

Os estudos culturais e os entrelaçamentos entre comunicação e cultura: uma análise do filme *Cão sem dono*¹

Simone Rocha

Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ com pós-doutorado em Comunicação pela UFMG. Professora do PPGCOM/UFMG e coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura. smarocha@ig.com.br

Daniela Matos

Doutoranda do PPGCOM/UFMG e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura. d.abreu.matos@gmail.com

Fernanda Salvo

Doutoranda do PPGCOM/UFMG e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura. fernandasalvo@hotmail.com

Mariana Souto

Mestranda do PPGCOM/UFMG e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura. marianasouto@gmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo abordar as relações entre comunicação e cultura desenvolvidas no campo teórico-político dos estudos culturais e sua relevância na orientação das pesquisas realizadas no campo da comunicação. Particularmente gostaríamos de enfatizar os investimentos críticos e analíticos que vêm sendo empreendidos pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura (COMCULT), do PPGCOM/UFMG, notadamente o esforço de construção de um percurso metodológico que possibilite a análise de produtos midiáticos enquanto práticas culturais, e finalizar com uma análise do filme brasileiro *Cão sem dono*, do cineasta Beto Brant.

Palavras-chave: análise cultural, *cão sem dono*, estudos culturais, modos de endereçamento.

Abstract: The aim of this paper is to focus on the approach about the relations between communication and culture developed in the field of the cultural studies and to evince its relevance in the orientation of researches made in communication. Particularly we would like to emphasize the critical and analytical investments that are being made inside the Group of Research in Communication, Media and Culture (Comcult), at PPGCOM/UFMG, notably the effort in the construction of a methodological route that allows an analysis of media products as cultural practices, and to finish with an analysis of the Brazilian movie *Cão Sem Dono*, by Beto Brant.

Keywords: cultural analysis; *cão sem dono*, cultural studies, mode of address.

Estudos culturais, breve introdução

Os estudos culturais são um projeto teórico-político inspirado nas ciências humanas que, ao entrelaçar as fronteiras da análise textual da cultura popular com teoria social, conferiu papel central à dimensão cultural. O foco estava nas margens do poder e não na reprodução das relações de força e de dominação estabelecidas (Escosteguy, 2001; Steele, 1997; Turner, 1990). Tais estudos se dedicam às subculturas, aos *media*, à questão pós-colonial e investigam como a cultura é usada e transformada pelos grupos sociais ‘marginais’, considerando as pessoas não como simples consumidoras, mas como potenciais produtoras de novos valores sociais e linguagens culturais. Tal projeto retira sua agenda e seu modo de análise das ciências humanas e sociais, com um foco sobre gênero, raça, classe e sexualidade, combinando teoria social e textual sob o signo do compromisso com uma mudança social. Seu caráter é interdisciplinar e o que indica sua continuidade é o compartilhamento das preocupações – o interesse na reprodução da cultura através das determinações estruturais sobre os sujeitos versus sua própria agência – e do método – o materialismo cultural (Williams, 1969).

Os pensadores fundamentais foram quatro professores universitários e educadores de adultos ligados à esquerda britânica que queriam entender a interseção entre classe e nação, no nível da experiência vivida e da estrutura social, realçando a cultura e as sensibilidades dos trabalhadores industriais: Raymond Williams, Richard Hoggart, Edward Thompson e Stuart Hall².

O trabalho de Williams foi o que mais sustentou teoricamente o caráter aberto dos estudos culturais, através de pesquisas sobre história e teoria literária, meios de comunicação, cultura e sociedade. Ele criticou as concepções idealistas de cultura que a entendiam como marca da perfeição medida por valores universais básicos à condição humana, como se fossem algo atemporal e desconectado de suas condições particulares de possibilidade. Para entender a cultura, ele propôs concentrar-se sobre os modos de vida e valores de uma comunidade e de um tempo específicos, observando benefícios e custos na maneira pela qual eles são representados. Ele desenvolveu o materialismo cultural sob a inspiração de Karl Marx, segundo o qual as pessoas produzem suas próprias condições de existência. Mas revisou a ideia de que elas o fazem sem capacidade de agência. As práticas sociais produzem modos de vida e os modificam com o passar do tempo. Isso nos leva a compreender uma estrutura social através da leitura de seus produtos culturais e da observância de suas circunstâncias de criação e circulação.

Tal abordagem permite a realização de várias pesquisas acerca dos processos culturais contemporâneos. Nosso objetivo aqui é apresentar os investimentos do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura (COMCULT), do PPGCOM/UFMG, sobretudo na consolidação de um percurso metodológico que possibilite a análise de produtos midiáticos enquanto práticas culturais, e finalizar com um exercício analítico do filme *Cão sem dono*, do cineasta Beto Brant.

Comunicação e cultura: duas faces da mesma moeda

A concepção de cultura que ancora a perspectiva dos Estudos Culturais a constitui como o terreno de luta pelos significados. Desse modo, configuram-se uma inter-relação entre comunicação e cultura fundamentada numa concepção segundo a qual os processos culturais são processos de produção de sentidos inseridos em contextos sociais determinados.

Um feixe teórico, identificado como ‘virada linguística’ (Hall, 2003) influenciou os Estudos Culturais e a compreensão inter-relacional comunicação-cultura. Sua base se sustenta na aproximação de formulações semióticas, estruturalistas e pós-estruturalistas. Segundo Hall essa ‘virada’ revela,

“(…) a importância crucial da linguagem da metáfora linguística para qualquer estudo da cultura; a expansão da noção de texto e da textualidade, quer como fonte de significado, quer como aquilo que escapa e adia o significado; o reconhecimento da heterogeneidade e da multiplicidade dos significados; do esforço envolvido no encerramento arbitrário da semiose infinita para além do significado; o reconhecimento da textualidade e do poder cultural, da própria representação, como local de poder e de regulamentação; do simbólico como fonte de identidade (HALL, 2003, p. 198).

Embora marque uma ampliação em direção ao entendimento dos textos enquanto espaço de negociação de relações de poder, a “virada” também foi responsável por consolidar exercícios analíticos preocupados em evidenciar o poder dos textos da cultura de interpelar os sujeitos, conferindo-lhes certo posicionamento na trama social. Algumas investigações, principalmente nas décadas de 70 e 80, fixaram o olhar no poder do texto e na estrutura social criada a partir dele. Contudo, o desenvolvimento teórico dos Estudos Culturais foi na direção de reconhecer que uma “suturação” eficaz do sujeito exige não apenas que ele seja convocado a assumir tal posição, mas que ele invista na mesma e, por isso, não pode ser pensado como um processo unilateral e sim como uma articulação.

Na consolidação dessa articulação, o conceito de hegemonia – como proposto por Gramsci – tem grande importância na medida em que se constitui enquanto um complexo entrelaçamento de forças que evidencia as “condições materiais de existência” e as práticas dos sujeitos implicados. Tal conceito traz para o terreno da cultura uma ampliação dos eixos de luta, complexificando os processos de reflexão e análise com foco nas práticas culturais e nas relações de poder estabelecidas entre eles, e dificulta uma análise simplista em torno da oposição dominador x subordinado, que durante muito tempo configurou os estudos em cultura e comunicação.

A compreensão do lugar dos *media* na constituição da dinâmica cultural e o desenvolvimento de investigações com abordagens comunicacionais também foram marcados pelo conceito de hegemonia, e de forma mais ampla, nas palavras de Escosteguy (2001), pelo “aporte gramsciano” e seu impacto tanto na tradição inglesa quanto na versão latino-americana da análise cultural da comunicação. Tal compreensão evidencia o fazer do sujeito na interação comunicativa procurando realçar as práticas de negociação constantes nos processos de construção de sentidos.

Esse desenvolvimento teórico estabelece uma nova relação entre a cultura massiva e a cultura popular, entendida enquanto práticas cotidianas empreendidas pelos sujeitos sociais. Postula-se que “(...) as mensagens de massa só têm pertinência quando reelaboradas pela cultura popular, é dentro da cultura popular que os conteúdos de massa são apropriados, interpretados e revestidos de sentido” (Gomes, 2004, p. 143). Consolida-se uma relação distante de uma visada determinista atenta apenas a um fluxo unidirecional, qual seja, dos *media* para os sujeitos. Coloca-se em evidência o receptor e suas possibilidades de construção de sentido (Hall, 2003).

Essa mudança de foco que leva em consideração a recepção contribui para consolidar a comunicação como um processo de troca a partir da linguagem entendida enquanto polissêmica já que resultante da relação entre sujeitos, signos e contextos. Se antes era o estruturalismo o quadro teórico que fundamentava as análises dos anos 70 e 80, com a emergência do receptor como um sujeito social crítico e culturalmente situado, esse deslocamento acabou por influenciar a análise dos textos a partir de uma compreensão segundo a qual eles próprios são polissêmicos.

As possibilidades teórico-metodológicas inspiradas pelos Estudos Culturais: modos de endereçamento

A análise cultural tem se mostrado relevante no entendimento das relações entre comunicação e cultura, mas sempre careceu de uma metodologia que abordasse os modos nos quais as formas e práticas culturais, além da dimensão estética, produziam seus sentidos e prazeres sociais. Como conectar textos, sociedade, cultura e sujeito? A partir dessa preocupação, o COMCULT/UFMG vem empreendendo esforços para consolidar um percurso metodológico que envolva as abordagens teóricas que contribuíram com esse campo de estudos bem como aquelas que apontam para uma leitura mais complexa de tais práticas.

O conceito de modos de endereçamento nos parece apropriado à questão aqui proposta³. Ele revigora o lugar da produção ao abandonar o pressuposto de que as mensagens sempre ‘respondem’ aos interesses da ideologia dominante, uma vez que agora o que se pretende com a análise é compreender que quem produz o faz, antes de tudo, em diálogo com uma audiência prevista tendo a cultura como mediação.

Os modos de endereçamento são uma alternativa de análise importante em estudos sobre conteúdos audiovisuais. Seu primeiro emprego data dos anos 70 (Ellsworth, 2001) na teoria crítica cinematográfica com a preocupação de compreender as relações estabelecidas entre um filme e a experiência de seus espectadores, podendo ser expressa pela questão: *quem este filme pensa que você é?* Nesse contexto, a primeira formulação seria um conjunto de mecanismos imateriais cristalizados na narrativa de modo a propor uma ligação sólida entre o filme - com sua audiência imaginada - e a audiência real. O sucesso de bilheteria viria do refinamento tanto quanto possível de se equiparar o filme a determinada audiência.

Contudo, o desenvolvimento de pesquisas empíricas revelou que, embora um filme procurasse criar uma forma adequada de se endereçar a um tipo de espectador ideal/médio, na prática ele erraria o seu alvo. O entrelaçamento de categorias sociais na construção da experiência humana é muito mais complexo do que aquelas levadas em conta na produção de um filme, de modo que isso não se mostrou capaz de assegurar uma resposta condizente com aquela esperada pela instância produtora. Também se observou que espectadores que estavam a princípio fora do público imaginado poderiam se identificar com os anseios expressos pela trama. Diante disso, novas explicações foram propostas. A primeira delas dizia não mais de uma busca por equivalência entre as audiências, mas sim da revisão dos modos de endereçamento enquanto uma forma de interpelação do filme cujo sucesso estaria relacionado à capacidade de convocar seus espectadores para vê-lo de um lugar preferencial. A segunda explicação, surgida diante

das pesquisas empíricas, foi a constatação de que um filme não trabalharia com um, mas com múltiplos endereçamentos.

Outro aspecto expresso pela questão: *quem este filme quer que você seja?* pressupõe uma preocupação de vincular o potencial de difusão simbólica do cinema a processos de mudança social e ao aumento da capacidade crítica de leitura. Sendo assim, o modo como os filmes endereçavam suas mensagens acabava por privilegiar uma determinada posição de sujeito em detrimento de outras possibilidades da experiência humana e que, quando davam a ver tais outras possibilidades, o faziam de maneira estereotipada e negativa. Os filmes eram vistos como aparelhos ideológicos que contribuíam para a manutenção de relações desiguais na sociedade na medida em que condenavam variações da experiência humana que não estivessem de acordo com o *status quo*. Os teóricos acreditavam que modelos alternativos de endereçamento presentes nos filmes seriam capazes de despertar uma maior crítica a respeito de sua própria realidade social. Neste contexto alguns cineastas acabaram por propor novas formas de endereçamento que privilegiassem um aspecto mais reflexivo de seus espectadores. É do embate entre novas e antigas formas de endereçamento que surge uma constatação que ajuda a repensar melhor a questão: da mesma maneira que uma teórica feminista pode desejar assistir a filmes que trabalhem a posição de sujeito das mulheres de maneira mais crítica, ela também pode ter vontade de assistir a filmes com um tipo de endereçamento mais tradicional, buscando suprir em si mesma outras necessidades sem que este deslocamento resulte contraditório ou equivocado. É a partir deste reconhecimento da pluralidade da vida social e da expressão individual que começam a ser desenvolvidas pesquisas de recepção com o público consumidor.

As teorizações a respeito dos modos de endereçamento reconfiguraram seu olhar ao chamar a atenção para a *centralidade dos receptores no processo de construção dos sentidos dos filmes*, pois uma ênfase centrada na mensagem é incapaz de remeter ao lugar no qual os sentidos são compartilhados no cotidiano: a cultura. Esta virada para os estudos de recepção possibilitou também a ruptura com a dicotomia expressa ou por uma relação contestatória ou por uma relação reacionária com o conteúdo das obras. Estes estudos apontaram para uma maior complexidade feita nos usos dos textos fílmicos e possibilitaram uma releitura dos modos de produção da mensagem.

É dentro deste panorama que os modos de endereçamento têm seu vigor explicativo renovado⁴ e passam a ser percebidos como um evento que transita *entre* o social e o individual: “O evento do endereçamento ocorre num espaço que é social,

psíquico, ou ambos, entre o texto do filme e os usos que o espectador faz dele” (Ibidem, p.13). Esta reconfiguração modifica a própria natureza das perguntas as quais o conceito pretende ajudar a responder:

Mayne (1993) descreve essa mudança de ênfase como uma mudança que vai de questões do tipo: “como um público constituído de pessoas gays e lésbicas resiste aos modos de endereçamento dos filmes convencionais” para questões tais como “que papel exerce o ato de ver filmes na forma como as pessoas e grupos imaginam e constituem variadas culturas e identidades culturais e sociais?” (Mayne apud Ellsworth, 2001:39).

Elizabeth Ellsworth caracteriza os modos de endereçamento como as escolhas elaboradas pela produção, em detrimento de outras possíveis, para a realização de um filme – o que se estende para produtos midiáticos em geral. O que se quer explicitar com esta reformulação é que as referidas escolhas são baseadas numa relação de carácter sócio-histórico com o público e que envolve expectativa e desejo. Disso percebe-se o aspecto relacional de tal processo, pois os responsáveis pelas escolhas narrativas estão imersos na vida social e partilham dos valores e regras vigentes.

Segundo Daniel Chandler (2010), modos de endereçamento são as maneiras como as relações entre endereçador e endereçado são construídas em um texto. “Para se comunicar, o produtor de um texto precisa fazer algumas suposições a respeito de uma audiência pretendida: reflexos dessas suposições podem ser encontrados no texto” (tradução nossa). Assim, pensar quem é a audiência não só a define, mas, também, o próprio produto, já que isto interfere nas escolhas envolvidas no seu processo de construção.

Essa renovação se dá pela compreensão de que as escolhas operadas pela produção precisam estabelecer um ponto de encontro – constituído pela cultura – com os espectadores, como forma de criar uma relação específica de comunicação. Portanto, modo de endereçamento indica algo que é próprio de um texto e do tipo de relação que ele deseja construir com sua audiência cuja base é sustentada pela mediação da cultura.

Assim, propomos alguns operadores de análise⁵ para compreender os modos de endereçamento de produtos audiovisuais tanto em relação à sua materialidade simbólica quanto às suas evidências históricas, ideológicas e sociais.

1)Ambientes de cena: descrição dos espaços sociais nos quais ocorrem as ações, bem como a narrativa como um todo. Preferimos adotar essa noção de espaço social, ao invés de ‘lugar’ geográfico, porque acreditamos que ela exceda a conotação física que

este operador pretende superar. Espaço social aqui é entendido como o lócus de interações sociais, elemento configurador e possibilitador dessas interações. Através da captação desses ambientes (sejam aqueles montados especificamente para a narrativa, sejam aquelas locações já existentes, mas que contribuem para a construção de sentido pretendida pelos realizadores) é possível compreender os endereçamentos pretendidos na construção de um produto e o diálogo com a cultura através dele.

2) *Temática*: através da temática, o realizador lança a seu público uma proposta de diálogo específica, convida a um certo tipo de conversação ao oferecer determinados conteúdos como eixo motor que dizem do produtor, suas intenções e escolhas, mas que são também definidores da audiência, posto que concatenam seu público a partir de interesses compartilhados e do desejo de dialogar sobre os mesmos temas. Neste operador, investigam-se os principais temas dos produtos audiovisuais, desdobrados em suas tramas e narrativas, isto é, os assuntos a partir dos quais os enredos se desenvolvem. Observaremos, aqui, o mote dos filmes, sua intriga, tanto sua temática principal quanto as secundárias. Podem ser analisados elementos como roteiro, conflito narrativo, diálogos e ações dos personagens.

3) *Gêneros*: propomos pensá-los não como um processo de categorização que se encontra no interior dos textos, mas como categoria cultural, concebendo-os como construtos socioculturais e não como rótulos. Essa perspectiva advém de vários autores (Fiske, 1995; Feuer, 1992; Martín-Barbero, 2008; Mittell, 2004) que, ao investirem na análise dos meios audiovisuais, definem gêneros como dimensão-chave para compreender as interseções entre contexto midiático/modos de produção e negociação da cultura. Martín-Barbero define-os como “estratégia de comunicabilidade”: como um elemento na mediação entre as estratégias empreendidas pelos produtores e os usos feitos pelos sujeitos no processo de produção de sentido. O gênero estrutura a narrativa, pois é acionado na construção discursiva de modo a articular estratégias que preveem as expectativas e conhecimentos da audiência, além de orientar a forma de atribuir sentidos aos textos midiáticos.

A análise cultural de *Cão sem dono*: diálogos entre cinema e classe média

Através dos operadores elencados, procederemos a uma análise empírica dos modos de endereçamento de um objeto específico – o longa-metragem *Cão sem Dono*

(2007). Interessa-nos compreender, de uma maneira mais ampla, os diálogos do cinema nacional contemporâneo com a classe média, grupo social que tem se destacado em frequência e relevância em nossa cinematografia atualmente. Buscamos esse diálogo através da análise de marcas que a classe, ao ser representada, deixaria na linguagem cinematográfica, mas também em espaços extratextuais como discursos midiáticos e promocionais e expectativas de público. Examinamos, portanto, as escolhas do realizador ao construir roteiro, imagem e som e também material de divulgação, opções estas em alguma medida relacionadas tanto ao seu pertencer social como ao conhecimento de seu público-alvo. É fato notório que de tal classe são provenientes tanto a maioria dos cineastas quanto a maior parte do público (provavelmente por razões de acesso a meios de produção e preço do ingresso). A classe média é tomada, aqui, como mediação cultural do diálogo entre filme e espectadores.

Cão sem dono é o quinto longa-metragem de Beto Brant (em codireção com Renato Ciasca). O filme aborda o vazio existencial de Ciro, um introvertido jovem formado em literatura, porém desempregado. Ele mora sozinho com seu cão vira-lata e suas relações pessoais são escassas. Envolve-se com Marcela, uma aspirante a modelo que, ao adoecer, afasta-se para a realização de um tratamento quimioterápico, o que provoca uma forte crise em Ciro. Seus pais o resgatam e o trazem para morar com a família. Ciro se restabelece, começa a trabalhar, mas seu cachorro morre. Marcela reaparece e, num telefonema, o convida para acompanhá-la numa viagem ao exterior.

Ambiente de cena

Todas as cenas do filme transcorrem em ambientações urbanas, sobretudo no espaço privado de apartamentos e raramente em ambientes externos ou no espaço público das cidades - até mesmo um jogo de futebol se passa numa quadra coberta. Essa seria uma diferenciação em relação aos filmes em que são representados grupos excluídos ou marginalizados, muitos rodados no sertão, periferias, favelas ou em instituições como hospitais psiquiátricos ou presídios.

De 63 cenas listadas, 49 delas são internas e apenas 14 externas. Vinte e quatro acontecem no interior do apartamento de Ciro. Quase não há móveis e objetos nesta locação - o apartamento é branco, pequeno e quase completamente vazio. As ações se desenrolam essencialmente em seu quarto, com seu colchão posto diretamente sobre o piso. A escolha por um ambiente claro e inóspito nos parece evidenciar o vazio existencial pelo qual o personagem atravessa - sua solidão, introversão e a pobreza de

trocas afetivas. Importante ressaltar como essas opções dos realizadores aludem a toda uma geração ao evocar a experiência do jovem urbano perdido, dependente dos pais para seu sustento, com tendências depressivas e dificuldades de inserção no mercado de trabalho e na sociedade.

As raras cenas de rua são pouco amplas e de curta duração. Nenhuma contextualiza a cidade de Porto Alegre, já que não há pontos reconhecíveis. Esta escolha enfatiza que a história poderia transcorrer em qualquer grande cidade, pois seu foco é o cidadão contemporâneo, sendo quase irrelevante a escolha de determinada cidade, no Brasil ou no mundo.

Trata-se aqui, pois, de um elemento tipicamente vinculado à maior parte da classe média contemporânea – a urbanidade (Mills, 1976). A experiência da vida em grandes cidades teria sido transposta para o filme, mas de uma forma peculiar, qual seja, a do isolamento dos sujeitos em apartamentos. Acreditamos que este seja um dado significativo relacionado à classe média e que reverbera na linguagem cinematográfica, posto que influencia a conformação de filmes confinados, com escassa variedade de locações, abundância de planos médios e primeiros planos e poucos enquadramentos abertos e gerais.

Temática

Para este operador, utilizamos elementos textuais como a análise das cenas, dos diálogos e do arco dramático do filme como um todo, mas também alguns extratextuais como a sinopse e o cartaz do filme divulgados pela produtora, pois estes também são significativos na definição e circulação cultural de sentidos a respeito do filme. Um fragmento da sinopse conta com os seguintes dizeres: “*Cão sem Dono* é uma observação de um relacionamento amoroso, escrita com as cores íntimas de um retrato de geração”. O pôster traz uma imagem em primeiro plano de *Ciro* e *Marcela* nus, abraçados e próximos de um beijo. Consideramos, portanto, que *Cão sem dono* transita nas seguintes temáticas: relações humanas, amorosas e sexuais, juventude contemporânea, vazio existencial.

Acreditamos que esses traços estariam relacionados com a classe média e o contexto cinematográfico atual em que muitos filmes se voltam para a abordagem da intimidade: relações humanas e familiares, crises conjugais e conflitos interpessoais, diferentemente da maioria dos filmes que representam outras classes. Abraham Maslow (1954), teórico da psicologia humanista, nos dá sustentação a essa observação ao criar a

hierarquia das necessidades humanas. Trata-se de um sistema com cinco grupos de necessidades, desenvolvidos numa pirâmide:

Necessidades de autorrealização
Necessidades de estima
Necessidade de amor
Necessidade de segurança
Necessidades fisiológicas

Segundo o autor, quando um grupo de necessidades é atendido, outros se tornam mais aparentes. Sua teoria inicia-se com as necessidades fisiológicas (alimento, água, ar e sono) básicas de sobrevivência e, portanto, mais fortes e impiedosas - elas precisam ser satisfeitas em algum grau antes que outro grupo tome proeminência. Em seguida, são descritas as necessidades de segurança (proteção contra perigos e riscos à integridade do sujeito), as de amor (afeto, intimidade e sentimento de pertença) e, depois, as de autoestima e estima de terceiros (sentir-se respeitado na comunidade, lar e trabalho). Por fim, surgem as necessidades de autorrealização, ligadas ao exercício de potenciais pessoais e ideais.

Esse sistema não é impermeável; não se trata da inexistência de algumas necessidades enquanto outras ainda não foram atendidas, mas sim seu esmaecimento. Esta teoria nos ajuda a compreender a percepção de que alguns filmes em que a classe média se encontra representada, como *Cão sem Dono*, teriam temáticas diferentes daqueles protagonizados por grupos marginalizados. As necessidades destes últimos, por vezes em condições de pobreza extrema, giram em torno das carências básicas de sobrevivência tais como a fome e a proteção contra a violência.

Já a classe média, detentora de uma maior renda, geralmente já tem providos seus recursos imprescindíveis à manutenção da vida e, dessa forma, teria como prioridade outros anseios e temáticas – aquelas localizadas a partir do nível da segurança e, sobretudo, no nível do amor, da estima e, por vezes, da autorrealização.

Gênero

Realizamos uma análise diferente das abordagens tradicionais que entendem gênero como rótulos que emergem dos textos midiáticos. Não se trata, aqui, de avaliar se *Cão sem dono* é drama, romance, policial ou suspense. E mesmo que o colocássemos sob uma dessas nomenclaturas, isto pouco nos ajudaria a compreendê-lo analiticamente.

Partimos do pressuposto de que gêneros operam como categoria cultural – e não textual - de acordo com práticas discursivas e contextos sócio-históricos específicos. Gêneros importam como categorias culturais, ao dizerem dos múltiplos proferimentos discursivos que, ao circularem, constituem-se nas práticas mesmas que o definem. As nomeações acima fazem sentido na conjuntura de produção e recepção hollywoodiana. Contudo, levando em conta certas peculiaridades do cinema brasileiro (que produz em pequena escala e que historicamente se debate com dificuldades de realização, distribuição e exibição), bem como uma sedimentada circulação de sentidos culturais sobre o que seja o cinema nacional no âmbito cultural, propomos aqui pensar o “cinema brasileiro” como um gênero em si. Em vários locais paratextuais, considerados como produtores de discursos genéricos e categorização cultural – tais como seções de locadoras, sinopses de revistas, classificações de jornal - encontramos esta designação e percebemos que ela funciona, de fato, como mediação entre produção e audiência, tendo em vista que o público, sabendo se tratar de um filme nacional, já prefigura determinadas expectativas e diálogos com o produto. O gênero “cinema brasileiro”, pois, pode ser entendido como uma proposta de comunicabilidade. Por considerar a diversidade da produção nacional, propomos outros subgêneros dentro desse gênero maior, observando a existência de filmes que podem ser associados uns aos outros, seja pela forma de produção (filmes comerciais do núcleo Globo Filmes, filmes independentes), pelas temáticas (ditadura, sertão), pela relação com o real (ficção, documentário) ou pela autoria (filme de Walter Salles, de Eduardo Coutinho, de Beto Brant).

O filme que elegemos para análise enquadra-se neste último tópico, ou seja, é um filme fortemente identificado pela sua autoria - tendo em vista que Beto Brant é reconhecido hoje no cenário nacional como um dos diretores que conquistou a privilegiada posição de “autor”, já que, depois de seis filmes lançados tanto público quanto crítica já possuem elementos suficientes para assimilar as marcas estilísticas de seu trabalho. Acionamos, nesta análise, a 'função de autor'⁶ (Foucault, 2006) como balizador de gênero por acreditarmos que “filme de Beto Brant” opera como chave de leitura, suscitando no âmbito da audiência, da crítica e da mídia os chamados discursos de definição, interpretação e avaliação (Mittell, 2004). “Autoria não é um processo de indivíduos criando textos, mas uma função culturalmente ativada de textos que se ligam a figuras e sistemas de conhecimento particulares chamadas 'o autor' via circulação cultural mais ampla” (Mittell, 2004: 15).

Beto Brant é um diretor conhecido por se debruçar sobre os conflitos das grandes cidades, as relações vulneráveis entre personagens, a fragmentação do sujeito pós-moderno (Salvo, 2009), entre outros dilemas essencialmente contemporâneos, dialogando assim com muitos dos traços marcantes da classe média brasileira, já descritos anteriormente. *O Invasor* (2001) trata dos conflitos e limites entre classes sociais na turbulenta metrópole de São Paulo. Já *Crime Delicado* (2005), o filme que precede *Cão sem dono*, é uma imersão psicológica complexa na relação de um intelectual solitário com a mulher pela qual se apaixona. Ao longo de sua filmografia, o diretor, que já tematizava a classe média, entranha-se mais profundamente nessa questão. A cada novo filme, Brant parece mais inquieto e curioso pela subjetividade e intimidade dos personagens desse universo social.

Considerações finais

Diante da riqueza de elementos apreendida a partir da análise do filme *Cão sem dono* em seus diálogos com a classe média, esperamos que o percurso teórico-metodológico aqui construído tenha evidenciado a adequação dos modos de endereçamento para uma análise que tenha por objeto o diálogo entre as instâncias da produção e das audiências, ou seja, uma abordagem cultural de produtos midiáticos. Se nosso interesse se volta para as investigações das produções audiovisuais que não se limitem às relações exclusivamente textuais, mas que partem do texto para pensar suas articulações mais amplas com o social, tendo a cultura como pano de fundo, o caminho proposto revela-se como bastante apropriado e devedor da perspectiva analítica inaugurada pelos estudos culturais.

Referências

- CHANDLER, D. *Semiotics for beginners: modes of address*. Disponível em: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html>>. Acesso em: 06/03/10.
- HALL, S. *Da Diáspora*. SOVIK, Liv (Org.) Belo Horizonte: Editora UFMG. Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.
- ELLSWORTH, E. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, T.T. da (Org.). *Nunca fomos humanos*. BH: Autêntica, 2001.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. *Cartografias dos estudos culturais*. BH: Autêntica, 2001.
- FEUER, J. Genre study and television. In: ALLEN, R. *Channels of discourse, reassembled*. London: Routledge, 1992.
- FISKE, J. *Television Culture*. London: Routledge, 1995.
- FOUCAULT, M. *O que é um autor?* 6. ed. [Lisboa]: Vega, 2006.
- GOMES, I. *Efeito e Recepção*. RJ: e-papers, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. RJ: Editora UFRJ, 2008.
- MASLOW, A. H. *Motivation and personality*. New York: Harper, c1954.
- MILLS, C. W. *A nova classe média*. 2. ed. RJ: Zahar, 1976.
- MITTELL, J. *Genre and television*. New York: Routledge, 2004.

SALVO, F. *A questão do sujeito contemporâneo no cinema brasileiro: uma crítica cultural dos filmes de Beto Brant*. 2009. Dissertação (mestrado) - UFMG, FAFICH.

STEELE, T. *The Emergence of Cultural Studies*. London: Lawrence and Wishart, 1997.

TURNER, G. *British Cultural Studies – an introduction*. Boston: Unwin Hyman, 1990.

WILLIAMS, R. *Marxismo e Literatura*. RJ: Jorge Zahar, 1979.

¹ Agradecemos ao CNPq o auxílio financeiro concedido.

² Obviamente existem outras fontes de estudos culturais além desses “pais fundadores”. De todo modo, sua força inicial veio do interesse de entender a cultura britânica em termos de classe dominante e resistência e da busca por um agente histórico que pudesse promover políticas radicais.

³ No Brasil, há investimentos nessa perspectiva como no âmbito do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornais, coordenado pela professora Itânia Gomes do PPGCOM/UFBA. As pesquisas deste grupo têm investido numa abordagem dos modos de endereçamento de programas do telejornalismo brasileiro.

⁴ Em seu texto Ellsworth esclareceu que “essa mudança, que deixa de localizar o modo de endereçamento no interior do filme e passa a compreendê-lo como um evento, fará com que minha leitura seletiva da noção de modo de endereçamento deixe a teoria do cinema e vá para a educação, para os estudos culturais e para a psicanálise”. Cf. Ellsworth, 2001.

⁵ Esses operadores correspondem a uma expectativa geral de consolidação do percurso metodológico que pretendemos seguir quando se trata de analisar um produto midiático enquanto prática cultural. Obviamente que eles podem sofrer alguma variação de modo a atender às especificidades dos problemas de pesquisa contidos em nossas investigações. Há trabalhos, por exemplo, que assumem que apenas a abordagem do gênero é o bastante para promover o diálogo produto/cultura.

⁶ Autor, para Foucault, não se refere ao nome de um indivíduo real, mas a determinados discursos que, numa conjuntura cultural específica, recebem uma atribuição de autoria. A função de autor é “característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de alguns discursos no interior de uma sociedade” (Foucault, 2006: 46).