



9. MÍDIA ALTERNATIVA E DIVERSIDADE CULTURAL/SEXUAL NO BRASIL

GT - 03

*Wilton Garcia**

Resumo

Ao associar a comunicação e a cultura na América Latina amplia-se a promoção dos Direitos Humanos. Neste caso, tomo como objeto de investigação e exemplificação a campanha publicitária (audiovisual) de Carnaval 2010, promovida pelo Ministério da Saúde no Brasil junto com o website <http://www.usesempre.com.br>. Trata-se de uma publicidade especificamente dirigida aos jovens de 16 a 24 anos, ao priorizar o recorte para a comunidade de lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros – LGBT. A compreensão desse público segmentado ambienta a diversidade cultural/sexual no país quando destaca, estrategicamente, o modo de abordar tal escopo. Antes e durante o carnaval, deste ano, ocorrem as veiculações de dois vídeos publicitários (institucionais), que procuram estimular o uso da camisinha como mensagem de ação afirmativa acerca da prevenção do vírus HIV-Aids. Assim, imagem, experiência e subjetividade são categorias críticas que emergem neste contexto a partir dos estudos contemporâneos.

Palavras-chave: comunicação; mídia alternativa; diversidade cultural/sexual; internet; contemporâneo

Abstract

By combining the communication and culture in Latin America extends to the promotion of human rights. In this case, I take as an object of investigation and exemplification hype (audiovisual) Carnival 2010, organized by the Ministry of Health in Brazil along with the website <http://www.usesempre.com.br>. This is an advertising specifically targeted at youth aged 16 to 24 years by focusing the cut for the lesbian, gay, bisexual and transgender – LGBT. The public understanding of multithreaded environment cultural/sexual diversity violence in the country when he points out, strategically, how to deal with such scope. Before and during the carnival, this year, there are the broadcast, two video commercials (institutional), seeking to encourage condom use as a message of affirmative action on the prevention of HIV / AIDS. Therefore, image, experience and subjectivity are critical categories that emerge from this context of contemporary studies.

Keywords: communication; alternative media; cultural/sexual diversity; internet; contemporary

* Graduado em Letras (1992) pela PUC/SP; Mestrado (1997) e Doutorado (2002) em Comunicação pela ECA/USP; e Pós-Doutorado (2006) em Múltiplos Meios pela IA/UNICAMP. Atualmente é docente da Universidade Braz Cubas (UBC)



Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

Penso na fantástica condição de falar sobre o amor!

Seria, muito mais, uma manifestação de ideias que abarque a honestidade de ser feliz. Por isso, julgo essa reflexão uma alternativa estratégica a fim de propor ações empreendedoras. Penso nas bases institucionais que hoje direcionam seu olhar à pluralidade expressiva da sociedade, sobretudo no Brasil.

Neste âmbito, a diversidade no espaço midiático instaura um novo *corpus* de resultantes, capaz de alterar o ritmo das coisas no mundo. Longe de esquemas rígidos, a diversidade multiplica as representações contemporâneas. Ao atualizar a informação, efetiva-se um modo diferente de considerar a diversidade na mídia.

E com isso, busca-se a inovação na expectativa de romper paradigmas ultrapassados pela (re)semantização dessas coisas no mundo. Talvez, não caiba mais a tradição; ora abandonada e/ou apagada pela sua própria derrocada!

Pois, não há mais espaço para posicionamentos retrogados que visam apenas delinear um contorno fixo, único. Interessa refletir sobre a demanda emergente que (re)desenha o campo da comunicação, para além do pressuposto controle hegemônico. Edifica-se o foco

no que está fora da escritura industrial.

Ao associar a comunicação e a cultura na América Latina amplia-se a promoção dos Direitos Humanos. Segundo a Declaração Universal dos Direitos Humanos, “todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos”. E se assim de fato o for, é preciso ponderar a atualização desses parâmetros iluministas, na incumbência de observar as adversidades na vida social globalizada.

Neste caso, tomo como objeto de investigação e exemplificação a campanha publicitária (audiovisual) de Carnaval 2010¹, promovida pelo Ministério da Saúde no Brasil junto ao *website* <http://www.usesempre.com.br>.

De modo um tanto quanto emblemático – pra não dizer simbólico – a campanha (veiculada na grande mídia e na internet) aborda a prevenção acerca do advento da Aids e das doenças sexualmente transmissíveis, com o uso de preservativo (a camisinha). Para além do esforço de se dirigir à comunidade de lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros (LGBT), instaura-se um conjunto de ferramentas da internet ao inscrever o cardápio de ofertas digitais como twitter, facebook, youtube, blog, entre outros.

CONHEÇA A CAMPANHA





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina



Nas redes sociais:



**CAMISINHA.
COM AMOR, PAIXÃO OU SÓ
SEXO MESMO. USE SEMPRE.**

www.saude.gov.br
DISQUE SAÚDE 0800 61 1997

Com um escopo bastante dinâmico, trata-se de uma publicidade dirigida aos jovens de 16 a 24 anos, cujo recorte pontual prioriza a comunidade LGBT. A juventude torna-se o enfoque desse tipo de campanha, uma vez que a vivacidade juvenil e o volume de informação, no contemporâneo, constituem um quadro objetual para o discernimento entre escolhas e decisões.

Em outras palavras, a campanha busca muito mais que apenas a dimensão comunicacional de sua temática. Diante

da informação, surge a perspectiva institucional da mudança de comportamento. Isso implica recorrer aos desafios midiáticos de propor formas alternativas para veicular a mensagem.

Eminentemente, seria afetar o público-alvo para que ele seja afetado (transformado), em termos de adesão à campanha. Disso, falar a língua dos jovens: extrovertida, independente. Sabe-se que a juventude tem energia suficiente para provocar e ser provocado, sobretudo quando se trata de agir com criatividade.

A compreensão desse público segmentado ambienta a diversidade cultural/sexual no país quando destaca, estrategicamente, o modo de abordar tal tarefa. Antes e durante o carnaval, deste ano, foram veiculados dois vídeos publicitários (institucionais), a fim de estimular o uso da camisinha com a mensagem de *ação afirmativa* acerca da prevenção do vírus HIV-Aids.

Assim, imagem, experiência e subjetividade são categorias críticas que emergem neste contexto a partir dos estudos contemporâneos (BHABHA, 1998; CANCLINI, 2008; COSTA, 2004; EAGLETON, 2005; GUMBRECHT, 1998; Hall, 2003; MATURANA, 1997), para além da relação tempo-espço.

Realizadas tais impressões preliminares, passo a apresentar três tópicos: *mí-*





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

dia alternativa; diversidade cultural/sexual e a campanha. Paulatinamente, esses tópicos contribuem no desenvolvimento de uma reflexão crítico-conceitual.

Mídia alternativa

Entre várias possibilidades, eis a poética de buscar alternativas para a proposição articulada da informação. Isso implica desdobrar a prática comunicacional e tecnológica. Alternar, assim, é ressaltar traços singularizantes de alteridade, diferença e diversidade inscritos na sociedade contemporânea.

Por um lado, esta busca por alternativas ocorre com o uso de estratégias discursivas, atentas às atualizações da informação. Ao propor uma mídia alternativa, surge um modo diferente de inscrever qualquer enunciado. Por outro, o estatuto da comunicação elege variáveis (tecnológicas e conceituais), que somam fatores de diferentes naturezas. Como síntese, penso a diversidade cultural/sexual no país como extenso esforço interdisciplinar entre subtemas, objetos e contextos.

Se não é possível a manifestação utilizada pelo sistema hegemônico dos meios de comunicação de massa, então, cabe criar espaços midiáticos alternativos, que promovam um varal de pontos capazes de sintetizar a demanda de grupos minoritários e/ou vulneráveis. Falo de

uma criação mais específica, alternativa.

Determinadas especificidades de temas constituem valores para determinados grupos, portanto, a comunicação se dirige, estrategicamente, para os focos segmentados. Isto é, direciona-se o enfoque de questões pontuais que importam e legitimam uma voz destoante. Mais que isso, instaura-se uma posição.

Também, com baixos recursos, por exemplo, a produção midiática pode atingir resultados eficientes, ao usufruir das artimanhas tecnológicas. A cultura digital auxilia no desenvolvimento de organização, planejamento e disseminação de propostas alternativas, que expandem o circuito informacional contemporâneo. Com isso, a informação pode ser melhor reverberada.

Uma mídia alternativa deve ser exposta como inovação conceitual e tecnológica de criação. Ou seja, inovar pede mudança. Uma mudança criativa, que se operacionaliza e transforma em resultantes plausíveis à sociedade. E para isso, há a necessidade de se preparar para uma nova ambientação midiática. Talvez, até mais versátil. Inovar, assim, implica transversalizar os dados de informação. Alternar.

O ato de alternar é intensificar a experiência, porque busca outra forma de lidar com as coisas do mundo. É deixar





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

incluir, por exemplo, a improvisação para se obter um dado imprevisível, inaugural. Não seria apenas a busca pelo genuíno como fator primordial, mas a expectativa de suprir uma dificuldade imposta pelo sistema.

Para o sujeito contemporâneo, seria descobrir sua própria forma de agir e/ou pensar e ter atitude frente às coisas do mundo. Do mesmo modo, a alternativa mostra um jeito diferente, incomum, das regularidades de qualquer estado de representação. Logo, a mídia alternativa rompe, amplia, expande.

De acordo com John D. H. Dowing,

Mídia alternativa é quase um paradoxismo. Qualquer coisa em um ponto é alternativa a alguma coisa. (...) Até certo ponto, a designação extra de *radical* ajuda a firmar a definição de mídia alternativa (DOWING, 2002, p. 27).

Para esse autor, a mídia radical alternativa apresenta-se numa enorme variedade de formatos e, além disso, serve para dois propósitos:

- a) Expressar *verticalmente* a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento;
- b) Obter, *horizontalmente*, apoio e solidariedade e construir uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência da

estrutura de poder.

Tal panorama torna-se complexo, do ponto de vista da representação e sua compreensão técnica/tecnológica, visto que expressa a veiculação “adequada” de uma informação. Essa última atualiza-se pela própria manifestação enunciativa.

Ou seja, a ideia de comunicação alternativa, nesse conjunto operacional, deve despertar a audiência para (re)avaliar as instâncias representacionais, as quais entrecruzam a diversidade de formas e conteúdos veiculados pela/na mídia hoje. Ao conseguir acompanhar os (inter)câmbios que associam e somam a comunicação com a informação, destaca-se a qualidade inventiva dos códigos (hiper)midiáticos, cujo eixo implementa este trabalho. Aqui, a tecnologia digital faz a diferença!

A comunicação alternativa, nesse bojo, procura explorar brechas, lacunas, *gaps*, desvios, falhas no binômio mercado/mídia. Aquilo que não converge diretamente no sistema, embora faça parte dele. São alternâncias capazes de abrir, ceder e explorar “novos/outros” movimentos de tempo-espço, conforme a manifestação instável do objeto/contexto. Portanto, a atuação dessa dinâmica alternativa não seria fora do sistema, mas propriamente nele.

Nesse caso, estratifica-se a comu-





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

nicação contemporânea entre o popular e o alternativo. Há uma equação de tendências dissonantes que ao alternar permite a entrada de outras/novas possibilidades; talvez, seja algo que não esteja diretamente inscrito no território midiático. Trata-se da exceção: o que conduz um diferencial e nem sempre se coloca como proeminência exclusiva da mensagem. Mas, está lá!

Diversidade cultural/sexual

É fato, a comunicação alternativa toca a inclusão de vozes apagadas, esquecidas e/ou impedidas de fala perante desafios identitários, socioculturais e políticos em contraponto ao sistema hegemônico. Uma ação inclusiva, aqui, requer que o outro participe de acordo com o quem tem algo pontual para oferecer ao mundo; e não o que o mundo deseja. Essa seria uma outra lógica alternativa!

A diversidade cultural/sexual no país, então, toma fôlego para *sair do armário*. Longe da monotonia, seria lidar com as aberturas do acaso e/ou do imprevisível. Um adeus à inércia é potencial de múltiplas combinatórias. Seria agir sem se repetir, ao tentar superar limites. Trata-se das idiosincrasias da diversidade!

Paradoxalmente, sem a intensão exclusiva de especificidades, entre a unidade e a universalidade, expõe-se o peculiar e a singularidade que assinam como

traços identitário, sociocultural e/ou político. No agenciamento de questões transideológicas atreladas à expectativa de identidade cultural, a diversidade torna-se uma recorrência híbrida e instaura fundamentos à elaboração de estratégias discursivas, o que se inscreve relevante em uma perspectiva crítico-conceitual.

Na lógica dessa diversidade, uma escritura refina e sugere poeticamente afeto, encontro, despedida, desejo, erótica, sensualidade, sexo, etc. Neste viés, opto por um percurso favorável à experimentação de um pensar contemporâneo.

Essas escrituras não podem ser vistas/lidas apenas como espaço de luta e reivindicação identitária. Busca-se ampliar o olhar sensível e relacioná-lo a partir de uma política afirmativa da diferença, cujo aspecto teórico procura auxiliar a reflexão.

A qualidade e a intensidade – inscritas pela diferença – (re)dimensionam o valor pensante de agenciamento e negociação, visto sob manifestações consensuais ou conflitivas da diversidade cultural/sexual. O critério, entendido como área de tensão e conflito, mostra um posicionamento agudo, constituído do que desestabiliza o controle do sistema, criando entrechoques. Denominada por seu caráter peculiar, não seria uma imagem irregular de um *ethos* sobreposto ao normativo, mas a mediação profunda





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

que se ocupa da instabilidade no sistema, naquilo que não se tipifica, porque não se acentua *in loco*.

Agora, alternativas identitárias, socioculturais e políticas tentam equiparar, democraticamente, as vastas desigualdades no país e no mundo. Ou seja, elabora-se um esforço tenaz para fazer urgir uma voz da diferença!

Pronto, o lugar da diversidade cultural/sexual também (re)inscreve variáveis étnicas, religiosas, sociais, entre outras. *A priori*, a diversidade toma conta da cena quando a comunicação alternativa apreende a (re)significação da informação estimulada para ser repensada. *A posteriori*, essa reflexão perpassa uma atualização, que reitera os ditames de ser contemporânea.

Assim se refazem veredas conceituais e críticas diante das coisas do mundo. Essa reiteração, de “mexer no baú”, convoca a possibilidade de retratar a notícia jornalística, por exemplo, como quem lida com a sedimentação (mais detalhada) da informação. No caldeirão de farturas e excessos, drag queens, boates, baladas são mais que babados e badalos marcados discursivos (isto é, termos impactantes), traduzidos como efeitos midiáticos.

Segundo Néstor Canclini:

Agora nos perguntamos se é possível organizar mundialmente uma sociedade civil, capaz de atuar na medida das redes e simulacros deste mercado polimorfo. Não só com ações simbólicas e efêmeras. Como proteger a propriedade intelectual e, ao mesmo tempo, o acesso aos patrimônios tangíveis e intangíveis, gerir as relações interculturais com um sentido democrático, dar espaços e telas para a diversidade? (CANCLINI, 2008, p. 88)

A complexidade dessa questão está no reconhecimento da dimensão de diversidade. Por causa disso, citar a diversidade requer pensar os modos de dividir a diferença, que se prolifera *ad infinitum*. Em um mundo de tamanha desigualdade social, a lógica da diversidade solicita atenção aos desafios intelectuais e políticos.

A diversidade torna-se uma recorrência híbrida e (re)instaura fundamentos para a elaboração de estratégias discursivas, o que se inscreve como dado relevante neste trajeto de intervenções propositivas. Uma diversidade que se nutre de acúmulo de vivências e experiências, na multiplicidade de territórios insólitos.

A diversidade, então, instaura-se em um processo de leitura e (inter)mediação que (re)alinha e (retro)alimenta as trocas, os intercâmbios – o vai-e-vem e o vice-versa. É saber lidar com a alteridade – ou seja, com as variáveis do Outro como reflexo de espelhamento. Seria a metáfora do espelho





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

uma alternativa, que altera.

O outro, aqui, emerge como referente, na (re)configuração da escritura (homo/hetero/pan)erótica, a qual trato conceitualmente no teor da diversidade cultural/sexual. Destaca-se a estratificação de estados múltiplos, plurais do sujeito contemporâneo. Não que isso seja uma tentativa de esgotamento ou parcialidade de pressupostos, ao contrário – é um elemento conceitual e crítico.

A campanha

Distante de qualquer opção de centralidade, agora, observa-se a estratégia discursiva da margem (fronteira/limite dentro/fora), cujo desfecho orienta o periférico tomar conta da agenda dos debates. Legitimam-se ressonâncias alternativas.

Trata-se de um largo leque de oportunidades que se amplia, cada vez mais, apoiado por um cenário extremamente aberto – em constante transformação. Uma elaboração fluída de um pensar criativo!

Desta forma, para incentivar o uso da camisinha, no carnaval 2010, o Ministério da Saúde lançou uma campanha publicitária, que de modo descontraído cria uma fábula do jovem garoto que conversa com o preservativo.

Quando objetos (inanimados) se expressam por meio de falas isto seria uma fábula. Um confabular errante de projetos e tendências. A fábula permite que o encantamento mágico das coisas sirva de mote para ampliar a representação da mensagem, cujo desfecho ressalta o diálogo entre ambos – o garoto e a camisinha.

A interação desses personagens equaciona sua máxima imaginária com a voz da atriz Luciana Piovani². Diante de uma proposição metafórica, é preciso reconhecer um sistema discursivo para constituir uma leitura. A estratégia é agir dentro desse sistema e se organizar como forma de conhecer suas condições adaptativas, na expectativa de aplicar sua própria artimanha.

A campanha é dirigida para a cultura LGBT, uma vez que os parceiros são dois rapazes que estão em vias de um relacionamento. Ainda assim, estende-se ao grande público na TV, ao dar visibilidade à diversidade cultural/sexual do país.

O anúncio pode mudar a direção do jogo para o público; como quem percebe a vida por uma estrutura do pensamento. A campanha publicitária pretende colocar em cena o uso “consciente” do preservativo, de modo criativo. Portanto, configura-se uma discussão diferente daquilo que esteja meramente idealizado.

Logo, alternar seria intensificar a





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

experiência, porque busca outra forma de lidar com as coisas do mundo. O encantamento da festividade publicitária, aqui, elege o afeto: característica suave para que o personagem – use sempre camisinha – venha constituir uma leveza e permita o público ser afetado pela mensagem.

A partir daqui, passo a descrever e detalhar o anúncio audiovisual:

A cena inicial ocorre a partir de um movimento regular da câmera na crua – em uma direção angular de cima pra baixo – a fim de introduzir um jovem na beira da calçada de uma esquina, em frente a um bar noturno. Ao fundo na calçada, há mesas com pessoas conversando entusiasmadamente, motivados pelo clima visual.

O protagonista olha para dentro do bar, enquanto aguarda a chegada de uma paquera (um garoto), ou um pretenso namorado. Ele fala ao telefone com o outro que está dentro do estabelecimento. Diz:

– *Oi. Tô esperando aqui fora.
Tá bom.*

De repente, sente um breve incômodo. Ouve alguém chamando. Começa a procurar. Então, ouve uma voz (em off):

– *Psiu, aqui, aqui, embaixo.*

Ele percebe o bolso se mexendo.

Com a mão direita retira a camisinha e diz:

– *Ah! É você!*

A camisinha responde:

– *Quem você pensou que fosse?
A sua identidade?!
É claro que sou eu!*

Ele mostra o jovem para a própria camisinha e pergunta:

– *É um gato, não é?!*

Neste instante, há uma espécie de “chamada de atenção”, provavelmente para a prática de sexo seguro:

– *Olha lá, hein?
Me põe nessa parada!
Não é porque ele é gato que você
vai me esquecer.*

E o protagonista, imediatamente, confirma:

– *Tá bom.*

No final, ela incentiva com empolgação:

– *Vai que é seu, arrasa!*

Para fechamento do anúncio publicitário, reserva-se um espaço conclusivo, que indica a assinatura da mensagem





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

institucional do Ministério da Saúde.

Locução (voz masculina):

Camisinha

Com amor, paixão ou só sexo mesmo.

Use sempre.

Considerações finais

A produção do conhecimento perante os estudos contemporâneos devem evidenciar uma escrita sobre as mídias alternativas atreladas à diversidade cultural/sexual. Um tecimento de premissas que planeje o agenciamento/negociação das instâncias midiáticas, apreendidos para além do âmbito de alteridade, diversidade e diferença.

São ações circunstanciais dessa diversidade, que utilizam interstícios da uma singularidade inerente a imagens, contextos e representações – para além de qualquer fragmento canônico.

Dito de outra forma, a idiossincrasia da diversidade, hoje, diz respeito à variedade e convivência de idéias e ideais: são sintomas diferentes entre si, em determinado assunto ou tema. Isso perpassa eixos cada vez mais amplos de variantes discursivas, porque é do confronto de posicionamentos diferentes que surgem “novos/outros” resultados.

Um adeus à inércia com essa

dinâmica é potencial de múltiplas combinatórias em sua pluralidade remete à diversidade cultural/sexual brasileira. O que consegue elencar e abarcar uma máxima expressão de edificar um pensamento não-assentado à deriva.

Trata-se de uma (inter)mediação representacional da linguagem contemporânea, que impulsiona uma mídia (alternativa) mais atenta à proliferação da diversidade. Essa se expande e destaca uma variedade de gostos, estilos, meios, modos, formatos, entre outros.

Portanto, no caso das mídias alternativas, deve-se trocar o termo *tolerar* para algo mais complexo e efetivo – RESPEITAR.

O amor que ousa dizer seu nome é um amor entre iguais que promove um exercício de cidadania com competência e responsabilidade. Da marca registrada do pensamento de Oscar Wilde fica o recado bem preparado. Esta é uma máxima dos afetos entre iguais. Uma posição de mundo!





Experiências de Mídia Alternativa e Cultura na América Latina

Referências bibliográficas

BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Trad. de Myriam Ávila, Eliana L. L. Reis e Gláucia R. Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

CANCLIN, Néstor Garcia. *Leitores, espectadores e internautas*. Trad. de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

DOWING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. Trad. de Silvana Vieira. São Paulo: Senac, 2002.

EAGLETON, Terry. *Depois da teoria: um olhar sobre os estudos culturais e o pós-modernismo*. Trad. de Maria Lucia Oliveira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

GARCIA, Wilton. (org.). *Corpo & espaço: estudos contemporâneos*. São Paulo: Factash-Hagrado edições, 2009.

_____. *Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Thomson Learning, 2005.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Corpo e forma – ensaios para uma crítica não-hermenêutica*. João Cezar de C. Rocha (org.). Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

HALL, Stuart. *Da diáspora – identidades e mediações culturais*. Liv Sovik (org.). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

MATURANA, Humberto. *A ontologia da realidade*. Trad. de Cristina Magro, Miriam Graciano e Nelson Vaz. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1997.

Notas

¹ Ver no *website* http://www.youtube.com/watch?v=ITa_PQ0bGHs

² A atriz cedeu o cachê, ao gravar gratuitamente a voz da camisinha.

