evolução atingida por um determinado povo, fazendo valer nesse caso o conceito de estágios de desenvolvimento a que todos os povos estão sujeitos, hierarquizando essa evolução cultural em menor ou maior escala. O sentido de cultura até o século XV esteve mais ligado ao sentido Iluminista da elevação humana, ao estágio da evolução racional, ao sentido de progresso, ao que era classificado como evoluído ou involuído, ao que era civilizado ou selvagem, ao que era culto ou inculto e assim categorizando os agrupamentos humanos, fazendo funcionar a dualidade conceitual e classificatória do pensamento moderno.

A partir do século XVI, quando iniciam de fato as grandes navegações e podemos registrar os primórdios da globalização, tornam-se mais nítidos os aspectos etnocêntricos e culturais, aqui entendidos como a supremacia de um grupo sobre o outro, levando também em seu conjunto a superioridade racial, cultural ou civilizatória de um povo sobre o outro, durante a conquista das Américas e outras regiões do planeta, pelo Ocidente europeu.

O conceito de civilização superior sempre esteve muito presente no discurso e nas ações dos impérios emergentes desse período, os quais atuaram de maneira impositiva à medida que os domínios coloniais avançavam sobre as diferentes regiões e populações. Ou, lembrando Milton Santos, para quem: “A história das relações internacionais dos últimos três séculos, é também uma história de desvalorização do saber dos outros”.

A ampliação do sentido de cultura foi observada a partir dos estudos antropológicos no século XX, sobretudo aqueles desenvolvidos por Lévi-Strauss, pelos quais os modos de ser e viver, usos e costumes, foram se relativizando, com a fragmentação e a particularização dos estudos e dos significados nas diferentes populações, bem como com a observação dos seus diferentes elementos constitutivos e a sua ligação com as demais partes do todo observadas em outras populações e agrupamentos humanos. Mais recentemente convivemos com a experiência do hibridismo cultural, que pode se traduzir como o conjunto de diferentes manifestações e origens, vindas das mais variadas regiões e povos, em línguas nem sempre conhecidas, diluídas em novos cenários e tendo como característica básica a não centralização da origem, que não mais se apresenta como erudita, culta, ou de domínio de um grupo.

Os registros do hibridismo cultural podem ser encontrados de forma heterogênea em todos os grupos sociais, fazendo-os interagir e dialogar com os chamados centros mais conhecidos e irradiadores de cultura. A disseminação dos meios de comunicação é que torna mais próximos esses intercâmbios, sobretudo nas relações de trocas comerciais e de consumo, envolvendo pessoas, empresas e países.

Apesar de a globalização não ser tão nova como conceito, novos mitos vão sendo formados nesse rico contexto, os quais, ao mesmo tempo, vão adquirindo velocidade jamais vista na história da humanidade. Temos inúmeros exemplos disso, como é o caso dos membros mais destacados egressos das manifestações artísticas e culturais, os quais, apoiados pelos meios de comunicação, tomam dimensões mundiais.

A recente aproximação cultural entre Oriente e Ocidente pode bem significar esse intercâmbio, por meio da música, das roupas, da incorporação de costumes alimentares, da espiritualidade, fazendo com que manifestações e sensações que se denominavam exóticas ou desconhecidas tornem-se bem próximas do cotidiano das pessoas.

O que vale aqui é o olhar que um tem sobre o outro. O que pode parecer estranho para um lado, pode não sê-lo para o outro. Nesse meio ambiente a troca de experiências vai ganhando força em escala planetária, assumindo sentidos diversos. Como fenômeno recente, essa aproximação Oriente e Ocidente é muito mais complexa já que se ampliou por todos os países que estavam fora dos centros chamados “civilizados”, de onde irradiaram os direcionamentos culturais. Nesse sentido, Morin argumenta:

Foi apenas no século XX que a arte africana, os filósofos e místicos do Islã, os textos sagrados da Índia, o pensamento de Tao e do Budismo, transformaram-se em fontes vivas para a alma ocidental e isolada ao mundo do ativismo, do produtivismo, da eficácia, do divertimento, que aspira a paz interior e à relação harmoniosa com o corpo (2000:104).

Nesse mundo tão complexo e com tantas relações de troca, aprender a gramática dos símbolos torna-se um desafio e um jogo de sobrevivência. Para viver nessa complexidade, compreendida como um conjunto de diferentes relações humanas e sociais, é necessário o desenvolvimento de um pensamento compreensivo, interpretado como a inclusão de outros saberes. Nesse aspecto, Morin observa: “é preciso passar à meta-estrutura do pensamento que compreenda as causas da incompreensão de umas em relação às outras e que possa superá-las.” Além de considerar, a visão político-social: “a compreensão entre as sociedades supõe sociedades democráticas abertas, o que significa que o caminho da compreensão entre culturas, povos e nações passa pela generalização das sociedades democráticas abertas”.

Do ponto de vista epistemológico, encontramos em Boaventura uma importante reflexão sobre o pensamento científico e as correntes científicas de nosso tempo: “compreender a prática científica para além da consciência ingênua ou oficial dos cientistas e das instituições da ciência, com vista a aprofundar o diálogo dessa prática com as demais práticas de conhecimento de que se tecem a sociedade e o mundo” (2003:16).

A tentativa de uma convivência harmônica entre os povos passa então pelo estudo dos chamados códigos culturais, que estão presentes em todas as sociedades e que regulam seu funcionamento, dando-lhes forma e identidade. Os códigos culturais constituem sistemas simbólicos compostos de estruturas de alguma complexidade os quais reconhecem, armazenam e processam informações, a fim de regular e controlar as manifestações da vida social, do comportamento individual ou coletivo. Por essa definição os seres humanos não somente se comunicam por meio de símbolos como também são em alta proporção controlados por eles. Os homens são orientados desde a infância segundo códigos culturais da sociedade. Para os analistas semióticos, a cultura não pode organizar a esfera social sem a existência de símbolos.

Por isso, entender o código cultural de um país, que é aqui definido por Rapaille (2007) como “o significado inconsciente que aplicamos a qualquer coisa”, não

é tarefa das mais fáceis, tendo em vista que são múltiplas as diferenças e que as informações são processadas de maneiras distintas. A cultura, segundo Rapaille (2007), está gravada no chamado cérebro límbico dos indivíduos, aquela parte desse importante órgão que grava as emoções e no qual se desenvolvem as referências recebidas durante a nossa evolução como seres. Se, do ponto de vista dos instintos básicos, alimentar-se é tarefa primária, a maneira como o fazemos é aprendida dentro de um contexto cultural. “Cada cultura tem a sua mentalidade e essa mentalidade nos ensina sobre quem somos nas profundezas de nosso inconsciente”, observa Rapaille (2007:75).

Um exemplo muito interessante do que representam os códigos culturais para os indivíduos é fornecido pelo professor Milton Santos (2007:103) ao narrar a sua experiência de adaptação ao chegar à França, nos anos 1960, para lecionar naquele país: “A maior ou menor facilidade para nos instalarmos em outro país tem muito a ver com a forma como se domina ou não os seus códigos. Aí se suporta melhor outro país”. Podemos extrair dessas expressões que os processos de integração ou de absorção dos indivíduos em relação aos códigos culturais dentro de um contexto social constituem-se elementos fundamentais para o exercício da interculturalidade e por conseqüência em um exercício maior ou menor facilidade de aproximação entre os próprios indivíduos e sociedades em que vivem.

Na expressão de Morin:

o código cultural pode modificar-se, não só no momento da auto-reprodução social (formação de colônias), sob efeito de certos acontecimentos aleatórios, mas também diretamente saídos da experiência fenomenal da sociedade. Uma cultura pode integrar técnicas, produtos de uso ou de consumo, ideias, tomados da cultura estrangeira. Podem surgir desvios individuais que originam novos comportamentos que se espalhando, tornam-se costumes, que integrados, tornam-se capital cultural (1979:84).

Assim, os elementos interativos da cultura vão criando novas formas de ver, agir e pensar, as quais resultam naquilo que podemos chamar de hibridização cultural na contemporaneidade, que consiste basicamente na convivência, nem sempre harmônica, de diferentes expressões culturais disseminadas em diversas sociedades, atingindo todos os agrupamentos humanos.

Esse é o resultado da evolução do próprio conceito clássico de cultura, que consistia no passado na acumulação do saber, do conhecimento, restrita a um grupo de detentores, também chamados eruditos, cuja influência histórica, política, econômica e social, marcou a formação das sociedades, em diferentes momentos. Esses aspectos

somados, em determinados momentos da história brasileira, como já foi descrito anteriormente neste trabalho, resultaram na aceitação e emprego de símbolos, usos e costumes de origem francesa como prática social aceitável e elemento de distinção entre os indivíduos.

Essa posição está claramente em contraponto com a realidade da mobilidade social e com o retrato fragmentado das próprias sociedades contemporâneas, em cujo seio brotam, surgem e ressurgem formas as mais diferentes de práticas culturais. Ou, tomando de empréstimo a opinião de Maffesoli (1995), da mesma maneira que se construíram os conceitos de socialismo e de capitalismo, também se formulou o “burguesismo” cultural, que se caracteriza pela concepção da cultura de acordo com o estabelecimento de um modelo clássico: museu, teatro, concerto, entre outros. Esse modelo costumou desprezar o que se chama de *bricolage* ou estética do cotidiano, em que se apresentam inúmeros grupos e associações dedicados às mais diferentes manifestações artísticas.

Nesse caso, a cultura não se divide apenas entre nobre e popular, mas apresenta-se como múltipla e diversificada, demonstrando e deixando aflorar toda sua riqueza e exuberância. Por esses aspectos, o entrecruzamento cultural entre a França e o Brasil pode se revelar uma rica experiência de trocas recíprocas. Esses países ao reinventarem suas políticas e práticas culturais estão iniciando uma nova forma de intercâmbio.

Mesmo não sendo foco do objeto de pesquisa, pode-se inferir que o efeito sobre a política externa brasileira com a realização do *Ano da França no Brasil* e sua ampla cobertura midiática são demonstrações públicas da valorização da diversidade e, portanto, exemplos de distensão e aproximação no sempre conturbado mundo das relações internacionais.

3.3 A França e o Brasil: um encontro de culturas

A *Belle-Époque* tropical ocorreu nos primeiros vinte anos do século XX, quando o prefeito Pereira Passos pôs em prática os planos de reurbanização do Rio de Janeiro, na então fervilhante capital do país. Tinha-se em mente a arquitetura de Paris e seus largos *boulevares*. Os mesmos métodos autoritários praticados na reurbanização da capital francesa, por ocasião do governo de Napoleão III, foram aqui utilizados para tocar o programa de obras. Quarteirões inteiros foram desapropriados, demolidos rapidamente e famílias inteiras desalojadas, para fazer prevalecer o que se considerava como um avanço do progresso e da modernidade:

Duas grandes capitais imperiais, Paris e Rio de Janeiro, sofreram significativas reformas urbanas, verdadeiramente revolucionárias, por causas políticas. Tanto em uma como na outra, o impulso principal para as novas obras deveu-se às insurgências populares ou em razão de uma nova força armada alçada contra o governo. Os traçados urbanos delas foram então redesenhados exatamente para evitar conflagrações¹².

Os elementos dessa cultura afrancesada integravam-se à nova paisagem urbana e estavam presentes em todos os lugares: nos prédios, nos cafés, nas lojas, nos restaurantes, na moda, nos hábitos da burguesia, em geral. Falava-se francês nos círculos mais eruditos e, sobretudo, entre as elites (Freyre: 2004, 435).

O Brasil, certamente, mudou e não é mais o mesmo desde que Claude Lévi-Strauss e outros intelectuais franceses estiveram por aqui para criar as bases da moderna escola de Ciências Humanas e Filosofia, em São Paulo*, rompendo com a tradição ibérica de ensino, menos científica, hermética e de influência fortemente religiosa.

Podemos identificar também notas de sincretismos, ou de hibridismos culturais, a partir da história de dois personagens franceses, que se “deixaram encantar” pelo Brasil, um pouco distantes de suas origens marcadas pelo pensamento racional, científico e cartesiano. Eles partiram para ricas experiências ligadas às tradições afro-brasileiras, repletas de sentimentos, crenças, símbolos e mitos.

¹² Fonte: Educaterre/2004. Disponível no endereço eletrônico: <http://www.educaterre.terra.com.br/brasil>. Acesso em: 12/5/2010

Obs: Esse pólo aglutinador das diferentes escolas então existentes deu origem à criação do FFLCH da USP

Um deles foi Pierre Verger, misto de fotógrafo, etnólogo e *babalaô* – que na língua nagô significa uma espécie de alto sacerdote nas religiões de origem africana – cuja obra é importante para os estudos da diáspora negra nas Américas e das influências econômicas e socioculturais do tráfico de escravos para o Brasil. Verger passou boa parte de sua existência na Bahia, aprofundando e estabelecendo os elos que nos unem ao continente africano. É dele esse depoimento, quando perguntado como um francês poderia participar das cerimônias de candomblé: “Mesmo para as pessoas que não têm origem africana, o candomblé é importante porque permite que elas sejam a si mesmas, em vez de adotar uma forma de viver que nada tem a ver com sua natureza”.¹³

Outro personagem desse “mundo mágico” é Giselle Cossard. Nascida rica, aristocrática, tornou-se mulher de embaixador, viajada e culta, formou-se antropóloga, com doutorado pela Sorbonne e é hoje mais conhecida como “Mãe Giselle” por ter se tornado uma das mais respeitadas mães de santo do Rio de Janeiro, sagrando-se nessa religião com o nome de *Omindarewá*, ou “Água Límpida”, no dialeto nagô. E é de Mãe Giselle que este pesquisador extraiu essa narrativa que tão bem exemplifica o motivo pelo qual tantos conterrâneos seus como Roger Bastide, Blaise Cendrars, Lévi-Strauss, Fernand Braudel e o próprio Verger se encantaram pelo universo mágico do Brasil: “É uma característica do espírito francês, não só de intelectuais. Sempre procuramos um outro jeito de ver o mundo” (*O Estado de S.Paulo*, 20 maio de 2010).

Em torno de narrativas como essas, podemos encontrar um sentido, ou um senso comum, como apregoado por Moscovici, o qual, na opinião de Verger, se traduz no “sentimento de se deixar possuir pelo que é novo, simples, direto, sem artificialismo, com a expressão da personalidade verdadeira”. O Brasil exótico, das praias e corpos desnudos, do ritmo frenético do samba, da transgressão do Carnaval, da mistura das raças, do fanatismo pelo futebol e da gente calorosa e envolvente, ainda persiste no imaginário dos franceses.

Por outro lado, vêm da França as imagens da elegância dos gestos, do refinamento, da moda, dos hábitos sofisticados e do glamour, das letras, da erudição, da qualidade da comida, dos queijos e dos vinhos, do eterno e cintilante charme de Paris, do sentido de ser chique e da sonoridade da língua francesa, considerada por seus admiradores como a *plus-belle langue*, ou a mais bela de todas as línguas.

¹³ Fonte: Site Pierre Verger.

Endereço eletrônico: <http://www.pierreverger.org/fpv/index.php?option=com>. Acesso em: 27/7/2009.

Esses atributos da cultura francesa que até hoje persistem nas representações e no imaginário local, foram e são, de alguma forma, na expressão de Bourdieu (2008) “manifestações simbólicas” na qual a maneira de usar ou expressar os bens simbólicos constituem atributos de diferenciação e um instrumento por excelência de aplicar a estratégia de distinção.

É possível que na França ainda resida uma forte imagem dos franceses sobre seu próprio país, sua cultura, apoiados pela forte tradição moldada durante a passagem de séculos, por meio de livros, pensadores, escritores, enfim, pela produção de uma enorme legião de intelectuais e de bens culturais. Na opinião do cineasta francês Laurent Cantet, diretor do premiado filme *Entre les murs*, que trata justamente do multiculturalismo nas instituições de ensino francesas, “existe um peso muito grande da tradição literária em meu país, que gera incompreensões e enclausuramento: somos dominados por essa cultura clássica, fechada em si mesma, que torna difícil a relação com os outros. Ficamos até certo ponto prisioneiros dessa alta opinião que temos de nós mesmos” (*Folha de S.Paulo*, 30 de setembro de 2009).

Se a imaginação consiste originalmente da faculdade de formar imagens, o significado do imaginário ganha no filósofo Bachelard maior dimensão. Para ele, “é um canal aberto, evasivo e em constante mudança”. Por isso, não passível de qualquer condução normativa ou científica. Nesse caso, podemos supor que o imaginário formado pelos vínculos históricos e aproximações recíprocas estabelecidos entre França e Brasil podem passar para um estágio de maior abertura, dimensão e dinamismo, os quais não sendo estáticos, tornam-se passíveis de constantes mudanças e evoluções.

O sociólogo Michel Maffesoli declarou em entrevista¹⁴ que “o Brasil é um laboratório vivo da pós-modernidade” e destaca que por aqui os chamados valores pós-modernos são importantes e visíveis em nossa sociedade. Neles se destacam a importância do corpo, a mestiçagem e a imaginação, permitindo uma forma de criatividade social. Em sua opinião, “se a modernidade representou o domínio da razão, a pós-modernidade representa a pluralidade.” A pós-modernidade seria o “reencantamento do mundo”, um retorno da magia, da afetividade e do reconhecimento

¹⁴ Fonte: Portal Nominuto. Endereço eletrônico: <http://www.nominuto.com/noticias/entrevistas/maffesoli-o-brasil-e-um-laboratorio-vivo-da-pos-modernidade/26972>. Acesso em: 24/7/2009.

da presença e importância do cotidiano. “Não quero fazer apenas uma crítica à razão e ao racionalismo. Quero completar a razão com o sensível”, diz Maffesoli.

A partir dessas observações, deduz-se que as comemorações do *Ano da França no Brasil* poderiam vir a traduzir na construção de novas pontes entre os dois países, suas culturas e diversidades as quais estão expressas nos três principais eixos da organização geral da comemoração, cujos eventos prometeram mostrar uma França contemporânea e marcada pela mistura étnica, o que a faz mais próxima da realidade brasileira.

Existe de fato a possibilidade de se estabelecerem pontes entre essas duas culturas na complexidade contemporânea ou poderíamos estar diante de exercícios de retórica? Em artigo publicado na edição brasileira do *Le Monde Diplomatique* (setembro de 2009), a coordenadora do SESC, Áurea Gonçalves, apresenta um depoimento sobre o assunto, mostrando essa possibilidade¹⁵. Se o mundo em que vivemos se mostra cada dia mais complexo, entender essa complexidade passa a ser uma experiência fascinante, como se estivéssemos diante de uma construção cujas bases não são muito claras, tornando esse processo uma verdadeira descoberta. Se aplicarmos nesse caso a lógica cartesiana que até então prevaleceu, ou do exercício pleno da razão, estaremos eliminando parcela substancial do conhecimento humano. E, por não aplicarmos o sentir, ficamos desprovidos de emoção e, ao mesmo tempo comportando-nos como náufragos buscando a salvação nas “bóias” da explicação.

A lógica algumas vezes simplista aplicada às relações internacionais já nos deu mostras suficientes de sua estreiteza ao longo da história. Tratados e guerras se sucederam, mas as diferenças e divergências tornam-se parte integrante das civilizações. E é justamente nesse aspecto tensional, em um contexto de desequilíbrio, que pode residir um possível caminho do entendimento. Conhecer melhor o outro é reforçar os laços históricos que unem França e Brasil, tornando suas relações ainda mais ricas e com respeito ao que é diferente.

¹⁵ “É no seio da ideia de alteridade que, além de nos diferenciarmos dos franceses, como povos de dois países geograficamente distintos, podemos nos reconhecer em todas as nuances identitárias que nos aproximam e nos afastam. Não raro nos surpreendemos com nossas semelhanças e também com as esquisitices que detectamos, à medida que avança a convivência. Com o exercício da alteridade, percebemos que fazemos parte de um mundo em que escolhemos nossos amigos baseados na confiança que adquirimos ao conhecer o outro, e ora discursamos pelo todo, ora pela parte, ora concordando, ora discordando, mas com o propósito maior de conciliar ideais.” *Le Monde Diplomatique*, setembro de 2009.

As razões de Estado podem também influir, mostrando seu lado por vezes complexo e contraditório. No entanto, é possível exercitar nesses casos a busca do verdadeiro sentido do conhecimento e da compreensão, tão apregoados por Maffesoli sem se prender a conceitos e modelos predeterminados e aos saberes absolutos”. Ou, como observa Morin: “as culturas devem aprender umas com as outras, e a orgulhosa cultura ocidental, que se colocou como cultura mestra, deve-se tornar também uma cultura aprendiz (...) Compreender é também aprender e reaprender incessantemente” (2008:102).

É também reconhecer que França e Brasil, mesmo tão distantes, são tão próximos e podem se complementar em suas próprias complexidades e suas diferenças, bem como por seus próprios elementos de aproximação por meio daquilo que suas culturas até hoje permitiram entrelaçar.

3.4 Os mitos, a história e a construção simbólica das representações na narrativa jornalística contemporânea

“O que hoje é um mito? Darei desde já uma primeira resposta, muito simples, que concorda plenamente com a etimologia: o mito é uma fala.”

Roland Barthes (8)

Se o passado histórico nos mostra registros de identificação, é também a criação e a manutenção dos mitos que mantêm acesa a chama do interesse e da curiosidade pelos países, cidades, culturas, sociedades, línguas, objetos e produtos. Uma questão que se impõe como central para a análise do fenômeno das apropriações e das representações é como é possível compreender o processo pelo qual um indivíduo associa sua imagem à figura de um produto da mídia, revestido de características simbólicas e míticas.

Considerando que as reportagens, por seus textos e imagens fotográficas constituem uma expressão pública, signo passível de interpretação, é possível imaginar que um indivíduo que fotografa ou se deixa fotografar ao lado de monumentos históricos de grande significado simbólico de fato incorpora mitos de consumo turístico. Tal hipótese pode ser confirmada pelo conceito de mito segundo Roland Barthes.

Para Barthes, “o mito é um sistema de comunicação, uma mensagem” (2007:131), assim como “ele é uma significação, uma forma”. Como uma metalinguagem, “o mito não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como a profere” (idem: 131). Tem limites formais, não substanciais. Enfim, o mito é uma fala apropriada. Em Barthes igualmente encontramos, “cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não pode impedir-nos de falar das coisas” (idem: 131).

Dessa forma, a partir de referências do próprio autor, podemos deduzir que uma canção francesa é uma canção francesa, porém quando interpretada por Édith Piaf, ganha uma significação diferente, que encontra em certo tipo de consumidor uma representação mais abrangente, poética e emocional. Assim, um elemento definidor do mito é a apropriação legítima de uma fala.

Longínqua ou não, a mitologia só pode ter um fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela história: não poderia de modo algum surgir da ‘natureza’

das coisas” (idem: 132). Por meio dessa afirmação, Barthes reforça o caráter histórico do mito. Nada é mítico se não possui uma relevância atribuída pela história.

Ainda segundo o autor, o mito é uma mensagem que independe de sua forma: “o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isto pode servir de suporte à fala mítica” (idem: 132). Dessa forma, a cultura francesa e a utilização de alguns de seus elementos poderiam também ser compreendidas como um suporte a essa fala.

Tal qual Barthes o fez, esse capítulo destaca o exemplo da imagem fotográfica e dos textos jornalísticos que a seguem, a partir de dois dos principais monumentos da cidade de Paris, como uma forma de apropriação de produtos midiáticos originários do turismo para defender a hipótese de que se trata de uma fala mítica. Nesse caso, um exemplo muito comum são as imagens consagradas de ícones como a Torre Eiffel e o Arco do Triunfo, celebrizadas ou guardadas para recordação por meio de fotos, postais, pinturas, livros e filmes.

O mito é um sistema semiológico, ou seja, pressupõe uma consciência significante que estuda as significações independentemente de seu conteúdo. Diferentemente da linguagem, por exemplo, é também um sistema semiológico seguindo uma metalinguagem que fala sobre uma linguagem. Exemplificando: em um sistema semiológico tradicional, as imagens da Torre Eiffel e do Arco do Triunfo são igualmente construções históricas e ao mesmo tempo símbolos da cidade de Paris e da própria França. Assim, as imagens desses monumentos associados às pessoas que os visitam possuem o caráter de uma fala mítica, pois existe uma história da associação dessas imagens com a ideia de ter visitado a cidade de Paris e tudo o que ela representa no imaginário, reforçado pela mídia.

Essa reflexão permite uma leitura da hipótese de que o indivíduo que se utiliza de hábitos, cultura, produtos, serviços ou a imagem de um produto midiático busca associar as características desses às suas qualidades pessoais e formas de distinção, reforçando traços de sua identidade. Assim como um mito necessita de uma dimensão histórica, a visualização de um produto midiático por meio de uma representação fotográfica ou pictórica prescinde de uma história geral, de conhecimento público, articulada com a história pessoal de seu usuário para obter o caráter de uma fala mítica.

Sob essa perspectiva, a apropriação de elementos da cultura midiática que tem origem em representações da cultura francesa pode ser a manifestação da identificação

com aquela forma de expressão cultural, expressas em hábitos e costumes de quem as consomem.

Para o mito, a forma antecede e direciona, acolhendo mais de um sentido e não se impondo frente à significação, mas seu conceito “restabelece uma cadeia de causas e efeitos, de motivações e de intenções” (idem: 140). O conceito para o mito está repleto por uma situação específica, um contexto. Sua característica principal é a de ser apropriado, atingindo a uma determinada classe de pessoas: aquelas que conhecem o contexto de sua significação. O mito altera a memória e os valores do sentido original. Assim ele se inicia no fim de um sentido.

O que define um mito é sua intenção, mais do que a literalidade de sua forma; ele exige um reconhecimento das intenções que o motivou, é uma fala roubada e restituída, enquanto um sentido deslocado de sua originalidade. Essa definição serve também ao processo da fotografia turística apropriada: mais do que a imagem que ostenta é a intenção do usuário em sua apropriação do produto midiático ligado ao turismo que define seu papel no estabelecimento de um vínculo junto a sua identidade.

A escolha de um produto midiático para representar o sentido escolhido não é arbitrária. Frente a várias formas que acolheriam esse conceito, o turista escolheu uma que pudesse estabelecer o vínculo do conceito na maneira que desejava expressar. Não se trata de uma escolha natural, mas apropriada, junto à história geral e pessoal do usuário. Ao escolher uma forma para o conceito que deseja expressar, o indivíduo atua como um produtor de mitos.

Segundo Barthes, existem três tipos de leitura e decifração dos mitos. O produtor de mitos é aquele que busca uma forma para um conceito, como o caso do indivíduo que escolhe uma imagem para fotografar expressando sua mensagem pessoal; o mitólogo é aquele que decifra a deformação distinguindo o sentido da forma. O terceiro enfoque visa o significante do mito, a totalidade de sentido e de forma. Esse é o olhar que deve ser dirigido às imagens da França como um produto midiático, um mito que associa o discurso da mídia à identidade pessoal daquele que mantém estreito contato com ele, buscando uma significação que contemple a complexidade de sua personalidade em interação com uma cultura midiática.

Segundo Barthes, essa visão não busca uma nova representação ou um novo sentido para ela, nem propõe algo que seja desconhecido do receptor, apenas assume o fato do seu significado mítico ou simbólico.

Assim, conforme proposto por Barthes, a função específica do mito é transformar um sentido em forma; por meio de um diálogo que também reconheça nas representações da França no Brasil uma forma socialmente manifestada e sinalizada de distinção e do reconhecimento social. Na opinião de Morin, podemos buscar alguns dos elementos dessa identidade sociocultural em vários momentos da vida em sociedade:

O mito alimenta a recordação, o culto e a presença do antepassado, mantendo por isso mesmo, a identidade coletivo-individual. A identidade social vai encontrar-se aumentada, reforçada, pelo confronto com outras sociedades que, embora tendo uma organização de base semelhante, se diferenciam pela linguagem, o mito genealógico e cósmico, os espíritos, os deuses, os símbolos, os emblemas, o adorno, o rito, a magia, isto é, pelos caracteres noológicos. Assim, a esfera imaterial da cultura, que trata da interação entre a vida psíquica e espiritual dos indivíduos, define a identidade de cada indivíduo, bem como de cada sociedade, não só por sua própria imagem, mas também por oposição à da cultura estrangeira (Morin, 1979: 170).

A partir dessas colocações podemos depreender que mesmo não recorrendo a um passeio histórico muito longo nas relações franco-brasileiras, podemos verificar ainda hoje elementos dessa identificação por meio dos desfiles de moda, no luxo representado pelo uso das grandes marcas, nos ícones turísticos franceses já mencionados, na composição da gastronomia internacionalizada, por aqui assimilada e transformada, nas artes, no cinema, na fotografia, na sustentação e difusão do ideal romântico e apaixonado representado pelos passeios pelas ruas e avenidas de Paris, em danças das festas populares, tal como as quadrilhas, realizadas em festas juninas (*anarriê, balance, tour*) ou nas evoluções de mestre-sala e porta-bandeira, presentes nos desfiles de Carnaval, que apresentam elementos das danças de salão da nobreza francesa de alguns séculos atrás.

Há também um Brasil imaginário dos sentidos, talvez menos cartesiano e compreensivo, quente e caloroso, que transborda em expressões de sensações e desejos, fazendo-nos voltar aos elementos primários da cultura e dos códigos culturais por meio da manifestação dos sentimentos. Para exemplificar esse conjunto de sentimentos e percepções mútuas, vejamos um trecho de um artigo do jornalista Daniel Piza, publicado em janeiro de 2004, para o livro *A Embaixada do Brasil em Paris*, o qual menciona essa forte atração entre os dois países:

A França sempre foi um modelo de civilização para o nosso país. Tinha, a seu ver, a solidez cultural e institucional que o Brasil só começaria a encontrar em meados do século XX. Os encantos de Paris nunca deixaram de seduzir os brasileiros e, muito dessa atração se explica pelo fato de que os franceses sempre lhes pareceram uma sociedade capaz de manter a vitalidade latina – com suas belas paisagens, seu gosto pelo *amour* e pela culinária, sua arte cheia de romantismo e inteligência – com características diferentes de Portugal, Espanha e Itália, os três estados com maior presença na formação populacional brasileira. Talvez a França se sinta atraída pelo Brasil justamente por ter um estilo de vida que a Europa contemporânea já não conhece. O Brasil se mostra aos franceses um país jovem, mestiço e alegre, tal quais muitas nações do primeiro mundo gostariam de ser, sem abrir mão da posição conquistada.

Em outra citação, verificamos que os chamados valores republicanos franceses da igualdade, fraternidade e liberdade poderiam de certa forma ser considerados míticos, à medida que essa orientação passou a ser incorporada no processo educativo da própria França até hoje e que de certa forma tornou-se ícone e modelo para a formação de outros países, mostrando variações na sua interpretação de acordo com as organizações políticas locais:

A igualdade formal de direitos, garantida pela constituição republicana, finalmente se transformaria em igualdade real de chances de progressão social por meio da instituição escolar. Assim, formou-se e consolidou-se o mito da escola republicana, que como as centopéias, têm ainda outros 99 pés que, no caso dos mitos, apóiam-se em sonhos. Ao estimularem o imaginário coletivo, acabam modificando a realidade (Coelho, 2008:281).

Podemos constatar que as visões míticas e simbólicas dos países podem se contrapor, sendo, no entanto, muito próximas naquilo que poderia representar a complementariedade não excludente, realçando o fascínio e admiração mútuas quando submetidos a critérios e pontos de vista individuais. Para isso, Lévi-Strauss nos fornece alguns subsídios para entender a importância persistente da construção e manutenção dos mitos até hoje e a sua investigação científica: “... tenho a impressão de que a ciência contemporânea está no caminho para superar o fosso que existe entre ela e o pensamento místico e mítico (.....) pensou-se que ela só podia existir se voltasse as costas ao mundo dos sentidos (...)” (Lévi-Strauss, 2007:18).

Retomando Barthes, extraímos algumas referências importantes sobre a formação dos mitos:

Pode-se conceber que haja mitos antiqüíssimos, mas não são eternos; pois é a História que transforma o real em discurso; é ela e só ela que comanda a vida e a morte da linguagem mítica. Longínqua ou não, a mitologia só pode ter um fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela História: não poderia de modo algum surgir apenas da “natureza” nas coisas (2007: 200).

Os mitos do passado ainda se mostram presentes, em parte sustentados por meio de ícones monumentais parisienses como o Arco do Triunfo e seu significado de grandes conquistas; dos românticos passeios pelas margens do rio Sena de onde se vêem belos monumentos arquitetônicos; como também pelas expressões de demonstração de carinho e afeto em que se utiliza a língua francesa e que podem ser observadas no cotidiano brasileiro (*Je t’aime, Mon amour, mon chéri*), apenas para citar algumas.

No entanto, esse mundo de percepções e de sentidos tende a se tornar mais abrangente na contemporaneidade, graças à formação dos novos mitos e sua disseminação, pela própria amplitude dos meios de comunicação e pelas novas relações de consumo que se criam na sociedade.

A moda é um bom exemplo dessa nova relação simbólica, por conferir status e distinção por meio de suas marcas mundialmente reconhecidas (Louis Vuitton, Lacoste), acompanhada de perto pela utilização de perfumes e dos cosméticos (Chanel, Dior, Lancôme, L’Occitane); incluindo experiências gastronômicas culturalmente incorporadas por meio da assimilação de novos hábitos alimentares (*petit gateau*, mousse, suflês), pelos produtos de padaria, ou *boulangerie*, como denominam alguns (*croissants*, baguetes e *petits-fours*), pela maior disseminação das tecnologias culinárias representadas por novos e sofisticados equipamentos e utensílios de cozinha (panelas Le Creuset) e pelos lançamentos imobiliários, que vão buscar na língua francesa algumas de suas denominações, aguçando a percepção de sofisticação e elegância (Maison du Parc, Le Tour d’Argent, L’Obelisque, L’Atmosphère). A partir dessas colocações e citações é possível deduzir que o predomínio da explicação no universo da razão pode conviver com os símbolos do cotidiano e sua riqueza que cresce sem qualquer controle, ordenamento ou direcionamento no seio da própria sociedade.

Capítulo 4

O Ano da França no Brasil em narrativas jornalísticas

“Não pode haver desarticulação entre comunicação e cultura. Esta ganha hoje visibilidade e se afirma quanto se torna presente no mundo da mídia.”

Laan Mendes de Barros (9)

Capítulo 4

O Ano da França no Brasil em narrativas jornalísticas

Conforme observado em capítulos anteriores, a influência francesa na formação do Brasil foi muito importante e se estendeu em vários campos da vida nacional, com maior ou menor grau de aproximação de acordo com o contexto histórico. Sob os valores do Iluminismo e da Revolução Francesa, a França sempre foi pensada como um modelo de civilização. Percebida como um caldeirão de todas as modernidades e como uma matriz essencial do republicanismo a partir de 1889, ela sempre atraiu de maneira natural a simpatia de grande parte das elites brasileiras desde a independência do país. Pintores, arquitetos, escritores, poetas e fotógrafos, deixaram sua marca da paisagem cultural brasileira dos séculos XIX e XX. Passados quase cinco séculos desde o início dessa aproximação, o que de fato subsiste dessa influência na construção de suas representações no discurso jornalístico sobre a França no Brasil na atualidade?

Como podemos evidenciá-la no texto jornalístico? Que representações e enquadramentos foram reproduzidos, evidenciados e ressaltados durante a realização do *Ano da França no Brasil*?

Antes de ensaiar as possíveis respostas, podemos levar em consideração que na construção dos discursos jornalísticos desse período existiu um forte vetor de influência de textos pré-elaborados (ver tabulação em seguida) cuja origem e caráter fortemente informativo e narrativo, por sua forma e conteúdo, leva a crer na utilização de material originado da distribuição de assessorias de imprensa pelos veículos de informação.

Nesse caso existem indicativos de que os discursos jornalísticos aplicados na divulgação de eventos, atrações e matérias especiais sobre o *Ano da França no Brasil*, trataram o fato como um produto midiático, ao reforçarem o imaginário sócio-cultural e as representações coletivas, que de alguma forma apresentavam-se, tal como caracterizados por Soulages (1996:151), em “universos de referência”, ou a criação de “alegorias a partir de um universo cultural compartilhado”, fenômeno esse que também se registra no universo da propaganda.

Os textos pré-elaborados por assessorias de imprensa têm o peso da quase-mídia, cujo principal foco nesse caso é a divulgação e a informação, em benefício de temas específicos ou da construção de imagens institucionais.

Os textos por sua vez ao colocarem em evidência os universos de referência encontrados no meio social, aproximam o leitor de lugares conhecidos (a cidade de Paris), das práticas sociais (ir a concertos, exposições, restaurantes), comportamentais (moda, estilo, o *ser chique*). Podem também ser encontrados em espaços míticos pré-existentes (filmes franceses, romances, passeios imaginários pelo rio Sena das novelas) e outros de caráter simbólico e pessoal (refinamento cultural), reforçando o universo das representações sociais (Soulages,1996:151).

Ao serem retratadas nos discursos jornalísticos de maneira descritiva ou narrativa, as representações assumem um papel estabilizador por manterem quase intactas as estruturas do pré-conhecimento coletivo, reforçando mais sobre o mesmo, atuando de forma restrita na construção do aspecto contextualizador e argumentativo, ambos de articulação mais complexa.

Lembrando mais uma vez Soulages, destacamos que todas as narrativas da mídia, incluindo o publicitário, desenvolvem na sua construção máscaras, atrás das quais transparecem essas formas fixas que constroem ou reforçam os imaginários de cada coletividade humana.

Para tentar responder a algumas dessas questões, buscamos diferentes reportagens publicadas entre abril de 2008 a novembro de 2009, produzidas pelos veículos *Folha de S.Paulo* e *Carta Capital*, nos quais se mostrou mais fácil obter conteúdo, relevância, densidade e quantidade de matérias do que no comparativo com veículos como a televisão, tradicionalmente mais focado em curtas notícias. A partir desse recorte a reflexão concentrou-se nas reportagens que pudessem evidenciar as representações da França no Brasil, compreendendo o período de início da divulgação a efetiva realização do *Ano da França no Brasil*.

Do material obtido, extraímos algumas reportagens que tratam dos principais enquadramentos e assuntos alinhados ao objeto de pesquisa, resultando em quatro fases de coleta, identificação e análise de informações:

1ª Fase – Inicialmente foi realizada a qualificação e quantificação do material jornalístico da *Folha de São Paulo*, subdividido de acordo com as linhas editoriais e núcleos temáticos adotados por cada veículo, resultando na coleta de 99 notas e reportagens do jornal *Folha de S.Paulo*, subdivididas por 93 registros em

seções/citações (obtidos por meio de seleção de *clipping* fornecido pelo Datafolha e que correspondem ao período de publicação entre abril de 2008 e dezembro de 2009).

2ª Fase – Análise de uma série especial de reportagens da revista *Carta Capital*, publicadas entre abril e maio de 2009, respectivamente. As duas edições da revista, coordenadas por Ana Paula Souza, estão divididas em blocos temáticos, cujos textos foram atribuídos a diferentes jornalistas.

3ª Fase – A partir da leitura dos textos foram definidos três grandes eixos temáticos melhor alinhados ao objeto de pesquisa:

- A França mítica e familiar, representada por suas características mais conhecidas e recorrentes, expressadas por sua rica cultura, culinária, música, moda, dança, literatura, pensadores e escritores;
- A França destoante dos aspectos míticos tradicionais, diante do reconhecimento da existência de problemas urbanos, da pobreza, da violência, da discriminação e da exclusão social, mostrando o tratamento dispensado a essas questões internas, cujas características gerais permitem aproximá-las da realidade brasileira;
- A França que deseja mostrar uma face mais moderna, atual e não percebida, que ao mesmo tempo almeja incrementar negócios com o Brasil, fazendo da diplomacia cultural uma ponte de negócios ou um pano de fundo para aproximar interesses econômicos e geopolíticos;

4ª Fase – A partir da definição dos eixos temáticos, deu-se a seleção das matérias que melhor expressassem os pontos de interculturalidade e de identificação das representações entre os dois países, seus contrastes sociais e econômicos, dentro daquilo que nos afasta e do que nos aproxima em nossas experiências comuns. Dessa pesquisa resultou o seguinte material:

a) Da seleção das **99** reportagens coletadas do jornal *Folha de S.Paulo*, escolhemos sete textos que pudessem estabelecer o contraponto e permitir articulações em diferentes ângulos sobre as relações entre França e Brasil, suas respectivas culturas, sociedades e representações mútuas.

b) Suas reportagens escritas pelos jornalistas Alan Faria, Celso Marcondes e Carmem Guerreiro, publicadas pela revista *Carta Capital*, em **duas** edições especiais, entre abril e maio de 2009. Nesse caso não optamos pela reprodução pura e simples dos textos tal como foram publicados. Deles foram extraídos essencialmente trechos, sentidos e interpretações atribuídos pelo autor de cada um dos temas, cuja maior densidade pudesse servir aos objetivos de pesquisa propostos.

Dessa segmentação resultou o caráter e o tratamento predominantes atribuídos às representações da França no Brasil, a partir de seus respectivos títulos e conteúdos.

Nesse sentido, as reportagens escolhidas são de formatos distintos e dizem respeito a diferentes temas: cultura, opinião, economia, serviços, cotidiano, entre outros, destacando-se os elementos que percentualmente foram mais evidenciados na enunciação e elaboração dos textos. A escolha dos textos não acompanhou a linha informativa e cultural predominante apontada mais adiante na tabulação da *Folha*, mas focou naquelas reportagens cujos conteúdos pudessem significar o contraponto nas análises dos diferentes temas e o exercício crítico a partir dos pontos de vista de seus vários autores.

4.1 *Folha de S.Paulo*

Tabulação referencial

(Origem: Datafolha - período 2008/2009, por ordem quantitativa de citações)

O material coletado no Datafolha teve por finalidade a obtenção de reportagens integrais, sem preocupação de análise detalhada ou aprofundamento dos conteúdos, levando em consideração que esse é um levantamento quantitativo cujo objetivo é mensurar indicadores para o tratamento editorial dispensado pelo jornal ao publicar e distribuir os textos produzidos por seus profissionais sobre os temas ligados ao *Ano da França no Brasil*. Desse total, apenas sete reportagens foram selecionadas e que serão objeto de análise na sequência. O resultado desse levantamento se exprime nas seguintes subdivisões:

EDITORIAS (Por número de citações)

Ilustrada	43
Guia da Folha	22
Cotidiano	6
Folhinha	6
Brasil	5
Revista Folha	4
Dinheiro	4
Opinião	2
Mais	2
Esporte	2
Turismo	2
Negócios	1

TOTAL 99

SEÇÕES (Por número de citações)

Música	16
Eventos	15
Artes Plásticas	13
Programação Cultural	9
Cinema	6
Cultura	5
Teatro	4
Gastronomia/Comida	4
Literatura	4
Diplomacia/Imigração	3
Fotografia	3
Exposições	3
Dança	2
Coluna	2
Rúgbi	2
Saúde	1
Economia	1
TOTAL	93

Em linhas gerais, do ponto de vista editorial, o enfoque predominante utilizado pelo jornal foi de ordem cultural, jornalismo de serviços e entretenimento, prevalecendo a linha informativa, totalizando 85 registros nessas áreas. Nesse caso, percebe-se pelo direcionamento editorial a quase inexistência de expressão do jornalismo crítico ou de opinião, que pudesse estabelecer um contraponto entre os países e suas respectivas sociedades e culturas.

Também na distribuição das reportagens entre as várias seções do jornal, 84 delas deram ênfase às questões culturais e à promoção de eventos resultantes das comemorações do *Ano da França no Brasil*, mais uma vez indicando o caráter informativo, leve, *cult* e prazeroso dessas atividades. Quando comparamos as duas tabulações, podemos resumir o enfoque e tratamento das matérias jornalísticas nos seguintes pontos:

- houve predomínio da informação em detrimento de reportagens de cunho mais analítico e de opinião;
- a formatação predominantemente informativa dos textos, cujos conteúdos foram provavelmente originados de *press releases*, sugere o direcionamento dos veículos à reprodução de matérias pré-elaboradas para divulgação pública, sem apresentar contraposição ou apuração própria;
- evitaram-se temas complexos ou *hard news*, observados pela baixa incidência de reportagens nas editorias de Economia, Diplomacia, Política, Opinião e Negócios, em que esses assuntos costumam aparecer com mais frequência.

Para melhor exemplificar o tratamento e construção das narrativas jornalísticas, apresentamos a sequência de sete reportagens colhidas no jornal *Folha de S.Paulo*, acompanhados das respectivas análises e os direcionamentos identificados em cada uma delas.

4.2 Folha de S.Paulo

Seleção e análise de reportagens

(Origem: Datafolha)

Os textos jornalísticos foram extraídos de *clipping* obtido no Datafolha e transcritos na sua integralidade.

4.2.1 Reportagem - “A eterna sedução”

Editoria: Opinião (Coluna)

Autor: Rui Castro

Data: 24 de dezembro de 2008

“Quer dizer que 2009 será o *Ano da França no Brasil*? Foi bom terem avisado. A presença da cultura francesa diminuiu tanto entre nós que arrisca já não haver brasileiro menor de 60 anos que saiba quem foram Marcel Pagnol, Martine Carol ou Jean Sablon - nomes que no passado eram da intimidade até das crianças de peito.”

“E não eram só. Para cada bistrozinho francês que fecha no Rio, abrem-se dez restaurantes italianos, todos iguais. Livres de poches nas livrarias não tem mais, só *pocket books*. O fecho *éclair* deu lugar ao zíper; o *rouge*, ao blush. O Paissandu, templo na *nouvelle vague*, continua fechado. E ninguém mais toca *Tout va très bien, Madame la marquise* nas aulas de piano.”

“Já foi diferente. Em seus mais de 500 anos como território ocupado pelos brancos, o Rio falou francês antes que português. Os primeiros franceses a chegar por aqui, em 1504, deram-se bem com os tupinambás. Muitos nunca voltaram para a Europa.” “Jogaram a roupa fora, instalaram-se no que depois seriam as praias da Lapa e do Flamengo, e até aderiram à antropofagia.”

“A França Antártica’, filial da França nos trópicos que o almirante Villegagnon tentou implantar na ilha hoje ocupada pela Escola Naval, só gorou por causa das brigas religiosas entre seus colonos. Mas, enquanto durou, de 1555 a 1565, avançou terra adentro, produziu bilíngues e rendeu um dicionário franco-tupi. Donde, antes dos aterros, as pistas do atual aeroporto Santos-Dumont eram águas francesas.”

“Em 1711, o Rio foi tomado pelo corsário Duguay-Trouin; no século 19, por uma legião de cocotes e modistas; em 1964, por Brigitte Bardot. Diante deles, sempre nos deixamos conquistar docilmente. Agora é a vez do casal Sarkozy-Carla Bruni. Ele veio a negócios; mas o negócio da França é a sedução.”

Em um estilo irônico e bem humorado, o jornalista Rui Castro faz um breve relato das relações França-Brasil e ao mesmo tempo ressalta a nostalgia dos tempos em

que a influência européia, e particularmente francesas conferiam o tom à modelagem social local.

O que se destaca na reportagem é a construção idealizada de ambos os países, que perdura até hoje: de um lado a tropicalidade e o exotismo brasileiros e de outro os “aspectos civilizantes da influência francesa”. Mesmo depois de séculos de representações mútuas não foi possível manter de forma significativa, na lembrança das novas gerações, muitas daquelas referências do passado de influência francesa. O avanço de novos hábitos e costumes mais recentemente incorporados, vindos de diferentes origens, se sobrepôs às referências francesas deixadas entre nós. Essa fluidez e permeabilidade traduzem de alguma maneira a maneira brasileira de absorver aquilo que lhe é estranho e, que nem por isso, repudia, apenas cria novas identidades de acordo com o momento de maior ou menor relevância dessas influências.

O texto é autoral, utiliza a linguagem coloquial, sendo quase uma crônica, e nos remete a alguns elementos históricos da formação da cidade do Rio de Janeiro e do processo de colonização e formação do Brasil desde a época da colônia.

O tom crítico da reportagem, porém revestido de sutileza, torna-se mais evidente na colocação “o negócio da França é a sedução” na qual está embutida a idéia de que para fazer bons acordos em comum é preciso ter charme. E nisso parece resumir a representação do jeito francês de fazer negócios com o Brasil.

4.2.2 Reportagem – “A França não quer exportar apenas o luxo”

Editoria Dinheiro - Economia e Negócios

Autora: Raquel Landim

Data: 27 de fevereiro de 2009

A França é sinônimo de moda e refinamento, mas a pauta de Exportação do país para o Brasil não tem nada de glamourosa.

“Esqueçam os sapatos Christian Louboutin, as bolsas Hermès, os perfumes Cacharel e os vestidos Yves Saint Laurent. Esqueçam o queijo camembert e os vinhos de Bordeaux. A França é sinônimo de moda e refinamento, mas a pauta de exportação do país para o Brasil não tem nada de glamourosa. No topo das vendas dos franceses para os brasileiros estão partes para aviões e helicópteros, compostos farmacêuticos, autopeças e máquinas. Bens de capital e matérias-primas para a produção industrial representam 70% das Exportações da França para o Brasil, com destaque para os setores aeronáutico, automotivo e farmacêutico. Do ponto de vista comercial, o principal objetivo dos eventos do Ano da França no Brasil é desmontar o clichê do luxo e vender o país europeu como fornecedor de alta tecnologia. Temos que mostrar uma França aberta e moderna, diz Michel Durand Mura, presidente da Câmara de Comércio França-Brasil, que representa empresas como Dassault (aviões), Renault (automóveis), Saint-Gobain (material de construção), Alstom (bens de capital), Tractebel (eletricidade) e Rhodia (químicos).

A corrente de comércio entre os dois países avançou bastante nos últimos anos, mas sempre com prejuízo para o Brasil. As exportações saíram de US\$1,73 bilhão em 2000 para US\$4,12 bilhões em 2008, conforme a Secretaria de Comércio Exterior. As importações subiram de US\$1,88 bilhão para US\$4,69 bilhões no mesmo período. Resultado: o déficit do Brasil com a França cresceu de US\$149 milhões para US\$553 milhões em oito anos. Entre as razões do saldo negativo estão as diferenças nos produtos intercambiados e o esforço de promoção comercial. Enquanto a França vende aviões, carros e remédios, o Brasil exporta para o país europeu soja, minério de ferro e petróleo - *commodities* que tiveram forte alta de preços recentemente, o que ajudou a inflar as exportações brasileiras, mas possuem baixo valor agregado. O Brasil é um dos 25 países selecionados como mercados-alvo pelo governo francês. Mais de 20 especialistas trabalham na missão econômica da França em São Paulo para ajudar as empresas francesas a exportar ou investir no Brasil. Em 2007, a França foi a sexta origem do investimento estrangeiro direto no país, aportando US\$1,2 bilhão. As trocas comerciais entre os dois são tão antigas que a Câmara de Comércio França-Brasil surgiu em solo tupiniquim em 1900. Os Estados Unidos ganharam o espaço que pertencia à França na cultura, na economia e na política brasileiras, mas o país europeu está tentando correr atrás do tempo perdido. Para ser concreto, a França apóia o Brasil no seu objetivo de ter um papel na governança mundial do século XXI, afirma o embaixador francês em Brasília, Antoine Pouillieute. Para comprovar a amizade francesa, ele diz que seu país é favorável ao pleito brasileiro por uma cadeira permanente no conselho de segurança da ONU e defende a ampliação do G-7 para a inclusão dos emergentes.

A teoria das relações internacionais diz que apoio político e comércio andam de mãos dadas, o que significa que a fatura da França não vai demorar a ser cobrada. É intenso, por exemplo, o *lobby* francês na licitação de US\$ 2 bilhões da Força Aérea Brasileira (FAB) para a compra de caças. Entre as fornecedoras pré-escolhidas estão a americana Boeing, a sueca Saab e a francesa Dassault. Caso seja vitoriosa, a Dassault promete ampla transferência de tecnologia. A crise global vai reduzir o fluxo de comércio, mas não deve afugentar o investimento dos franceses no Brasil, que pode crescer 2% neste ano, um percentual baixo, mas atraente se comparado com a recessão européia. As empresas francesas estão interessadas em projetos de

longo prazo, como vender metrô de superfície para as cidades brasileiras ou fornecer equipamentos para as novas usinas nucleares que o país planeja construir. O relacionamento com o Brasil promete negócios vultosos para a França, que vão muito além de perfumes e vestidos.”

Ao ficar distante das questões puramente culturais e das declarações oficiais e diplomáticas que destacam o caráter de “amizade” entre os dois países, a reportagem atribui ao peso econômico dessas relações uma investida bastante agressiva no posicionamento geopolítico da França no Brasil e particularmente na América do Sul. Reconhece o discurso que a França, apesar de sua longa ligação histórica com o Brasil, ficou um pouco distante da corrida por uma posição de maior vantagem competitiva no mundo dos negócios e das trocas comerciais em relação a outros países.

A reportagem também sinaliza a desmistificação da representação do luxo que está tão atrelada à imagem que o país tradicionalmente projeta na lembrança coletiva e que de alguma forma reflete-se no texto jornalístico. O título sugestivo da reportagem “A França não quer exportar apenas o luxo” traz consigo todo um imaginário construído em torno do país, inclusive nas trocas econômicas, o qual se tenta desmitificar por meio da mídia contemporânea. É mais recorrente na lembrança a ideia dos perfumes, dos vinhos, da gastronomia, da moda e do vestuário do que dos produtos e serviços de alta tecnologia. Essa percepção de luxo e distinção tão bem representada ao longo de séculos de construção do imaginário comum destoa-se daquela quando analisamos os números representados pela pauta da balança comercial entre os dois países, segundo dados da centenária Câmara de Comércio França-Brasil.

O desafio dessa comunicação nesse caso foi mudar a percepção, fazendo com que a França seja também reconhecida como um país inserido na atualidade das relações econômicas, capaz de produzir um diversificado menu de produtos e serviços de ponta tal como outras nações que mantêm relações com o Brasil e contribuindo como um dos fornecedores preferenciais naquilo que o país precisa. A construção da reportagem mostra-se típica das editoriais de economia e negócios, comprovando com dados estatísticos.

4.2.3 Reportagem – “Bruni quer levar banco de leite ao Haiti”

Editoria: Brasil - Perfil

Autor: Da sucursal do Rio

Data: 23 de dezembro de 2008

“No primeiro compromisso no Rio, a primeira-dama da França, a cantora e ex-modelo Carla Bruni- que completa hoje 41 anos – visitou ontem o Banco de Leite do Instituto Fernandes Figueira, da Fiocruz - Fundação Oswaldo Cruz, no Flamengo, zona sul. Ela foi recebida pela atriz Camila Pitanga e conheceu o processo de arrecadação de leite materno. Segundo o presidente da Fiocruz, Paulo Buss, Bruni se comprometeu a viabilizar a ajuda da França para implantar bancos de leite no Haiti e em países da África francesa.

Com a ajuda de uma tradutora, a primeira-dama, nascida na Itália e naturalizada francesa, conversou com algumas mães e acenou na saída do instituto.

Com vestido azul-marinho justo, argolas discretas e sandália de salto baixo, a primeira dama francesa chegou por volta das 9 horas ao Copacabana Palace, onde tirou fotos da varanda com o filho Aurelian, de seu primeiro casamento. Após visita ao Instituto, Bruni almoçou na casa da socialite Betty Lagardère, em uma cobertura na avenida Vieira Souto. A agenda particular de Bruni tem sido tratada com sigilo pela embaixada francesa. Está previsto que o casal Sarkozy passe o Natal no Brasil, onde a primeira dama encontrará seu pai biológico, Maurizio Remmert, empresário italiano radicado em São Paulo. O casal tem reserva numa pousada em Itacaré, no sul da Bahia, onde podem ficar até o Ano Novo.”

A reportagem de composição informativa mostra a primeira-dama preocupada com causas sociais mundiais e ao mesmo tempo sinaliza estabelecer pontes entre um devastado país de colonização francesa – o Haiti – e o Brasil, a partir de um programa bem-sucedido realizado nesse país a ser intermediado pela França. Essa formatação de texto que permite reunir as relações entre a imagem pública do poder, questões sociais e comportamento costuma frequentar o colunismo social, gente e celebridades, assim como as revistas dedicadas aos *fait-divers*, cujo sentido costuma aproximar o leitor de uma personalidade da qual ele ouviu falar e que ao mesmo tempo costuma despertar curiosidade ao revelar fatos e atitudes a cerca daquele objeto s mítico e distante. Tudo isso é representado e valorizado em aspectos na vida de uma primeira dama que reúne características *sui-generis* – atriz, modelo, cantora – e por seus gestos de simpatia (acenos e sorrisos), elegância (o que veste) e nas relações familiares (fotos com o filho).

Por outro lado, a reportagem sugere aproximação com a vida do país que a recebe (visita ao pai residente em São Paulo) e uma programada viagem de férias ao sul da Bahia com o marido. Todos os esses aspectos positivos retratados no discurso jornalístico contribuem para demonstrar publicamente os laços de bom relacionamento e a proximidade entre os dois países, expressos na agenda pessoal da primeira-dama que,

ao lado do presidente da República, exprimem a representação simbólica da França no Brasil.

4.2.4 Reportagem “França nega preconceito contra brasileiros”

Editoria: Cotidiano

Autor: Daniel Bergamasco

Data: 21 de abril de 2009

“O Consulado Geral da França em SP diz que número de inadmissões deve acompanhar o ritmo de pessoas que tentam entrar ilegalmente no país. No ano passado, brasileiros foram o terceiro povo mais recusado ao desembarcar em aeroportos franceses, atrás de chineses e russos. Apesar da escalada de brasileiros barrados ou deportados pela França, o país afirma que não existe preconceito.

Segundo o Consulado Geral francês em São Paulo, o número total de recusas tende a acompanhar o volume de pessoas que tentam migrar ilegalmente. O órgão cita a oscilação dos dados nos últimos anos. Foram 1.040 brasileiros recusados em aeroportos franceses em 2006, 1.498 em 2007 e 1.145 em 2008. Contudo, na hipótese de a tendência de 55% de alta no primeiro bimestre deste ano se manter, os recusados se aproximariam de 1.800 até o final do ano.

Esse crescimento chama a atenção da diplomacia brasileira na França. ‘As denegações [termo usado quando o viajante é impedido de entrar no país] no dia a dia têm variado muito, mas no geral há aumento’, diz Sergio Mauricio da Costa Palazzo, côsul-geral adjunto do Brasil em Paris. ‘Há dias em que temos uma pessoa, outras em que são dez, 12 ou 15.’

Em outra comparação entre 2006 e 2008, os brasileiros subiram no ranking de povos mais recusados ao desembarcar no país. De quarto lugar, passaram para terceiro e estão atrás apenas dos chineses, os ‘campeões’, e dos russos.

Por outro lado, o aquecimento da economia brasileira nos últimos anos impulsionou as viagens até lá. No ano passado, a França recebeu 450 mil brasileiros, 10% a mais que em 2007. O cerco aos imigrantes em situação irregular estava prometido no discurso de campanha do presidente Nicolas Sarkozy, que assumiu o governo em 2007. Ele criou o Ministério de Imigração e Identidade Nacional, que tem entre as missões preservar a nação de ilegais. O debate sobre prejuízos causados por estrangeiros sem autorização para estar no país cresce com a crise econômica, que inclui a França nas ondas de demissões em massa”

A reportagem é factual e trata de um dos temas mais polêmicos da atualidade que é o aumento da segurança, sobretudo nos aeroportos e que impacto isso nos traz nos direitos de ir e vir das pessoas, em um mundo em que as viagens internacionais crescem numa proporção cada vez maior.

Por outro lado, o texto também traz à tona algumas questões da atualidade que ainda não estão bem equacionadas e que dizem respeito aos velhos medos e fantasmas do passado que vez por outra são mais ou menos recorrentes e acentuados: o terrorismo, a imigração e a xenofobia.

Ao destacar aspectos estatísticos – os brasileiros ocupam a 3ª posição entre os mais recusados -, perdendo apenas para chineses e russos, possibilita o entendimento que existe um critério de nacionalidade nesse processo de seleção, independente de questões verdadeiramente objetivas comprovadas no momento em que as revistas físicas e as conferências de documentos são realizadas pelos fiscais dos aeroportos.

Por outro lado, aumenta o fluxo turístico de brasileiros em direção à França. A cidade de Paris é reconhecida como o destino idealizado e preferido por 67% das pessoas que vão ou desejam viajar ao exterior, segundo dados da agência de promoção do turismo francês no Brasil, Atout France.

Essa contradição entre o desejo democrático de ir e vir e o enrijecimento das normas de segurança nos locais de destino, faz dessa reportagem um alerta de como a orientação de um determinado momento político – representado pelo governo do presidente Sarkozy – pode tornar o imaginário sobre um país como a França bem diferente daquele representado pelo glamour e acolhimento mostrados nos materiais promocionais das agências de viagens e dos descritivos históricos e culturais entre os países.

O que mais chama atenção é que a reportagem foi publicada no dia em que oficialmente era lançado o *Ano da França no Brasil*, em que um fato dessa natureza poderia ganhar repercussão negativa no momento em que o clima, ao contrário, era de festa e dominava as atenções da mídia justamente pela revelação da extensa programação dos eventos culturais cuja natureza é bem mais suave.

Há, portanto, o valor de notícia, ao narrar um fato na atualidade, distante portanto, do texto puramente descritivo produzido pelas assessorias de imprensa do evento. Acontecimentos como esse se mostram contraditórios: quando os comparamos com os discursos oficiais empregados durante o *Ano da França no Brasil* nos quais frequentemente foram utilizadas expressões como “amizade recíproca” e “relações históricas” para exaltar as relações França-Brasil.

4.2.5 Reportagem – “França é destaque em Campos do Jordão”

Editoria: Ilustrada - Música

Autor: Irineu Franco Perpétuo

Data: 7 de abril de 2009

“Na edição em que comemora seu 40º aniversário, o ‘Festival Internacional de Inverno de Campos do Jordão’ festeja o *Ano da França no Brasil*. Alguns dos itens mais célebres da música francesa (como o *Bolero* de Ravel, e trechos da ópera *Carmen*, de Bizet) estão presentes já no concerto de abertura, hoje, com a Osesp, regida por Victor Pablo Pérez, e tendo a soprano Maria Bayo, de voz cristalina como solista.

De origem espanhola, Pérez e Bayo farão na segunda-feira, na Sala São Paulo, um programa dedicado ao teatro musical de seu país, a zarzuela. Contudo, para Campos do Jordão, o repertório irá contemplar o tema do festival.

‘Culturalmente, a França é o país om que tivemos mais ligação- mais até do que com Portugal, especialmente a partir da Missão Artística Francesa, que Dom João VI trouxe em 1816’, diz o maestro Roberto Minczuk, diretor artístico do festival. ‘Vamos aproveitar a ocasião para explorar não apenas o repertório, como também os artistas franceses’, diz o maestro. ‘Muitos deles são professores do Conservatório de Paris, o que vai de encontro à nossa ideia de fazer do festival uma escola de música de nível internacional, na qual os intérpretes também interagem com a nova geração de alunos’”.

A notícia de característica informativa representa a música e a relevância que o assunto obteve entre todas as reportagens publicadas na *Folha de S.Paulo*. O lado da narrativa fica por conta dos depoimentos do próprio diretor artístico do festival, nos quais ele reforça as tradicionais ligações entre a França e o Brasil e destaca que nesses aspectos históricos residem importantes elementos para a formação cultural e artística do Brasil.

Em outro momento do texto, o maestro e diretor reforça o reconhecimento internacional que o festival busca obter por meio da vinda de artistas e professores franceses sinalizando que por meio desse intercâmbio possa o festival obter a esperada consagração, a partir da interação entre intérpretes e alunos de alto nível artístico.

4.2.6 Reportagem – “A cultura das armas”

Editoria: Opinião - Coluna

Autor: Marcos Nobre

Data: 8 de setembro de 2009

“*O Ano da França no Brasil* mostrou a que veio: foi uma oportunidade para fechar grandes negócios com armas. Nada menos que R\$22,5 bilhões, sem contar o contrato de compra de caças que pode custar outros R\$10 bilhões e que deve ir também para a França. A discussão sobre os contratos continua em ‘banho-maria’.

As explicações oficiais seguem sendo insuficientes. Joga-se a nuvem do antinacionalismo e do antipatriotismo contra que exige esclarecimentos, quando qualquer nacionalista e patriota só merece esse nome se fizer valer antes de tudo a transparência exigida das instituições democráticas que o país com tanta dificuldade conseguiu construir.

Uma coisa é um aparelhamento adequado das Forças Armadas brasileiras que seja compatível com a extensão do país e com o atual patamar de armamento sul-americano. Coisa muito diferente é um projeto de se tornar potência hegemônica regional incontestada. Os contratos com a França representam o primeiro passo para isso.

A realização desse projeto inclui a tentativa já fracassada outras vezes de instalar uma indústria bélica de importância no país. Já parece suficientemente assustadora a idéia de usar dinheiro público para financiar a produção e exportação de armas para destruir vidas. Mas essa nem é ainda toda a história.

Tornar-se potência militar significa gastar mais recursos do que o necessário para manter o equilíbrio bélico regional. É esse gasto excedente que rouba recursos da luta contra a miséria e a desigualdade. E que terá por consequência produzir tensões onde hoje elas não existem e obrigará países vizinhos a tomarem o mesmo caminho desastroso. Não bastasse isso, serão preciosos recursos do pré-sal que acabarão por financiar, direta ou indiretamente, esse projeto militarista.

A cultura francesa foi hegemônica no Brasil por pelo menos um século e meio, até que os Estados Unidos lhe tomassem essa posição. Mas esse rombo em nada abalou o velho colonialismo francês que, condescendente, continua a oferecer ao povo brasileiro a oportunidade de degustar biscoitos finos que fabrica.

E são mesmo muitas vezes biscoitos de sonho. Só que, como sempre, a França continua sem dar a receita. Práticas reais de cooperação e intercâmbio passaram longe da lista de mais de 400 eventos culturais do *Ano da França no Brasil*. Figuras renomadas vêm, fazem seu show e se vão. O que fica são armas. Para essas, o governo francês promete ensinar a receita. Transformou as armas da cultura no prelúdio enganoso de uma cultura das armas.”

Nessa reportagem o autor confere o tom dissonante da proposta predominante nos conteúdos dos *press releases* distribuídos sobre o *Ano da França no Brasil*, que atribui maior peso e importância ao encontro de culturas. Sob essa óptica o autor desconstrói o discurso oficial de ambos os lados, atribuindo maior crítica ao Brasil. Para isso usa da argumentação e apresenta dados sobre os volumes envolvidos nas negociações.

Ao enfatizar os aspectos bélico-comerciais não claramente explícitos na mídia oficial, o texto apresenta-se crítico não só em relação à posição francesa de fornecedor como também às pretensões brasileiras em se tornar uma potência regional militar. Nesses aspectos o autor também indica a pouca transparência dessas negociações, sublinhando que investimentos desse montante poderiam ser melhor aplicados em prioridades que o país necessita focar.

O texto é de cunho autoral e mostra-se marcado em vários momentos pela opinião, e, ao mesmo tempo, pela crítica. Sobe o tom quando lança dúvidas sobre a movimentação e comportamento dos países vizinhos diante de um Brasil mais armado e que emana um poder cada vez mais ascendente. Nesse aspecto a reportagem revela-se desconstrutiva ao apontar as reais intenções, contidas nas expressões emanadas pelos discursos oficiais de ambos os lados e oferece argumentos raramente utilizados entre os jornalistas que se dedicaram a escrever sobre o assunto.

Do ponto de vista francês, a coluna destaca que a França utiliza essa fórmula de comemoração recíproca – tendo em vista que o Brasil também realizou naquele país o “seu ano” – de maneira a criar um cenário mais simpático para essa forma de fazer valer seus interesses em determinadas partes do mundo, como se estivesse exercendo um tipo de “neocolonialismo”, com sedução.

Pode-se deduzir que a representação aqui retratada é fortemente marcada pela dúvida que essas relações podem proporcionar, as quais estariam encobrindo por meio de uma atmosfera intercultural os verdadeiros propósitos dessa iniciativa. Os inúmeros eventos de natureza eminentemente festiva encobriram, segundo o jornalista, o verdadeiro sentido que essa cooperação e intercâmbio podem de fato vir a se transformar nas relações França-Brasil.

4.2.7 Reportagem - “Carnaval à francesa - Cabaré na Sapucaí”

Editoria: Ilustrada

Autora: Monica Bergamo

Data: 22 de fevereiro de 2009

“É hoje o desfile da Grande Rio, uma homenagem ao *Ano da França no Brasil* em ritmo de samba: ‘*Voilà, Caxias! Para sempre Liberté, Égalité, Fraternité, merci beaucoup, Brésil!* Não tem de quê!’ As dançarinas do Moulin Rouge chegam ao Rio para desfilarem no sambódromo e se impressionam com a “verdadeira indústria” que é o Carnaval, relata Cintia Cardoso, de Paris.

A mistura parece inusitada. Cancã e samba. ‘Cocotes’ e mulatas. Não que o glamour dos cabarés franceses já não tenha sido motivo de inspiração para carnavalescos, mas é a primeira vez que as dançarinas do Moulin Rouge de Paris participam de um desfile de uma escola de samba no Rio de Janeiro. Hoje, 34 artistas, entre bailarinos, atores e acrobatas, trocarão os palcos parisienses por um dos carros alegóricos da Acadêmicos do Grande Rio, a segunda escola a desfilarem no sambódromo. ‘Estamos muito emocionadas. Vai ser um grande desafio para nós, mas estamos muito felizes’, diz Sophie Escoffier. A vedete recebeu a reportagem da **Folha** em seu camarim um pouco antes de uma das apresentações. Ela é uma das especialistas em cancã escolhidas pela direção para representar a tradição dessa dança tipicamente francesa na passarela do samba.

O anúncio da participação no Carnaval causou alvoroço, explica Fanny Rabasse, relações-públicas do cabaré. ‘Tivemos que fazer uma seleção interna para definir quem iria para o Rio. Escolhemos as que dominam a técnica do cancã, as que gostam de viajar e as que se adaptam melhor a situações diferentes’, diz.

Outra preocupação foi escolher um grupo que fosse representativo da diversidade cultural da casa, que tem artistas de 14 nacionalidades diferentes. ‘Estamos levando para o Carnaval do Rio artistas franceses, cubanos e africanos’, conta Rabasse. As ‘cocotes’ tiveram uma semana para preparar a coreografia que vão levar hoje para a avenida. ‘Foi tudo muito intenso. Tivemos que decorar a letra da música (o samba-enredo da escola), porque sabemos que é importante cantar na hora do espetáculo. Além disso, vamos adaptar os passos ao ritmo do samba’, conta a dançarina Sophie. Questionada sobre o fato de fazer as piruetas do cancã em cima de um carro alegórico em movimento, ela respondeu: ‘É, isso é uma preocupação a mais, mas juntamente com o coreógrafo, decidimos simplificar alguns passos. Os mais arriscados ficaram de fora, mas vai ser bonito assim mesmo’.

Já sobre o samba, Sophie tinha poucas referências. ‘Achava que era mais parecido com a salsa e outros ritmos latinos. Mas, assim que surgiu o convite, fui à internet me informar, vi vídeos, ouvi músicas. Estou muito ansiosa para ver os percussionistas de perto.’ Sobre as tradicionais mulatas cariocas, ela comentou: ‘Elas têm uma técnica incrível. Vai ser muito interessante ver essa mistura de perto’.

O convite para o desfile da Grande Rio surgiu em março do ano passado. Uma equipe de representantes da escola de samba carioca foi a Paris propor a parceria ao cabaré. O enredo da Grande Rio deste ano, ‘*Voilà, Caxias! Para sempre Liberté, Égalité, Fraternité, merci beaucoup, Brésil!* Não tem de quê!’, pega carona nas comemorações do *Ano da França no Brasil* e teve investimentos de empresários franceses. ‘Achei surpreendente. Não esperava que o Carnaval do Rio fosse tão profissional. Aqui nós temos a impressão de que é uma grande festa popular, mas é também uma verdadeira indústria’, diz a relações-públicas do Moulin Rouge, que visitou o barracão da escola na ‘Cidade do Samba’ no ano passado. ‘O orçamento do Carnaval do Rio é impressionante. Quase 1 milhão é gasto por cada uma das escolas para apenas uma noite de show. O orçamento do nosso espetáculo diário “Féerie” é de 9 milhões’, conta.

O samba até é novidade para as dançarinas, mas não as plumas e os paetês. Para o espetáculo atualmente em cartaz no Moulin Rouge, no bairro de Montmartre, são usadas mil fantasias com plumas, paetês, lantejoulas e todos os brilhos que são a matéria-prima do Carnaval brasileiro.”

“Achei surpreendente. Não esperava que o Carnaval do Rio fosse tão profissional. Aqui nós temos a impressão de que é uma grande festa popular, mas é também uma verdadeira indústria.” Fanny Rabasse, relações-públicas do cabaré.

A estrutura de reportagem mantida nessa coluna apresenta narrativas muito ricas, que funcionam como declarações ou mini-entrevistas, reunidas em um trabalho de autoria na estrutura do colunismo político-social que caracteriza esta seção do jornal.

Interessante observar no texto os comparativos de caráter sincrético e cultural desse encontro, aqui entendido como a incorporação e identificação de elementos de diferentes origens, em que podem ser descobertos registros e identidades quando reunidos sob um mesmo contexto – Passarela do Samba e o Moulin Rouge.

Pode ser que a mídia já tivesse alimentado ou reavivado essas identidades e percepções, facilmente detectadas nos depoimentos da própria relações públicas do famoso cabaré parisiense, assim como naqueles de sua principal estrela, ao comentarem suas impressões do que estavam vendo e o que de alguma forma traziam consigo como referencial.

A junção entre o desconhecido, o estranho e o exótico, que de alguma forma povoou o imaginário de levas e levas de viajantes estrangeiros que por aqui chegaram, fez despertar, a partir dos depoimentos colhidos, manifestações de alteridade, no sentido de proporcionar as condições para a identificação e o diálogo com o outro. Nesse caso, o exercício da alteridade se conecta aos relacionamentos em geral, tanto entre indivíduos como entre grupos culturais, nas manifestações festivas, religiosas, científicas, entre tantas outras.

A essa prática da alteridade soma-se a curiosidade que a atmosfera tropical imaginada e pré-existente, por vezes povoada de estereótipos, poderia revelar nesses sentimentos em relação ao Brasil, o país do Carnaval, das mulatas, do samba e da alegria contagiante do seu povo, a partir de suas próprias representações.

Nesse caso, lembrando Maffesoli, ao dizer que o Brasil é um “laboratório da pós-modernidade”, por desmistificar a supremacia e a autonomia do indivíduo, da racionalidade, que tanto caracterizaram o modelo europeu moderno, podemos verificar

nas manifestações do Carnaval um bom exemplo de como essa transformação se dá na prática entre os brasileiros.

Os papéis sociais no Carnaval são trocados, reis e rainhas emergem no meio da gente simples, corpos por vezes desnudos em movimento frenético dançam e se confraternizam, num moto contínuo de manifestações coletivas, sem necessariamente obedecer a rituais e regras rígidas, porém marcados de forte subjetividade.

O que se pode também depreender da reportagem é o estabelecimento de pontes entre o tradicional espetáculo francês, cujo glamour centenário faz história por inúmeras gerações, com o desfile de uma escola de samba, onde muitos dos elementos comuns são reconhecidos, entre eles o uso intenso das plumas e paetês nas fantasias e o forte apelo de sedução emanado de suas dançarinas, muito próximos aos de nossas mulatas.

São nuances identitárias, que nos fazem aproximar de um dos ícones da cultura francesa, o famoso e secular cabaré parisiense. Pode-se até dizer que encontro multicultural do Moulin Rouge, com 14 nacionalidades representadas em seu corpo de artistas, dá a dimensão da diversidade posta em prática pela casa de espetáculos e levada ao público da Marquês de Sapucaí, tão acostumado que está a esse exercício de integração há muitos e muitos anos.

4.3 Carta Capital

Seleção e análise de reportagens extraídas das edições 542 e 546, publicadas em abril e maio de 2009

Para essa etapa foram utilizados recortes dos textos publicados nessas duas edições da revista tendo por objetivo a extração da essência dos discursos, a fim de ajudar na formulação de contrapontos na interculturalidade das relações França e Brasil. As reportagens em sua totalidade estarão disponíveis no anexo adicionado a esta dissertação.

4.3.1 *Carta Capital* - “De olho na modernidade”

Edição: 542

Autor: Alan Faria

Até o fim do ano, eventos artísticos prometem mostrar uma França contemporânea e marcada pela mistura étnica

Nessa edição, a revista destaca as diferentes manifestações culturais francesas a serem mostradas por meio de eventos artísticos prometidos para o *Ano da França no Brasil*. Nesse caso, a reportagem sinaliza que cada vez mais o país se aproxima da incorporação de elementos das fortes influências árabes e africanas levadas por parcela de sua população e cada vez menos dos mitos tradicionais como Voltaire, Édith Piaf, Honoré de Balzac e Jean-Luc Godard.

Na sequência, o presidente do comissariado brasileiro do *Ano da França no Brasil*, Danilo Miranda, ressalta o interesse do país em mostrar uma França muçulmana, árabe, negra, africana e tradicional, itens que motivaram a escolha de atrações com um viés multicultural.

No mesmo texto, o jornalista Alan Faria, relembra: “a incorporação de elementos africanos e árabes à cultura francesa intensificou-se a partir da 2ª Guerra Mundial, quando imigrantes das colônias francesas foram chamados para reconstruir o país devastado. Se inicialmente as fusões entre as culturas francesa e ‘estrangeira’ eram pontuais, agora se tornaram marca essencial em diversos campos artísticos”. Tanto na literatura quanto no cinema, as matérias destacam o desejo de mostrar linguagens mais

desprovidas da referência “nação França”, abrindo-se a outras realidades lingüísticas e culturais.

Com relação ao cinema, a reportagem indica que essa linguagem assume papel fundamental nas questões interculturais francesas e cita o exemplo do filme *Entre os muros da escola* que mostra a realidade de uma escola de periferia parisiense, em que um professor francês tenta mostrar aos alunos de uma classe que, mesmo havendo diferentes origens entre eles – China, Senegal, Madagascar, Marrocos etc. – todos em sala são franceses.

O tom crítico da obra aparece quando muitos dos estudantes ali representados não se reconhecem como franceses, embora tenham direitos reconhecidos na França e tenham nascido no país. Provavelmente eles apresentam reivindicações, encorajados pelo status de cidadania, comportamento bem diferente de seus avós e pais, que temiam ser deportados.

A narrativa relembra que a tensão étnica existente hoje em território francês, sobretudo nos arredores de Paris, deriva da baixa qualidade de vida e da exclusão social quando comparadas a outros pontos da cidade. Essas regiões apresentam altos índices de desemprego, violência e falta de saneamento básico. Se compararmos com a realidade brasileira, podemos deduzir que nesses aspectos, retirando-se os itens diretamente relacionados com a questão dos imigrantes e suas diferentes línguas e culturas, podemos dizer que há uma aproximação entre França e Brasil nesses temas, talvez amenizadas pela identidade comum entre os brasileiros de origem e a receptividade que damos aos estrangeiros que por aqui chegam para viver.

O discurso jornalístico também registra as tensões existentes entre a aplicação do modelo republicano de educação, igualitário e para todos, existente na França há pelo menos 200 anos, em contraponto com a realidade dos estudantes originários de diferentes países e culturas, a partir do contexto de um tradicional liceu francês.

Na mesma reportagem, a historiadora Elise Jasmin, relembra que a violência urbana e suas repercussões negativas na mídia, foram amplamente discutidas nacional e internacionalmente. Ainda segundo a historiadora:

Se por um lado, expôs as feridas de um processo de colonização que ainda não foi suficientemente assentado e que claramente precisa ser mais discutido pela sociedade como um todo para se encontrar um ponto de equilíbrio, por outro abriu uma reflexão sobre o tratamento midiático de um fenômeno que envolve problemas sociais, de identidade e que mexe com nossa história coletiva.

Em seguida, ao apresentar com destaque a programação geral, o texto ameniza a apresentação quando a coordenação do evento relaciona algumas das principais atrações que os brasileiros vão ver. A França será representada por sua diversidade nas artes plásticas, fotografia, música eletrônica, artes circenses, música clássica, literatura, poesia, moda e gastronomia, tentando por meio das artes, exportar alguns de seus ideais.

O interesse da França pelo Brasil, sugerido pela reportagem, não parece dar foco apenas às questões étnico-culturais, mas também resgatar uma influência que se foi diluindo com o tempo.

Boa parte da reportagem é descritiva, oferecendo algumas nuances de interpretação e análise, com ênfase na enumeração e detalhamento da série programada de espetáculos, com destaque para as qualidades e os pontos positivos que essas atrações trariam para o grande público.

O texto sugere que muitas das atrações trazem consigo o exercício do multiculturalismo e da diversidade cultural apregoados entre os principais eixos de realização do *Ano da França no Brasil*. E o autor destaca em seu discurso: “Por meio da arte, o país (França) tenta exportar alguns de seus ideais”, lembrando àqueles princípios tão conhecidos e divulgados da igualdade, fraternidade e liberdade que ainda povoam o imaginário e as representações quando nos referimos àquele país.

4.3.2 - Carta Capital -

**“Das naus à web – a secular relação entre os dois países, a influência francesa no Brasil e o diálogo de culturas no início do século XXI”
Edição: 546**

Autores: Alan Faria, Celso Marcondes e Carmem Guerreiro

Na primeira reportagem, denominada “A aventura e os negócios”, o jornalista Alan Faria faz um passeio por todas as etapas históricas dessas relações e destaca na abertura do texto: “Se, no início do Brasil se restringia ao comércio de madeira, a influência francesa, no decorrer de cinco séculos, difundiu-se nos campos econômico, político, cultural e social”. A narrativa mostra-se bem detalhada e abrangente, na medida em que cada período histórico é descrito.

Vários pontos foram destacados no campo geopolítico desde as invasões francesas até a Proclamação da República, considerando esse último período como o ápice do “afrancesamento do Brasil” e do caráter atribuído à França como modelo de civilização. Entre os vários trechos descritos são evidenciadas as intervenções do poder público nos planos de desenvolvimento urbano no Rio de Janeiro, então capital do país, a partir da República, impulsionadas pelas experiências feitas em Paris, alguns anos antes. Esse fato de alguma maneira teve desdobramentos em relação aos projetos urbanísticos aplicados em cidades como Belo Horizonte e Brasília, alguns anos mais tarde.

No campo cultural e das ideias, também foi enaltecida a vinda de eminentes professores franceses na década de 30, que deixaram como legado a introdução à pesquisa contemporânea e a modernização do ensino. Em outro momento, a reportagem destaca o multilateralismo do contexto político e econômico mundial, tendo a França como um dos protagonistas em promover alianças e intercâmbios com a América Latina e em particular com o Brasil, diante da vinda e instalação de importantes empresas francesas. Nesse aspecto, a França sinaliza conter a hegemonia americana nesse campo e aumentar sua exposição internacional.

Ao finalizar o primeiro bloco da série de reportagens da revista, o jornalista Celso Marcondes relembra no título, em destaque: “Na ditadura, a França recebeu os brasileiros de braços abertos”, comentando sobre as centenas de brasileiros que deixavam o Brasil fugindo do regime político fechado, nos anos 1960 e 1970 e a série de facilidades que esses exilados obtinham na França comparadas a outros países. Nesse

caso estabelece de forma comparativa que a direita governava os franceses naquele momento e mesmo assim as instituições democráticas funcionavam normalmente, ao contrário do que ocorria no Brasil.

Em tom de indagação, o autor se pergunta se tamanha receptividade se repetiria hoje, em tempos de crise global, seguida de restrições de toda ordem à livre movimentação de imigrantes e à concessão da condição de exilados, mesmo em território francês.

No bloco denominado “Pés e mentes na cozinha”, a jornalista Carmen Guerreiro destaca que “o refinamento da alta cozinha aliada à opulência dos rituais é a primeira imagem que nos vem à cabeça quando falamos em gastronomia francesa”. Em outro trecho, o depoimento do um *chef* brasileiro André Boccato, dá a dimensão e o alcance da influência francesa no quesito cozinha: “a influência francesa envolve um conjunto de valores, como sabor, aparência, apresentação dos pratos, técnicas e o ritual de combinações de bebidas e comidas”.

A precisão técnica, a simplificação do preparo dos pratos e a leveza, associadas ao uso de produtos e ingredientes brasileiros, apelidada de *nouvelle cuisine*, deram à cozinha francesa maior disseminação entre as diversas classes sociais, fugindo um pouco do consumo restrito e elitista que desfrutava desde a chegada da Família Real portuguesa ao Brasil.

Para isso, a vinda de inúmeros chefes de cozinha franceses ao Brasil, de perfil mais moderno, muito contribuíram para a disseminação dos pratos e de seu preparo, atingindo diferentes gerações de clientes, sobretudo a partir dos anos 1970.

Nessa mesma reportagem, o sociólogo especializado em gastronomia, Carlos Alberto Dória, interpreta o alto interesse pela cozinha francesa no Brasil por sua versatilidade: “a nova cozinha ganhou a simpatia do público e se espalhou pelo mundo, pois dependia menos de produtos franceses mais da sua filosofia de preparo, a qual está presente em todo o mundo como um valor, por trás de todos os *chefs e restaurateurs*”.

No texto destaca-se a condição quase mítica a que foi elevada a cozinha francesa e seus *chefs*, associando essa influência à criação do refinamento cultural do “bem comer” entre os brasileiros e ao mesmo tempo aproveitando para divulgar a programação de festivais gastronômicos previstos para todo o país.

Em “Retratos da exclusão”, a pesquisadora Camila Giorgetti assume um tom mais crítico, ao revelar duas pesquisas realizadas nas periferias de São Paulo e Paris, indicando que há mais semelhanças entre as duas cidades do que se pode imaginar.

O estudo, que faz parte de um projeto maior, chamado “Saúde, desigualdades e rupturas sociais”, revela que existe uma periferia desconhecida da mídia, a qual causa, tanto aqui como lá, o mal-estar psicológico que pode ser mais difícil de superar do que a pura falta de bens materiais. Nas duas situações, destaca a reportagem, as desigualdades urbanas levam os indivíduos a um processo de desqualificação social, nas diversas dimensões de saúde e da vida social, sendo em parte responsáveis pelas crises existentes em Paris e de sua periferia. Em entrevista realizada com Serge Paugam, coordenador do projeto, ele ressalta:

Eu acreditava profundamente no tradicional apego dos franceses aos direitos humanos e na obrigatoriedade do Estado em auxiliar os mais desfavorecidos. Mas pode-se ver que, na França, passamos de um ciclo de compaixão em relação aos pobres a um ciclo de responsabilização e suspeição generalizada, pelo recrudescimento da ideia de que os pobres permanecem pobres é porque não fazem esforços necessários para saírem da situação em que se encontram.¹⁶

O pesquisador relembra na entrevista que a história urbana de Paris é muito diferente da de São Paulo: “enquanto o Brasil deve solucionar suas favelas, a França deve reconstruir a maior parte do parque habitacional popular localizado nos bairros pobres e constituído por habitações que seriam consideradas luxuosas por muitos moradores das favelas do Brasil”.

As reportagens são, em sua maioria, construções narrativas que destacam diferentes momentos históricos da vida de cada país e ao mesmo tempo oferecem ao leitor alguns contrapontos e similaridades na existência e no tratamento de questões políticas e sociais da atualidade quando confrontamos as realidades de ambos os lados.

O conjunto dessas narrativas é mais do que descritivo e remete à contextualização, evidenciada pelo próprio título geral “Das naus à web”, que sugere um largo escopo da histórica relação entre França e Brasil, denotando a tentativa de

¹⁶ Depoimento de Serge Paugam In: FARIA, Alan. *Carta Capital*. “Das naus à web – a secular relação entre os dois países, a influência francesa no Brasil e o diálogo de culturas no início do século XXI” – Ed. 546. São Paulo: Confiança, 20 de maio de 2009.

avanço e modernidade no diálogo entre os dois países e de suas culturas na contemporaneidade.

Observam-se poucos clichês e estereótipos na elaboração dos textos o que diminui a visão idealizada de cada país, partindo-se diretamente da observação da realidade e do cotidiano mesmo em situações de maior tensão, como é o caso da questão das periferias e tratamento dos problemas sociais.

O tom ameno ficou por conta do tema gastronomia onde o exercício da interculturalidade se fez mais presente. Os depoimentos de diferentes *chefs de cuisine* contribuíram para a exibição de charme e elegância que esse assunto costuma atrair. Observa-se que quando se juntam a técnica tradicional e do esmero na preparação dos pratos franceses com os elementos da cozinha brasileira, há, de fato, a busca pelo encontro de culturas. Ao se apresentarem mais jornalísticas, elaboradas e distantes dos textos oficialmente divulgados, as reportagens em seu conjunto deram mostras de maior realismo por fugirem do tradicional universo mítico e simbólico construído ao longo de séculos de uma história comum.

Considerações finais

*“Voilà, Caxias! Para sempre Liberté, Égalité, Fraternité, merci beaucoup,
Brésil! Não tem de quê!”*

Tema do desfile da Escola de Samba Grande Rio, em 2009, em homenagem ao
Ano da França no Brasil (10)

Considerações finais

“*Não há países amigos, mas interesses comuns.*”

John Foster Dulles, pragmático político e secretário de estado americano nas décadas de 1940 e 1950. (11)

O Ano da França no Brasil trouxe a oportunidade ímpar de mostrar de forma exponencial e concentrada a construção das representações da França no Brasil por meio da narrativa jornalística. Muito do que se escreveu e do que foi exibido, motivado pela comemoração, reacendeu a construção do olhar e dos enquadramentos utilizados sobre o que nos é diferente em nossa formação cultural e modos de vida. Por outro lado, uma releitura do *Manifesto antropofágico*, de Oswald de Andrade, nos mostra que é possível “comer aquilo que nos é fornecido pelo estrangeiro; juntarmos essa apropriação ao nosso próprio conhecimento e a transformarmos em cultura própria, rica e criativa”.

Ao visitar a obra de Stuart Hall registramos que a identidade e as culturas nacionais “são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto as nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (Hall, 2009:50).

De todo um conjunto de influências que recebemos da cultura francesa ainda subsistem vários exemplos dessa secular herança que estão presentes em diferentes aspectos da vida e nos costumes brasileiros, os quais já foram bastante descritos, detalhados e exemplificados em capítulos anteriores. Podemos então nos perguntar nessas considerações finais se fomos “invasidos” por essa influência ou fomos por ela “seduzidos”?

Paulo Freire nos apresenta como seria a ocorrência de um processo de invasão cultural:

Para que uma invasão cultural tenha êxito, é fundamental que os invasidos reconheçam a sua inferioridade à medida que vão se convencendo da superioridade do invasor, assimilando seus valores e querendo parecer com aqueles: andar como aqueles, se vestir à sua maneira e falar a seu modo, conferindo poder e hegemonia à outra cultura (1979:179).

Nesse caso, podemos deduzir que a passagem da influência francesa deixou-nos sobretudo elementos estruturantes, mas não a ponto de subjugar ou estabelecer formas rígidas e dominantes de comportamento em nossa sociedade ou até mesmo uma ameaça ao modo de vida da população. As relações França-Brasil nunca se tornaram coloniais, como foi o caso do papel desempenhado por Portugal no processo de ocupação do território brasileiro.

Do ponto de vista econômico, ficamos sob o pesado controle português no período colonial e em seguida pela forte influência comercial inglesa. Na segunda metade do século XX cresceu a influência norte-americana e mais recentemente temos o aumento da participação chinesa. Até nesse aspecto a presença francesa é importante, situando-se na 6ª posição entre os maiores investidores estrangeiros no Brasil.¹⁷

Esse caráter não hegemônico, que prevaleceu durante a longa e secular convivência entre os povos francês e brasileiro, pode ser uma das pontes de entendimento dessa aproximação e de construção de interesse mútuos, motivos pelos quais fomos tão bem recepcionados durante a realização do *Ano do Brasil na França*, em 2005, como também pela retribuição que demos àquele país, em 2009.

Ao sinalizar o caráter intercultural desses eventos, de alguma maneira abriu-se um leque de oportunidades de aprendizagem, de descobertas e redescobertas recíprocas, sem paralelo na história, ou talvez muito raro, no âmbito das relações entre os países.

Vale destacar que não existe outro exemplo de homenagem organizada que tenha sido realizada em outro país, durante quase um ano, que tenha sido objeto de apoio institucional, mobilizando recursos públicos e privados e que estivesse presente na organização de eventos nas principais cidades, em cerca de 80% do território nacional.

As relações e interações entre as manifestações da cultura francesa em junção com as locais fizeram de alguma maneira funcionar algumas práticas interculturais, nas quais elementos e identidades de ambos os lados ao se entrecruzarem, sugerem aquilo que acreditamos ser uma forma de intercâmbio, em que os princípios constitutivos dessa interculturalidade convivem em constante transformação, apresentando-se em suas diferenças e peculiaridades

¹⁷ Fonte: *Revista França Brasil*. set./2009.

Ao lermos as narrativas jornalísticas e refletirmos sobre imaginário por elas produzido, inferimos que as representações da França no Brasil no textos analisados foram abordadas de forma predominantemente descritiva e informativa, seguindo basicamente o conteúdo dos *press releases* das agências oficiais divulgadoras do evento, sem se caracterizarem necessariamente pelo criticismo e pelo contraponto.

Os momentos de maior tensão ocorreram em assuntos ligados à geopolítica, tais como a aquisição de aviões militares, armamentos, construção de submarinos nucleares e à subliminar demanda do Brasil para obter um assento permanente no Conselho de Segurança da ONU, com apoio declarado do governo francês. Esses itens foram e ainda estão sendo debatidos na mídia brasileira pelas altas cifras envolvidas, bem como o questionamento sobre a necessidade de o Brasil investir consideráveis recursos nessas aquisições, em detrimento de outras prioridades estruturais da sociedade.

Sob outro ângulo, o tema da questão da imigração na França ganhou destaque momentâneo, incluindo o tratamento atribuído aos brasileiros no início de 2009 ao serem impedidos de entrar no país durante as inspeções da polícia aeroportuária, muitos deles em viagem de turismo. Dentro desse escopo também se abriram discussões em torno das questões ligadas à integração social e racial entre os imigrantes que residem na França. A revista *Carta Capital* mostrou relatos sobre as condições de vida de algumas minorias estrangeiras nas periferias das cidades francesas, cujos usos, costumes e práticas religiosas que parecem se confrontar com as práticas culturais locais, com os princípios republicanos e laicos do estado francês, assim como o sistema de educação nacional pré-estabelecido.

De maneira geral, o posicionamento da mídia mostrou-se bastante favorável à imagem da França no Brasil, ressaltando aspectos já bastante conhecidos e familiares entre nós, utilizando-se, inclusive, de estereótipos e clichês para reforçar ou avivar elementos já presentes de longa data no imaginário local.

Em verdade, devemos reconhecer que o caráter de homenagem e celebração que marca o *Ano da França no Brasil*, reduziu a participação do estranhamento nas narrativas jornalísticas, transformando esse momento em linguagem de sedução, atendendo aos principais objetivos dos organizadores do evento.

O que podemos deduzir desse reconhecimento na divulgação é que a pré-existência de referências culturais e simbólicas entre os jornalistas foi um facilitador na assimilação dos temas e na divulgação das notícias, onde a familiaridade exerceu um

papel condutor e dinamizador, reafirmando assim a imagem projetada da França. Assim, as narrativas jornalísticas ao encontrarem na sociedade brasileira em geral um referencial conhecido e favorável, reduziram o tempo de resposta da comunicação graças aos registros imaginários e às representações familiares e conhecidas. Nesse caso, o resultado obtido foi considerável pois nem todos os esforços de mídia isoladamente conseguiriam construir algo tão relevante em tão curto espaço de tempo, contabilizado em aproximadamente um ano.

Era esperado também que nas narrativas dos jornalistas houvesse alguma participação da contextualização histórica e política no âmbito das relações entre os dois países. No entanto, o que se verificou nos textos, foi o predomínio do imaginário mítico e simbólico sem, entretanto, estabelecer claramente uma relação histórico-temporal das narrativas. Não se observou a criação de referências significativas que pudessem mostrar a modernidade da França, preferindo-se a linha mais tradicional da imagem conhecida e projetada do país.

Ao reavivar de norte a sul do país a participação dos elementos referenciais franceses na formação sócio-cultural no composto da sociedade brasileira, os eventos e a divulgação do *Ano da França no Brasil* juntaram-se ao simbolismo mítico já construído em torno daquele país despertando ou reacendendo as atenções em todos os locais por onde passou. Esse fato denota que somente algo que fosse latente e arraigado no seio da sociedade seria capaz de sensibilizar e produzir no discurso jornalístico a ressonância necessária e assegurar o caráter de comemoração ao conjunto de eventos.

Ao lembrar Moscovici, é possível dizer que na elaboração das representações sociais os indivíduos buscam associações nas práticas sociais locais, na história e nas tradições, a partir das estruturas simbólicas já desenhadas por sua existência, duração e respectivas transformações. Nesse caso, a mídia exerce papel preponderante na formação, difusão e atualização das informações por sua amplitude, diversificação e mobilidade, associando-se ao processo de elaboração das representações sociais tal como já demonstrado pelos indivíduos por intermédio da prática do senso comum.

Essa associação entre a construção do discurso jornalístico e os elementos da cultura francesa já conhecidos no conjunto das representações sociais foram em boa parte responsáveis pelo tom positivo da comemoração do *Ano da França no Brasil*.

Ao incorporar nos textos algo reconhecidamente presente no coletivo, sem surpresas ou aspectos tensionais graves, que pudessem vir a modificar a ideia do senso

comum apregoada por Moscovici, os jornalistas consolidaram a imagem mítica, sem modificações. Ou seja, as matérias e reportagens em torno do *Ano da França no Brasil* denotaram mais familiaridade do que estranhamento, o que facilitou o entendimento da proposta midiática do trabalho de assessoria de imprensa e à perpetuação do próprio imaginário mítico.

Nesse caso, a título apenas de criar um exercício fictício e extrapolar a análise pura e simples do que foi o *Ano da França no Brasil* podemos imaginar, por similaridade, o que poderia ser ou significar o lançamento do *Ano da Itália no Brasil*, como forma de comemorar e caracterizar a influência nacional de outro país sobre o imaginário local.

Com todo respeito que aquele país merece e o reconhecido carinho com que dele recebemos algumas de suas múltiplas manifestações culturais, em que se inclui a música e o cinema, a hipótese mais provável é que essa comemoração assumiria características regionais, concentrando-se as comemorações naqueles núcleos de maior influência no Sul e no Sudeste, mesmo reconhecendo que recebemos forte fluxo migratório daquela nação para o Brasil e numericamente existirem mais descendentes de italianos do que franceses no composto da população brasileira. Nesse caso, à exceção da extensa lista de itens da gastronomia italiana e alguns poucos exemplos musicais, que conseguem ser reconhecidos em todas as regiões brasileiras, seriam poucos os exemplos de expressão da interculturalidade entre os dois países que teriam a Itália como origem e que poderiam ser expressos com destaque.

No pensamento de Moscovici poderíamos obter a explicação para essa possibilidade. Na formação do imaginário brasileiro e das representações sociais não existiu por meio da história, da cultura e das práticas sociais uma influência italiana tão ampla e estruturante que pudesse influenciar essa construção, tal como os verificados os exercidos pela influência francesa no Brasil ao longo da história e já demonstrados anteriormente nessa pesquisa.

Coube à mídia e em especial aos discursos jornalísticos, o papel de promover, reavivar e divulgar aquelas representações da França em todos os locais onde os eventos e comemorações se fizeram presentes. Caso essa influência histórica não tivesse produzido algum tipo de referência reconhecida na sociedade e que não fosse captada dessa forma pelo imaginário coletivo e dos próprios jornalistas, dificilmente teria despertado tamanha curiosidade, aceitação e apoio dos veículos midiáticos os quais

deram ampla cobertura nacional, ocupando espaço nas principais editorias da imprensa e da própria televisão, aferidos pela agência oficial do evento.

Nesse contexto, a cobertura realizada pela imprensa teve o papel dinamizador e ao mesmo tempo documental ao dar ênfase aos aspectos culturais, situando-os nessa interpretação em seu tempo e local, cuja produção agiu na formação de novos públicos, como também fez emergir referências na memória latente entre os consumidores desses bens simbólicos.

O tratamento leve da notícia foi o predominante, sinalizando para o entretenimento cultural e não para o estranhamento, fato esse que de alguma forma projeta imagem mais simpática e favorável do país, face à natureza que esse tipo de conteúdo costuma provocar. As narrativas jornalísticas procuraram conduzir o leitor na maioria das vezes ao espírito de comemoração, marcando o *Ano da França no Brasil* como algo a ser festejado e celebrado, destacando os aspectos míticos e simbólicos daquele país, mais uma vez decorrentes de suas conhecidas e tradicionais representações.

A mídia exerceu de forma comedida o seu papel crítico e contextualizador ao exercitar de maneira discreta o contraponto e as similaridades entre as sociedades francesa e brasileira, limitando-se em parte à reprodução de conteúdos dos textos distribuídos pela assessoria de imprensa contratada para divulgação dos eventos, cujo número de inserções foi destacado no texto de introdução dessa dissertação.

É possível que dos contrastes decorrentes desses dois modelos de sociedade – França e Brasil - haja mais aproximações e descobertas. Do lado francês predomina uma forma de organização social cunhada por secular construção fundamentada numa piramidal relação entre seus membros, hierarquizando o coletivo, criando uma identidade comum e submetendo os indivíduos aos mesmos princípios. Do lado brasileiro vê-se um caleidoscópio de culturas, de uma sociedade em formação e amadurecimento sócio-político-cultural, cujos contrastes e diferenças ocupam simultaneamente o mesmo espaço social, provocando tensões dentro do próprio desequilíbrio dessas relações em sociedade.

Os poucos textos de maior contraponto assinalaram para o reconhecimento de que na França existe na sua organização social certa dificuldade em lidar com as diferentes identidades e manifestações culturais, fato esse ressaltado pelas reportagens que tratam das questões relativas à convivência dos imigrantes em seu território, os

quais carregam consigo suas culturas e tradições, transformando por vezes essas manifestações em momentos de tensão e conflito, incluindo aqueles de origem religiosa.

No Brasil, em que a sociedade possui formação recente, mais fluida e tolerante, esse processo de assimilação das diferenças já faz parte do cotidiano dos indivíduos, observando-se um estado de permanente mutação. Esse fato pode surpreender os franceses, cujo processo histórico-cultural mais consolidado pode tornar mais rígidas essas relações sociais.

Esse exercício de subjetividade social que se registra entre os brasileiros e destacado em parte pelos textos jornalísticos, constitui motivo de fascinação junto aos franceses, tornando a natureza das relações muito mais horizontal do que vertical. Como observa Maffesoli, o Brasil é um “laboratório da pós-modernidade”, em que o contexto da relação entre as pessoas se sobrepõe às formas tradicionais de organização social e à prática pura e simples do individualismo”.

Nesse aspecto, as manifestações coletivas, como o futebol e o Carnaval, o diálogo entre diferentes culturas, a assimilação e abertura para o novo, tornam a dinâmica social brasileira muito atraente aos olhos franceses, que talvez vejam nesse modelo uma manifestação real de um possível modelo quando se trata de equilibrar identidades variadas.

São justamente essas várias camadas de influências mútuas contidas na construção do processo histórico cultural França-Brasil, que tornam possível traçar as perspectivas de aproximação bilateral, buscando as similaridades e interesses comuns, mesmo considerando as assimetrias nos mais diferentes campos de interesse, bem como nos movimentos dos complexos e pragmáticos cenários encontrados no campo das relações internacionais.

A dimensão cultural dessa aproximação proporciona outra forma de exercer a prática diplomática, tal como destaca Laan Mendes de Barros (2006):

De fato, a cultura se configura em uma dimensão privilegiada da identidade de um país e permite sua afirmação soberana no diálogo internacional, além de possuir enorme potencial no incremento das relações exteriores. A afirmação de uma sociedade no cenário internacional, quando passa pela dimensão da cultura, torna-se mais duradoura. Exemplo disso é a própria França, que firmou esse modelo de utilização da cultura como forma de afirmação política e consolidação de um papel protagônico da geopolítica internacional.

A França deseja projetar-se como um país moderno, atual, diversificado e aberto, fugindo do habitual clichê que tem no peso de sua longa tradição sócio-político-cultural e no seu autorreconhecimento de “mãe dos grandes valores ocidentais”, sobre a qual ficou edificada e talvez enclausurada em seu próprio mito. O Brasil, por sua vez, tende a afastar-se de sua própria utopia, que era colocar-se como país do tempo futuro, para viver o momento presente, mostrando com mais convicção sua própria dimensão e importância protagônica no cenário internacional.

Os dois países apresentam várias similaridades na forma de agir e pensamentos convergentes em muitos aspectos político-sociais, sustentados por valores muito próximos, desejando se colocar com maior peso no mundo dos negócios e no novo contexto mundial. A emergência do Brasil e o reposicionamento da França no âmbito mundial parecem sintetizar o quadro. Abriram-se, com o *Ano da França no Brasil* e o evento que o antecedeu *Brésil-Brésils*, oportunidades de interesse comum, partindo-se inicialmente dos intercâmbios culturais e fomentando o desejo pelo conhecimento recíproco.

Essa concentração de esforços de mídia em um único tema e em um determinado período de tempo, possibilitou a formação de ondas de comunicação e visibilidade para a sucessão de eventos que se produziu por todo o país. A narrativa jornalística acompanhou esse movimento, apoiada em suas tradicionais referências históricas e culturais e por vezes mostrando representações fora do senso comum.

A França, por seus costumes, pela influência de sua cultura, por sua história e tradição, ao reavivar a força de objeto mítico e imaginário na imprensa brasileira, traduzidos em parte por meio do desejo e da sedução, conseguiu de alguma forma, evitar as nuances críticas e ampliar aquelas favoráveis nas narrativas jornalísticas, tanto naquele período que antecedeu ao evento, quanto durante o calendário oficial de realização do *Ano da França no Brasil*, reforçando com isso sua própria imagem mítica e simbólica.

Podemos sintetizar que a França, seus símbolos e mitos deram mostras no contexto jornalístico de continuar a ser objeto de admiração e desejo, porém ensaiando alguns passos em direção às mudanças de percepção e projeção de sua própria imagem na contemporaneidade: a de um país mais moderno e aberto às práticas interculturais, tal como sinaliza o contexto global.

No entanto, as representações simbólicas e a geração de novos produtos imaginários entre as sociedades e países só farão sentido quando cada um dos lados, nos seus diversos tipos de relações e atividades, perceberem a interação com o outro, suas diferenças e identidades, em um reconhecido processo de permanente descontinuidade, atritos, estranhamentos, dentro do jogo imprevisível de lidar com a alteridade. Ou, como destaca Michel de Certeau: “o futuro entra no presente sob a forma de alteridades.” (1991:203).

O que virá a ser construído nas narrativas jornalísticas no campo das representações recíprocas França-Brasil, em um mundo de intensa comunicação e de intercâmbios?

Esse pode ser um grande exercício de futurologia para os próximos anos. O mundo culturalmente elástico da forma como se apresenta permite que identidade e alteridade estejam mais próximas e que um país possa perceber o outro na sua própria cultura, disso resultando uma nova fase de convivência e de relacionamento.

Ao se aperceberem em suas diferenças e proximidades culturais, França e Brasil podem dar mostras de evolução no complexo mundo das relações internacionais e transformar essa aproximação em um verdadeiro exercício de interculturalidade, demonstrado na prática por meio da predisposição ao entendimento mútuo e das trocas estratégicas, livres de constrangimentos de poder e hegemonia.

BIBLIOGRAFIA

Obras consultadas

- AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. *O Brasil na França*. Brasília: MRE, 2008.
- AMOSSY, Ruth e PIERROT, Anne Herschberg. *Estereótipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba, 2001.
- ANDRADE, Luiz Edmundo. *A França do Brasil*. Rio de Janeiro: Vatz Edições, 2009.
- ANDRADE, Mesquita Coimbra. *Ano do Brasil na França*. Brasília: MRE, 2005.
- AUBRÉE, Marion e LAPLANTINE, François. *A mesa, o livro e os espíritos*. Maceió: EDFAL, 2009.
- BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- BARBOSA, Ana Mae. *Arte, educação e cultura*. São Paulo. Domínio Público, 2008.
- BARBOSA, Livia. *O jeitinho brasileiro*. São Paulo: Campus, 2006.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção*. São Paulo: EDUSP, 2008.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2007.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas*. São Paulos: EDUSP, 2008
- CARELLI, Mario. *Culturas cruzadas*. São Paulo: Papyrus, 1994.
- CARELLI, Mario. *Brasil- França: cinco séculos de sedução*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1989.
- CARELLI, Mario. *France-Brésil: bilan pour une relance*. Paris: Editions Entente, 1987.
- CARVALHO, José Murilo de. *A formação das almas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CARNEIRO, Agostinho Dias. *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996
- COELHO, Ricardo Corrêa. *Os franceses*. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2009.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso*. São Paulo: Contexto, 2009.
- FALEIROS, Álvaro. et al. *O francês no Brasil em todos os sentidos*. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.
- FONTCUBERTA, MAR De e BORRAT, Héctor. *El periódico como sistema complejo*. Buenos Aires: Paidós, 1990.
- FOUCAULT, Michel. *Soberania e disciplina*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. São Paulo: Paz e Terra, 1979.
- FREYRE, Gilberto. *Ordem e progresso*. São Paulo: Global, 2004.
- GUARESCHI, Pedro e JOVCHELOVITCH, Sandra. *Textos em representações sociais*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2009.
- HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- JODELET, Denise. *As representações sociais*. Rio de Janeiro: Ed. da UERJ, 2001.
- KÜNSCH, Dimas e BARROS, Laan Mendes de. *Comunicação: arte, saber ou ciência?* São Paulo: Plêiade, 2008.
- LADMIRAL, Jean-René e LIPIANSKY Edmond-Marc. *La communication Interculturelle*. Paris: Armand Colin, 1989.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia estrutural*. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1970.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mito e significado*. Lisboa: Edições 70, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. *A república dos bons sentimentos*. São Paulo: Iluminuras, 2009.
- MAFFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. São Paulo: Artes e Ofícios, 1995.
- MAFFESOLI, Michel. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis (RJ): Vozes: 2008.
- MORIN, Edgard. *O enigma do Homem*. Rio de Janeiro: Zahar Editores: 1979.
- MOSCOVICI, Serge. *Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais*. Petrópolis (RJ):Vozes, 2009.
- MOSCOVICI, Serge. *O fenômeno das representações sociais*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2003.
- NITRINI, Sandra. *Aquém e Além Mar- relações culturais Brasil-França*. São Paulo: Hucitec, 2000
- OLIVEIRA, Eduardo de. *A francesa História do Brasil*. Rio de Janeiro: Artec, 2009.
- PARVAUX, Solange. *Imagens recíprocas do Brasil e da França*: Paris. IHEAL, 1991
- PESAVENTO, Sandra J. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002.
- PILAGALLO, Oscar. *História do Brasil no século XX*. São Paulo: Publifolha, 2002.
- RAPAILLE, Clotaire. *O código cultural*. São Paulo: Campus: 2007.
- RORTY, Richard. *Para realizar a América*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- SAID, Edward W. *Orientalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- SANTOS, Milton. *A natureza do espaço*. São Paulo: EDUSP. 2008.
- SANTOS, Milton. *Território e sociedade*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 2007
- SORMAN, Guy. *Made in USA*. Editora Realizações. 2005
- SOULAGES, Jean-Claude. *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor. 1996
- TAVARES, A. de Lyra. *Brasil-França ao longo de 5 séculos*. Rio de Janeiro: Bibliex, 1993
- TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia: estudo sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Bosch. 1993.
- VIDAL, Laurent e LUCA, Tania Regina de. *Franceses no Brasil*. São Paulo: Ed. da UNESP, 2009.
- WOLTON, Dominique. *O futuro da francofonia*. Porto Alegre: Meridional, 2009.

Artigos publicados em congressos

“Atos do Congresso Latino-Americano de Professores de Francês.” In: *Discours et Cultures*. Rio de Janeiro: Sedifrale: 2003.

Artigos publicados em jornais

O Estado de S.Paulo - Reportagens diversas publicadas entre maio de 2008 e novembro de 2009

Folha de S.Paulo - Clipping do Banco de Dados Folha - Reportagens diversas publicadas entre abril de 2008 e dezembro de 2009.

O Globo – Reportagens diversas publicadas entre setembro de 2008 e novembro de 2009

Artigos publicados em revistas

BARROS, Laan Mendes – *Hermès*. Paris : CNRS Editions – V.56 – junho/2010

DIAS, Dilia Lyzardo – *Stockholm Review of Latin America Studies* – N.2 – November/2007

Revista da Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro: Sociedade dos Amigos da Biblioteca Nacional. jun./2009, ano 4. n. 4.

SPINK, Mary Jane. *Caderno de Saúde Pública*. v.9. n.3. Rio de Janeiro: jul/set./1993.

Carta Capital. São Paulo: Carta Editorial. ed. 542 (22 de abril de 2009) e 546 (20 de maio de 2009).

“Dossiê Pierre Bourdieu.” In: *Cult*. São Paulo: Bregantini. set/2008. ed. 128.

Educação. São Paulo: Segmento, 2009. n.147.

Exame. São Paulo: Abril, 17 de dezembro de 2008. n. 24.

França Brasil. São Paulo: Editora Conteúdo, mar/abr/2009, ed. N291

Gula. setembro de 2009. São Paulo: Peixes, encarte especial nessa edição

“O olhar dos viajantes.” In: *História Viva*. São Paulo: Duetto Editorial, mai/2010. v. 2.

Le Monde Diplomatique. São Paulo: Posigraf, ed. mai/2009.

Revista Líbero. ano IX. n. 18. dez/2006. “Representações da cultura brasileira na mídia francesa: 2005 - O Ano do Brasil na França.” Laan Mendes de Barros.

Qualimetria FAAP. São Paulo: Ed. FAAP. ed. abr/2009.

SMANIOTTO, Edgard. “Mitos Culturais: da auto-afirmação de uma identidade nacional de reconhecimento internacional.” *Revista Multidisciplinar da UNIESP* (União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo). São Paulo, jun./2008.

Veja São Paulo. “A volta ao mundo em 80 Grifes.” São Paulo: Abril, ed./jun.2010.

Vogue. São Paulo: Abril. jun./2009.

Artigos acadêmicos e notícias publicadas na internet

Divirta-se: <http://apps.new.divirta-se.uai.com.br>. Acesso em: 24/7/2009

Educaterra - <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/brasil/2007/09/21/000.htm>. Acesso em: 10/7/2009

<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/brasil/2004/05/05/000.htm>. Acesso em: 15/08/2009

<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/500br/franceses.htm>. Acesso em:10/9/2009

<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/cultura/2003/07/2>

[Entrevista Bento Prado Junior - p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2583,1.sh11/001.htm](http://entrevista.bento.prado.junior-p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2583,1.sh11/001.htm).

Acesso em:10/04/2010

Estadão - <http://ww.estadão.com.br/suplementos> Acesso em: Acesso em:15/10/2009

A França no Brasil. Muniz Sodré - <http://bndigital.bn.br/francebr/apresentação.htm>

Acesso em: 23/11/2009

Ministério da Cultura do Brasil -

<http://www.cultura.gov.br/site/2005/01/18/ano-do-brasil-na-franca2005/>

Pierre Verger - www.pierreverger.org/fpv/index.php. Acesso em:

Senado Brasil - <http://www.senado.gov.br/agencia> - Acesso em: 15/11/2009

“A construção e a desconstrução de estereótipos na publicidade brasileira.”

LYSARDO-DIAS, D.Stokholm. *Review of Latin America Studies*. issue n. 2 - November 2007.

Citações e frases

- 0) Edgar Telles Ribeiro. “Cultura: vertente submersa das relações internacionais. 2008.
Link: www.forum.ufrj.br/news/170408.pdf. Acesso em 12/dez/2010
- 0) Roger Bastide. CARELLI, Mario. *Culturas cruzadas*. São Paulo: Papyrus, 1994
- 0) Michel Maffesoli - “O imaginário é uma realidade.”
In: Revista *FAMECOS*. Porto Alegre: n° 15. Ago/2001. Acesso em 10/dez/2010
- 0) Milton Santos - *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- 0) Cristóvam Buarque. “Discurso em sessão do Congresso Nacional.”
Link: <http://www.senado.gov.br/agencia>. Acesso em: 15/11/2009.
- 0) William Shakespeare. Site: Mundo dos Filósofos.
Endereço eletrônico: <http://www.mundodosfilosofos.com.br/pensamentos.htm>. Acesso em 15/out/2010

- 0) Clotilde Rapaille. *O código cultural*. São Paulo: Campus: 2007.
- 0) Roland Barthes. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- 0) Laan Mendes de Barros - Revista *Líbero*. ano IX. n ° 18. Dez/2006. “Representações da cultura brasileira na mídia francesa: *O Ano do Brasil na França*.”
- 0) Grande Rio – Site: Acadêmicos do Grande Rio. Endereço eletrônico: <http://www.academicosdogranderio.com.br/index2.htm> .Acesso em 23/maio/2009
- 0) John Foster Dulles - Site: Ministério da Defesa. <https://www.defesa.gov.br/index.php/.../24-abril-de-2009.html>. Acesso em 15/dez/2010

ANEXOS

Brasil França

As novas vozes francesas

Manifestações culturais nascidas de variadas etnias, a moda que tira inspiração das ruas e a arquitetura afeita à tecnologia mostram, no Ano da França no Brasil, uma nação colada à contemporaneidade

COORDENAÇÃO: ANA PAULA SOUSA

FOTOS: DOMINIQUE GONZALEZ-FOLSTER/MARC CIELEN/RENÉ GROBU

ANEXO I

De olho na modernidade

Até o fim do ano, eventos artísticos prometem mostrar uma França contemporânea e marcada pela mistura étnica

POR ALAN DE FARIA

Uma França contemporânea, de olho no que acontece na Europa e no mundo e com fortes influências árabes e africanas. É dessa maneira que o país de Voltaire, Edith Piaf, Balzac e Jean-Luc Godard pretende se apresentar no Ano da França no Brasil, que será aberto na terça-feira 21 de abril, com um espetáculo pirotécnico do grupo francês F, na Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio de Janeiro.

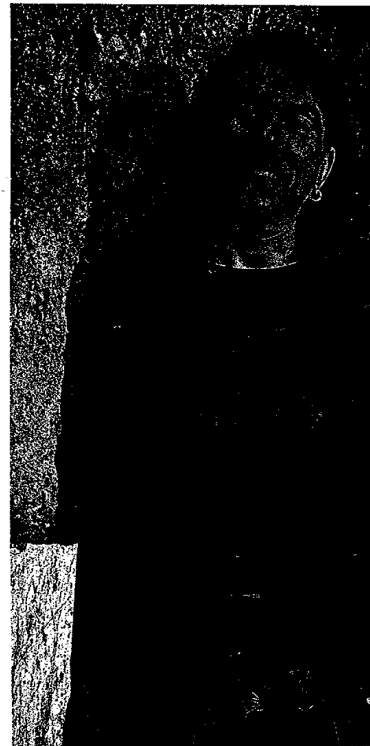
Segundo o presidente do comissariado brasileiro do projeto, o diretor-regional do Sesc São Paulo, Danilo Santos de Miranda, o interesse em mostrar uma França muçulmana, árabe, negra, africana e, claro, tradicional motivou a escolha de trabalhos com um viés multicultural.

Muitos projetos que não continham, de alguma forma, essa nova realidade

do país europeu foram, inclusive, descartados. Portanto, entre palavras francesas em espetáculos teatrais ou musicais, prepare-se para ouvir, por exemplo, expressões de dialetos de etnias do Senegal ou de Madagascar.

A incorporação de elementos africanos e árabes à cultura francesa intensificou-se a partir da Segunda Guerra, quando imigrantes das colônias francesas na África foram chamados para reconstruir o país devastado. Se, nas primeiras décadas pós-conflito, as fusões entre as culturas francesa e "estrangeira" eram pontuais, na atualidade elas tornaram-se uma marca essencial em diversos campos artísticos.

Na literatura, por exemplo, Claudia Amigo Pino, professora e pesquisadora de Literatura Francesa na Universidade de São Paulo (USP), salienta que a te-



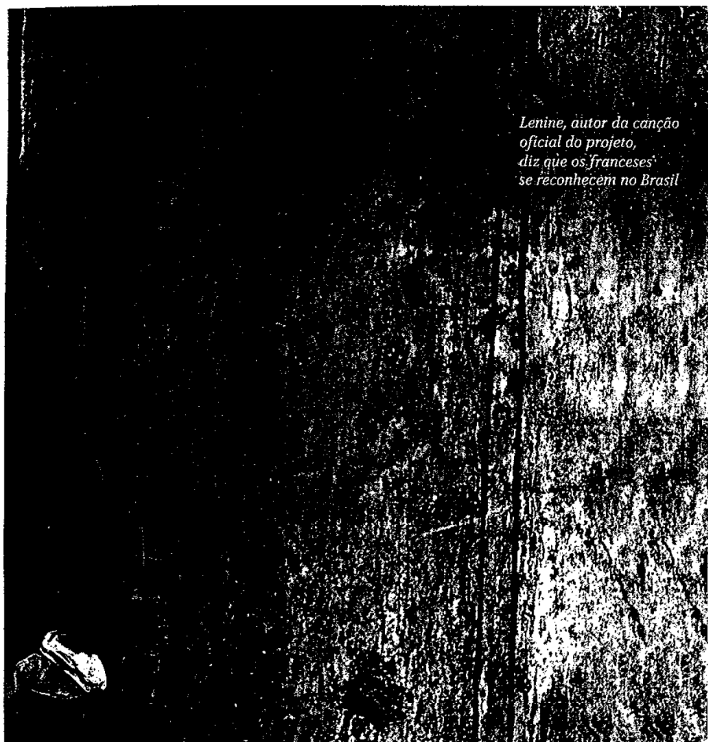
mática do conflito entre as culturas corresponde a uma grande parte da produção contemporânea. "Mais do que 'novidade' ou 'frescor', eu diria que essa estética hoje corresponde a necessidades e desejos da sociedade francesa. Ela é muito bem recebida."

Não à toa, alguns dos últimos vencedores de prestigiados prêmios de literatura francesa têm suas origens fora da França. É o caso da camaronesa Léonora Miano, vencedora do principal prêmio francês, o Goncourt, em 2006, com a novela *Contours du Jour Qui Vient* (*Contornos do Dia Que Vem*, em tradução livre), sobre uma mãe africana que expulsa sua filha do continente.

Outro exemplo é o afegão Atiq Rahimi, ganhador do mesmo prêmio em 2008 com *Syngué Sabour: pierre de patience* (*Syngué Sabour: pedra de paciência*, em tradução livre). "Até o momento, Rahimi só tinha escrito em sua língua natal. Hoje, é a grande sensação na França", conta Pino. Ele será um dos convidados da Festa Literária Internacional de Paraty (Flip), que ocorrerá no início de julho. As francesas Catherine Millet (crítica de arte e curadora) e Sophie Calle (escritora,



Chris Marker, que terá o trabalho exposto em São Paulo, fotografa imigrantes nas ruas de Paris



Lenine, autor da canção oficial do projeto, diz que os franceses se reconhecem no Brasil



JACOUES REIKARTHON/AP

Muitos dos autores premiados no país têm origem estrangeira, como o afegão Rahimi

fotógrafa e artista plástica) também confirmaram presença no evento.

Cientes desta nova realidade, cerca de 40 escritores, entre eles o atual Prêmio Nobel de Literatura, Jean-Marie Le Clézio, assinaram e publicaram, no jornal *Le Monde*, o manifesto "Por uma 'Literatura-Mundo' em francês", em 2007. "A ideia é propor uma literatura francesa descentrada, desprovida da referência da 'nação' França", explica Pino. Segundo a pesquisadora, o objetivo dos autores é incorporar outras realidades linguísticas à escrita, criando assim uma nova língua francesa, mais viva e vibrante.

A linguagem é, inclusive, um dos vários temas debatidos no longa-metragem *Entre os Muros da Escola*, dirigido por Laurent Cantet, em cartaz no Brasil. Baseado no romance homônimo do jornalista e professor François Bégaudeau, o filme, vencedor da Palma de Ouro no Festival de Cannes de 2008, mostra a realidade de uma escola da periferia parisiense, na qual um dedicado professor de francês tenta mostrar que, apesar das diferentes origens – filhos de imigrantes do Senegal, de

Madagáscar, da China, etc. – todos na sala de aula são franceses.

O fato é que muitos dos estudantes ali representados não se reconhecem como franceses, embora queiram ter os direitos garantidos na França, país em que nasceram. "Trata-se da terceira geração de filhos de imigrantes. Se os avós e os pais deles permaneceram silenciosos, com medo de terem de voltar para seus países de origem, eles, que têm a garantia de não ser expulsos, passam a querer que suas reivindicações sejam ouvidas pelo governo", acredita Jean-Thomas Bernardini, dono da distribuidora Imovision e proprietário do Reserva Cultural, sala que abriga muitas das produções francesas que aqui chegam.

Exemplar da tensão étnica foi a onda de violência que, entre outubro e novembro de 2005, tomou conta das periferias parisienses em decorrência da morte acidental de dois jovens eletrocutados em uma subestação de energia, quando tentavam se esconder da polícia. Mas, se-

gundo analistas, a revolta, protagonizada principalmente por filhos de imigrantes africanos com idades entre 14 e 20 anos, ocorria por outros motivos.

Entre as razões para o confronto estariam a exclusão social. Essas regiões, quando comparadas com outros pontos parisienses, apresentam altos índices de desemprego, violência e falta de saneamento básico. As manifestações resultaram em bairros e carros queimados e policiais e manifestantes mortos.

À época, políticos europeus ficaram preocupados com o levante dos jovens marginalizados na França. Em entrevista ao jornal português *Diário de Notícias*, o eurodeputado Miguel Portas (Bloco de Esquerda) chegou a afirmar que "os árabes ou os negros da periferia parisiense são simplesmente uma geração desencantada e que consideram seus bairros como territórios que lhes pertencem. Por isso, veem a polícia como um estrangeiro e um ministro idiota e reacionário como um general de tropas de ocupação".

Portas fazia menção ao ministro do Interior, cargo que era ocupado pelo atual presidente da França, Nicolas Sarkozy, eleito em 2007, defendendo

A curadoria deseja apresentar uma nação de variadas culturas



O filme *Entre os Muros da Escola*, em cartaz no Brasil, mostra que até mesmo a língua aparta os filhos de imigrantes dos franceses nativos

projetos que restringem a imigração.

Segundo a historiadora francesa especializada em análise dos fenômenos históricos e sociais por meio da imprensa e da fotografia, Elise Jasmin, a violência urbana e as suas repercussões na mídia foram bastante discutidos na França. "Se, por um lado, expôs as feridas de um processo de colonização que ainda não foi suficientemente assentado e que claramente precisa ser mais discutido pela sociedade como um todo para se encontrar um ponto de equilíbrio, por outro abriu uma reflexão sobre o tratamento midiático de um fenômeno que envolve problemas sociais, de identidade, e que mexe com nossa história coletiva."

Ao lado do fotógrafo e jornalista Eder Chiodetto, Jasmin assina a curadoria da mostra *Olhar e Fingir*, que será aberta na quarta-feira 22 de abril no Museu de Arte Moderna (MAM) paulista. A exposição reunirá cerca de 290 imagens da coleção do casal Michel e Michèle Auer, que compreende 170 anos de história da fotografia. Trabalhos de Cartier-Bresson, Man Ray, Geraldo de Barros e outros artistas estarão expostos no museu.

Polêmicas à parte, é evidente que muitos artistas, mesmo sem se dispor a encontrar soluções sociopolíticas para os problemas relacionados à exclusão (ou inclusão) dos imigrantes, encontram na dis-

cussão acerca do multiculturalismo francês inspiração para seus trabalhos.

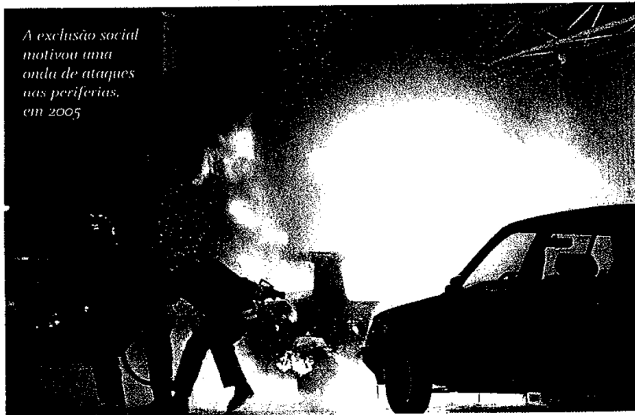
No cinema, além do já citado Cantet, o tunisiano Abdel Kechiche e o argelino Tony Gatlif dirigiram filmes focados na questão da identidade cultural francesa. Se em *O Segredo do Grão* (2007), Kechiche mostra como uma família árabe tenta trabalhar e manter parte de sua cultura na França, em *Exílio* (2004) Gatlif propõe o caminho contrário: ou seja, a ida de franceses para uma de suas ex-colônias, a Argélia.

"Esses diretores enxergam, sim, os problemas dos imigrantes. No entanto, não se posicionam politicamente. Trata-se de filmes que contam histórias de superação e de dificuldades de estrangeiros em um novo país. Tem uma linguagem universal", diz Bernardini.

No trabalho do fotógrafo, diretor de cinema e escritor francês Chris Marker, também é possível verificar o registro da diversidade social do país. "Marker documentou uma série de protestos atuais na França e fotografou várias famílias de imigrantes nas ruas das cidades francesas", conta Bill Horrigan, curador da exposição *Staring Back - Chris Marker*, aberta a partir de 15 de julho, para o público, no Museu da Imagem e do Som (MIS), de São Paulo.

Ao todo, serão 200 fotos feitas por Marker entre 1952 e 2006. São Paulo será a terceira cidade a receber a mostra, que, até então, só havia sido exposta em Zurique (Suíça) e Antuérpia (Bélgica).

A exclusão social
motivou uma
onda de ataques
nas periferias.
em 2005



MICHEL SPINLER/ABP

O grupo de teatro de rua Les Souffleurs, uma das atrações da Virada Cultural Paulista, que receberá nos dias 2 e 3 de maio outros seis grupos franceses, já utilizou o árabe em uma de suas apresentações. "E não foi em nenhuma cidade do Oriente Médio ou do Norte africano, mas em Marselha, no sul da França", salienta o diretor artístico da cia. Olivier Comte.

No espetáculo *Comandos Poéticos*, o Les Souffleurs recita poesias na língua natal dos espectadores. Para as apresentações no Brasil, os atores vão declamar textos de autores consagrados como Clarice Lispector, Ferreira Gullar, Carlos Drummond de Andrade, Adélia Prado e Ana Cristina Cesar, entre outros. Segundo Comte, a cia. conta com um professor de português há quatro meses para ajudá-los a ler e entender os poemas.

"Os franceses, de alguma forma, se reconhecem na gente. Cientes da aglutinação da cultura tradicional francesa com a dos imigrantes, um processo provavelmente sem volta, eles observam o Brasil, com a diversidade e a mistura populacional característi-

cas, e afirmam: 'Esperamos ser vocês amanhã'", acredita o cantor Lenine.

Lenine, ao lado do músico francês Arthur H, escreveu *A Viagem da Rainha do Sol e da Rainha da Lua*, canção oficial do Ano da França no Brasil. "A música fala de um encontro entre uma carioca, que vai a Paris, e uma francesa, em direção ao Rio de Janeiro, no meio do oceano", adianta o músico.

"Talvez os franceses tenham de aprender com os brasileiros a ser mais coletivos e inclusivos em vez de fechados, isolados", diz a francesa Dominique Gonzalez-Foerster, uma das artistas plásticas que estarão na mostra de videoarte *Entre-Temps*, no MAM e no Paço das Artes, em São Paulo, a partir de 25 de abril. A exposição traz obras do Museu de Arte Moderna de Paris.

O contato francês com o Brasil data dos séculos XVI e XVII, quando comerciantes e navegadores franceses chegaram a ocupar e fundar a França Antárti-

ca, no Rio de Janeiro, em 1555, e a França Equinocial, em 1612, em São Luís, hoje capital do Maranhão. Os interesses eram nitidamente econômicos (comércio e contrabando de madeira, pau-brasil e outros produtos), mas, ao mesmo tempo, o povo "exótico" que habitava o litoral brasileiro fascinava os "brancos" europeus.

"Desde o Renascimento, o interesse pelo homem em sua diversidade fez parte do debate na França. Montaigne, ao descrever os canibais, relativizando a partir deles as próprias práticas culturais europeias, contribuiu para construir a imagem do bom selvagem, depois retomada por Voltaire e, sobretudo, por Rousseau, no século XVIII, também conhecido como século das luzes e da razão", frisa Álvaro Faleiros, professor de Literatura Francesa na USP.

Citando outros estudiosos, como o antropólogo Claude Lévy-Strauss, que, no século XX, desenvolveu a antropologia estrutural a partir de seus estudos ▶

Por meio da arte, o país tenta exportar alguns de seus ideais



SONS E GESTOS DAS ARTES PLÁSTICAS À MÚSICA, OS DESTAQUES DA PROGRAMAÇÃO

Abertura oficial 21 de abril

O grupo francês F realiza um espetáculo piro-técnico na Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio.

O Francês no Brasil em Todos os Sentidos 27 de abril

A exposição, no Museu da Língua Portuguesa, em São Paulo, abordará os pontos de contato dos idiomas e culturas do Brasil e da França. "Parece-me que o francês invade nossos cinco sentidos. A moda e a pintura enchem nossos olhos, a gastronomia nos dá água na boca, os sons da língua nos chegam em palavras como abajur, além do contato de séculos entre os dois povos e seus reflexos em nossa literatura, por exemplo", afirma o curador Álvaro Faleiros, professor de literatura francesa na USP.

Virada Cultural 2 e 3 de maio

Sete grupos franceses de teatro de rua participarão do evento na capital paulista. Uma das convidadas é a cia. Les Souffleurs, que apresentará o espetáculo *Comandos Poéticos*, no qual vão declamar poemas de escritores como Carlos Drummond de Andrade, Manuel Bandeira e João Cabral de Melo Neto.

Festa Literária Internacional de Paraty 1º a 5 de julho

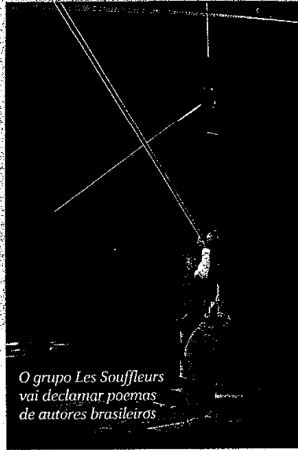
Os escritores Atiq Rahimi, Catherine Millet e Sophie Calle são alguns dos convidados do evento literário. "No ano passado, Atiq Rahimi, um afeição que até o momento só tinha escrito em sua língua natal, ganhou o principal prêmio literário francês, o Goncourt, e hoje é a grande sensação na França", diz a professora e pesquisadora de literatura francesa na USP Claudia Amigo Pino.

Chris Marker: Staring Back 15 de julho

200 imagens em preto e branco, do arquivo pessoal do diretor de cinema, escritor e fotógrafo francês Chris Marker, estarão expostas no MIS (Museu da Imagem e do Som) de São Paulo. "São fotos feitas por Marker em diferentes períodos de sua vida. O público observará os diferentes materiais e técnicas", conta o curador Bill Horrigan.

Orquestra Champs-Élysées e Lenine setembro

O conjunto francês, o cantor Lenine e mais 300



O grupo Les Souffleurs vai declamar poemas de autores brasileiros

crianças francesas e brasileiras se juntam para um espetáculo, que será apresentado no Recife e em São Paulo. "Queremos repetir o show que realizamos em 2005, durante o Ano do Brasil na França. Foi uma das maiores emoções de minha vida", revela Lenine.

Projeto Aídelinha 1º de setembro a 31 de outubro

O artista plástico tunisiano radicado na França, Jean Paul Ganem, transformará a paisagem da Favela Aldeinha, na Lapa, em São Paulo, utilizando técnicas de jardinagem. Ganem desenvolveu o conceito de landscape arte, no qual modifica uma paisagem para construir uma obra de arte.

Station Brésil outubro

Músicos franceses e brasileiros, como Arthur R, Camille, Lenine, Tom Zé e outros, se apresentarão em locais públicos de capitais brasileiras.

Festa de encerramento 15 de novembro

Na data em que é celebrada a Proclamação da República no Brasil, um grande show, reunindo franceses e brasileiros, encerrará oficialmente a programação do Ano da França no Brasil.

Mais informações no site:
www.anodafrancanobrasil.com.br

► junto aos índios brasileiros (resultando no livro *Tristes Trópicos*), Faleiros acredita que os modos de vida no Brasil habitam há séculos o imaginário francês. "Isso serve de base para uma reflexão sobre os homens, dando também aos brasileiros instrumentos para se repensar", finaliza.

Faleiros, a linguista Henriette Walter e o crítico e roteirista Benoit Peeters são os curadores da exposição *O Francês no Brasil em Todos os Sentidos*, em cartaz no Museu da Língua Portuguesa, em São Paulo, a partir de 11 de maio. A mostra procurará abordar a forte influência da cultura francesa na arte brasileira (dança, música, moda, literatura e culinária).

O interesse pelo Brasil não é apenas étnico-cultural. Em um contexto sociopolítico marcado pela ausência da hegemonia de uma ou duas nações, mais equilibrado e codependente, a França, segundo Miranda, procura fortalecer as alianças com os países em desenvolvimento.

"De alguma forma, o governo francês deseja retomar a influência que exerceu durante a Revolução Francesa, quando exportou as ideias iluministas, no século XVIII", afirma Danilo Santos de Miranda, do Sesc. Não à toa, o presidente Nicolas Sarkozy, ministros de Estado e empresários franceses visitarão o Brasil durante o Ano da França no Brasil, que se estenderá até 15 de novembro.

"E tem mais: na tentativa de voltar os olhos para a África e solucionar os problemas do continente, a França vê o governo brasileiro como aliado. Afinal de contas, o Brasil tem uma enorme comunidade negra e também o interesse de criar laços sociais e econômicos com os países africanos", complementa Miranda.

E a França francófona também estará representada no Ano. Em São Luís, por exemplo, acontecerá a mostra *50 Anos de Cinema da África Francófona: Olhares em construção e identidades reinventadas*, na qual filmes de cineastas africanos serão exibidos.

"O público brasileiro terá de ser tomado pela curiosidade e pela vontade de conhecer os trabalhos dessa "nova" França, dessa França mestiça", finaliza o adido cultural das áreas de artes cênicas e visuais do Consulado Francês no Brasil, Philippe Ariagno. Ao todo, serão mais de 700 atrações espalhadas pelo Brasil, principalmente no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Brasília, onde se concentra grande parte dos imigrantes franceses. ●

Imagens e telas há anos partilhados

A relação entre as cinematografias brasileira e francesa vai de Jean Manzon a Walter Salles

POR REINALDO CARDENUTO FILHO

É de muitas trocas de olhares que se faz, desde o início do século XX, a relação entre as cinematografias da França e do Brasil. Seja nas ofensivas comerciais francesas sobre o País, seja no interesse estético que um movimento como o Cinema Novo despertou nos franceses ou mesmo nas coproduções, o fato é que os cinemas dos dois países sempre estiveram em contato.

Essa história remonta aos tempos da Primeira Guerra Mundial. Até o início da década de 1910, a companhia *Pathé Frères*, sediada em Paris, dominou o mercado internacional e tornou-se a principal referência artística para os produtores e espectadores de cinema no mundo. Mas, não decorrer da Primeira Guerra, a Europa teve sua produção interrompida e, a partir desse momento, intensificou-se a expansão hollywoodiana.

Como resposta a esse processo, o governo francês procurou, após a Segunda Guerra Mundial, desenvolver mecanismos para a exportação de filmes. A Uni-France, associação sob tutela do Ministério da Cultura e da Educação, surgiu em 1949 com a finalidade de reunir profissionais do cinema no esforço de ocupar uma parcela maior do circuito internacional.

A partir desse projeto, o Brasil seria considerado um dos principais mercados da América Latina. Mais que isso: na década de 1950, produtores e diretores franceses passaram a enxergar o País como uma locação em potencial.

Havia, à época, um interesse, por parte de alguns cineastas europeus, pela representação dos brasileiros e seus costumes. Mas esse cinema estrangeiro em torno dos trópicos, mediado por um olhar construído sobre as Américas desde as navegações, acabou idealizando nosso país como paraíso perdido, mundo em que um romantismo ancestral ainda sobrevivia em meio à exuberância da natureza.

Pelas lentes de Jean Manzon, fotógrafo e cineasta que em 1940 fugiu da guerra em direção ao Brasil, fomos celebrados a partir do exótico. Seus filmes, cerca de seis longas-metragens e mais de 800 documentários curtos, forjavam uma imagem dos belos trópicos em que um povo amistoso poderia ser modelo para um futuro sem conflitos. Em filmagens no Amazonas, para reforçar uma visão sublime, ele chegou a alterar a paisagem, retirando de quadro vegetações mortas ou inserindo em cena índios com o corpo reluzente.

O estereótipo ganhou repercussão internacional quando Marcel Camus dirigiu, em 1959, *Orfeu do Carnaval*, baseado na peça de Vinícius de Moraes. Vencedor do Oscar de filme estrangeiro e da Palma de Ouro em Cannes, o filme reafirma a abordagem exótica ao adaptar o mito de Orfeu para um morro carioca, no qual a cultura popular é tratada nas chaves do folclore e da sensualidade mulata.

"Havia uma tendência cultural desses cineastas em circular um imaginário romântico sobre o Brasil, visto como uma nação tropical, exuberante, com um povo gentil, simpático e caloroso", explica Antonio Carlos Amancio, professor de Cinema da Universidade Federal Fluminense e autor do livro *O Brasil dos Gringos*. "Com a Europa devastada, acabamos idealizados, quase de forma humanista, como um lugar em que era possível encontrar refúgio para os horrores da guerra."

Nos anos 1960, com o Cinema Novo, o intercâmbio de ideias e experiências estéticas intensificou-se, tornando-se mais complexo. Procurando uma oposição ao modelo industrial dos grandes estúdios americanos, diretores como Glauber Rocha, Leon Hirszman, Ruy Guerra e Cacá Diegues defenderam a importação da política dos autores criada pelos franceses.

O conceito, debatido principalmente por François Truffaut e pelo teórico André

Deus e o Diabo na Terra do Sol entusiasma os realizadores da Nouvelle Vague





Em Joana Francese, Cacá Diegues filmou com Jeannie Moreau

Bazin nas páginas da revista *Cahiers du Cinéma*, estabelecia uma alternativa de realização em que o cineasta, afastado das imposições do mercado, poderia exercitar a liberdade criativa.

"A política dos autores significou para nós a descoberta de um novo modo de fazer cinema, com uma técnica mais livre. Godard e Truffaut tornaram-se uma espécie de heróis", afirma Cacá Diegues. "Se no início foram os franceses que nos entusiasmaram com suas ideias, em um segundo momento nossos filmes acabariam circulando na Europa e influenciando os próprios diretores da Nouvelle Vague."

De fato, em meio à repercussão internacional do Cinema Novo, filmes como *Os Fuzis* (1963), de Ruy Guerra, ou *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (1964), que buscavam a conscientização política do espectador, entusiasmaram a França às vésperas do Maio de 1968.

Nas imagens vindas da periferia do capitalismo, com uma concepção de cinema, anticolonial e esteticamente anticonvencional, os realizadores da Nouvelle Vague depararam-se com uma ideologia que colocava em xeque seus próprios preceitos. O Cinema Novo, ao refletir sobre a sociedade brasileira, gerava nos europeus o embaraço do colonizador e a expectativa de que o cinema do Terceiro Mundo poderia tornar-se uma nova referência de arte e mobilização política.

Uma das repercussões desse intercâmbio está presente em *Vent D'Est* (1970), de Godard, Jean-Pierre Gorin e Gerard Martin. No filme, Glauber surge em uma encruzilhada e, de braços abertos, indica o caminho a ser percorrido para que se alcance o verdadeiro cinema revolucionário, aquele "perigoso, divino e maravilhoso" realizado nos países periféricos. O cineasta brasileiro, aliás, seria definitivamente reconhecido na França, nesse ano, com o prêmio de melhor diretor no Festival de Cannes por *O Dragão da Maldade Contra o Santo Guerreiro*.

A troca de experiências entre o cinema francês e o brasileiro, além de provocar um debate estético e político, ajudou a criar mecanismos de parceria cinematográfica entre os dois países, como o acordo bilateral intergovernos para oficializar coproduções, em vigor desde 1969.

Alguns diretores ligados ao Cinema

Novo realizariam filmes com produtoras francesas, caso de Nelson Pereira dos Santos com *Jubiabá* (1987), Paulo Cesar Saraceni em *Natal da Portela* (1988) e Cacá Diegues com *Um Trem para as Estrelas* (1987). Na opinião de Diegues, autor de *Joanna Francese* (1973), com Jeannie Moreau, "as parcerias só começaram, efetivamente, após a circulação internacional dos cinemanovistas."

Exemplo recente dessa ligação é *Mutum* (2007), de Sandra Kögut. Após realizar *Um Passaporte Húngaro* (2001), com apoio da Arte France, a cineasta foi convidada por um produtor francês a iniciar um novo trabalho. "Eu tinha uma versão inicial do roteiro de *Mutum*. A Arte interessou-se e foi fundamental não apenas do ponto de vista financeiro, mas por ter sido a primeira produtora a investir no filme. Depois disso, ganhei o Prêmio Fonds Sud e a TF1 Internacional tornou-se nossa agente de vendas internacionais."

Criado em 1984 pelo Centro Nacional de Cinematografia do governo francês, o Fonds Sud Cinéma é um programa para a produção e finalização de filmes da

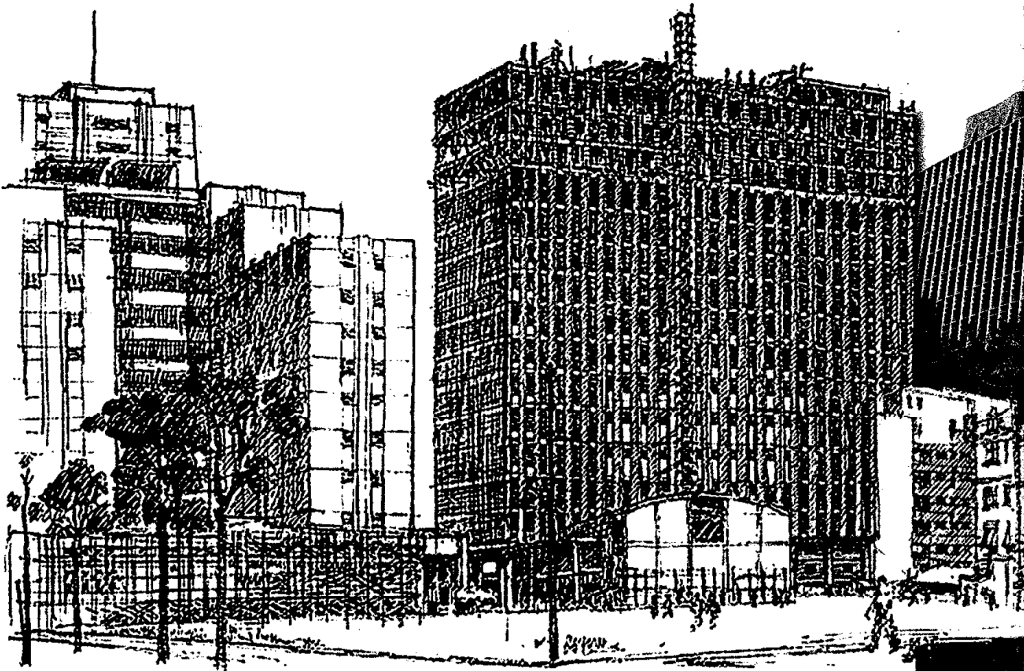
África, América Latina e parte dos países da Ásia e da Europa Central e do Leste. *Central do Brasil* (1998), de Walter Salles, *Madame Satã* (2002), de Karim Ainouz, e *Quase Dois Irmãos* (2004), de Lucia Murat, receberam o benefício.

Esmir Filho, diretor do curta-metragem *Tapa na Pantera* (2006), foi o último brasileiro a ganhar o prêmio. Finalizando em Buenos Aires seu primeiro longa-metragem, *Os Famosos e os Duendes da Morte*, ele conta que o acordo de coprodução com a Umedia, também agente de vendas do filme na Europa, foi firmado após o apoio do fundo francês.

"Depois de ganhar o Fonds Sud, fomos procurados por diversas produtoras. É possível que eu tenha sido contemplado pelo fato de o filme possuir uma temática universal e se passar em uma região do Brasil em que é forte a presença da colonização europeia."

O incentivo à coprodução é, inclusive, um dos temas do ano da França no Brasil. Em junho, um encontro entre produtores dos dois países, a ser realizado no Rio, selecionará seis projetos de longas-metragens com potencial para novas parcerias.●

"Tivemos influência na Nouvelle Vague", afirma Cacá Diegues



O high tech busca o simples

Na arquitetura, na moda e no design, a França dita muitas tendências. Mas suas criações são cada dia mais globalizadas

POR THIAGO STIVALETTI

Quando o francês Charles-Édouard Jeanneret esteve no Rio de Janeiro pela primeira vez, em 1929, impressionou-se com a beleza da paisagem. Mas também se convenceu de "que o desenvolvimento iminente da cidade, comprimida entre o mar e a montanha, iria comprometer sem remédio o seu esplendor panorâmico, criando problemas insolúveis de tráfego, e ainda o desconforto da habitação".

Para solucionar o problema, "concebeu (...) um extenso viaduto de percurso sinuoso conforme a topografia local, construído a cavaleiro das edificações de poucos andares então existentes, e destinado

à comunicação rápida dos bairros distantes. Sobre essa possante estrutura de ponte, uma superestrutura de pisos de concreto (...), todos com frente desimpedida para vista da serra ou do mar".

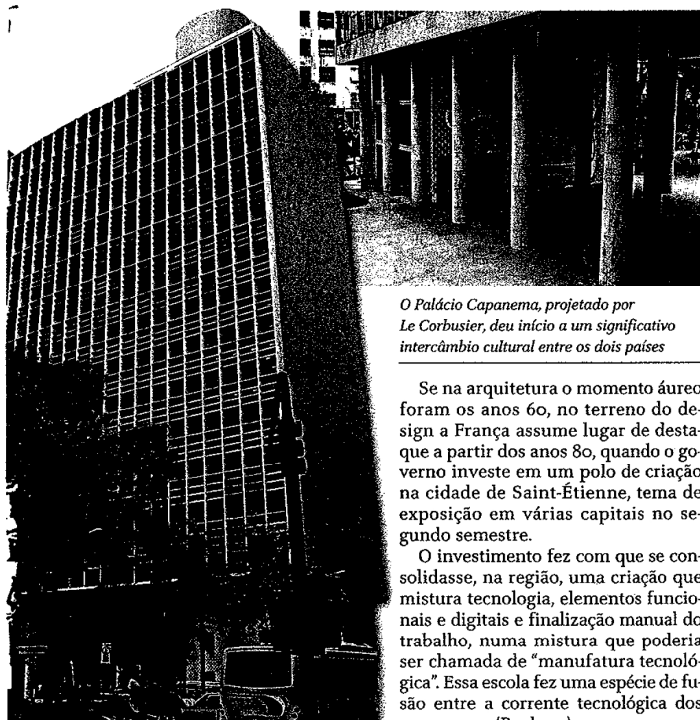
A *visão utópica* de futuro para o Rio é descrita em um artigo do arquiteto Lucio Costa, um dos inventores de Brasília. Jeanneret já era conhecido, à época, pela alcunha de Le Corbusier, um dos pais da arquitetura moderna, autor do conceito da *ville radieuse*, a cidade na qual o tecido urbano tradicional (ruas, avenidas, quarteirões) desapareceria em nome de um grande projeto social coletivo.

Em 1936, Corbusier volta ao Rio e encontra a turma de Lucio Costa e Oscar Niemeyer. Tinha início assim um

dos intercâmbios culturais mais significativos entre Brasil e França.

Costa tinha um projeto pronto para a construção do Ministério da Educação e Justiça, hoje Palácio Capanema. Corbusier sugeriu inúmeras inovações para o futuro prédio: uma estrutura independente entre os andares, quebra-sol no lugar de janelas, a integração das artes plásticas aos padrões arquitetônicos.

Num gesto de humildade, Costa abandonou o projeto inicial e adotou o do francês, pressentindo a importância da construção de um prédio corbusiano em terras brasileiras. Acertou em cheio: o ministério acabou sendo o único projeto concretizado de Corbusier em toda a América Latina. Anos mais tarde, o trabalho do modernista francês foi uma das



O Palácio Capanema, projetado por Le Corbusier, deu início a um significativo intercâmbio cultural entre os dois países

maiores inspirações para a construção da capital federal, com suas plantas baixas leves e grandes vãos nos prédios.

"Corbusier é o maior arquiteto do século XX, goste-se dele ou não", diz Nicola Goretti, produtor da exposição *Le Corbusier - Entre Dois Mundos*, que aporta em Brasília e no Rio a partir de junho. "Ele inveja o Brasil no bom sentido, porque aqui havia mais espaço virgem a ser ocupado com edifícios grandes de fachada envidraçada. Quando Lucio o convidou a passar quatro semanas no Rio, foi ele quem fez um estágio com os brasileiros, ao descobrir que a arquitetura moderna tinha proliferado por aqui", conta Maria Elisa Costa, filha de Lucio.

Cabe a Maria Elisa a curadoria de outra exposição do evento, *O Brasil de Charlotte Perriand*, em homenagem à francesa contemporânea de Corbusier, arquiteta de interiores que viveu no Brasil nos anos 60 e incorporou à sua obra elementos como bambu, palha e treliça. Uma das criações mais célebres de Perriand é uma mesa de jacarandá e peroba, madeiras nunca antes "misturadas" por designers brasileiros.

Se na arquitetura o momento áureo foram os anos 60, no terreno do design a França assume lugar de destaque a partir dos anos 80, quando o governo investe em um polo de criação na cidade de Saint-Étienne, tema de exposição em várias capitais no segundo semestre.

O investimento fez com que se consolidasse, na região, uma criação que mistura tecnologia, elementos funcionais e digitais e finalização manual do trabalho, numa mistura que poderia ser chamada de "manufatura tecnológica". Essa escola fez uma espécie de fusão entre a corrente tecnológica dos anos 30 e 50 (Bauhaus) e as artes decorativas francesas (art déco e art nouveau).

É também nos anos 80 que um grande nome promove simples objetos funcionais ao status de criações ao alcance da classe média: Philippe Starck, designer cujas cadeiras e espremedores de frutas foram vendidos em catálogos de grandes lojas.

Segundo Goretti, essa popularização do design, infelizmente, nunca chegou ao Brasil. "Enquanto na França a escova de dentes criada por Starck pode ser comprada na farmácia a 9 euros, no Brasil só podemos achá-la em lojas de design por algo em torno de 150 reais", afirma.

Nesta década, um dos grandes nomes da área na França é Patrick Jouin, que ganhará exposição em setembro em São Pau-

lo. Seu trabalho, com objetos ao mesmo tempo despojados e elegantes, vários deles feitos sob encomenda para grandes marcas, ficou mais conhecido quando Jouin foi escolhido para desenhar as Vélis, bicicletas que podem ser alugadas nas ruas de Paris desde 2007.

Tem também esse viés da união entre simplicidade e tecnologia a nova arquitetura francesa que, aqui e ali, vai moldando a paisagem brasileira. Exemplar dessa tendência é o escritório Tryptique, em São Paulo, formado por quatro sócios franceses e uma brasileira. Seus projetos são, a um só tempo, high tech e descontraídos. Foram eles os autores, por exemplo, do clube D-Edge, do bar Sonique e de construções ecológicamente responsáveis, como o edifício Harmonia 57, no bairro de Vila Madalena, na zona oeste da cidade.

Se na arquitetura a influência francesa se dá de forma pontual, a partir de nomes que estabelecem relações específicas entre os dois países, o mesmo não se pode dizer da moda.

A moda francesa influencia a cultura brasileira desde que a Corte portuguesa se mudou para cá em 1808 – os nobres lusos, assim como os de toda a Europa, importavam trajes e criações da França. Não demorou para que, aqui, surgisse a primeira adaptação: pouco a pouco, as sobreposições dos vestidos foram caindo para que as mulheres não derretessem no clima tropical.

Durante o século XX, as criações francesas de Christian Dior e Pierre Cardin tiveram influência direta sobre o trabalho dos estilistas nacionais. "O intercâmbio era maior até os anos 60, época em que os estilistas franceses visitavam muito o Rio e se hospedavam no Copacabana Palace", diz Alcino Leite Neto, editor de moda da *Folha de S.Paulo*.

"Quando surgia um novo modelo de Dior nas revistas, as próprias clientes pediam que Clodovil ou Denner adaptassem aquela novidade para ▶



Os objetos de Starck ainda são raridade no Brasil

O QUE VEM POR AÍ MAIS UM POUCO DOS EVENTOS DO ANO DA FRANÇA NO BRASIL

Le Corbusier

Entre Dois Mundos

130 obras, entre maquetes, fotos, textos, esculturas e obras pictóricas, dos últimos vinte anos da obra do maior arquiteto francês do século XX, que visitou o Brasil nos anos 20 e 30, trocando influências com a turma de Lucio Costa e Oscar Niemeyer.

De 16/6 a 19/7 em Brasília (Caixa Cultural) e de 27/7 a 23/8 no Rio (Caixa Cultural); São Paulo (a definir)

20 Ícones do Design Francês

Exposição das vinte obras mais importantes dos últimos quinze anos na França, incluindo cinco criações de Philippe Starck (como o famoso espremedor de frutas), Patrick Jouin, Jean Prouvé e Patrick Norguet, entre outros. Novembro no Rio (Paço Imperial)

Patrick Jouin

Exposição de móveis e outros objetos de um dos maiores designers franceses, popularizado pelo desenho da Vélib, a bicicleta pública alugada nas ruas de Paris desde 2007.

Setembro em São Paulo (Instituto Tomie Ohtake)

Saint-Étienne Cidade do Design

Trabalhos vencedores da edição de 2008 da Bienal Internacional de Design de Saint-Étienne, cidade-polo do design na França. Palestras com grandes nomes do design francês, como Matali Crasset e os irmãos Bouroullec.

De 27/10 a 29/11 em Brasília (Museu da República), segundo semestre no Rio e em Salvador; Recife e São Paulo (a definir)

O Brasil de Charlotte

Perriand

Móveis e objetos da francesa contemporânea de Le Corbusier que morou cerca de cinco anos no Brasil e incorporou ao seu trabalho palha, treliça e azulejos. Setembro no Rio (Jardim Botânico); novembro em São Paulo (Museu da Casa Brasileira)

Michel Boyer

Móveis e projetos criados por um dos maiores deco-

radores de interiores da França, conhecido por conciliar design e decoração. Decorou a Embaixada da França em Brasília, em 1975. De 15 a 30/7 em Brasília (Museu da República) e de 27/9 a 19/11 no Rio (Centro Cultural Correios); São Paulo (a definir)

Moda

São Paulo Fashion Week

Tema "Passion-Paixão"

Decoração do espaço da Bienal, encontros e debates sobre as influências da moda francesa no Brasil; lançamento do livro *Histoires de la Mode*, de Didier Grumbach.

De 17 a 23/6 em São Paulo (Bienal)

Yves Saint-Laurent

Viagens Extraordinárias

50 figurinos, 240 acessórios, fotos e croquis de coleções inspiradas na África, Ásia, Espanha, Marrocos, Rússia e Índia, incluindo uma inédita "coleção carioca".

De 26/5 a 19/7 no Rio (CCBB)

Ethical Fashion Show Rio

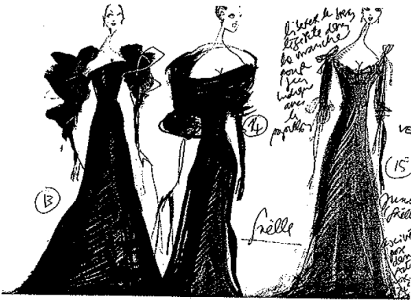
Salão de moda francês com edição especial na capital carioca. Exposição de marcas, workshops, mesas-redondas e debates com profissionais e estudantes de moda na França.

De 12 a 14/6 no Rio (Centro Internacional de Inteligência Sustentável - Parque da Tijuca)

Christian Lacroix

Trajes de Cena

Mostra de cem trajes e desenhos originais criados pelo estilista para grandes espetáculos. Agosto em São Paulo (Faap)



Os trajes desenhados por Christian Lacroix para peças e óperas

►elas", diz o jornalista. Ele cita Glória Coelho, Reinaldo Lourenço e André Lima como estilistas que, no requinte e no detalhamento de suas roupas, ainda são influenciados pela escola francesa.

Se a influência era mais clara nos anos 60, hoje os especialistas têm dificuldade em falar numa "moda francesa". Boa parte das *maisons* de alta-costura não é mais comandada por franceses - efeito do multiculturalismo fortalecido pelos mercados globalizados.

Dos estilistas mais reconhecidos na França de hoje, pode-se citar o israelense Alber Elbaz, estilista-chefe da Lanvin, o italiano Stefano Pilati, à frente da Yves Saint-Laurent, o alemão Karl Lagerfeld, comandante da Chanel, e o americano Marc Jacobs, na Louis Vuitton. Poucos são os franceses natos, como Nicholas Ghesquière, na Balenciaga, e Christophe Decarnin, na Balmain.

Na dança das cadeiras da globalização, até para o Brasil sobrou. "Essa nova turma tem encontrado eco na moda realizada por brasileiros. A atenção dada às bolsas e sapatos nos últimos tempos também repercutiu bastante aqui", diz o consultor Marco Sabino, autor do *Diário da Moda*.

"Uma das provas é a sandália gaiola lançada pela Yves Saint-Laurent para o verão de 2009, que já ganhou versões nacionais", diz Sabino. Saint-Laurent, discípulo de Dior e um dos maiores estilistas franceses da segunda metade do século XX, morto no ano passado, ganhará uma exposição no Rio com figurinos inspirados em países estrangeiros, incluindo uma coleção inédita de roupas influenciada pelo visual carioca.

Desde os anos 80, no entanto, a influência francesa no Brasil encara a competição com o crescente *streetwear*, o estilo surgido nas ruas, e não mais nos ateliês. Naquela década, as calças Lee e as camisas polo Lacoste ganharam a preferência mesmo de jovens da classe alta.

Hoje, marcas como Burberry, Galliano e a própria Lanvin se inspiram nas ruas. "O *streetwear* tem uma forte influência porque usa um vocabulário geral que satisfaz todos os gostos", diz Gustavo Lins, um caso de sucesso do Brasil na França. O estilista mineiro trabalha em Paris há quinze anos, com marca própria desde 2003.

Lins usa conceitos de arquitetura ►

França
Brasil

► na confecção de suas roupas, com linhas depuradas, volumes construídos e cuidadosa escolha de tecidos, como sedas e caxemira. "O melhor das criações francesas hoje é a busca de um equilíbrio artístico e uma moda 'vestível' nas ruas, sempre com muita renovação. Nesse universo, as coleções mais despojadas, sem muito adorno, costumam influenciar algumas marcas no Brasil", diz.

Enquanto Lins leva um ponto de vista brasileiro à moda em Paris, a ONG carioca Moda Fusion promove, em junho, um workshop de estudantes do Instituto Francês de Moda com costureiras brasileiras, muitas vindas de ateliês nascidos em favelas. O que um tem a aprender com o outro? "Eles têm profissionalismo e sofisticação. Nós temos criatividade e originalidade", diz Nadine González, diretora da ONG.

Enquanto as costureiras ensinam pontos de crochê e técnicas como o "fuxico" — uma espécie de *pliage* de flores anexada às roupas —, os franceses ensinam como manter um ateliê de criação. "Muitos ateliês de comunidades ainda têm um



Carla Bruni visita a ONG Moda Fusion no Brasil, enquanto roupas de Gustavo Lins (acima) fazem sucesso em Paris

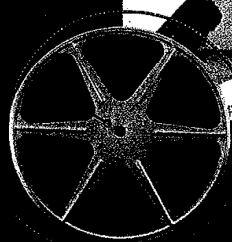


orçamento frágil, são paternalistas e esperam grandes patrocinadores em vez de buscar o microcrédito", diz Andrea Fanello, brasileira que também dirige a ONG. "O curioso é que, quanto mais violenta a comunidade, como a do Morro Dona Marta, mais criativa ela é."

Foi essa criatividade que fez com

que peças da Costurart, um ateliê localizado no bairro de Santa Cruz, zona oeste do Rio, fossem vendidas nas lojas da Colette, em Paris. Se a utopia de Le Corbusier não se realizou há 80 anos, novas e inesperadas influências entre França e Brasil parecem desenharem-se para o futuro.

Um pedaço da França na paulista



Reserva Bistrô

Ratatouille, Steak Tartare e outros clássicos estão no nosso cardápio

Reservas: 3287-6702

Boulangerie e Patisserie Pain de France

Croissants, Quiches, Mil Folhas, Tarte Tatin e muitos outros sabores com sotaque

Melhor Filme Cannes 2008

Entre os Muros da Escola

Um Filme de Laurent Cantet

VALSA COM BASHIR * DIV
O EQUILIBRISTA * TONY MANER
HONEYDRIPPER * C
GRAN TORIN

www.reservacultural.com.br
Avenida Paulista, 900 • (11) 3287.3529

RESERVA
CULTURAL

Das naus à web

A secular relação entre os dois países, a influência francesa no Brasil e o diálogo de culturas no início do século XXI

COORDENAÇÃO: ANA PAULA SOUSA



ANEXO II

A aventura e os negócios

As relações franco-brasileiras datam da época dos grandes descobrimentos

POR ALAN DE FARIA

"Terra à vista!" A mítica frase, provavelmente proferida por um navegador português ao avistar terras brasileiras, depois de meses no Atlântico, poderia ter entrado para a história no idioma francês. Afinal, desde 1500, quando o Brasil foi descoberto, ou até mesmo antes, marinheiros bretões e normandos extrafiam, do litoral brasileiro, o pau-brasil, cuja tintura vermelha era utilizada em tecelagens e tapeçarias na França.

Se, no início do Brasil, se restringia ao comércio de madeira, a influência francesa, no decorrer de cinco séculos, difundiu-se nos campos econômico, político, cultural e social.

O primeiro contato oficial ocorreu em 1504, quando o navegador francês Binot Paulmier de Gonneville, nascido em Gonneville-sur-Honfleur, desembarcou no rio São Francisco do Sul, em Santa Catarina. A chegada ao Brasil ocorreu por acaso: o objetivo de Binot era chegar às Índias.

Com a *L'Espoir*, uma nau de 120 toneladas que tinha dois canhões, dois canhoneiros e dois falconetes, Binot e sua tripulação de cerca de 60 homens, entre marinheiros e curiosos, partiu do litoral francês em junho de 1503 e chegou ao Brasil somente em janeiro do ano seguinte.

Os primeiros contatos com os índios carijó, descritos pelos franceses como "gente simples que não pedia mais do que levar uma vida alegre e sem grande trabalho", foram amistosos. Como escre-

ve a historiadora Adriana López no livro *Franceses e Tupinambás na Terra do Brasil* (Editora Senac), os indígenas foram cativados por meio de festas e presentes.

Antes de partirem de volta à Europa, Binot e sua tripulação selaram a primeira aliança com os indígenas. López descreve: "(Os franceses) implantaram uma cruz de madeira alta, de 35 pés ou

mais, bem pintada, com o nome do papa, do rei, do almirante da França e de todos aqueles que participavam da expedição, do maior ao menor. Do outro lado da cruz, constava a seguinte inscrição em latim: 'Aqui Binot Paulmier de Gonneville plantou este objeto sagrado, associando em paridade a tribo com a linhagem normanda, 1504'".

Com eles, dois índios carijó embarcaram na *L'Espoir*: Iça-Mirim, um dos filhos mais jovens do chefe da tribo, Arosca, e Namoa, escolhido para acompanhá-lo. Este último morreu antes de chegar ao continente europeu em decorrência de uma febre. O trato entre Binot e Arosca era trazer de volta Iça-Mirim à terra natal "em vinte luas" – como os índios contavam os meses –, algo que nunca aconteceu.

Na França, Iça-Mirim, batizado Essomeriq, tornou-se herdeiro dos bens de Gonneville, que não tinha filhos, casou-se e teve catorze filhos com uma sobrinha do navegador francês. Em 1583, aos 95 anos, faleceu. Como atesta a escritora Leyla Perrone Moisés em *Vinte Luas: Viagem de Paulmier de Gonneville ao Brasil, 1503-1505* (Companhia das Letras), os descen-



Bastide influenciou a formação acadêmica nacional



descentes ameríndios de Essomeriq se fundiram à aristocracia francesa.

Contatos amistosos à parte, a verdade é que os franceses estavam interessados nos lucros que a exploração dos produtos do novo continente poderiam gerar. Obviamente, como afirma o escritor e jornalista Eduardo Bueno, reivindicavam uma parte do "novo mundo", dividido entre Portugal, que iniciou o ciclo das grandes navegações, e Espanha, que investiu na expedição de Cristóvão Colombo, por meio do Tratado de Tordesilhas, assinado em 1494.

"A ocupação do Rio de Janeiro, cinquenta anos depois da primeira viagem oficial francesa ao Brasil, pode ser considerada uma resposta a esse duopólio", afirma Bueno, que finaliza o livro *A França Antártica*, quarto volume da coleção Terra Brasilis, da editora Objetiva.

Liderada por Nicolas Durand de Villegagnon, a expedição que fundou o Forte



Interessados em disputar as riquezas do novo continente com Portugal e Espanha, os franceses ocuparam São Luís (MA), mas foram expulsos

VALÉRIA AMARAL

Coligny na Baía de Guanabara, no Rio, em 1955, era composta de comerciantes interessados no pau-brasil, de grande utilidade na moda, e de protestantes perseguidos em solo francês. À época, conflitos religiosos, colocando em lados opostos católicos e protestantes (calvinistas), ocorriam não só na França, como também em outros países da Europa.

“Esse conflito teve reflexos no Brasil, uma vez que provocou brigas internas, resultando na divisão da sociedade da França Antártica – a colônia francesa no País – e, conseqüentemente, na expulsão dos franceses, em 1567, pelas tropas lideradas por Mem de Sá e, depois, Estácio de Sá”, explica Bueno.

A França ainda tentou ocupar um território mais ao Norte do País – a região da capital maranhense, São Luís –, mas também não obteve sucesso. Por lá chegaram em 1612 e, três anos depois, foram expulsos pelos portugueses. A ocupação chegou

a ser denominada de França Equinocial.

Foi a partir do século XVI, sobretudo com a vinda da família real portuguesa, em 1808, que os laços entre Brasil e França se estreitaram e deixaram de ter apenas caráter comercial. O que, de alguma forma, representa um paradoxo, uma vez que a corte de dom João VI fugiu de Portugal devido às ameaças do exército de Napoleão Bonaparte, que buscava “conquistar” boa parte da Europa e diminuir a influência inglesa no mundo.

“Depois da transferência da família real e de boa parte da corte portuguesa, a cidade do Rio de Janeiro, capital brasileira na época, sofreu uma drástica mudança na estrutura econômica e, principalmente, cultural”, aponta Monica Setuyo Okamoto, doutoranda em Literatura Francesa do programa de pós-graduação em Letras da Universidade de São Paulo (USP) e professora assistente do Departamen-

to de Letras Modernas da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

A entrada de franceses, no entanto, só ocorreu depois da derrota de Napoleão Bonaparte, em 1815, na Batalha de Waterloo. A partir desse momento, as relações diplomáticas brasileiras aumentaram e se diversificaram, embora a Inglaterra ainda tivesse primazia.

Em 1816, por exemplo, uma Missão Artística Francesa, liderada pelos pintores Debret, Nicolas-Antoine Taunay e Grandjean de Montigny, chegou ao Rio. Há, porém, uma polêmica em torno da passagem desse grupo pelo Brasil, levantada pela historiadora Lília Moritz Schwarcz.

Em seu livro *O Sol do Brasil* (Companhia das Letras), ela questiona se esses artistas foram realmente convidados por dom João VI com a missão de “civilizar” o Brasil, como muitos acreditam. “Por meio de documentos, pude constatar que eles se autoconvidaram a vir, uma vez

que estavam desempregados na França", afirma Lília Shwarcz. Eles eram partidários de Bonaparte e sentiam-se incomodados com a volta dos Bourbon ao poder na França.

Embora não tenham sido convidados, a corte portuguesa tratou de se aproveitar dos serviços dos artistas franceses. "Eles estavam acostumados a pintar a vida da realeza e a família real, provisoriamente no Brasil, precisava criar essas representações também no País", conta Lília Shwarcz. Debret, por exemplo, que se tornou o pintor oficial do primeiro reinado, foi o responsável por toda a indumentária do novo império.

Segundo Sotoyo, o povo brasileiro, num primeiro momento, não recebeu bem as mudanças fomentadas pelos artistas. "Os ideais e o modelo de vida dos franceses contrariavam os princípios barrocos dos artistas locais", salienta a historiadora.

Os pintores da França introduziram no Brasil a pintura clássica e neoclássica e foram responsáveis por uma série de transformações na urbanização do Rio de Janeiro. Nesse trabalho, destaca-se Montigny, que elaborou o projeto da primeira sede da Praça do Comércio — que hoje abriga a Casa França-Brasil.

Cientes da tentativa da elite brasileira de se "afrancesar", Sotoyo conta que, em vários momentos, a França tentou tirar proveito da situação. "Em meados do século XIX, o governo francês enfrentava dois problemas sérios: aumento da população e pobreza dos trabalhadores rurais. Sabendo que o Brasil se manifestaria de forma unânime à entrada de imigrantes franceses, a França começa a incentivar a



Sarkozy (à dir.) procura estreitar as relações com o Brasil

emigração para o Brasil por meio da publicação de viagens que relatavam as aventuras dos exploradores e a riqueza dos recursos naturais da nação brasileira", afirma. Com isso, ela continua, "a França poderia intensificar o comércio de produtos tropicais com o Brasil e, ao mesmo tempo, solucionar seu problema interno".

Outra questão diplomática era recorrente. Todos os países imperialistas do século XIX, incluindo a França, procuravam impor ideias pseudocientíficas de superioridade da raça branca, com o objetivo de justificar e legitimar suas condutas. "A ordem era levar a civilização aos povos primitivos e bárbaros e só o homem branco, letrado e urbano, seria capaz disso", explica Sotoyo.

Com a Proclamação da República, em 1889, os políticos brasileiros procuraram mudar a imagem do Brasil no exterior. Ou seja, buscavam mostrar não mais um Brasil "atrasado", "rural" e

"miscigenado", mas sim "evoluído".

Para isso, a elite brasileira, como escreveu Nicolau Sevcenko no livro *Literatura como Missão: Tensões sociais e criação cultural na Primeira República* (Companhia das Letras), tomou uma série de medidas. "Assistia-se à transformação do espaço público, do modo de vida e da mentalidade carioca, segundo padrões totalmente originais. Quatro princípios fundamentais regeram o transcurso dessa metamorfose (...): a condenação dos hábitos e costumes ligados à sociedade tradicional; a negação de todo e qualquer elemento de cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade dominante; uma política rigorosa de expulsão dos grupos populares da área central da cidade (...) e um cosmopolitismo agressivo, identificado com a vida parisiense."

Foi nessa época que as camadas mais pobres da sociedade carioca foram mandadas para os subúrbios ou para os morros que cercam a cidade e houve mais uma reforma urbanística, alargando avenidas, como a Central, hoje Rio Branco. "A França, modelo de civilização para o Brasil, costumava chamar de 'evolúidas' as

nações do Terceiro Mundo que rompiam com o seu passado tradicional e incorporavam os benefícios e a cultura europeia, vista como superior", afirma Sotoyo.

Na última década, os acordos políticos proliferaram

No campo educacional, as ideias francesas também se fizeram presentes. Nos primeiros anos da Universidade de São Paulo (USP), na década de 1930, professores italianos, alemães e franceses foram convidados para ministrar aulas.

De acordo com o historiador Shozo Motoyama, autor de *USP 70 Anos: Imagens de uma história vivida* (Edusp), "o maior legado desses professores foi terem introduzido a pesquisa de cunho contemporâneo, além de modernizar o ensino".

Entre os intelectuais franceses que estiveram presentes nos primeiros anos da USP, Motoyama destaca o sociólogo francês Roger Bastide, responsável pela formação de nomes como Florestan Fernandes e o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, e o historiador também francês Fernand Braudel, um dos principais pesquisadores da Escola de Annales, cuja influência permanece até hoje



O primeiro contato oficial aconteceu em 1504, em São Francisco do Sul, Santa Catarina

nas ciências humanas e sociais da universidade.

Outro nome de destaque é o antropólogo e etnólogo Claude Lévi-Strauss, que, convidado a vir ao Brasil dar aula na recém-criada Universidade de São Paulo, decidiu viajar pelo País e estudar as tribos indígenas. Como resultado, escreveu *Tristes Trópicos* (Companhia das Letras),

publicado pela primeira vez em 1955. Na obra, ele descreve a cidade de São Paulo dos anos 30 e o encontro com a tribo nambikwara no sertão do Centro-Oeste.

Vale ainda citar a presença da escola Aliança Francesa, há 124 anos no Brasil – a primeira unidade foi fundada no Rio de Janeiro em 1885, apenas dois anos depois da criação da sede em Paris –, cujo objetivo era, e ainda é, difundir a língua e a cultura francesa em todos os países em que atua, e a obrigatoriedade do ensino da língua francesa nas escolas brasileiras até a década de 1960.



O resultado da viagem pelo País de Lévi-Strauss: *Tristes Trópicos*

Nos dias atuais, nos quais o multilateralismo é uma realidade do contexto político e econômico, com vários países sendo ouvidos antes de qualquer decisão, a França volta a se fazer presente. Mais do que isso: volta a querer se aliar com o Brasil, depois de perceber, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, a influência norte-americana

predominar não só nas Américas como também em boa parte do mundo.

No entanto, não há apenas o interesse cultural, que sempre uniu as duas nações. Nessa área, aliás, desde a década passada, tem ocorrido uma série de eventos que solidificam a parceria franco-brasileira. Entre eles podem ser citados a Copa do Mundo em 1998, que colocou os dois países na final e o Ano do Brasil na França, em 2005.

No campo político, as relações estavam adormecidas. Porém, o fim da Guerra Fria e o desmantelamento da União Soviética,

associados à redemocratização no Brasil e, depois, a vitória de Fernando Collor nas eleições presidenciais em 1989, fizeram com que a política externa nacional buscasse outros caminhos. Selar acordos sociais e econômicos com outras nações e com diferentes organismos internacionais passou a ser uma das prioridades.

"Durante a presidência de Collor, houve uma maior abertura econômica e a política externa deixou de ter um caráter nacionalista. O governo Fernando Henrique apenas solidificou as mudanças provocadas por seu antecessor, colocando o Brasil como um *global trader*, ou seja, um país que se relaciona com vários países, e um *global player*, sendo uma peça importante nas decisões políticas globais", diz Rodrigo Cintra, chefe do departamento de relações internacionais da ESPM.

Verificou-se, então, em meados da década de 1990, a vinda de importantes empresas internacionais ao país. Entre as francesas, destacam-se a Renault, instalada no Paraná, e a Peugeot Citroën, cuja fábrica está localizada em Resende (RJ).

"O governo Fernando Henrique buscava estreitar as relações com os países ▶

CONSUMA COM ESTILO, NÃO COM EXCESSO.

www.chandon.com.br

► desenvolvidos e tinha uma visão que poderia inserir o Brasil nesse grupo”, acredita Cristina Pecequillo, professora de relações internacionais da Unesp.

O papel de liderança na América do Sul e, logo depois, dos países em desenvolvimento no G-20, evidenciado na política externa do governo Lula, tornou o Brasil uma voz importante em uma série de questões globais. Fato que se evidenciou com a crise financeira atual e na última reunião do G-20, realizada no mês passado, em Londres.

“O G-20 e, sobretudo, o BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) passaram a questionar as instituições internacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização Mundial do Comércio (OMC) e o Banco Mundial, que não têm conseguido atenuar a crise econômica”, ressaltou Marcelo Passini Mariano, coordenador do curso de relações internacionais das Faculdades Integradas Rio Branco e pesquisador do Centro de Estudos de Cultura Contemporânea (Cedec).



Na época de D. João VI, artistas franceses retrataram a Corte Portuguesa no Brasil

Nessa conjuntura, o presidente Nicolas Sarkozy procura estreitar os laços políticos com o Brasil. “A relação franco-brasileira é uma das prioridades francesas. Tanto que o governo francês apoia a participação brasileira no Conselho de Segurança da Organização das Nações Unidas e até mesmo em encontros que reúnem os países mais ricos do mundo, ampliando, assim, o G-8”, afirma Jean-Marc Gravier, cônsul-geral da França em São Paulo.

Para Cristina Pecequillo, a política externa de Sarkozy tem o objetivo de reafirmar a liderança francesa no processo multilateral em voga nas relações internacionais. “Há o interesse em conter a hegemonia dos Estados Unidos, que, sob a liderança do governo Bush, desrespeitaram decisões de organismos internacionais.” De acordo com Gravier, a parceria com o governo brasileiro se deve à dimensão da economia brasileira e ao engajamento nas operações de paz, entre outros fatores.

Em dezembro de 2008, Lula e Sarkozy assinaram acordos nas áreas militar – o Brasil pretende construir cinco submarinos, 50 helicópteros, um estaleiro militar e uma base naval com tecnologia francesa –, ambiental e educacional.

“A política externa francesa é baseada no princípio da promoção da diversidade. Ou seja, queremos consolidar as organizações multilaterais, com a intenção de promover, com outros países, políticas de combate ao terrorismo e ao crime internacional”, finaliza Gravier.

CARTA DE VIAGEM NA DITADURA, A FRANÇA RECEBEU OS BRASILEIROS DE BRAÇOS ABERTOS

POR CELSO MARCONDES

Nos anos 1970, as relações entre Brasil e França viveram um momento muito particular. A ditadura militar brasileira tinha partido para a ofensiva e aniquilado todas as organizações e grupos que resistiam ao regime. Parte dos opositores estava presa ou morta. Outra parte, grande, estava calada, distante de qualquer tipo de agrupamento de resistência.

E algumas centenas de brasileiros estavam no exterior, fugidos ou banidos. Partiriam para México, Cuba, Suíça, Itália. Ninguém escolhia Portugal ou Espanha porque os governos salazarista e franquista apoiavam o governo brasileiro. A maioria dos exilados elegeria a França como abrigo temporário.

Curioso que seu governo estava muito longe de ser considerado “de esquerda”. O presidente, desde 1974, era Valéry Giscard D’Estaing, político de centro-direita, apoiado pelos gaullistas. Mas o regime era democrático: imprensa livre, liberdade de organização e associação, eleições diretas.

A vida cultural era transbordante, com o “Maio de 68” ecoando pelos corredores das escolas e universidades. Em Paris, como adendo, havia todos os encantos da “Cidade Luz”, que recebia de braços abertos os brasileiros.

“De braços abertos” significava coisas como ingressar na Universidade de Paris apresentando apenas o comprovante de conclusão do segundo grau no Brasil traduzido para o francês. Significava fazer curso de francês de graça em entidades mantidas pela Igreja Cató-

lica. Ou arranjar emprego na colheita de uvas, em agências de turismo ou numa gráfica.

Significava alugar um “studio” em Denfert Rochereau dando como garantia a palavra do seu empregador. Ou participar de organizações da esquerda francesa e engrossar suas passeatas.

Significava tomar vinho nacional, mas vibrar quando chegava uma garrafa de cachaça levada por um parente. Claro que os braços abertos do país da *liberté*, da *égalité* e da *fraternité* não impediam as saudades, os choros escondidos, os momentos de medo, os sentimentos de frustração. Mas a França era, principalmente, o país da *solidarité* e isso era tudo o que precisávamos naquele momento da nossa juventude.

Braços tão abertos e tanta *solidarité* que consegui minha “*carte de séjour*”, o visto de permanência, da maneira mais inacreditável possível: bastou um casal de amigos se dirigir à prefeitura de Vincennes e assinar um documento. Nele estava escrito que se responsabilizariam por mim durante minha estada. Pablo e Helena me adotaram quando tinha 21 anos e eu pude caminhar tranquilo pelas ruas de Paris. O leitor imaginaria história semelhante nestes tempos de crise global?



Fugidos da repressão, os jovens foram buscar a liberdade parisiense

Pés e mentes na cozinha

Da alta gastronomia à comida do dia a dia, os arranjos entre a culinária da França e do Brasil

POR CARMEN GUERREIRO

O refinamento da alta cozinha aliado à opulência dos rituais é a primeira imagem que nos vem à cabeça quando falamos em gastronomia francesa. Nem todos sabem, porém, que essa cozinha está fortemente presente em nosso dia a dia. Exemplar da trivialidade é a história da gastronomia francesa no Brasil.

“A influência da cozinha francesa está na cultura gastronômica, e não só nos restaurantes. Ela envolve um conjunto de valores, como sabor, aparência, apresentação dos pratos, técnicas e o ritual de combinações de bebidas e comidas”, explica o chef brasileiro André Boccatto.

Como não poderia deixar de ser, tal influência será lembrada no Ano da França no Brasil. Entre os eventos previstos (*texto na pág. ao lado*), está o Festival de Alta Gastronomia Francesa, que se estenderá até 15 de novembro, em São Paulo e no Rio. Mais de 30 consa-

grados chefs vão preparar jantares em selecionados hotéis cinco estrelas.

“Queremos dar aos chefs brasileiros a oportunidade de aprender técnicas novas e, sobretudo, atualizar-se na alta gastronomia”, diz o organizador do festival, Roberto Jardim. De acordo com ele, os franceses ficam encantados com a variedade de ingredientes no Brasil, especialmente com as frutas amazônicas, como o murici. “Trabalhei recentemente com o chef Gilles Tournadre, que teve uma ótima experiência na Bahia. Ele pretende usar na França, de forma mais suave, nossas pimentas em combinação com o coco e com o murici.”

Não é a primeira vez que França e Brasil trocam colheres de pau. Em 2005, Boccatto foi convidado a preparar pratos tipicamente brasileiros no restaurante Le Chêne Vert, nas Galleries Lafayette, em Paris, como parte da comemoração do Ano do Brasil na França. A experiência foi ótima, mas o chef diz que os franceses ainda consideram o Brasil exótico.

O brasileiro se surpreendeu ao encon-



trar no cardápio do luxuoso restaurante Petrossian, considerado o melhor estabelecimento do mundo para se degustar caviar, o peixe amazônico pirarucu, requintado com caviar. “A esperança é que os franceses aproveitem o Ano não só para trazer sua técnica, mas que levem de volta à França mais ‘pirarucus’.”

De acordo com o cônsul francês em São Paulo, Jean-Marc Gravier, o evento é uma chance para os restaurantes explorarem oportunidades de negócios. O tradicional Le Coq Hardy adotou uma decoração temática francesa. Além disso, criaram um menu especial por 80 reais por pessoa, com todos os pratos inclusos, preço abaixo da média do restaurante.

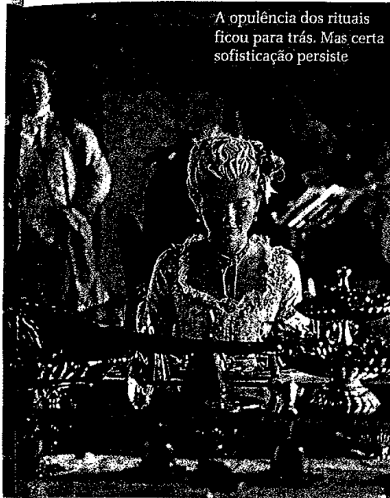
O Le Coq Hardy, ao lado de restaurantes como o Freddy, La Brasserie e Le Casserole, todos em São Paulo, estão entre os mais antigos, tradicionais e bem conceituados estabelecimentos do Brasil. Olhar para esses lugares é entender um pouco mais a história da gastronomia.

Margarida Ondeí, proprietária do Le Coq Hardy, relembra, por exemplo, a dificuldade de encontrar ingredientes no início dos negócios, na década de 1970. “Tínhamos de trazer muitos ingredientes da Europa na mala. Precisava ser em pouca quantidade para não ser considerado importação”, conta.

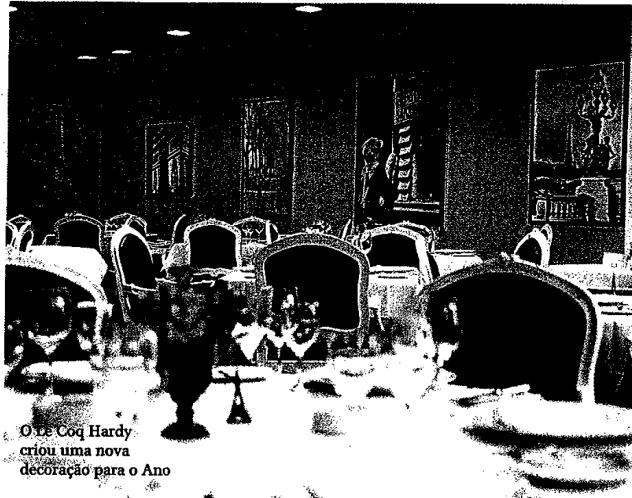
Marie France, proprietária e chef do Le Casserole, conta que seu pai teve de convencer um produtor de cordeiros a



Os franceses valorizam o terroir, a influência da terra



A opulência dos rituais ficou para trás. Mas certa sofisticação persiste



O Le Coq Hardy criou uma nova decoração para o Ano

passar a criar animais para corte e não para lã, tradição até então no País. Mas os desafios não eram apenas estes. "A gente serve o pernil do cordeiro assado à francesa, que é extremamente malpassado. No começo, os clientes tinham muita resistência, porque estavam acostumados com o cordeiro assado à moda italiana, ou seja, extremamente assado", descreve. O pai da chef pensou em tirar o prato do cardápio por causa da rejeição e chegou a oferecer degustação gratuita para convencê-los da qualidade do assado.

"Era terrível", recorda-se da época em que chegou, há quase 30 anos, o chef francês Laurent Suaudeau. "Não tínhamos acesso às importações e o que existia internamente era de péssima qualidade." Um dos grandes responsáveis pela disseminação da filosofia gastronômica francesa no Brasil, Suaudeau conta que ficou no País a pedido de seu chef, Paul Bocuse. "Procurei o que havia de fresco no mercado para tentar trazer para a mesa do cliente o conceito que tinha aprendido na França, de trabalhar com os produtos locais, com os produtos da terra. Então passei a preferir uma mandiocinha a um champignon enlatado", observa.

Suaudeau não planejou, mas acabou ficando no Brasil e participando ativamente do desenvolvimento da gastronomia brasileira. "Vim com essa formação que valoriza o produto da terra. Pensei no começo que poderia fazer uma releitura

da cozinha brasileira, mas não era nada disso. A solução estava no que o meu chef ensinava: 'Valorize o que é seu'", observa.

A valorização do produto local somou-se à forma de se cozinhar à francesa, com técnicas apuradas, maior refinamento e métodos bem padronizados e sistematizados, que acabou por influenciar todos os restaurantes, franceses ou não.

Outro ensinamento trazido pelos franceses diz respeito ao desperdício nas co-

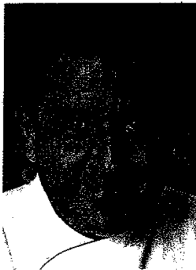
zinhas brasileiras. "Com a quantidade de guerras que tivemos na Europa, aprendemos a comer de tudo e aproveitar cada pedaço", explica Jean Nassó, no País desde a década de 1980, hoje como chef francês do restaurante que funciona no cinema Reserva Cultural, em São Paulo. Em sua cozinha, Nassó aplica as técnicas francesas e prepara pratos com influências diversas, principalmente brasileira, italiana e francesa, como o linguado com endívias gratinadas.

PRÓXIMOS EVENTOS À MESA FESTAS E BANQUETES ESTÃO SENDO PROGRAMADOS

- O Festival de Alta Gastronomia Francesa, que começou no final de abril e se estende até 15 de novembro, trará vários estrelados do *Cuia Michelin* - principal referência internacional de avaliação de restaurantes. Entre eles: Maurice Alexys e Régis Serey, chefs do presidente francês Nicolas Sarkozy, Gilles Goujon, Patrick Berton, Michel Roth, Mathieu Viannay, Jacques Pourcel, Philippe Labbé e André Rosier, a primeira mulher a conquistar o prêmio de "Un des Meilleurs Ouvriers de France". Régis Marcon, chef com três estrelas do *Michelin*, deve encerrar o festival.
- Entre 18 e 21 de junho, Paraty (RJ) será anfitriã do segundo Circuito Brasileiro de Gastronomia, com a participação especial de chefs

franceses e promoção da Confraria Gastronômica de Niterói e de Alain Ducasse.

- Em agosto, São Paulo, Rio, Curitiba, Recife, Natal, Manaus e Belém receberão o "Grande Banquete: renascimento na corte francesa", uma festa tradicional com motivos históricos do renascimento francês, incluindo música e comida.
- Outra festa francesa regada a comidas típicas, debates, oficinas culturais e música é "Quitutes e Batuques - Tambor et Tambouille", que será realizada de 14 a 20 de setembro em Ouro Preto e segue depois para São Paulo, Recife, Olinda e Paraty. A parte gastronômica do evento fica a cargo do grupo La Table d'Hôte, formado por cozinheiras francesas que devem ensinar ao público o preparo de diversos pratos.



Alex Atala, Marie France e Laurent Suaudeau tentam encontrar os pontos de união das cozinhas

Mesmo os restaurantes tradicionais franceses optaram por adaptar seus cardápios aos trópicos. A influência inversa é igualmente verdadeira. Alex Atala, aclamado pela crítica como o melhor chef brasileiro, fez parte de sua formação na França. Hoje, em seus dois restaurantes em São Paulo, D.O.M e Dalva & Dito (*quadro abaixo*), Atala valoriza o pequeno produtor e os valores da gastronomia francesa aplicados em uma cozinha com ingredientes totalmente brasileiros. "A influência francesa me acompanha em todos os momentos, na realização, no método, na valorização do ingrediente e na valorização da cultura", afirma.

Apesar de a alta gastronomia ter ori-

gem no Renascimento francês, foi no século XIX, com o chef francês Marie-Antoine Carême, que começou a ser mais divulgada. Carême simplificou e contribuiu para a padronização da forma de preparo dos alimentos, e foi o primeiro cozinheiro célebre de que se tem notícia na Europa.

Sua influência sobre reinos de todo o continente foi essencial para a expansão da cultura e hábitos franceses entre todas as elites, entre elas a Corte Portuguesa, que fugiria no começo daquele século justamente do imperador Napo-

leão – mas sem deixar de lado os rituais gastronômicos e de comportamento tipicamente franceses, *bien sûr*.

Quem conta a história é Carlos Alberto Dória, sociólogo especializado em gastronomia. Segundo ele, depois da vinda da corte, houve um período áureo da alta gastronomia francesa nos grandes hotéis brasileiros, como o Copacabana Palace, até as primeiras décadas do século XX, mas a essa cozinha rapidamente entrou em decadência e só voltou a ser valorizada com a *nouvelle cuisine*, em 1970.

"Esse movimento surgiu com os chefs Paul Bocuse e Claude Troisgros, na tentativa de dar uma nova vida à cozinha francesa", explica Dória. "A filosofia é diferente, existe toda uma nova leveza introduzida na gastronomia, com a valorização de ingredientes mais naturais e matérias-primas diversificadas." A nova cozinha, com toda sua versatilidade, ganhou a simpatia do público e se espalhou pelo mundo, já que dependia menos de produtos franceses e mais da sua filosofia de preparo, hoje está presente em todo o mundo como um valor, por trás de todos os chefs e *restaurateurs*.

Há pouco tempo, era difícil achar certos ingredientes

PICADINHO COM SOTAQUE ALAIN POLETTO ADERIU DE VEZ À CULINÁRIA BRASILEIRA

Na primeira vez em que foi convidado para visitar o Brasil, o chef Alain Poletto vacilou. "Peguei meu mapa-múndi e procurei o País", brinca. Ele foi chamado pelo empresário também francês Jacques Benchetrit, que conheceu o trabalho de Poletto na França e ofereceu uma sociedade na rotisseria Paola di Verona.

Há seis anos no País, Poletto considera-se brasileiro. "Trabalho dezoito horas por dia e não mais por semana, como antes, mas estou muito feliz. Não quero voltar para a França, porque me sinto brasileiro", afirma com português fluente, mas carregado de sotaque.

Com 30 anos de cozinha, ele é hoje parceiro de Alex Atala no novo restaurante Dalva & Dito, em São Paulo. A comida é brasileira, como o espírito de Poletto, mas a filosofia e técnicas são francesas.

"Tenho humildade para perguntar como se

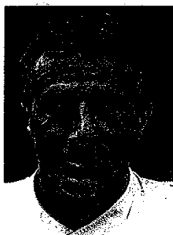
preparam os pratos brasileiros. Não tenho uma referência de farofa, por exemplo. Mas, quando me mostram, entro com minha experiência e técnica e tento melhorar", explica. "Com técnica, você entende o que está fazendo. Um bom chef não aprende receitas, mas bases, e depois cresce. Fiz um leitão à pururuca ontem à noite que ficou tão bom que até me arrepio de lembrar, fiquei muito feliz."

Apesar do entusiasmo, Poletto acredita que ainda falta sistematizar e padronizar a gastronomia no Brasil, como a França fez ao longo dos anos. Para ele, precisamos evoluir da receita da vovó para algo mais profissional. "Não somos mais avançados, mas o tempoaju-

dou a definir melhor nossas bases", justifica.

O chef ainda sofre no Brasil com a falta de padronização dos produtos. Quando compra frangos e peixes, por exemplo, espera que os animais sejam previamente selecionados e tenham todos o mesmo tamanho, para garantir ao cliente o mesmo prato sempre, mas esse é um sistema que ainda não é comum no Brasil.

Apesar disso, Poletto encanta-se com a informalidade e confessa adorar comida de boteco. "Fui para Boipeba, na Bahia, e perguntei no restaurante, que era na verdade uma casa, se tinha lagosta. Não tinha. Ai no dia seguinte a cozinheira nos chamou e disse: 'Hoje eu tenho uma lagosta para vocês'", relembra, os olhos brilhando. "Isso é bem brasileiro. Ela pediu lagosta para os pescadores só para nos agradar. Isso não tem preço. Esse lado do Brasil a gente não pode perder."



O cozinheiro é sócio do Dalva & Dito

Retratos da exclusão

Duas pesquisas feitas nas periferias de São Paulo e Paris indicam que há mais semelhanças entre as duas cidades do que se pode imaginar

A CAMILA GIORGETTI

Quem assiste ao filme *Entre os Muros da Escola*, vencedor da Palma de Ouro em Cannes, em cartaz no Brasil, espanta-se com as semelhanças entre aquela escola da periferia parisiense e qualquer escola dos bairros pobres de São Paulo. O sentimento de exclusão e as dificuldades de comunicação entre o professor e os jovens que se sentem apartados do sistema educacional são verdade lá e são verdade aqui.

Uma pesquisa realizada simultaneamente pelos dois países indica que a sensação do espectador está, sim, colada à realidade. Os pontos de encontro – e de diferenciação – entre a periferia parisiense e a paulistana foram esmiuçados num rico trabalho de campo realizado nos últimos dois anos.

Na França, o estudo inclui-se no projeto *Santé, Inégalités et Ruptures Sociales* (*Saúde, Desigualdades e Rupturas So-*

ciais) e foi feito em 3 mil domicílios. No Brasil, a pesquisa integrou o projeto Meio Ambiente, Desigualdades e Representações Sociais, desenvolvido no Procam-USP, e abarcou 703 residências nos bairros de Campo Limpo e Capão Redondo.

Os dados, saídos do forno, foram apresentados no final de abril na Estação Pinacoteca, em São Paulo, e no Centro de Altos Estudos da USP. *CartaCapital* convidou a coordenadora da pesquisa no Brasil, Camila Giorgetti, a entrevistar o pesquisador francês Serge Paugam.

Camila, pesquisadora do Procam, foi orientanda de Paugam no mestrado e no doutorado, sobre moradores de rua. Paugam é professor doutor da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais, pesquisador do Centro Nacional da Pesquisa Científica e diretor do Eris (Equipe de Pesquisa sobre as Desigualdades sociais).

Na entrevista, os dois nos revelam uma periferia que a mídia não vê e indicam que, aqui como lá, o mal-estar psicológico pode ser mais cruel que a falta de bens materiais.

CartaCapital: *O que o levou a estudar a periferia parisiense?*

Serge Paugam: Meu interesse pelas desigualdades urbanas não é recente. Em 1988, defendi minha tese de doutorado na Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais sobre o processo de desqualificação social, que se baseava nas relações estabelecidas entre os moradores dos conjuntos habitacionais degradados de Saint-Brieuc, cidade de porte médio da Bretanha. Mas o fenômeno da concentração da pobreza nas periferias francesas cresceu desde então, o que explica, ao menos parcialmente, as revoltas urbanas de 2005 na região parisiense e em outras grandes cidades francesas. Pareceu-me necessário compreender as causas desse profundo mal-estar. Nessa época, nasceu o projeto de realização de uma grande pesquisa intitulada *Saúde, Desigualdades e Rupturas Sociais*, concebida com o intuito de analisar os efeitos próprios do lugar de residência nas diversas dimensões da saúde e da vida social, constituindo-se

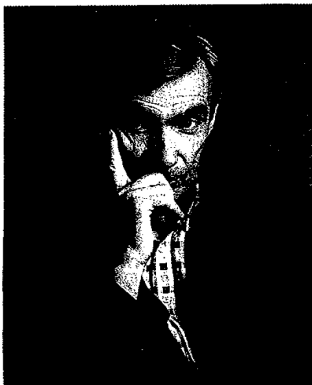


Camila Giorgetti, coordenadora do projeto no Brasil, entrevista Paugam

em um importante meio de explicar as crises em Paris e de sua periferia.

CC: *Não é curioso que esta crise aconteça em um país no qual o Estado intervém tradicionalmente com o objetivo de reduzir a pobreza e as desigualdades urbanas?*

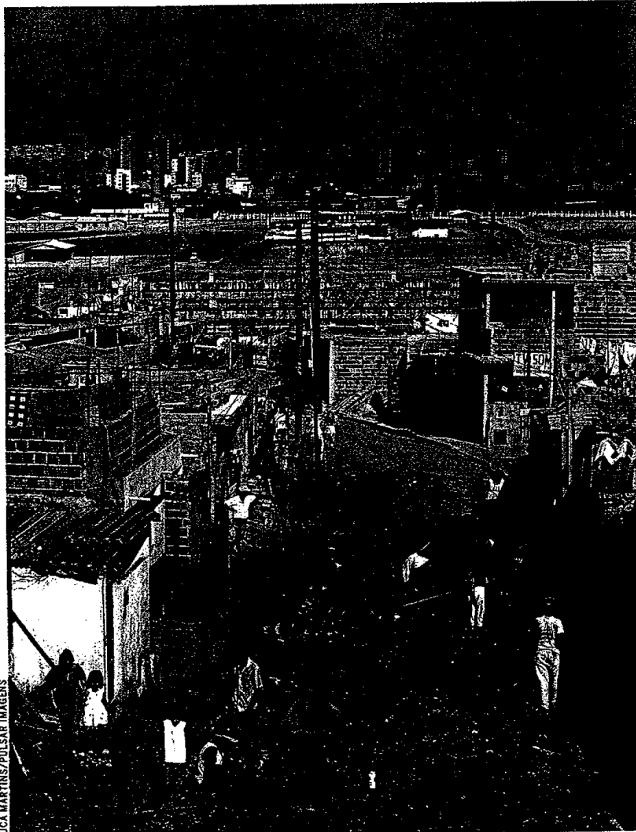
SP: É, de fato, um paradoxo. Mas vale lembrar que nosso atual presidente, Nicolas Sarkozy, enquanto ministro do Interior, fez algumas declarações provocadoras, dias antes da irrupção das revoltas, sobre os jovens da periferia, chamando-os de “ralé” e enfatizando que era necessário limpar e esguichar a cidade. Por outro lado, a pobreza evoluiu consideravelmente na França, bem como em inúmeros países europeus. No final dos anos 90, comecei a perceber que a explicação da pobreza pela ótica da injustiça, até então predominante na França, havia perdido força. Ao tentar medir esse fenômeno, através da comparação entre inúmeras pesquisas europeias, percebi que a tentativa de ressaltar a ►



FOTOS: PATRICK STAVAS

“A França saiu do ciclo de compaixão com os pobres”, afirma o sociólogo

56



JUCA MARTINS/PULSAR IMAGENS

► indolência dos pobres para explicar sua situação havia recrudescido em todos os países europeus. Passou a haver um domínio da ideia de que, se os pobres permanecem pobres, é porque não fazem esforços necessários para saírem da situação na qual se encontram. Eu acreditava profundamente no nosso tradicional apego aos direitos humanos e na obrigatoriedade do Estado em auxiliar os mais desfavorecidos. Mas pode-se ver que, na França, passamos de um ciclo de compaixão em relação aos pobres a um ciclo de responsabilização e de suspeição generalizada.

CC: Qual é a relação entre a crise na periferia e a imigração?

SP: A França é um país de passado colonialista. As periferias francesas reúnem, em razão dessa história, um gran-

“Na capital paulista, os moradores são mais solidários entre si”

de contingente de imigrantes, sobretudo do Magreb ou da África Subsaariana. Muitos jovens originários desses países, mas nascidos na França, esperavam, assim como seus pais, uma promoção social através da escola republicana francesa. Mas muitos deles, mesmo os mais diplomados, se deparam ainda hoje com inúmeras dificuldades de inserção profissional. As pesquisas demonstram que eles são frequentemente vítimas de discriminação no momento das contratações e que enfrentam dificuldades em ser reconhecidos unicamente por seus valores. Inúmeros jovens das periferias estão desempregados e vivem em lares nos quais a pobreza é alarmante. A concentração de miséria nesses bairros reforça o descrédito que repousa sobre os seus moradores. Trata-se de um processo de

desqualificação social e espacial. O desemprego, sozinho, não explica esse mal-estar. É necessário considerar também os ressentimentos e frustrações diante de um modelo de integração social que não cumpriu suas promessas.

CC: É por essa razão que o senhor se debruçou sobre o mal-estar psicológico?

SP: Estudar os fatores sociais que engendram o mal-estar psicológico constitui uma preocupação permanente entre a maioria dos sociólogos, desde o famoso estudo de Durkheim, em 1897, sobre o suicídio. Acredito que a crise nas periferias francesas reforça a necessidade de realizar esse tipo de pesquisa. A questão está em definir rigorosamente o que se entende por essa expressão. Na pesquisa, tentamos definir os sintomas depressivos das pessoas que vivem nos bairros socialmente desqualificados, formulando perguntas como: No decorrer das duas últimas semanas: **1.** Você se sentiu triste, deprimido, na maior parte do dia, e isso se repetiu durante a semana? **2.** Você tinha quase todo o tempo o sentimento de não gostar mais de nada, de ter perdido o interesse por coisas que o agradam? **3.** Você se sentiu durante quase todo o tempo cansado e sem energia?

CC: Esse mal-estar se estende a todos os bairros ou é possível observar diferenças entre eles?

SP: O mal-estar psicológico está desigualmente distribuído entre a cidade e a periferia. Como é possível imaginar, ele se concentra nos bairros populares. Nota-se, porém, que há uma grande diferença entre os bairros populares no que diz respeito ao mal-estar. Existem determinados fatores estruturais relacionados às configurações espaciais do bairro. A primeira causa é o desemprego: quando afeta coletivamente um grupo social, gera uma comunidade cansada e deprimida. Mas o resultado mais surpreendente é o efeito da similitude social sobre o mal-estar psicológico. Quando os moradores afirmam maciçamente que se parecem uns com os outros, reconhecem indiretamente que pertencem a uma comunidade à qual foram destinados. Esse grau de similitude age como proteção individual e se constitui como uma forma de defesa natural dos mais pobres, desenvolvida frequentemente nas regiões onde estão concentrados. Isto é, quando “os pobres” formam um grupo social ►

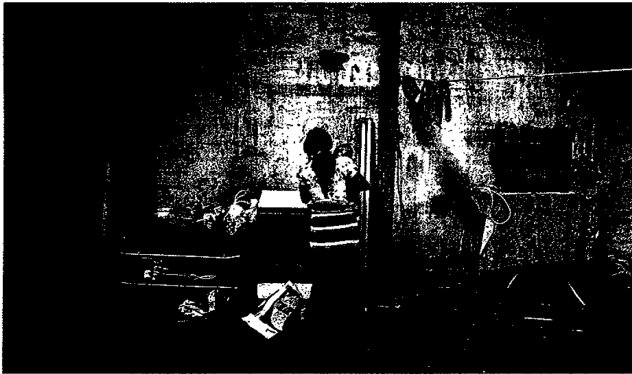
► extenso, dificilmente são estigmatizados e aceitam o apoio uns dos outros.

CC: *A pesquisa que realizamos conjuntamente visando a comparação entre São Paulo e Paris e suas visitas anteriores ao Brasil contribuíram, certamente, para o senhor formular uma opinião sobre a periferia de São Paulo. O que mais chamou a sua atenção?*

SP: Eu não surpreenderia você afirmando que fiquei espantado com o tamanho gigantesco das inúmeras favelas de São Paulo. Na França, havia favelas nos anos do pós-guerra, mas a política urbana praticada a partir dos anos 1950 permitiu a construção de grandes conjuntos habitacionais e a diminuição progressi-

co nesses últimos anos gerou esperança com relação ao progresso nos meios mais desfavorecidos e levou inúmeros moradores das favelas a se endividarem consideravelmente. Alguns moradores que trabalham cotidianamente em outros bairros, percorrendo longas distâncias, se diferenciam fortemente dos que permanecem no bairro sem trabalho, por aderirem a uma prática de consumo que provoca frustrações. A pesquisa revelou que alguns adotam determinadas atitudes visando se distinguir socialmente do seu entorno, reduzindo assim o nível de solidariedade nesses bairros. Os dados coletados parecem indicar que o mal-estar na periferia de São Paulo se explica pela degradação das re-

dados coletados em São Paulo mostram que o percentual de pessoas que moram na periferia, cujos parentes habitam o mesmo bairro, é mais elevado em São Paulo do que em Paris. Isso nos leva a acreditar que, em caso de fortes desigualdades, eles podem se beneficiar de um apoio familiar e resistir melhor às crises. Os moradores desses bairros chegam a dizer que os vizinhos fazem parte da sua família. Mas duas coisas surpreendem: o elevado percentual de pessoas que se sentem só e o fato de ser mais alto em São Paulo do que em Paris. Tudo leva a crer que, nas favelas, há uma tendência à individualização e à procura de autonomia. Esse movimento tem como consequência o aumento da depressão entre pessoas isoladas que se encontram socialmente vulneráveis.



CG: *O senhor poderia contar o que a pesquisa revelou sobre as redes de sociabilidade? Elas constituem realmente um apoio para o enfrentamento dos problemas econômicos?*

SP: Em princípio, sim. Nos países pobres, as pessoas se unem umas às outras quando têm o sentimento de compartilhar o mesmo destino. A solidariedade representa uma importante forma de sobrevivência. Mas esses vínculos sociais são enfraquecidos na medida em que não garantem nada além da sobrevivência, não fazem com que as pessoas deixem de ser pobres e ascendam socialmente.

va de moradias insalubres. A França se depara hoje com a obsolescência desses grandes conjuntos habitacionais construídos naquela época, e com a desqualificação social de seus moradores. A história urbana de Paris é muito diferente da de São Paulo: enquanto o Brasil deve solucionar suas favelas, a França deve reconstruir a maior parte do parque habitacional popular localizado nos bairros pobres e constituído por habitações que seriam consideradas luxuosas por muitos moradores das favelas do Brasil.

CC: *Os resultados da pesquisa comparativa revelam que o índice de mal-estar em São Paulo está muito próximo do atingido em Paris e na sua periferia. Acredito que isso se deve a uma aceleração do nível de consumo das classes sociais de baixa renda. O senhor concorda com essa hipótese?*

SP: Sim. O forte crescimento econômi-

“Os franceses se frustram diante de promessas não cumpridas”

lações sociais entre os habitantes e pela sua pressa em ver que sua situação econômica e social melhorou.

CC: *Como o senhor pôde constatar, a família assume um significado diferente na sociedade brasileira, que contrasta com o significado atribuído na França e em outros países europeus. Acredita que os vínculos familiares mais fortes podem amortecer os efeitos da crise no Brasil?*

SP: É comum, quando as pessoas se referem ao Brasil, mencionar a força da solidariedade familiar entre os pobres. Os

CC: *Os resultados da pesquisa em São Paulo sobre o desejo de transformação social são surpreendentes porque mostram que a periferia “não está morta”...*

SP: Dizem que os franceses são contestadores, sempre prontos para manifestar seu descontentamento com relação à ordem estabelecida. Mas, ao comparar os resultados das duas pesquisas, chama a atenção que a proporção de pessoas que desejam uma transformação radical da sociedade é mais elevada em São Paulo. Incontestavelmente, existe na periferia dessa cidade uma situação prestes a explodir, que poderia se traduzir por uma forma de radicalismo pouco politizada. Entretanto, a conscientização política é necessária para a democracia e o desenvolvimento da cidadania. Em São Paulo, bem como em Paris, há muito o que fazer nesses bairros populares, a fim de permitir que essas populações tenham uma melhor integração social na cidade. ●