Belo Horizonte, 100 anos depois: 
as novas condições da experiência 
Projeto Integrado de Pesquisa

Relatório Final de Pesquisa

Coordenadora da Pesquisa: 
Prof. Dra. Vera Regina Veiga França

Professores Pesquisadores: 
Prof. Dr. César Geraldo Guimarães 
Prof. Mestre Elton Antunes 
Prof. Dra. Regina Helena Alves da Silva 
Prof. Dr. Paulo Bernardo Ferreira Vaz

Bolsistas de Aperfeiçoamento: 
Carlos Alberto Ávila Araújo (CNPq) 
Juliana Santos Botelho (CNPq) 
Viviane Dias Loyola (CNPq)

Bolsistas de Apoio Técnico: 
Cláudia Chaves Fonseca (CNPq) 
Juliana Maria de Siqueira (CNPq) 
Lúcia Lamounier Sena (CNPq)

Bolsistas de Iniciação Científica: 
Ana Carolina de Oliveira Santos (BIC/FAPEMIG) 
Cátia Maria Carneiro Luz (BIC/CNPq) 
Jâkeline Lins Guimarães de Albuquerque (BIC/CNPq) 
Liana Caldeira Barbosa (BIC/CNPq) 
Marina Pimenta Spinola Castro (BIC/CNPq) 
Mírian Cristina Freire Santos (BIC/CNPq) 
Patrícia Duarte Cançado (BIC/CNPq) 
Piedra Magnani da Cunha (BIC/CNPq) 
Rodrigo Guedes Mascarenhas (BIC/FAPEMIG) 
Silvana Maria de Souza (BIC/CNPq) 
Tânia Ferreira Pullier (BIC/CNPq)

1997 / 1999
Sumário

Resumo ........................................................................................................................................... 5

Palavras-Chave .................................................................................................................................. 5

I – Primeira Parte: A Cidade, o Centenário e a Comunicação

1. Belo Horizonte e a Comemoração do Centenário - Regina Helena Alves da Silva ....7

2. O Rei Está Nu: A Publicidade do Centenário - Paulo Bernardo Ferreira Vaz ....... 18

3. A Experiência do Centenário: A Construção do Acontecimento – Elton Antunes ... 27

4. O Centenário como Rede de Atos de Linguagem - César Geraldo Guimarães ...... 42

5. O Centenário de Belo Horizonte como Fenômeno Comunicativo – Vera Regina Veiga França ........................................................................................................................................ 52

II – Leituras Temáticas

1. O Poder Público Enquanto Emissor Autorizado – Lúcia Lamounier Sena .............. 68

2. Percursos Descentralizados do Centenário – Tânia Ferreira Pulier ...................... 90


4. Baú de Imagens Oficiais de Belo Horizonte – Rodrigo Guedes Mascarenhas ........ 135

5. A Arte de Narrar uma Cidade: O Jornalismo nos Cem Anos de Belo Horizonte – Cátia Maria Carneiro Luz e Liana Caldeira Barbosa ................................................... 152
6. Centenário de BH: A Construção Discursiva no Radiojornalismo – Carlos Alberto Ávila Araújo e Cláudia Chaves Fonseca ................................................................. 170

7. BH Na Tela: Construções Telejornalísticas dos 100 anos da Capital – Piedra Magnani da Cunha ........................................................................................................ 203

8. A “Capital do Século” por seu Cidadão – Ana Carolina de Oliveira Santos ........ 225

Referências Bibliográficas .................................................................................... 245
APRESENTAÇÃO

Um trabalho de pesquisa não se traduz bem – ou não se traduz completamente – num relatório, pois ele remonta a uma experiência de formação, a um trabalho de produção teórico-metodológica, à construção de um modo de ver e de analisar - tanto quanto à análise quanto à leitura construídas.

O projeto por nós empreendido teve como objeto de estudo o centenário de Belo Horizonte, realizado no ano de 1997, tomado enquanto fenômeno comunicativo. Apresentamos neste relatório nossa leitura do centenário; nossos achados, nossa compreensão, bem como as ferramentas teóricas usadas no processo de apreensão. O relatório está dividido em duas partes: a primeira delas indica uma leitura mais transversal e global do fenômeno estudado; a segunda promove recortes mais específicos e pontuais sobre os vários elementos e aspectos que o compõem.

Porém, para além dessa análise, é preciso registrar a participação de um grupo significativo de bolsistas do Curso de Comunicação Social da UFMG que, no âmbito dessa pesquisa, aprofundou e completou sua formação acadêmica. É preciso ressaltar o reflexo do grupo de pesquisa no fortalecimento da área de concentração do Mestrado; a consolidação e expansão do próprio grupo, com a ampliação do número de professores pesquisadores, a convergência e o diálogo frutífero de olhares diferenciados e contribuições diversas.

Essa pesquisa, dando sequência a outros projetos anteriormente desenvolvidos por alguns dos professores participantes, avançou na construção da sua concepção do processo comunicativo; testou e consolidou um referencial metodológico de análise da globalidade do fenômeno a partir de suas várias instâncias; aprofundou sua compreensão dos processos relacionais, da pluralidade e ambigüidade das relações e do processo interacional, assim como da espessura e/ou exiguidade das imagens. Aprendemos também um pouco mais sobre a experiência e sobre os homens.

O GRIS (Grupo de Estudo e Pesquisa sobre a Imagem e a Sociabilidade) saiu fortalecido desse trabalho – e estimulado para novos avanços.

Vera Regina Veiga França
Coordenadora da Pesquisa
PALAVRAS-CHAVE

Centenário de Belo Horizonte, Mídia, Experiência Comunicativa, Imagem, Sociabilidade.

RESUMO

Nosso objeto de estudo foi o centenário de Belo Horizonte, analisado enquanto processo comunicativo.

Recuperando suas dimensões histórica, social e política, bem como o quadro de sua experiência cotidiana, a comemoração do aniversário de uma cidade realiza-se enquanto processo de construção e partilhamento de sentimentos.

Trata-se então de buscar a materialização desses sentimentos - na forma de produções discursivas, eventos, intervenções - bem como identificar os diferentes interlocutores (sujeitos comunicativos) desse processo.

Nosso desenho metodológico promoveu o recorte de três instâncias: o poder público (a Prefeitura); a mídia (jornais, rádios e TV) e os cidadãos.

Essas instâncias, através de recortes específicos, nos forneceram a base empírica onde fomos buscar a construção e enunciação das imagens da cidade centenária; a forma de participação nos eventos comemorativos; a estratégia comunicativa e as relações interlocutivas estabelecidas entre os participantes.
Primeira Parte:
A Cidade, o Centenário e a Comunicação
1. Belo Horizonte e a Comemoração do Centenário

Regina Helena Alves da Silva

Belo Horizonte é uma cidade marcada pela imagem do moderno. Isso pode ser explicado pelo fato dela ser uma capital projetada, pensada, planejada. Podemos também pensá-la como sendo uma das primeiras experiências urbanas de como acompanhar a “ordem e progresso”, lema tão caro à República que se implantava no país no final do século XX. No caso de Belo Horizonte, a intervenção feita no espaço urbano não é no sentido de melhorar a imagem do Brasil no exterior ou de reformar um tecido doente, como foram, por exemplo, as reformas do Rio de Janeiro no início do século XX. A nova capital das Minas Gerais faz parte do projeto de um dos muitos grupos que se debatiam na briga pela hegemonia na condução política do estado.

Em fins do século XIX, propôs-se a criação desta nova cidade, uma nova capital, ao invés de reformar a antiga. Belo Horizonte teve as linhas básicas de seu traçado definidas antes mesmo da escolha de seu local. Esta nova cidade viria como que para se contrapor à antiga capital, Ouro Preto, lugar condenado por ser a imagem do Brasil colonial e por não poder comportar, diziam na época, as exigências urbanísticas de uma cidade moderna.

Belo Horizonte é apresentada pelo discurso dos políticos mineiros favoráveis à mudança da capital, como um novo símbolo para a República. Uma cidade que nasceria livre dos problemas de saneamento, livre das doenças, com regras para abertura de ruas e construções, enfim, uma cidade que pudesse prever todas as necessidades de seus habitantes e, além disso, ser um pólo irradiador de progresso para o estado de Minas Gerais.

Belo Horizonte é uma cidade que primeiro foi exposta em planos, plantas e depois começou a ser moldada e finalmente foi construída. As cidades planejadas são assim, nascem de uma concepção global de como devem ser distribuídos seus espaços e de como o homem deve habitá-los. São formadas, ordenadas, controladas. São lugares onde um poder busca determinar a concepção de um espaço liso e rápido, para que as mercadorias - pessoas e objetos - possam circular sem entraves. Assim planejar esta
cidade significou lançar mão da estratégia da ordem e da medida a fim de controlar o espaço social e garantir a circulação.

Após a decisão de mudança da capital do estado de Minas Gerais em 1893 é instituída uma Comissão Construtora, formada por engenheiros como Aarão Reis, Saturnino de Brito, Francisco Bicalho¹ e outros, que buscava projetar uma cidade “a partir das mais modernas técnicas urbanísticas”. A partir disso as propostas de civilização e progresso, baseadas no saber técnico dos engenheiros, vão ser aplicadas na construção da cidade de Belo Horizonte.

A Comissão que foi instituída para planejar e construir a nova cidade acreditava que uma observação atenta dos fatos que desordenaram outras cidades e a correção científica e racional destes problemas detectados poderia levar à proposição de uma cidade perfeita. Principalmente porque a nova cidade surgiria em um espaço vazio e seria inteiramente calculada, projetada e desenhada antes de sua ocupação.

Na idealização da nova cidade os ecos de uma utopia urbana ainda podem ser escutados quando voltamos aos documentos da Comissão Construtora. A cidade que se queria ideal era descrita em seus mínimos detalhes. Um plano estava sendo proposto a partir de uma realidade exterior ao espaço onde seria implantado, com uma concepção de que a sociedade se moldaria ao espaço já estruturado, e o poder público o executaria como uma estratégia de ação político-administrativa. A forma da cidade, neste caso, não estava se conformando como uma testemunha do passado mas, sim, como criadora de um futuro que se queria.

O local escolhido para a realização deste plano não estava vazio. Existia aqui um velho arraial, o do Curral d’el Rei, onde a população local, quando da decisão da construção da nova capital, acreditou, em um primeiro momento, nas perspectivas de um novo mundo com novos negócios. Os moradores ouviam dizer que a nova capital seria completamente diferente da velha Ouro Preto, nada que lembresse a monarquia e a escravidão. Quando escutavam os planos da Comissão Construtora, não os compreendiam direito mas calculavam que seria tão bom quanto a república e naquele arraial “todos eram republicanos”.

Logo a nova capital se mostrou o retrato de nossa também nova experiência política: a de um país republicano. A cidade foi extinguindo os sonhos e mostrando sua face excludente. O arraial foi desapropriado, o engenheiro-chefe da Comissão Construtora

dizia esperar contar com a boa vontade da população local para que ela desocupasse o espaço e seguisse as prescrições regulamentares, senão medidas enérgicas seriam necessárias. Assim a população do arraial vai se retirando, alguns para as cidades do interior, outros para os arredores da capital. Eles se retiravam para ceder lugar à nova gente que vinha trazer o progresso. Sobre o arraial demolido foram surgindo outras casas, outras ruas. Ninguém entendia direito que tipo de cidade era aquela.

Com o início da construção a cidade passa a ser esquematizada na terra, surgem caminhos aparentemente confusos, em quadrados, uma espécie de labirinto em xadrez, do qual, se tinha a impressão, ninguém poderia escapar. Um labirinto ordenado, rigidamente traçado, que poderia se desenvolver num crescimento geométrico, rumo aos novos desígnios da nação.

A imagem da destruição para a construção de “uma cidade nova e moderna” marcou de maneira drástica o caso de Belo Horizonte. Escolhido o local para a construção da nova capital – um pequeno arraial dos tempos coloniais – a decisão dos engenheiros foi de destruição do lugar. Como que apagando desse espaço as relações e experiências que o construíram e lhe deram significado. Assim, Belo Horizonte surge sobre as ruínas de um velho arraial do “Curral del Rei”, demolido para dar espaço à nova capital.

Este tipo de “projeto urbano” vira modelo para as intervenções em outras cidades brasileiras. Em primeiro lugar foi apresentada pelos engenheiros-urbanistas brasileiros, nas duas primeiras décadas do século XX, como a solução ideal em termos de saneamento para o problema das cidades. Seu traçado, apesar de bascado em um esquema clássico de barroco tardio e tendo como modelo o plano de L’Enfant para Washington, refletia a formação politecnica e as idéias positivistas dos engenheiros construtores da cidade.

Em segundo lugar, a capital mineira é um modelo de intervenção com relação ao tratamento dispensado à população do local. Aarão Reis, engenheiro-chefe da Comissão Construtora, decide que os habitantes do velho arraial não pertencem ao “novo projeto de cidade” e portanto devem ser expulsos do lugar - na verdade é como se eles não existissem.

Belo Horizonte é apresentada por Aarão Reis como um exemplo de intervenção que não causou conflitos com a antiga população já que a cidade foi construída em um “lugar vazio”. Este lugar, segundo ele, deveria ser preenchido por habitantes que conseguissem se integrar e compreender a proposta de progresso contida em seu projeto. No entanto, esta imagem de projeto urbano que consegue ser compreendida e
viabilizada pela população, criada pelo discurso de Aarão Reis, esconde uma infinidade de conflitos que aconteceram durante a construção da cidade.

E, em terceiro lugar, a construção da nova capital de Minas se transforma em exemplo de intervenção, pela forma de condução do projeto feita pela Comissão Construtora.

“A instituição desse órgão [...] e suas prerrogativas (a sua completa autonomia em relação a outros serviços e subordinada diretamente ao Presidente da Província) representam um fortalecimento do poder executivo, substituindo a ação parlamentar pela ação direta de um órgão técnico-administrativo, concentrando o poder decisório nas mãos do Presidente da Província.”

Esta reestruturação e fortificação do poder público abre um precedente para outras reformas que são feitas em cidades brasileiras.

A Capital, enquanto símbolo das múltiplas possibilidades do movimento civilizador, tinha funções amplas, consubstanciando-se no impulso que iria modernizar Minas Gerais. Em sintonia com as transformações que agitavam o País e o mundo, a cidade que se desejava cosmopolita e moderna deveria ser um incremento para as atividades industriais e comerciais, um campo de experimentação para as inovações tecnológicas e científicas e, sobretudo, exercer um papel pedagógico no sentido de inicuirt os novos hábitos urbanos.

Concebida para uma população de 200.000 habitantes, Belo Horizonte, no seu plano original, apresenta-se como um círculo concêntrico do qual partem avenidas que se constituem em vias centrais de outras áreas. A cidade foi dividida em três zonas - urbana, suburbana e rural - sendo a zona urbana em formato reticulado assemelhando-se a um tabuleiro de xadrez.

Dado a exiguidade do prazo para a sua construção, quatro anos, a cidade foi inaugurada em 1897 em condições bastante precárias, estando muitas das obras inacabadas e várias edificações que constavam do projeto inicial sequer foram construídas.

Desde a sua inauguração, a cidade planejada passa a conviver com problemas de infra-estrutura que se intensificam à medida que cresce a sua população.

O crescimento de Belo Horizonte extrapola todas as expectativas do plano inicial. Em menos de quatro décadas, a cidade atinge a cifra de 210.000 habitantes, ultrapassando a marca inicial prevista para um período de aproximadamente cem anos.

---

2 CHIAVARI, Maria Pace. *Op. Cit.* p. 584
No início da década de 20, quando a construção da cidade é dada por terminada, foram necessárias novas medidas para que se pudesse controlar os problemas que foram surgindo. A partir deste momento a grande preocupação foi com o crescimento desordenado da cidade. Para a administração pública era inadmissível permitir que uma cidade fundada dentro dos padrões da racionalidade, da ordenação e de um plano geométrico considerado definitivo, crescesse pelo “método natural”. Era necessário então, o estabelecimento de um plano “ponderado e racional” que impedisse o surgimento de prédios a esmo e impusesse normas de construção para os proprietários. Discute-se nesta ocasião se há necessidade de elaboração de um plano geral para o conjunto da cidade ou se deve se buscar soluções pontuais pensando-a bairro a bairro.

No final da década de 30 é proposta a criação de um bairro baseado na “cidade-jardim” de Ebenezer Howard. A Cidade-Jardim é anunciada pelos jornais e revistas como sendo a solução encontrada para a urbanização dos bairros ainda quase totalmente despovoados. Este projeto, baseado em outro que já vinha sendo desenvolvido para a cidade de São Paulo, era visto como o retorno da ideia de crescimento ordenado da cidade só que o desenho urbano agora não seguia o projeto inicial de Aarão Reis. As distâncias entre as casas deveriam ser maiores que as normalizadas para a área urbana do projeto inicial e as ruas não seriam mais retas e sim em curvas de nível. Apenas um bairro da cidade foi implementado através deste tipo de projeto.

Em 1941, o engenheiro Lincoln Continentino apresenta um plano de urbanização para Belo Horizonte. Este plano havia sido encomendado ao engenheiro pelo então prefeito José Osvaldo de Araújo em 1938.

Inicialmente Continentino diagnostica os problemas da cidade e a forma como entende a questão urbana naquele momento. Ressalta que algumas das orientações urbanas do plano original já não são mais recomendáveis. A forma regular e simétrica demais, sem levar em consideração a topografia do terreno, acarretou em fortes ladeiras e na passagem de córregos no interior de vários quarteirões. Além disso, o rápido crescimento da cidade havia gerado a construção indiscriminada, sem planejamento e orientação de inúmeras vilas e bairros na periferia.

Continente retoma a discussão sobre o projeto inicial da cidade e conclui ser necessário um planejamento global, que pense a cidade como um todo. Já que a cidade havia crescido fora dos parâmetros que haviam sido propostos era necessário agora, controlar globalmente sua expansão. Propõe a centralização da cidade e dos órgãos administrativos, a velha ideia de Aarão Reis. No fundo a proposta de Continentino é
quase que um retomar do projeto inicial, chamando a atenção para modificações no traçado mas, mantendo a espacialidade delimitada pelas funções da cidade. Acrescenta a isso novas propostas de cidades-satélites, preocupações com o sistema viário e com os meios de transporte. Para a zona suburbana da cidade propõe transformá-la em células, onde cada bairro seria tão independente quanto possível do centro urbano.

Este plano de urbanização não se transformou em um “Plano Diretor”, como queria seu autor, tão pouco foi implementado. Das “células” planejadas, uma se transformou no bairro Cidade Jardim e outra no embrião da idéia de uma Cidade Universitária. O plano também apoiava uma cidade-satélite que começava a ser construída: a Cidade Industrial.

Neste momento, surge a figura do prefeito “mais moderno” que Belo Horizonte já teve, Juscelino Kubitschek. JK traz algumas mudanças nas concepções urbanas que vinham sendo propostas para a cidade. A mais radical foi com relação a idéia de vilas proletárias como vinha sendo defendida pela administração pública até então. Para Juscelino, a construção de vilas operárias ou populares não era a melhor solução, pois havia falta de espaço urbano suficiente para estes projetos. A solução, segundo JK, seria a construção de grandes prédios de apartamentos. Iniciou este tipo de ação, seguindo o exemplo da cidade do Recife, decretando a extinção das favelas. Escolheu como primeiro lugar de intervenção o bairro da Lagoinha onde se localizava a maior favela de Belo Horizonte: a Pedreira Prado Lopes. Propôs a criação de um conjunto habitacional composto de nove prédios de apartamentos e inicia a verticalização da área suburbana da cidade. Este conjunto, que passa a ser conhecido como IAPI, não eliminou a favela mas serviu para escondê-la daqueles que passavam pela nova avenida aberta no bairro e serviu de caminho para a cidade-satélite do lazer proposta por JK: a Pampulha.

Para ele, a construção da Pampulha era mais do que a construção de bairro para o lazer, era a construção do elemento humano morador da cidade moderna. Uma maneira de moldar a sociedade na forma que se julga perfeita. Transformar os corpos em corpos sãos. O culto à forma sai do traçado geométrizado da cidade e atinge o corpo humano. Seguindo as idéias de comunhão da cidade com a natureza, do campo com o urbano, agora a cidade ideal, moderna, racional e científica, tem que transformar o homem no ser civilizado, moderno e plenamente capaz de se apropriar do espaço urbano perfeito. Assim JK convida inicialmente Lúcio Costa para projetar a Pampulha. Costa indica o arquiteto Oscar Niemeyer para o trabalho. Inicia-se uma parceria entre o administrador
Juscelino, o urbanista Lúcio Costa e o arquiteto Niemeyer que vai culminar no projeto e construção de uma nova capital para o país: Brasília.

Juscelino é um exemplo de administrador que parou de pensar a cidade como um todo e que passa a se preocupar com a área mais visível, com os lugares que deveriam se transformar em espetáculo. Antes a cidade inteira era vista como um cartão postal moderno, agora o que interessa são os espetáculos compartimentados. Antes se pensava em crescimento da cidade aplicando às novas regiões a mesma ideia urbana que se tinha para a área central. Temos a observar que não foi Juscelino o único que formulou e implementou intervenções com finalidades basicamente estéticas, mas foi o que melhor capitalizou politicamente o discurso da intervenção modernizadora no espaço urbano.

O projeto inicial da cidade e a gestão de Juscelino Kubitschek são dois marcos na história urbanística de Belo Horizonte. São dois momentos onde o urbanismo se casa claramente a um projeto político. E além disso, temos a constituição de uma imagem de espetáculo moderno que busca transformar a cidade em símbolo de uma proposta que vai muito além de um simples reordenamento do espaço urbano.

O projeto político do prefeito JK se amplia com a tentativa de transformar Belo Horizonte em uma capital-moderna e cultural. São inúmeros os investimentos feitos pela administração municipal no sentido de trazer para a cidade eventos culturais que marcariam a imagem da cidade para o país como a de um lugar onde a questão cultural era prioridade.


O Centenário e a Comemoração

O que se quer comemorar desta cidade? Seu aniversário de 100 anos foi anunciado desde a gestão Eduardo Azeredo que procurou investir na criação de uma imagem de cidade “boa de se viver”, cidade com um elevado padrão de qualidade de vida urbana.
Aliado a isso procurou-se a recuperação de espaços da cidade considerados pelo poder público como lugares de memória – exemplo disso foi a reforma da Praça da Liberdade – que buscava uma volta a uma Belo Horizonte antiga, sem problemas, sem conflitos, de clima agradável. Era o início de uma retomada de cidade do passado, de um lugar nostálgico, que deveria ser recordado/resgatado para dar significado ao centenário.

A celebração de um acontecimento pode ser vista como um momento onde as imagens e o conhecimento do passado são conservados e transmitidos pelas comemorações e pelas práticas cotidianas. Mas comemorar, celebrar, pode vir a alcançar um significado mais amplo do que uma simples recuperação de lembranças de um momento fundador.

A comemoração tem uma “função pedagógica e unificadora” que pode garantir a memória e/ou impor a perda da lembrança “do que não reificasse a coesão”\(^3\). Assim,

> "... a serviço da memória coletiva, as comemorações que surgiram em momentos delimitados e reificados aparecem enquanto celebrações estimadas, marcos rituais que, por trás de sua pretensa intenção, guardam ligações com lembranças desejadas e socialmente investidas."\(^4\)

Segundo Halbwachs “a sociedade tende a eliminar da sua memória tudo o que possa desunir os indivíduos”\(^5\), ou seja, tudo aquilo que não seja possível de ser recordado em conjunto. Quando pensamos nas múltiplas experiências dos que viveram a cidade podemos ver a imensa diversidade do que comemorar.

A opção feita pelo poder público de comemoração do centenário foi por uma cidade lisa e homogênea. No discurso do poder público começa a aparecer uma cidade a ser comemorada: a Belo Horizonte que durante 100 anos teria sido um lugar sem diferenças. As lembranças desejadas e socialmente investidas são as delimitadas pela necessidade do poder público de criar uma cidade que pudesse novamente ocupar o lugar que a velha capital das Minas Gerais – Ouro Preto – teve um dia. Esta foi uma cidade-capital, que durante muito tempo teve um significado econômico, político e cultural para o Brasil e para o mundo.

Já a segunda administração que investe no centenário, a do prefeito Patrus Ananias (1993-1996), incorpora o discurso da recuperação de Belo Horizonte e da necessidade

---
\(^3\) SCHWARCZ, Lilia K. Moritz. *De festa também se vive*. p. 28.
\(^4\) *Idem.*
de que as pessoas se reapropriassem do espaço urbano. Vincula o centenário a uma série de políticas sociais que colavam suas ações à comemoração dos 100 anos e utiliza o slogan “Capital do Século” com a intenção de criar um tipo de consciência na e sobre a cidade e falar de e para uma cidade popular e solidária.

Na gestão do prefeito Célio de Castro, que tomou posse em 1997 o ano do centenário, praticamente somente a ideia de uma cidade participativa e aparece um centenário com participação popular. Perde-se também a noção de centenário como construção coletiva da cidade e opta-se por um calendário de eventos.

Durante a pesquisa pode-se acompanhar como foi se gestando a comemoração do centenário e como foi se esgarçando a noção de uma celebração da cidade para a cidade.

Primeiramente seguindo uma proposta de “resgate da memória da cidade”, tivemos a restauração de algumas antigas estruturas viárias, revitalizações feitas na cidade em nome do centenário que começaram com a já citada reforma da Praça da Liberdade e depois, a mais significativa foi a da região da Lagoinha. Este projeto foi proposto durante a gestão Patrus Ananias e teria continuidade na de Célio de Castro.

Esta pretensa revitalização de uma área urbana deteriorada e com a pecha de ser a muito tempo, um espaço de malandros e prostitutas buscava ressignificar este espaço e transformá-lo. Foi feito um projeto com a ajuda de arquitetos estrangeiros e proposta a recuperação de várias ruas do bairro e de um antigo mercado que abastecia a região. No embalho das propostas de participação da população nas intervenções patrocinadas pelo poder público no ano do centenário foram feitas várias reuniões com os habitantes do bairro para discutir quais seriam as referências que queriam ver preservadas.

O fato de “consultar” a população não estabeleceu um lugar de uso para ela. Transformou esta parte da cidade em um pastiche do passado. Na realidade foi destruída uma área de moradia bastante degradada para dar lugar a uma praça de concreto no meio de uma avenida de trânsito intenso e um arremedo de restauração do mercado.

Não podemos entender patrimônio como aquilo que “preserva” a cidade de pedra, como o que congela edificações e espaços. A comemoração do centenário foi, sem sombra de dúvidas, o período de maior investimento feito pelo poder público de Belo Horizonte no patrimônio e na memória da cidade. E, apesar disso, foi uma relação sem participação e “sem significados” que o poder público conseguiu estabelecer com a cidade, sua memória, sua história, seu patrimônio e seus moradores.
Uma intervenção feita na cidade durante a gestão Célio de Castro, como forma de celebrar o aniversário, foi a instalação da praça do centenário na principal avenida do centro da cidade. Esta praça tem em seu centro um gigantesco mastro que ostenta uma também gigantesca bandeira brasileira. No discurso de inauguração deste “monumento” o prefeito da cidade lembra que a praça simboliza o cívismo do povo belorizontino. Esta foi o símbolo oficial, escolhida pelo poder público, para marcar a cidade.

Sabemos que um monumento traz em sua proposta o significado do que quer representar enquanto símbolo. Mas não é a destinação original das obras que confere a elas o significado de monumentos, somos nós que atribuímos às obras este significado. Assim podemos vê-las como monumentos se apresentarem um valor de rememoração.

Segundo Françoise Choay denominar-se-á monumento, em um primeiro sentido, todo artefato edificado por uma comunidade de indivíduos para se rememorar ou fazer as outras gerações rememorem as pessoas, os eventos, os sacrifícios, os ritos ou as crenças. A especificidade do monumento se prende a sua ação sobre a memória. O monumento não elabora e mobiliza a memória somente através da mediação da afetividade, ele o realiza de maneira a recordar o passado, fazendo-o vibrar segundo os costumes do presente. Esse passado invocado não é qualquer um, ele é localizado e selecionado na medida em que pode, diretamente, contribuir para a manutenção e preservação da identidade de uma comunidade. O monumento é uma defesa contra os traumatismos da existência, um dispositivo de segurança. Sua ligação com o tempo vívido e com a memória constitui a essência do monumento. O resto seria contingente e, portanto, diverso e variável.

No caso do monumento oficial de celebração do centenário da cidade não encontramos nenhum destes elementos. Um ano após a inauguração da praça, os habitantes da cidade apenas vêem naquele local uma intervenção desastrada, sem significado e que além de atrapalhar o tráfego de automóveis impede a visão da Serra do Curral, escolhida como símbolo da cidade em uma votação feita com a participação de grande parte da população.

Outro momento do centenário foi a Plenária Popular realizada pelo poder público municipal com a participação de representantes de várias associações de moradores, de profissionais, sindicatos, administrações regionais, grupos culturais, escolas, etc, para definir quais seriam as prioridades no ano da comemoração. Entre as propostas mais votadas estavam a da realização de uma rede de histórias dos bairros de Belo Horizonte
feitas pelos alunos das escolas públicas e integrantes dos grupos culturais de várias regiões elaborada a partir de entrevistas com os habitantes destes lugares.

No decorrer do ano esta proposta foi descartada pelo poder público, sob a alegação de falta de verbas e foi feita a opção por um calendário de eventos envolvendo basicamente festas populares que já aconteciam na cidade como, por exemplo, o carnaval, festas juninas, etc. Só que elas passaram a ser o "carnaval do centenário", o "forró do centenário", e assim por diante. Esta opção por eventos já existentes e integrados ao calendário e por eventos de "internacionalização" da imagem da cidade se contrapõem a idéia inicial, apresentada pelo prefeito na Plenária Popular, do que seriam as comemorações do centenário.

Eu quero dizer que o desejo da Prefeitura Municipal, o desejo do prefeito a e da sua equipe é que essa seja uma grande festa da cidade e do seu povo. Não apenas uma festa que o povo participe como expectador passivo. O povo é o personagem principal da festa do centenário. Tanto é verdade, que a idéia nossa de temas como direitos humanos, como defesa da cidadania, como direitos elementares do cidadão, como segurança alimentar, com habitação, como ecologia, façam parte das comemorações do centenário. Então na verdade nós estamos aqui hoje para ouvir e anotar cuidadosamente as questões advindas dos setores vigorosos e representativos da cidade, que são os setores populares e para depois configurar a chamada agenda da comemoração da festa do centenário. (...) sem dúvida hoje é a primeira de uma série de reuniões dos segmentos populares da festa do povo que é a festa do centenário."

Próximo ao dia do aniversário da cidade os ônibus passaram a circular com enormes adesivos que diziam: "o centenário está nas ruas, participe".


6 Fala do Prefeito Célio de Castro na abertura da Plenária Popular do Centenário.

7 Quase que uma "invenção" de uma tradição cultural para a cidade.
2. O Rei está nu: A Publicidade do Centenário

Paulo Bernardo Ferreira Vaz

Para comemorar a festa do Centenário de Belo Horizonte, o poder público idealiza a participação de "todos", compreendidos, nesta totalidade, os mais de dois milhões de habitantes que chamamos de "belo-horizontinos" pelo sentimento de pertencimento detectado nas falas dos cidadãos entrevistados. Caracterizada pela heterogeneidade — comum aos metropolitanos globalizados, empobrecidos e excluídos, como mencionado no capítulo anterior —, a massa da população pretendida como participante da festa deve ser comunicada disso, ser convocada e conquistada para que apresente sua adesão no grande congraçamento.

Desafios tais são rotineiramente enfrentados, por exemplo, por grandes anunciates de produtos comerciais cujo objetivo é atingir rapidamente vários grupos de audiência com eficácia. Investem pesadamente nisso, recorrendo às técnicas de marketing empresarial e operacionalizam o processo de comunicação publicitária, com os quais obtêm resultados.

Neste outro processo de comunicação, afastado do empresarial, próximo do marketing social e beirando o político, que ações podem ser detectadas, por parte do poder público — personalizado na Prefeitura Municipal de Belo Horizonte (PBH) — para atingir a audiência desejada? Qual sua estratégia para realizar a grande festa de congraçamento no Centenário, dando o suporte necessário a uma divulgação massiva das comemorações que se pretendiam participativas? Que relações se estabeleceram entre o poder público e a mídia, o poder público e os cidadãos, a mídia e os cidadãos? A publicidade institucional da PBH foi planejada, produzida e veiculada seguindo a lógica própria da comunicação publicitária ou teria obedecido a alguma outra?

Outras questões balizam nossa discussão, com respeito ao planejamento e à realização de campanhas publicitárias sobre o Centenário. Desdobrando a questão levantada nesta pesquisa — sobre como o Centerário se constitui e se realiza enquanto prática simbólica — cabe-nos, ainda, perguntar em que medida, e como, a publicidade institucional da PBH ajudou a constitui-lo. A materialização dessa ideia passou — ou
deveria passar — pelas ações da publicidade, componentes de uma estratégia de comunicação.

O que foi planejado e o que foi implementado desse planejamento para repercutir a festa? Tivemos grandes dificuldades para obter respostas pontuais que precisassem essa questão, por parte do poder público, um ano depois da comemoração. Teríamos podido melhor avaliar as dimensões do palanque montado pelo PBH para a realização desses festejos que tinham pretensões de grande participação popular. Palanque do qual deveria repercutir a voz do locutor autorizado.

O negócio publicitário no Centenário

Afinal — durante e para o Centenário — a publicidade foi, ou não, tratada como o negócio que é por parte dos anunciante, pelas agências de publicidade e pela mídia veiculadora dos anúncios? Nesse negócio paga-se para aparecer e gravar marcas na memória do receptor, despertando seu imaginário. Os resultados positivos desse aparecimento expõem a boa relação custo/benefício da publicidade investida. Se falamos de uma gramática dessa comunicação assimilada pelos cidadãos, podemos perguntar: o que se espera que o cidadão pense desse acontecimento se ele não for "dito"? Ao telespectador que não o assiste, ao leitor que não lê sobre ele e ao ouvinte que não ouve falar dele, resta ignorá-lo. Como foi "dito" o Centenário? O trabalho realizado na instância do cidadão — pelo grupo da Escuta — traz interessantes revelações sobre o que foi ouvido. Esse "dizer" está também incorporado na marca, no slogan, nas imagens e textos anunciados, nos discursos proferidos, nas duas campanhas institucionais realizadas pela PBH.

Se publicidade é feita para angariar audiência, dando visibilidade e audibilidade a discursos, o negócio publicitário no Centenário pode ser entendido como encomenda,

---


planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas que possibilitem a leitura e a escuta de mensagens, para comunicar aos leitores, ouvintes e telespectadores belo-horizontinos a realização de uma festa de aniversário e sua relação com o anunciante. A publicidade ocupa espaço na mídia impressa, tempo na mídia eletrônica, espaço urbano, e procura otimizar essas ocupações — custosas — para obter o maior retorno possível aos investimentos realizados. Este negócio publicitário tem valores claramente definidos, consultáveis em tabelas de preço específicas da ocupação de tempo ou espaço nos veículos de comunicação utilizados. Tal negócio segue uma lógica de transação comercial, que poderia ser resumida em um esquema como este:

\[
\text{anunciante contrata agente publicitário} > \\
> \text{agente publicitário diagnostica e propõe campanha ao anunciante} > \\
> \text{anunciante autoriza negociação com a mídia} > \\
> \text{agente produz campanha e ocupa espaço/tempo na mídia} > \\
> \text{mídia transmite mensagem e fatura contra anunciante} > \\
> \text{agente verifica veiculação e cobra do anunciante} > \\
> \text{anunciante quita faturas} > \\
< \text{anunciante afere resultados dos investimentos realizados.}
\]

O prosseguimento do negócio — manutenção de conta na agência contratada, novos investimentos na produção e veiculação de anúncios etc. — depende, via de regra, do bom desempenho das campanhas realizadas. Se a campanha alcança resultados positivos — tal como trazer a população belo-horizontina a participar massivamente dos eventos e/ou angariar sua simpatia para sua realização —, evidenciam-se os bons resultados dos investimentos. Espera-se que seja mantido um bom residual na memória da população, para que ela se lembre da festa do Centenário por, pelo menos três anos, na época das próximas eleições municipais, quando a lembrança dessa simpatia é desejável na escolha dos próximos dirigentes da cidade. Traduz-se, desta maneira, a subentendida política de comunicação institucional eficaz, configurando o bom negócio que representou a publicidade feita.

*Procura-se uma estratégia*
Prenunciado como uma grande festa a ser realizada junto e pela população belo-
horizontina, a festa do Centenário foi apregoada, ainda timidamente, desde a gestão
Eduardo Azeredo, iniciada em 1990, até o final da administração Patrus Ananias, em
1996, mais agressivamente. Este preconceito de seis anos integra discursos oficiais,
campanhas institucionais e campanhas políticas do período. Diferentes objetivos tinham
tais discursos, dos quais ressaltamos o de predispor a opinião pública favoravelmente à
comemoração. Os discursos proferidos — inclusive os publicitários — durante o ano do
Centenário, provavelmente soaram como "já vi, já ouvi falar nisso" em outra ocasião,
razão para supor uma maior expectativa por parte da população quanto às realizações,
eventos e divulgação dos festejos.

Saber da existência, ou não, de uma estratégia de comunicação da PBH é
fundamental para a compreensão do tratamento dado à publicidade do Centenário. Vale
consultar o verbete (Cf. Aurélio). Em sua acepção primeira, estratégia é a "arte militar
de planejar e executar movimentos e operações (...) visando a alcançar ou manter
posições relativas e potenciais bélicos favoráveis a futuras ações táticas sobre
determinados objetivos".

Extrapolando-se da situação genuinamente bélica para esta "guerra" da comunicação
no cotidiano de uma cidade de dois milhões de habitantes — imprescindível para
promover uma grande e envolvente festa — note-se como se adequam os termos: a)
planejamento; b) execução de movimentos e operações (ou seja, produção e
veiculação); c) posições a serem alcançadas ou mantidas (ou seja, audiência e recall
almejados); d) objetivos a serem atingidos com adoção de ações táticas.

Quais seriam, portanto, os objetivos pretendidos pelo poder público ao promover a
comunicação da grande festa de confraternização de toda a população de Belo Horizonte?
Teriam sido definidos? Se não foram explicitados, poderiam estar implícitos nos
discursos oficiais dos representantes do poder público que apregoavam o Centenário?
Ensaios dos pesquisadores integrantes dos Grupos do Poder Público e da Escuta trazem
aglomeras respostas quanto à interpretação desses discursos e ao des/entendimento das
ações comunicativas por parte do cidadão.

Que o objetivo de todo o esforço de comunicação promovido pela PBH tenha sido o
da "publicização da festa", perguntamos, contudo, se esse não seria um objetivo
demasiado amplo para uma comemoração a ser feita durante um período tão longo
através da promoção de eventos tão diferentes para atingir públicos tão segmentados. Se
inexistiu uma estratégia publicitária\textsuperscript{10} — que, inclusive desse conta da falta de dinheiro em caixa para viabilizar alternativas de comunicação — que ações foram realizadas pela PBH para dar conta desse recado?

Como estabelecer essa comunicação com o grande público, sem dispêndios financeiros, além da veiculação de notícias através de press-releases, sistema que depende da boa vontade, interesse — senão de negociações — da imprensa para noticiar o evento promovido dando publicidade a(os) seu(s) promotor(es). Esta "publicidade editorial" permanece, evidentemente, a reboque das boas relações dos veículos com o poder político. Outras ações de comunicação, mais isoladas, foram empreendidas pelo poder público através das administrações regionais\textsuperscript{11}.

No governo Patrus, além de ter sido realizada uma grande campanha institucional — para predispor a população favoravelmente à comemoração — foi criado um Conselho Consultivo de 100 notáveis da cidade. Porém, nenhum Conselho Executivo foi criado. Acolheram-se centenas de propostas. Em parceria com o jornal Estado de Minas, a PBH realizou um concurso público para a criação da logomarca do Centenário. Mas não houve nenhum outro planejamento que contemplasse as futuras ações comunicativas que deveriam cobrir o ano de 1997, além dessas, pontuais.

Tão logo tomou posse, o prefeito Célio de Castro instalou uma Comissão Executiva que fez uma triagem de cerca de 400 propostas recebidas pela Comissão Consultiva no governo anterior. Desenhava-se ali o Calendário Oficial de Eventos, a partir de propostas que a PBH assumia. Com aquele horizonte, a Assessoria de Comunicação da Prefeitura podia começar a planejar a comunicação para o Centenário\textsuperscript{12}. A Agência RC fez, então, um planejamento de mídia — local e nacional — para cobrir a festa do Centenário durante todo o ano de 1997. Exigiriam investimentos da ordem de US$8 milhões. Planejamento abortado. Manoel Guimarães lembra que "basta cotejar o noticiário político-econômico do ano de 1997 para se entender as razões desse planejamento frustrado"\textsuperscript{13}. No mês da posse do novo prefeito, agravou-se a situação em Belo Horizonte com catástrofes provocada por grandes chuvas. As precárias condições

\textsuperscript{10}De acordo com informação verbal de Manoel Guimarães, ex-Assessor de Comunicação Social da PBH, em 10/12/1998.

\textsuperscript{11}Ver adiante ensaio de Tânia Ferreira Pullier, "Percursos descentralizados do Centenário".

\textsuperscript{12}Informação verbal de Manoel Guimarães.

\textsuperscript{13}Informação verbal de Manoel Guimarães.
financeiras do município impossibilitavam arcar-se com despesas publicitárias de grande monta. Com dificuldades de caixa, o poder público municipal passa a procurar alternativas que viabilizem a realização e divulgação da grande festa desejada. Como, naquelas condições, fazer divulgar a festa no tamanho em que foi apregoada, tentando corresponder às expectativas despertas na população belo-horizontina?

A constituição do Centenário como prática simbólica partilhada — como se pretendia, no entendimento dos discursos oficiais e extra-oficiais — impensadas, portanto, de ações de comunicação estrategicamente planejadas. Sobretudo se partirmos desse grave diagnóstico: impossibilidade de grandes dispêndios e urgência de publicizar eventos para comemorar um século da Capital do Século. Como corresponder, na realidade, às expectativas no imaginário social de uma grande e inesquecível festa? Se inexista uma estratégia, como, então, deveria ser erguido o palanque para que fosse realizada a festa, dando visibilidade ao(s) seu(s) promotor(es)? Que repercussão poderia alcançar se nem sequer se previa o alcance da voz no alto-falante? Nesta ausência de estratégia pode-se encontrar, paradoxalmente, algum esclarecimento para a compreensão do fenômeno comunicativo do Centenário.

**Colagem de marca: uma ação tática**

A falta de dinheiro para investir em uma publicidade que exigia altos investimentos, leva a PBH a apresentar alternativas de diversas ordens que resultam em ações comunicativas de um Centenário participativo, mas que terminam por se fragmentar e pulverizar. Entre as alternativas da Assessoria de Comunicação, em conjunto com a Agência RC, estava a busca de parcerias. Foram procuradas, sem sucesso, cerca de 50 a 60 grandes empresas, virtuais patrocinadoras do evento. Uma única grande empresa, CEMIG, tornou-se parceira na segunda e última campanha publicitária institucional.

Liberou o uso dos postes para dependurar os banners no centro urbano e dividiu as despesas com a PBH. E exigiu a omissão de seu nome, por se tratar da política de comunicação da empresa.

---

14 Informação verbal de Manoel Guimarães.

15 Em conseqüência da política de omissão da CEMIG, a PBH acabou sofrendo duramente com as críticas do Estado de Minas, que em matéria de capa por ocasião da comemoração do Centenário, acusava a Prefeitura de estar gastando dinheiro público com “campanha milionária” em época de crise.
Outras tentativas foram feitas, como uma proposta da Editora Abril, também frustrada, de dez edições da revista Veja, com matérias especiais sobre o Centenário, que previa a publicação de trabalhos inéditos de artistas mineiros e culinaria com a realização de um mega-evento em Belo Horizonte, comemorando em *gran-finale* a festa de aniversário. De dez cotas, só quatro grandes empresas mostraram interesse. Engavetou-se o projeto que, em tamanho e proporção, talvez correspondesse ao idealizado pela população que, há seis anos, vinha sendo despertada para uma tão grande festa.

Outra ação tática buscava associados que participassem da realização e divulgação da festa, num convite à "colagem" à logomarca do Centenário. Coerente com o discurso proferido de maior participação, o apelo à "colagem" à marca mostra, contudo, algo como uma "operação tapa-buracos", usual no período de chuvas, quando não há condições técnicas e financeiras de se fazer um recapeamento das vias públicas. Esperava-se obter a adesão do empresariado — cooperados espontâneos na propaganda — com investimentos feitos ao longo do calendário de eventos em 1997. Ao assinar seu anúncio com a logomarca disponibilizada pela PBH, qualquer anunciantesela sua identidade em um lugar (BH), com um atributo (capital), em um tempo (século), sob um símbolo emocionalmente forte para todo cidadão (coração). O coração inserido no grande "B" colado e composto com o grande "H", reforça a sigla-apelido "BH", que há muitos anos marca o topônimo. O poder público estaria, assim, delegando ao anunciante privado seu direito de voz autorizada que lhe era exclusivamente conferido?

Na melhor das hipóteses, com um grande número de adeptos, o poder público obteria o desejado índice de participação e uma melhor divulgação da festa, além de poupar os investimentos reservados para aplicação maciça e concentrada na publicidade institucional, quando se aproximasse a data do evento. A participação "cooperada" tinha um caráter de "oportunidade" generosamente oferecida pelo poder público à iniciativa privada. Os investidores colariam suas imagens coladas na divulgação da grande festa popular, colhendo coletivamente os dividendos da cooperação empreendida. Aquelle que anunciasse, ajudando a promover a festa, demonstraria um

---

16 A logomarca premiada no concurso promovido na gestão anterior foi preterida em detrimento de uma nova marca, criada pela Agência Faria e Associados, que "espontânea e livremente" ofereceu a PBH. Em março de 1997 o Prefeito realizou o lançamento dessa nova logomarca, disponibilizando-a e publicando seu manual de uso. A única restrição de seu uso estaria na exploração comercial, para o que a Agência tem os direitos reservados, como no caso da grife lançada pela Belotur.

17 Informação verbal de Manoel Guimarães.
grande amor pela cidade, participaria como meio-anfitrião e atrairia a si visibilidade e audibilidade.

Dessa tentativa de multiplicação de vozes autorizadas resultou, entretanto, um certo espontaneismo, com ações esparsas traduzidas na comunicação publicitária18. Pretendia-se, na "Capital do Século", cidade democrática e participativa, que todos fossem co-responsáveis pela comemoração desta que haveria de ser uma grande festa. Anunciada como grande, seu tamanho acabaria por depender, então, do sucesso da adesão conseguida.

O que des/colou?

Alguns fragmentos buscados dessa adesão mostram um curioso fenômeno, merecedor de maior atenção: o ato de forjar a tradição. Exercer atividades na BH Capital do Século confere tradição, independentemente do tempo de vida belo-horizontina. Disseminam-se tradições com os mais variados discursos. Basta anunciá-la. Relativiza-se o tempo: dez, 20, 40 ou 80 anos valem 100. Dentre centenas de peças publicitárias veiculadas em Belo Horizonte nos meses que precedem a data do Centenário, destacam-se restaurantes, construtoras, casas comerciais, escolas, bancos, grupos religiosos:

**Isto e aquilo:** "Primeiro restaurante de comida a quilo do Brasil, que há 10 anos foi recebido com carinho pelas famílias do bairro Sion (...)"

"**Construtora Tenda.** Há 28 anos ajudando a construir uma cidade melhor"

"**Casa Pérola e Floresta.** Isso é amor antigo. São 46 anos presente nos momentos mais importantes da vida dos moradores deste bairro tão querido. (...)"

**Colégio São José:** "Nos cem anos de Belo Horizonte Colégio São José 60 anos educando a infância e a juventude"

**Banco Mercantil do Brasil:** "Cem anos bem vividos. Isso faz a diferença"

---

18 Em várias entrevistas realizadas, os cidadãos fazem ver sua estranheza quanto à pouca repercussão do Centenário festejado, não reconhecendo o calendário de eventos e não o relacionando com a comemoração da festa propriamente.
Igreja Batista da Lagoinha: "Nossa BH está fazendo 100 anos, mas o propósito de Deus para ela não tem idade, é eterno. Vamos evangelizar nossa Capital! BH com Jesus pelos séculos dos séculos"

Essa multiplicação de vozes, enfim, altera de alguma forma a lógica do negócio publicitário? Tratar-se-ia de um entrecruzamento de interesses públicos e privados que propiciariam um novo formato desse negócio? "Cidadãos e empresários contratam serviços publicitários, anunciam, pagam pelo espaço/tempo ocupado na mídia para obter resultados com seu próprio discurso calcado na assinatura da PBH: a tradição construída pela mídia, cujo mote é o centenário." O negócio publicitário convencional estaria dando lugar a alternativas que extrapolam o circuito habitual, traçando novas regras às campanhas e anúncios cooperados?

Paradoxalmente, o que permaneceu de mais visível na comunicação do Centenário foi o vazio deixado pelo não preenchimento de ações prenunciadas. Tais ações, preconizadas pelo poder público, mesmo que não tivessem sido explicitadas, eram idealizadas e aguardadas pelas demais instâncias, da Mídia e do Cidadão. Este "buraco" nas ações comunicativas teve dimensões proporcionais ao tamanho da expectativa criada pelos discursos proferidos. No decorrer do ano, e sobretudo, por ocasião da festa de aniversário, as demais instâncias cobraram ações que não corresponderam às suas expectativas. Quanto menor as ações reais de comunicação, maior o ressentimento de ações idealizadas. A inexistência de planejamento(s) estratégico(s) de comunicação, de longo prazo — não realizado(s) pelas administrações enunciadoras de discursos de preconização — acaba por desnudar a ação comunicativa do centenário que dá mostras de sua precariedade.
3. A Experiência do Centenário: A Construção do Acontecimento

Elton Antunes

"O constituído é o existente assombrado pelos possíveis"
(Bragança de Miranda)

"Assim, eliminar o imprevisto ou expulsá-lo do cálculo como acidente ilegítimo e perturbador da racionalidade, é interdizer a possibilidade de um prática viva e ‘mítica’ da cidade. Seria deixar a seus habitantes apenas os pedaços de uma programação feita pelo poder do outro e alterada pelo acontecimento”

(Michel De Certeau)

O poder público de Belo Horizonte operou estrategicamente para promover a comemoração dos cem anos da capital. Mas, em busca da festa do Centenário de Belo Horizonte, é possível descortinar um cenário mais amplo no qual duas constatações parecem se impor, de início, com algum vigor sobre o conjunto de dados produzidos pela pesquisa “BH 100 anos depois: as novas condições da experiência”: primeiro, um certo alheamento dos cidadãos em relação à comemoração e, no balanço geral, uma celebração nada espetacular no conjunto dos eventos programados. Por um lado, é como se tivéssemos flagrado a experiência do cidadão no cem anos da cidade sem que ela tenha mergulhado naquele entusiasmo que proporciona uma certa ruptura com o curso previsível do cotidiano. Por outro, o que restou decantado da festa não ultrapassou, em relação ao poder público, um conjunto de pronunciamentos protocolares e, no que se refere à mídia, um monitoramento razoavelmente programado das ocorrências previstas.

19 DE CERTEAU, A invenção do cotidiano, p.311.
ou previsíveis nos cem anos da cidade. Ao fim e ao cabo, poder-se-ia dizer que o centenário não alcançou a "espessura simbólica" esperada. Mas esperada por quem?

Antes mesmo de perguntar sobre os significados alcançados pelo Centenário caberia indagar pela sua natureza de acontecimento: o que foi considerado o Centenário, quando, em que circunstâncias, por quem e por que? Ao contrário de tomar a comemoração como um dado a priori, como uma unidade distinta e distinguível do real destacada do fluxo da experiência cotidiana e igualmente referida por uma pluralidade de agentes, é preciso perguntar pelos sentidos investidos nos 100 anos de Belo Horizonte e quais foram eles, que razões levaram os diferentes interlocutores a enunciar a ação de comemorar o aniversário da capital.

Por esse caminho, olhar para a elaboração discursiva das diferentes instâncias de enunciação – no caso dessa investigação, centrada nas práticas discursivas da administração municipal, da mídia local e de uma amostra dos habitantes da cidade – pode nos permitir abordar a experiência do centenário sob a forma de construção do acontecimento. As diferentes narrativas acerca da comemoração tem na festa dos cem anos um indutor e mesmo um fenômeno multiplicador. Afinal, “o acontecimento é o ato que suscita a palavra social; que a estimula e faz proliferar, ao mesmo tempo que vai reagrupar em torno de si a multiplicidade e a mobilidade dessa palavra”.

Os discursos não serão aqui apropriados, entretanto, à maneira de um entrecruzamento entre coisas e palavras, uma superfície de contato entre um léxico e a experiência, como já criticara Foucault. Pretende-se "não mais tratar os discursos como conjuntos de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam. Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse "mais" que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever." É esse mais que a nosso ver remete ao acontecimento.

A Fala do Centenário

A palavra em circulação, as falas em torno do Centenário, que disseram ou não de

---

20 FRANÇA, Jornalismo e vida social, p.133.
21 FOUCAULT, A arqueologia do saber, p.55.
um acontecimento, obedeceram a regimes discursivos e lógicas enunciativas distintas. Os objetivos comunicativos, da forma como define Charaudeau,\textsuperscript{22} visados pelo poder público, a mídia e o cidadão comum, não eram coincidentes, articularam diferentes projetos de fala.

A Prefeitura de Belo Horizonte ocupou um lugar central na “programação” do Cem anos como um evento de destaque na capital em 1998. A administração tomou para si a tarefa de realizar o centenário e convidar a cidade. O componente principal dessa estratégia foi a montagem de um Calendário de eventos, que poderiam ser classificados de acordo com a seguinte tipologia: a) eventos que projetariam nacional e internacionalmente Belo Horizonte; b) Eventos marcados por um misto de resgate da memória e momento de reflexão sobre a cidade e seu projeto; c) eventos que deveriam ser orientados pela ideia de uma intensa participação popular.

Considerando avaliações apresentadas pelos representantes do poder público, os eventos do primeiro tipo buscavam possibilitar, através de um incremento do intercâmbio econômico, político e cultural, um diálogo da cidade com o Brasil e o mundo. A ênfase na celebração do que a prefeitura chamou de “realizações até então construídas pela comunidade belohorizontina” foi o objetivo perseguido pelos eventos do segundo tipo. Por fim, na terceira categoria buscava-se assegurar que a comemoração do centenário fosse uma atitude/iniciativa também da população da capital, enfatizando-se para isso uma estratégia de descentralização dos eventos pelas nove regiões administrativas. Para além do que é enunciado pelo poder público, pode-se indicar pelo menos quatro figuras distintas de interlocução sugeridas a partir da iniciativa do calendário: há um interlocutor privilegiado no habitante da cidade, outro em agentes sócio-econômicos coletivos externos à capital e um terceiro no lugar da mídia. Valeria destacar também os contratos comunicativos estabelecidos no âmbito do próprio poder público tais como aqueles assentados na interação estabelecida entre a administração central e às administrações regionais.

O calendário, pela prioridade alcançada na ação política da Prefeitura e pela virtual condição de operador central da comemoração do centenário, produz uma economia de esforços por parte do poder público. Com o calendário, a administração local almeja alcançar diferentes interlocutores e unificar múltiplas estratégias de ação. O

\textsuperscript{22}CHARAUDEAU, Para uma nova análise do discurso, p.29.
morador da cidade, por um lado, disporia de uma espécie de “esqueleto exposto” de alta visibilidade, indutor de novas ações e forma de convite permanente para a celebração do aniversário. O calendário se mostra também como uma ferramenta para ação da PBH junto à cidade através das administrações regionais, lugar privilegiado para alimentar o rol de eventos. A mídia, por sua vez, teria na grade de atividades um manancial infinível de menção ao aniversário, e por consequência, às ações da prefeitura, além de uma “pauta” permanente para produzir durante 1998. Tais situações, por fim, projetariam uma imagem da cidade para além do seu espaço, dotando a capital mineira de grande visibilidade e influência na elaboração dos roteiros das diferentes agências sócio-econômicas.

A forma de apelo, de convocação, dá o tom do discurso organizado pelo poder público: nada mais natural, indica-se, do que comemorar os cem anos de Belo Horizonte. Todas as ações, todas as iniciativas devem convergir para celebrar o aniversário: da marca publicitária em todas as peças ao calendário inesgotável na assimilação de atividades. Deve-se demarcar, porém, utilizando-se das definições de Charauadeau, distinções no objetivo comunicativo presente no projeto de fala do poder público23. No que se refere aos cidadãos belohorizontinos, à mídia e aos agentes externos ao espaço de BH, é possível caracterizar três objetivos na estratégia montada com a construção do calendário: persuasivo, informativo e factivo. Parece-nos que o objetivo persuasivo, entendido como aquele "que consiste para o sujeito falante em fazer crer alguma coisa ao outro",24 foi a âncora principal do “contrato” proposto pela Prefeitura. O objeto da crença disse respeito não só ao ato em si de comemorar 100 anos da cidade, mas também às imagens e associações invocadas pela prefeitura para singularizar Belo Horizonte. Exemplar, nesse sentido, o conjunto de referências usadas pelo prefeito, já no ato “inaugural” da comemoração (a celebração do 1º de maio!), tais como “BH capital da solidariedade”. Ou mesmo o que o prefeito “viu” na noite da contagem regressiva, nada distinto do que a prefeitura divulgou como fato ao longo do ano: à meia-noite e meia chega e sobe ao palco. Há um rápido pronunciamento: “Eu sempre sonhei comemorar o aniversário de Belo Horizonte assim: o povo na ruas, alegre, feliz, se abraçando”.25 O poder público projeta uma imagem da cidade e a procura como que duplicada no cidadão.

23 CHARAUDEAU, Para uma nova análise do discurso, p.29.
24 CHARAUDEAU, Para uma nova análise do discurso, p.32
25 Pronunciamento do prefeito Célio de Castro em 12 de dezembro de 1997.67
As dimensões factivas ("manipulação do outro para o fazer agir num sentido que seja favorável ao sujeito falante") e informativas estão como que disseminadas nas diferentes falas da prefeitura ao cidadão. No caso das administrações regionais, vale ressaltar a importância da dimensão factiva, quando o poder central precisa ordenar uma ação das outras instâncias de forma a garantir sua proposta de descentralização da festa. No que se refere ao objetivo informativo, além da ação característica de disseminar mensagens pela mídia, a PBH ensaiou até mesmo ações diretas junto à população. Emblemática foi a atividade organizada pela administração na Praça Sete, coração de Belo Horizonte. O prefeito e funcionários de diferentes secretarias distribuíam aos passantes a agenda do Centenário. O discurso das autoridades caracterizou a iniciativa como uma forma de "convocar" de maneiras mais direta a população a participar da festa. O certo, porém, é que o público não aderiu, pouco alterou seu ritmo de passagem pela praça, não dando atenção, às vezes sequer à oferta do calendário e dos adesivos feita pelo pessoal da prefeitura. Algumas pessoas que pegavam o material distribuído, (folhetos, adesivos), parecia não entender exatamente do que se tratava.

Em alguma medida pode-se dizer que o poder público trabalhou com uma "cesta de objetivos comunicativos" na qual a perspectiva persuasiva e a factiva conferiram o peso fundamental ao projeto de fala da Administração municipal no ano do centenário. E, o que é essencial, a articulação desses objetivos foi operada através do calendário de eventos.

Ora, o calendário de eventos não deve visto como um caminho natural para a comemoração. Trata-se de uma opção feita pelo poder público, uma "fala" dirigida a outros interlocutores da cidade. Antes mesmo da natureza da programação, a própria idéia de um calendário como eixo central das comemorações, mais do recolher iniciativas dispersas dos diferentes sujeitos em ação na cidade, constituiu um outro gesto. Planificador, produtivo, almejou fixar um tempo e um modo de comemoração. Inicialmente fixa-se a própria significação dos eventos. Afinal, qual o "corte" de uma atividade como Festival Internacional de Teatro de BH? Participação popular, projeção nacional e internacional da capital? Ou, então, as conferências do centenário? Incluir a cidade no roteiro internacional dos debates contemporâneos? Se o acontecimento solicita a palavra, a faz circular, por que o calendário parece cristalizá-la, lhe retirar a força? Ao olhar para a cobertura jornalística operada pela mídia acerca do eventos e

26 CHARAUDEAU, Para uma nova análise do discurso, p.31.
para a presença do habitante de Belo Horizonte nos eventos programados, não há como
ignorar um mesmo movimento: as significações parecem que já estão dadas, modelizam
a apreensão do ocorrido, reduzem as chances de novidade. Até mesmo a padroeira da
cidade não admite outros sentidos para sua tradição. Durante a realização da procissão
a opinião geral entre os entrevistados foi a de que a festa estava igual a de todos os anos,
talvez um pouco mais vazia. Nenhum deles relacionou a festa com a comemoração dos
100 anos, mostrando-se desinformados sobre o tema. A "possível" intervenção da
Prefeitura não foi bem recebida pelas pessoas. Ao comentar que aquela festa fazia parte
das comemorações do centenário, logo os entrevistados se preocuparam: "Será que por
isso vai acontecer algum atraso?". Percebe-se que as pessoas não estavam interessadas
em comemorar o aniversário da cidade naquele momento. A seguinte ideia estava
implícita: "trata-se de uma festa religiosa. É bom que não se misturem as coisas."

As coisas já estavam misturadas, ordenadamente misturadas! A inclusão prévia no
calendário acionava como que um mecanismo de esquecimento para motivações outras
de realização do evento naquele ano. O cotidiano dos citadinos segue sem maiores
abalos, sem fissuras.

A cobertura da mídia, por sua vez, enuncia associações absolutamente
previsíveis. Religioso, cultural, esportivo, não há qualquer perturbação nas significações
instituídas e que movem tais práticas. A ponto de mesmo atividades pensadas para
explicitamente celebrar o aniversário da cidade permanecerem no veio normal do
cotidiano, sem qualquer sugestão de "fraturas de sentido". A mídia no meio,
sancionando significações já a disposição, previamente feitas. Como na missa em
homenagem ao aniversário da cidade onde o que percebemos foi que as pessoas
presentes foram àquela celebração, mais do que a uma comemoração do aniversário de
BH.

Primeiro de Maio, Arraial de Belô, Procissão da Padroeira, Festival Internacional de
Teatro. Qualquer que fosse a atividade, no ano do centenário ela seria necessariamente
comemorativa do aniversário da cidade. Dessa maneira é que talvez possamos ver no
calendário de eventos do centenário, da forma como articulou-se com a dinâmica da
cidade, um discurso que operou, analogamente à análise que De Certeau faz do papel da
representação cartográfica em relação aos caminhantes, "fixações (que) constituem
procedimentos de esquecimento".27 O calendário produziu uma linha totalizante ligando

27 DE CERTEAU, A invenção do cotidiano, p.176.
os pontos/eventos e tornando invisível a força de práticas que poderiam fabular modalidades diversas de comemoração do aniversário da cidade.

Mouillaud afirma que o acontecimento constitui-se por sucessivos enquadramentos que operam simultaneamente um corte e uma focalização: “um corte porque separa um campo e aquilo que o envolve; uma focalização porque, interditando a hemorragia do sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para um centro”. A observação do calendário de eventos, no gesto que organiza uma proposta de interlocução por parte do poder público, no movimento que atravessa a cobertura jornalística e no sentimento que afeta o cidadão de BH, sugere que o centenário produziu enquadramentos, quando muito, precários. Não se recorta uma celebração do fluxo da experiência cotidiana, não se instituem outros centros gravitacionais que orbitem as práticas rotineiras da cidade, que desloquem seu movimento, que desviem sua rota...

**O Silêncio Recitado**

Não se deve a partir de tal análise supor, porém, que o poder público patrocina com exclusividade tal desenho do centenário. Por esse viés seríamos tentados a afirmar que o centenário adquiriu um formato independente da atitude de outros atores sociais e sugeriu/estimulou uma postura contemplativa da cidade (cidadãos e mídia) em relação a uma significação “primeira”, estabilizada, aparentemente formulada pelo poder público. Mas quando são visados outros contratos comunicativos que tem como nó fundamental o plano do habitante comum de Belo Horizonte, tal hipótese é de difícil sustentação.

A ideia dos eventos do centenário é também objeto de iniciativas e preocupação dos cidadãos. Com atividades incorporadas ao calendário oficial ou, como majoritariamente parece ter ocorrido, à margem das iniciativas do poder público, alguns habitantes de Belo Horizonte também quiseram se apropriar do centenário da cidade. Difícil, porém, sustentar o argumento de que o cidadão resistiu ao desenho adquirido pela celebração e lá, nos recantos da plenitude viva da experiência, comemorou a sua maneira o aniversário de 100 anos da cidade.

---

28 MOUILLAUD, Da forma ao sentido, p.61.
A experiência cotidiana, ensina Adriano Duarte Rodrigues, é marcada por uma multiplicidade de quadros, “figuras recorrentes que regulam o sentido das ações e dos discursos” e quatro pressupostos são cruciais ao entendimento da noção: 1) não unicidade da realidade. As vivências dos sujeitos se dão em uma multiplicidade de mundos, por vezes de sentidos contraditórios, sucessiva ou simultaneamente; 2) habitualmente não há confusão de regras que definem as possibilidades, pertinências e veracidade de cada um desses mundos vividos; 3) existe a possibilidade de não coincidência da multiplicidade de mundos vividos; e 4) existe a possibilidade de transposições da realidade criando sentidos inesperados das experiências.

Se a experiência diz de diferentes papéis em distintos quadros de interação, a relação implicada no espaço de interlocução chamado centenário parece proceder também a uma cristalização de papéis. O cidadão visado pelo poder público é, na melhor hipótese, habitante da cidade, cuja identidade é evocada precipuamente por um vínculo territorial que parece conferir, por si só, traços de uma identidade coletiva. Ocorre que o cidadão, na multiplicidade dos mundos que habita, parece ter realizado movimento semelhante em direção à cidade, e a reconhece propondo relações imediatistas e ao mesmo tempo procurando manter distância daquilo que não parece afetar as formas mais rotineiras da sua vida. “Centenário: ah sei...”, diz displicentemente o habitante, não escondendo pouco apreço pela questão.

Uma primeira indicação da atitude do cidadão de Belo Horizonte diante da “convocação” para Centenário é para a manifestação de uma certo alheamento ou indiferença. A sobrepresença da marca centenário junta-se uma persistente ausência da cidade. Um murmurio pode se fazer ouvir aqui e ali. A princípio, poder-se-ia indicar que o cidadão passa ao largo por não haver um reconhecimento da sua condição de interlocutor, de sujeito falante nas ocasiões em que se diz “Centenário”. Seria como que uma sistemática redução do seu papel, posta em prática pelo “mestre de cerimônias”, desde o momento em que se abandona qualquer perspectiva de formulação coletiva e participativa da festa em prol de uma descentralização estrategicamente planejada. A virtual dissolução da Comissão do Centenário, que no início recebia as diferentes propostas de celebração pensadas pelos belohorizontinos, e a inviabilização das chamadas plenárias populares, indicariam tal postura. O distanciamento marcaria assim uma “fala” apta a revelar que a comemoração do Centenário, tal como ocorria, não

29 RODRIGUES, Estratégias da comunicação.
cumpriu uma das condições mínimas para a existência do contrato comunicativo, “o ato de que os dois parceiros do intercâmbio se reconhecem um ao outro em seu papel de interlocutante,”30 de sujeitos com direito à fala. Operando dessa maneira, as interlocuções propostas ignoravam o reconhecimento do saber como condição que fundamenta tal direito.

“Trata-se aqui, então, da definição de um domínio em termos de discurso sobre o mundo. Os sujeitos de uma comunidade social, à força de trocar práticas discursivas e representações sobre essas práticas, acabam por construir (sedimentações progressiva) significados consensuais. Esses constituem os pontos de referência que permitem aos parceiros da comunicação movimentarem-se nas representações supostamente partilhadas (RSP) concernentes à percepção do tangível (consenso sobre o mundo físico), à experiência do vivido (consenso sobre o mundo dos afetos e sobre o mundo das ações), à prova do raciocínio (consenso sobre o mundo do intelecto”). 31

A prefeitura bem que admitiu alguma permeabilidade em relação às práticas significativas existentes na cidade. O então secretário de Cultura e presidente da Comissão do Centenário marcava no discurso as referências para a aproximação, o contato com a cidade vivida.

“Nós poderíamos ter feito um megaevento, apenas no dia 12 de dezembro, gastando milhões com alguma atração estrangeira mas preferimos realizar eventos menores, dirigidos aos vários segmentos da população, fazendo com que o Centenário não tenha um caráter apenas de espetáculo a ser assistido, mas que permita que a população participe diretamente.”32

O problema é que não se tratava do fato de que a “cidade real” estava em algum lugar querendo algo para o aniversário e o poder público não logrou condições para oferecer-lo. Mais prudente dizer que a cidade simplesmente não estava em algum lugar. Mesmo a lógica, enfaticamente apresentada pela PBH, dos eventos “menores”, mais próximos da população, parece ter esse vício de origem que é supor a cidade que pode ser flagrada, apanhada em algum momento. E esse lugar e momento seria o das “tradições”. E aqui talvez seja possível ver tanto o alheamento quanto a presença nos eventos como oscilações de uma mesma disposição. A indiferença diz de um centenário que não pode ser dito. Evidencia que a tradição usada para fundar a comemoração, vista

32 Depoimento do secretário de Cultura de Belo Horizonte, Luis Dulci, colhido em atividade na Praça 7.
como passado, como resquícios de práticas antigas, não existe mais. Não são motivo de uma crença.

A resposta ao “BH Cine”, projeto da administração municipal de exibir filmes em vias públicas para a população que não tem acesso ao cinema, buscava resgatar uma forte relação afetiva existente entre a capital e o cinema. A tradição não resistia a duas horas em pé na rua.

“A gente notou que o público estava sendo um pouco pequeno, apesar de toda a mídia envolvida, (...)os títulos estavam sendo meio complicados para o povo. A gente passou, por exemplo, “Muito Barulho Por Nada”, não foi sucesso, “O Carteiro e o Poeta” não foi sucesso também... não é qualquer pessoa na rua que consegue prestar atenção num filme mais profundo assim. Tem também aquela questão desconfortável de estar em pé, isso todo atrapalhou.”

Em alguma medida a indiferença diz que a tradição não é algo cristalizado em práticas existentes em um momento anterior da história daquela sociedade. Para uma tradição, como diz Thompson, que tem que conviver com forças de desritualização, despersonalização e desenraizamento, organizadas sobretudo pela papel fulcral cumprido pela mídia nas condições contemporâneas de existência, é preciso estar atento para o fato de que aspectos básicos para essa forma de dar sentido à experiência encontram-se profundamente alterados. Tradições estão assentadas em aspectos normativos como as práticas rituais rotineiras. O que seriam tais práticas na Belo Horizonte de hoje? Da mesma forma, ela se assenta em princípios identificadores, construídos sobre um conjunto de material simbólico preexistente. O que diz da identidade nas formas de vida urbanas atualmente? Pôr fim, a tradição aponta também para “a existência de um conjunto de pressupostos de fundo, que são aceitos pelos indivíduos ao se conduzirem na vida cotidiana.”

Pode-se dizer que nas condições contemporâneas da experiência não é uma suposição necessariamente verdadeira que se deva comemorar o aniversário de uma cidade. Não se crê nisso. Crença, vale frisar, “não é o objeto do crer (um dogma, um programa) mas o investimento das pessoas em uma proposição, o ato de enunciá-la considerando-a verdadeira, uma modalidade de afirmação e não o seu conteúdo.” A expectativa parece ter sido a de operar uma conversão das crenças, colocando a energia do crer em torno de algumas

33 Depoimento do organizador do evento BH Cine na administração regional Norte
34 THOMPSON, A mídia e a modernidade, p.165.
35 DE CERTEAU, A invenção do cotidiano, p.280.
idéias/reservatórios. Só que, argumenta De Certeau, hoje não basta manipular, transportar, reafirmar a crença. “Existem demasiados objetos para crer e muita escassa credibilidade”.

Ao invés de tradição, nas condições atuais, sobretudo através da midiatização acelerada da existência, a apropriação do material simbólico acentua o distanciamento dos contextos espaço-temporais da vida cotidiana. O cidadão belohorizontino, ficando no seu lugar, não buscou/desenvolveu outras concepções da cidade ou do “resto dela”. Se parece rejeitar formas antigas da tradição, dá também sinais de que ignora que a tradição remodelada pelas novas condições da experiência impõem também que “nossa substantiva responsabilidade se estende muito além da esfera de proximidade de nossas interações quotidianas; num mundo em crescente intercomunicação, os horizontes de responsabilidade também se estendem para outros distantes no espaço e no tempo, como também para o mundo não humano da natureza cujo destino está interligado ao nosso”.36 A tradição passadista não lhe serve, porém novos horizontes parecem ainda não movê-lo. Tal qual um sismógrafo que permaneceu impassível, não dando registro ou captando ecos e tremores nas profundezas da experiência. Se, como diz Mouillaud, “o acontecimento se apresenta como um planalto entre duas falhas que o identificam, isolando-o dentro do continuum da duração (...), no tempo como no espaço, o acontecimento parece repousar sobre decisões que, atribuindo-lhe limites arbitários, instituem a cena do acontecimento como uma cena legítima”, não houve na comemoração do centenário “falha geológica” que o fizesse surgir na superfície da cidade.

Sem Abismos

Mas há também palavras que o cidadão põem em circulação em função do Centenário da cidade. Pessoas que participaram dos eventos e sabiam dos cem anos da Capital balbuciaram um “vai ser bom, vai ter muito show”. Em certos momentos, era preciso pronunciar algo. Em evento na Praça da Liberdade, em todos os entrevistados era latente um certo desconforto ao falar sobre o centenário. Alguns pareciam um pouco constrangidos por não terem informações sobre o tema. O constrangimento se verificava

36 THOMPSON, A mídia e a modernidade, p.201.
pelo tom de voz, pelas desculpas e pretextos inventados, pelos "risinhos" sem graça ou por uma insistência em criticar a prefeitura. A crítica, algumas vezes, funcionou como uma maneira de transferir responsabilidades. Perguntados sobre a não participação nos eventos do centenário, dois ou três entrevistados culparam a prefeitura: faltou divulgação; era preciso um evento de maior porte; o prefeito podia ter feito coisa melhor.

Num evento sucesso de público e de crítica na cidade como o Festival Internacional de Teatro, que teve direito a edição especial no ano do centenário, o rumor não foi muito distinto. "É uma data importante, devemos comemorar". Poucos entrevistados souberam desenvolver a questão, tratando o tema com superficialidade e, às vezes, desinteresse. Uma entrevistada disse que a data era propícia para a realização de grandes eventos na cidade, acatando e/ou concordando com a estratégia de centenário adotada pelo poder público. Outra entrevistada mencionou que estava acompanhando o centenário pela TV e gostava muito dos programas especiais que a TV vinha produzindo sobre o tema. Curioso perceber que essa entrevistada tendia a viver o centenário pela mídia...

Há que se admitir: se o centenário que aparece o faz sob a forma de eventos para os cidadãos, assim como o poder público enfaticamente propusera, há algum eco entre os citadinos, uma expectativa de agitação e muitos eventos na cidade. Consumidor do calendário de eventos, seria possível indicar assim uma postura alternativa ao alheamento? Enfim, uma palavra, um rumor social indicando o "acontecimento em seu estado nascente no domínio da experiência"?

Vera França, ao discutir a noção de acontecimento, mostra que ele é inseparável de sua estruturação em narrativa e difusão. "A palavra social é fluida, mas não abstrata. Ela se materializa na escritura do jornal, na construção de sua linguagem. A relação com essa palavra está inscrita na essência mesma do jornalismo, na medida em que o acontecimento – presente na origem da atividade jornalística – e é aquilo mesmo que faz falar, aquilo que fala". Logo, rastreado no domínio da experiência, sua configuração narrativa pode ser buscada no discurso da mídia. É preciso comemorar, é importante fazê-lo. Esta crença está lá na construção jornalística?

A produção jornalística acerca do centenário de Belo Horizonte fez os relatos do que estava acontecendo na cidade. Mas parece que interpelou o cidadão e o poder público

---

37 FRANÇA, Jornalismo e vida social, p.133.
tomando o aniversário como repositório de um tempo que passou. Do ponto de vista dos objetivos comunicativos operou entre o sinal do informativo e do sedutor. No primeiro caso, o princípio fundamental foi o da transmissão de um saber. Não se pode negar a acolhida ao calendário de eventos como pauta geral e permanente de cobertura. Quanto ao aspecto sedutor, ele se revelou sobretudo no material jornalístico que buscou, para além do registro estritamente informativo, produzir narrativas do centenário. Fatos piteorescos, histórias da cidade e outras iniciativas marcaram a busca da criação de uma atmosfera do centenário por parte da mídia.

Da finalidade informativa, é fundamental ressaltar o fato de que ser pauta incontornável do jornalismo não corresponde a uma situação similar no universo do cidadão consumidor de informação. Por vezes, ainda que com a saturação da notícia centenário no universo jornalístico, o cidadão disse “eu não sabia”. Não há efeito necessário entre exaustão na abordagem do tema e sua apropriação pelo leitor/telespectador/ouvinte.

A recepção, define Thompson, tem um caráter mundano: é uma atividade, um tipo de prática; situada, os produtos da mídia são recebidos por indivíduos em contextos sócio-históricos específicos; de rotina, é uma parte integrada das atividades constitutivas da vida diária; e é uma realização especializada, depende de habilidades e competências adquiridas que os indivíduos mostram no processo de recepção. Mas como entender então uma recitação intermitente do tema centenário no jornalismo e um “eu não sabia” no universo do cidadão? Uma hipótese é de que o Centenário não alcançou a experiência cotidiana das pessoas a ponto da festa oriunda da mídia ser novamente elaborada discursivamente e compartilhada com o círculo próximo e ampliado dos indivíduos, estendendo-se para além do contexto inicial de recepção. É como se o centenário não tivesse significação no contexto de recepção dos habitantes de Belo Horizonte. Aqui parece que o protocolo engendrado pelo centenário na mídia tem pouca distinção das formas usuais.

“...A recepção dos produtos da mídia se tornou apenas uma outra forma de consumo, uma fonte de excitação, divertimento e prazer. É claro, a recepção dos produtos da mídia pode ter certas características distintivas (exigir certas habilidades para decodificar, provocar certos tipos de gratificação etc.); mas em termos de

THOMPSON, A mídia e a modernidade, p.41.
importância ética, há bem pouca diferença do consumo de refrigeradores, de batatas ou de qualquer outra mercadoria.”

O viés do discurso sedutor do jornalismo, por sua vez, apela para referências ao passado da cidade e para o que ela se tornou na atualidade. A ideia do resgate, da recuperação de uma memória é a traço marcante. Mas o passado da cidade em boa parte dos relatos do jornalismo adquire um formato de uma explicação já pronta, acabada. Ceder no aniversário da cidade é restaurar objetos, formas e práticas antigas. O tom é o da preservação. O fato centenário tem, fazendo uma aproximação com a discussão da narrativa proposta por Gagnebin, por assim dizer, sua história e temporalidade negadas. Ao contrário de “concentradas no objeto: relação intensiva do objeto com o tempo, do tempo no objeto”, a abordagem jornalística opera com uma relação “extensiva do objeto no tempo, colocado como por acidente num desenrolar histórico heterogêneo à sua constituição”. O fato jornalístico centenário não adquire a dimensão de um objeto bruto mas já com explicações disponíveis a serem tão somente recuperadas. Por isso, as “histórias de antigamente” parecem dizer de um passado congelado e a crônica do atual apresentam um presente previsível. As associações não eram cambiantes, nem as significações, inesperadas.

Transformaria, pois, em questão para o jornalismo que tratou do centenário a indagação que Gagnebin formulou ao discutir, entre outras coisas, o que é contar histórias:

“Como descrever esta atividade narradora que salvaria o passado, mas saberia resistir à tentação de preencher suas faltas e de sufocar seus silêncios? Qual seria esta narração salvadora que preservaria, não obstante, a irredutibilidade do passado, que saberia deixá-lo inacabado, assim como, igualmente, saberia respeitar a imprevisibilidade do presente?”

Também com ela diria que seria preciso aprender a cidade nas suas experiências vividas com um certo despojamento, sob a forma da constelação benjaminiana onde “tais estrelas, perdidas na imensidão do céu, só recebem um nome quando um traçado comum as reúne”. Marcado pela “obstinação da intenção” conmemorativa o discurso jornalístico pouco soube admitir a “intensidade da atenção”. “Uma espécie de atenção ao mesmo tempo intensa e leve. Esta atenção indica uma presença do sujeito ao mundo

---

39 THOMPSON, A mídia e a modernidade, p.201.
41 GAGNEBIN, História e narração em W. Benjamin, p.72.
tal que saiba deter-se, admirado, respeitoso, hesitante, talvez perdido, tal que as coisas possam se dar lentamente a ver e não naufraguem na indiferença do olhar ordinário”.42 Se o acontecimento é, na definição de Mouillaud, a sombra projetada de um conceito construído, o conceito de centenário não foi capaz de desenhar com maior nitidez o acontecimento. A experiência da cidade permaneceu territorializada, incerta, não se descolou, em maior grau, através do acontecimento. Há um desacordo em relação a um acontecimento “centenário” por parte dos sujeitos, ou seja, não foi uma figura constituída no espaço de uma ação reciprocamente referenciada. Não se trata da identificação de uma suposta harmonia consensual dos interesses dos diversos grupos que integram a cidade. Todos disseram que comemorar o centenário era importante, uma interpretação consensual. Era preciso dizer que não.

4. O Centenário como Rede de Atos de Linguagem

César Geraldo Guimarães

Ainda que a comemoração dos 100 anos de Belo Horizonte, construída pelas diferentes instâncias discursivas que se empenharam em fazer significar o centenário, não foram capazes de criar um figura suficientemente agregadora no espaço de uma ação reciprocamente referenciada, mas se reduziram a um conjunto disperso de práticas, de ações e de discursos que permaneceram exteriores, em boa parte, à experiência cotidiana da cidade, ainda assim, nossa pesquisa buscou sustentar uma compreensão global dos fenômenos comunicativos.

Procurando resgatar a globalidade do processo comunicativo no qual se constituiu o Centenário de, nossa pesquisa indicou cinco eixos, destinados - na expressão de Vera França - a alinhavar as partes e a construir o movimento do todo. São eles: o espaço da vida urbana; o centenário como espaço de interlocução; a centralidade da mídia; as estratégias midiáticas de publicização; a atmosfera simbólica. A globalidade é o fundamento que promove a articulação - a princípio abstrata - entre os domínios do poder público, da mídia e dos cidadãos e que entrelaça os princípios interpretativos (calcados em alguns postulados e num método) que nós procuramos extrair de cada um dos 5 eixos estruturadores. Esses princípios interpretativos podem ser resumidos - sob a forma de problematizações - do seguinte modo:\n
I. Como se distribui atualmente o espaço urbano, como é ocupado simbolicamente e quais os modos de viver que ele comporta?

II. Quais os lugares de fala agenciados pelo poder público e pelos cidadãos?

III. Quais são as estratégias discursivas acionadas pela mídia para narrar o Centenário?

IV. Quais as estratégias midiáticas de publicização do Centenário por parte do poder público?

V. Como se dá a dinâmica da produção e interpretação simbólica?

\[43\] Essa formulação foi apresentada inicialmente por Vera e, desde então, tem sido retomada seguidamente pelo grupo de pesquisa.
Ao reunir esses cinco eixos, a globalidade torna-se tanto um princípio de inteligibilidade que busca aproximar-se o máximo da concreitude dos fenômenos comunicativos, quanto uma ordem lógica que dá consistência às argumentações. Foi preciso, portanto, imaginar uma topologia que desse conta das relações que a globalidade busca apreender e que nos permitisse falar, por exemplo, de relações transversais entre os eixos estruturadores, de zonas de interseção entre os conjuntos temáticos que eles recortam, ou de pontos de passagem entre as partes desse todo que se move. Para tanto, como ponto de partida, podemos conceber os domínios do poder público, da mídia e dos cidadãos como pontos que se comunicam através de uma rede, tal como naquele modelo diagramático desenhado por Michel Serres⁴⁴.

O modelo reticular lança seu desenho, ora regular, ora irregular, sobre o espaço urbano e a atividade social que ele abriga. Tabular, descentralizado, não-hierarchicalizado, aberto a diferentes caminhos e mediações (que nos permitem ir de um ponto a outro, linear e não-linearmente), este modelo visa alcançar o estado de uma situação móvel, podendo ser preenchido de diversos modos: seja através de conteúdos puros (à maneira de uma topologia combinatória, por exemplo) ou conteúdos empíricos (servindo à compreensão histórica). Para melhor definir esse modelo reticular, que não se reduz a um “tecido complexo de sequências dialéticas múltiplas” - cada uma delas guiada por um tipo unívoco de determinação - negação, oposição e superação -, Serres opõe 6 de suas principais características ao argumento dialético tradicional:

1) Pluralidade e complexidade das vias mediadoras: “o único caminho (ou o conjunto de caminhos selecionados) a teoria, a decisão, a história escolhem - ou toda a evolução produzida por uma situação móvel - é escolhido entre outros possíveis e determinado numa distribuição que pode ser aleatória. A necessidade absoluta de uma mediação única é substituída pela seleção de uma mediação entre outras”⁴⁵.

2) Possibilidade de diferenciar a natureza e a força das conexões: “cada caminho, representativo de uma relação ou correspondência em geral transporta um dado fluxo de

⁴⁴ SERRES. A rede de comunicação: Penélope, p.7.
⁴⁵ SERRES. A rede de comunicação: Penélope, p.9
qualquer ação ou reação: causalidade, dedução, analogia, reversibilidade, influência, contradição, etc, cada uma quantificável no seu gênero, pelo menos de direito.

3) À maneira de um tabuleiro de xadrez, a rede abriga uma situação instável, de tal modo que os elementos têm seu poder avaliado segundo a sua situação recíproca, no contexto da distribuição atual do conjunto das peças e diante da rede do jogo contrário"46.

4) A rede abriga “famílias” ou subconjuntos de elementos de poder determinante local: a pluralidade de subtotalidades locais “dá lugar a uma aproximação mais detalhada, que as vulgares teses do local ou da legislação global, do atomismo epistemológico ou do enciclopedismo dedutivo”47.

5) A rede propõe uma nova articulação entre a estrutura e o acontecimento, permitindo reatar os dois extremos de uma cadeia “interrompida há muito tempo pelos filósofos da história: por um lado, existe a imprevisibilidade essencial no pluralismo infinito do ocorrencional; por outro lado, existe a legislação soberana e o encadeamento rigoroso dos momentos de uma sequência”48. O modelo reticular permite acompanhar a transformação de uma situação geral através de uma gradação que vai do probabilístico ao sobredeterminado.

6) Ao fazermos um corte qualquer na rede, escolhendo um ou mais fluxos (que podem ser intransitivos ou transitivos), podemos ir de uma vértice a outro em tempos que variam de acordo com as mediações que encontramos pela frente: tempo muito longo, infinito, curto ou até mesmo nulo. A rede nos permite conceber “uma causa sem efeito - uma comunicação que se perde, uma causa perdida - ou uma causa contemporânea do seu efeito”49.

Um modelo como esse permite-nos preservar a noção de globalidade do processo comunicativo desde que observemos duas condições. Primeira: é preciso abandonar

46 SERRES. A rede de comunicação: Penélope, p.10.
47 SERRES. A rede de comunicação: Penélope, p.12.
algumas suposições iniciais que se revelaram equivocadas, como a de que o Centenário possui uma carga simbólica que, a priori, animaria de algum modo a diversidade de iniciativas ligadas à comemoração. Isso implica em não fazer da carga simbólica da comemoração (a “idéia de centenário”) um princípio transcendente que atravessa toda a rede, (segundo intensidade e velocidades variáveis), pois as formas simbólicas só tornam-se forças materiais quando encontram uma materialidade - um médium - que lhes possibilite “encarnar ou incorporar coletivamente o sentido”50 Segunda: é preciso esclarecer que o pressuposto da “atividade conjunta de uma perspectiva comum” (conforme o modelo praxeológico formulado por Louis Quérel51) não implica, de saída, nem o dialogismo nem o compartilhamento de sentido, assim como não se deixa explicar unilateralmente apenas pelo consenso ou pelo desentendimento. Seria preciso dizer que aquilo que se oferece como “base para a inferência e a ação” comporta perfeitamente os ruídos de toda ordem, a comunicação perdida, as falas intransitivas ou sem resposta, as estratégias fracassadas (ou até mesmo a sua ausência), pois o espaço lógico da interlocução sobrevive como uma “hipótese transcendental” (segundo a definição de Francis Jacques). Não é preciso saber se uma fala encontra resposta, basta que identifiquemos pelo menos os indícios de a quem ela é endereçada. Presença sem conceito, o outro habita, de todo modo, nossos discursos.52

A questão é saber se dispomos de operadores metodológicos para atravessar a distância entre esse princípio transcendental e as realizações discursivas empíricas particulares, elas próprias submetidas, inevitavelmente, a uma distribuição em corpus discursivos, mais ou menos homogêneos (o discurso desta ou daquela mídia, o discurso oficial da comissão organizadora, o discurso publicitário...). Será que não estamos cedendo muito velocemente a uma colocação em discurso generalizada? Certamente nem tudo é discurso e nem se dá a ver discursivamente, e por isso mesmo é que buscamos conhecer também a ação - sempre estratégica - do poder público... Ou então, o que é mais difícil, às vezes esbarramos com a resistência que a cidade opõe em ser transformada em discurso ou em simples objeto de uma estratégia. A atividade de “fazer significar” o centenário revela-se, portanto, em alguns casos, sob a forma de resistência: algo presente na experiência da cidade (um costume, um evento, um edifício) resiste em ser re-significado, em receber a rubrica do Centenário. É nesse ponto que a

50 DEBRAY. Manifestos midiológicos, p.12.
51 QUERÉ. D’un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxeologique. pp. 69-90.
52 JACQUES. Autrui, présence sans concept, pp.11-63.
noção de rede pode auxiliar na compreensão dos vínculos entre as coisas, os signos e ação política.

Ao falar do papel desempenhando pelo modelo reticular no interior de uma nova epistemologia, Adriano Duarte Rodrigues afirma que a problemática comunicacional passa, agora, a consistir numa “substituição da razão dialéctica linear e do seu paradigma aléctico por uma espécie de dispositivo de natureza figural ou textual. É pois uma problemática topológica que faz intervir níveis de verdade, de concretude e de abstração”\(^{53}\). Em seguida, como já vimos em outros autores, Adriano Rodrigues aplica essa “ordem de realizações performativas construtoras de mundos” às tecnologias da informação.\(^{54}\) No nosso caso, ao nos servirmos de um modelo diagramático como esse, pensamos, em fazer da globalidade uma ontologia de *geometria variável*\(^{55}\), colocada em rede, de tal modo que nosso objeto apareça tecido à maneira de uma colcha de retalhos (isso mesmo!) que põe em comunicação instâncias discursivas, dispositivos técnicos (como os da mídia), estruturas administrativas (como as do poder público), o espaço urbano e as diferentes experiências que ele abriga, inclusive aquela originária do vivido dos cidadãos belo-horizontinos.

Ao falar do papel desempenhando pelo modelo reticular no interior de uma nova epistemologia, Adriano Duarte Rodrigues afirma que a problemática comunicacional passa, agora, a consistir numa “substituição da razão dialéctica linear e do seu paradigma aléctico por uma espécie de dispositivo de natureza figural ou textual. É pois uma problemática topológica que faz intervir níveis de verdade, de concretude e de abstração”\(^{56}\). Em seguida, como já vimos em outros autores, Adriano Rodrigues aplica essa “ordem de realizações performativas construtoras de mundos” às tecnologias da informação.\(^{57}\) No nosso caso, ao nos servirmos de um modelo

---


\(^{54}\) Não devemos esquecer, contudo, que a noção de rede, hoje assimilada hegemonicamente às novas tecnologias ou redefinida como socio-técnica (Bruno Latour), possui predecesseors más antigos, e já se encontrava presente, de certo modo, na noção de redes de trocas observadas por Malinowski no ritual do kula e na noção de fato social total desenvolvido por Marcel Mauss - duas maneiras de mobilizar coletivos humanos e não-humanos.

\(^{55}\) LATOUR. *Jamais fomos modernos*, p.84,87.

\(^{56}\) RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*, p.16.

\(^{57}\) Não devemos esquecer, contudo, que a noção de rede, hoje assimilada hegemonicamente às novas tecnologias ou redefinida como socio-técnica (Bruno Latour), possui predecesseors más antigos, e já se encontrava presente, de certo modo, na noção de redes de trocas observadas por Malinowski no ritual do kula e na noção de fato social total desenvolvido por Marcel Mauss - duas maneiras de mobilizar coletivos humanos e não-humanos.
diagramático como esse, pensamos, em fazer da globalidade uma ontologia de *geometria variável*\(^{58}\), colocada em rede, de tal modo que nosso objeto apareça tecido à maneira de uma colcha de retalhos (isso mesmo!) que põe em comunicação instâncias discursivas, dispositivos técnicos (como os da mídia), estruturas administrativas (como as do poder público), o espaço urbano e as diferentes experiências que ele abriga, inclusive aquela originária do vivido dos cidadãos belo-horizontinos.

A globalidade assim configurada não deve ser confundida, entretanto, com uma perspectiva holista de compreensão das interações comunicativas, como vemos, por exemplo, em Michel Maffesoli, que, inspirado em Simmel, fala da natureza reticular da vida cotidiana, religada ao todo pela força de uma “colocação em forma” generalizada, responsável pela proliferação de imagens, representações e valores que não têm outra função senão a de propiciar uma “vibração em uníssono”:

Rede sutil, complexa, na qual cada elemento, objeto, assunto, situações anódinas, eventos importantes, pensamento, relações, etc., só funciona enquanto ligado ao todo e só faz sentido dentro da globalidade. É por isso que se percebe, de uma maneira mais ou menos consciente, na valorização contemporânea do quotidiano. Sente-se em correspondência com os outros, participa-se, com os outros, de um conjunto mais vasto. Todas as diversas massificação, as emoções coletivas, as diversas efervescências festivas, as atrações tribais e outras modas de vestir, de linguagem e de gestos nada mais fazem do que indicar, no quotidiano, a pregnância de um estilo de vida ao qual a pessoa não pode escapar. O contágio está na ordem do dia. A “virulência” certamente é uma das palavras-chaves do momento.\(^{59}\)

Com efeito, o fato das comemorações dos 100 anos de Belo Horizonte (com seus discursos, imagens, representações e acontecimentos) aparecem inteiramente desprevidas de qualquer capacidade de “proliferação virótica” - pois destituídas de imagens agregadoras -, não apenas demonstra o afastamento do Centenário diante do cotidiano, mas também exibe o quanto sua dimensão simbólica caracterizou-se, na verdade, por uma operação artificial, que não chegou a atingir ou a se alimentar dessa camada de significações responsável pela função reequilibradora da imaginação simbólica de que nos fala Gilbert Durand. Fenômeno bem mais prosaico, promotor de interações fracas ou fluidas, o Centenário parece ter apenas roçado a superfície da

---

\(^{58}\) LATOUR. *Jamais fomos modernos*, p.84.87.

\(^{59}\) MAFFESOLI. *A contemplação do mundo*, p.65-66.
experiência - plural e heterogênea - dos habitantes da cidade. Essa rede do cotidiano, com suas representações e poucas imagens religantes, emergiu somente quando a mídia extraiu dali um motivo - um monumento ou evento histórico, um testemunho biográfico ou registro de uma vivência - para exibir, indiscutivelmente, um fragmento desses 100 anos. Isso nos leva a indagar, na esteira de Maffesoli, se a frágil pregnância simbólica do Centenário não se deveu ao fato das comemorações - com todos os sentidos que elas convocam - não terem alcançando uma dimensão verdadeiramente comunitária: cem anos fazem uma cidade, mas não uma comunidade. Ao contrário de uma experiência histórica, acumulada mas não compartilhada, a comunidade, que não independe do tempo vivido, pode se formar por intensidade, por desenvolvimento de laços que escapam à toda dimensão utilitária ou funcional. Se há, portanto, uma globalidade que envolve os fenômenos comunicativos do Centenário, ela nada possui de contagiosa ou religante, distante que esteve de toda comunhão de sentido (nos termos de Mafessoli), pois revelou-se incapaz de recriar as mitologias que sustentam o laço social. Mesmo a tradição de hábitos, costumes, comportamentos e instituições (publicas e privadas) quando reivindicadas - seja por parte do poder público ou pela mídia - permaneceu algo exterior à vida da cidade, que continuou quase impassível diante dos discursos que contentavam-se em informar ou propagandear, como se isso por si trouxesse a agregação.

Podemos nos perguntar então se o centenário da cidade não se caracterizou, ao final, por uma imanência excessiva à dimensão estratégica, encarregada de fazer valer as formas oficiais de comemoração (atribuição do Poder Público) ou a ritualizar (atribuição da mídia), de maneira rotineira e protocolar - de acordo com o dispositivo discursivo próprio do jornalismo -, o aniversário da cidade. Evocando-se a natureza guerreira da termo, podemos compreender o termo estratégia de acordo com uma concepção semiótica que toma o discurso como o confronto contractual-conflictivo que se estabelece entre os actantes. A intersubjetividade surge aí, necessariamente, envolvida por um caráter agonístico. Comportando-se mais como um lutador ou duelsista do que um jogador, o estrategista é aquele que, diante do outro, seu sujeito-parceiro, “explora seu próprio savoir-faire, que se transforma naturalmente num levar a fazer e, sobretudo, num fazer-creer”. Vê-se logo o quanto um modelo como esse é desestimado

60 Reportamos-nos aqui às definições que Herman Parret extraiu do modelo actancial de Greimas. Cf. PARRET. A estética da comunicação, pp. 40-43.
61 PARRET. A estética da comunicação, p. 40.
de dialogismo, pois - segundo crêem alguns semioticistas - o estrategista é dotado de uma “compreensão privilegiada da ‘história a ser realizada’ e do estado cognitivo do co-sujeito”, disposto de quatro tipos fundamentais de atuação. Quando o sujeito-parceiro é tomado na sua dimensão cognitiva, o estragista dispõe de estratégias fiduciárias ou de manipulação (como a ação política, destinada a manobrar as pessoas, e ação mágica, que manipula coisas como se elas fossem pessoas). Quando o sujeito-parceiro é tomado na sua dimensão pragmática, o estrategista dispõe da ação técnica (que manobra as coisas) e da ação tecnocrática (que manobra as pessoas como se fossem coisas).  

62 Aplicado às “estratégias comemorativas” do Centenário - seja aquelas do poder público ou as da mídia - tal modelo revela não apenas os fracassos ou os erros dos estrategistas (abordados em outros momentos da pesquisa), mas, principalmente, o quanto a dimensão simbólica mais ampla de uma comemoração desse tipo escapa às atitudes e atuações tipicamente estratégicas. Se o processo comunicativo em que se constituiu o Centenário pode se tornar mais visível em sua globalidade se apanhado numa rede de configuração pragmática, esta, contudo, não pode ser reduzida ao modelo actancial-estratégico.

Procurando descrever a natureza do liame social característico das sociedades pós-modernas, marcadas pela crise das grandes Narrativas ou Relatos de Legitimação da política e do saber, Jean-François Lyotard, filósofo contrapõe-se àqueles que, nostálgicos diante de uma sociedade “orgânica” perdida, criticam a “dissolução do vínculo social e a passagem das coletividades sociais ao estado de massa composta de átomos individuais lançados num absurdo movimento browniano”.  

63 Para o autor, o sujeito situado nessa sociedade das formigas (segundo a expressão que Michel de Certeau colhe em Musil64), não se reduziu a um mero átomo, mas surge agora enredado numa vasta rede de jogos de linguagem:

O si mesmo é pouco, mas não está isolado; é tomado numa textura de relações mais complexa e mais móvel do que nunca. Está sempre, seja jovem ou velho, homem ou mulher, rico ou pobre, colocado sobre os “nós” dos circuitos de comunicação, por mais ínfimos que sejam. É preferível dizer: colocado nas posições pelas quais passam...

---

62 LANDOWSKI apud PARRET. *A estética da comunicação*, p. 41.
63 LYOTARD. *O pós-moderno*, p.28.
64 *O homem sem qualidades*, de Musil, é primeiro a anunciar essa derrota do singular ou do extraordinário que não é senão aquela do si mesmo. Cf. CERTEAU. Um lugar comum: a linguagem ordinária, pp.59-74.
mensagens de natureza diversas. Ele não está nunca, mesmo o mais desfavorecido, privado de poder sobre estas mensagens que o atravessam posicionando-o, seja na posição de remetente, destinatário ou referente.\textsuperscript{65}

Lyotard ressalta ainda que, numa sociedade em que a componente comunicacional ganha cada vez mais importância - como realidade e como problema - a questão linguageira - ou se preferirmos a significação discursiva - escapa à alternativa tradicional “da palavra manipuladora ou da transmissão unilateral de mensagem, por um lado, ou da livre expressão ou do diálogo, por outro lado”.\textsuperscript{66} Essa flexível rede de atos de linguagem comporta na verdade toda um agonística do sentido, e de tal modo que, apesar das instituições funcionarem como filtros ou barreiras diante do fluxo de mensagens que percorre a rede - regulando o que dever ser dito e o que não pode ser dito - o limite que essas instituições impõem aos lances de linguagem, ainda que estabelecido formalmente, depende sempre do resultado provisório e da “disputa de estratégias de linguagem travadas dentro e fora da instituição”.\textsuperscript{67} Concebida desse modo, a rede possibilita mensurar qualitativamente a eficácia simbólica do centenário, isto é, permite descrever e interpretar o modo como uma “nova informação transformou l(ou não) l o território mental de determinada coletividade e seus dispositivos de autoridade”.\textsuperscript{68}

O desenho dessa rede, quando lançada sobre nosso objeto de pesquisa, pode suscitar estranheza, mas pareceu-nos mais apropriado para dar conta da globalidade do Centenário do que se o concebêsse à maneira de uma grande arena discursiva. Isso porque o Centenário não constituiu-se, na verdade, num fenômeno comunicativo de natureza dialógica, marcado pelo reciprocidade entre os interlocutores envolvidos. O Centenário da cidade configurou-se como um processo comunicativo bastante singular: desprovido de disputa de sentido, mas também sem consenso; feito de “contratos comunicativos” distintos, mas desencontrados, que não chegaram a criar uma espessura simbólica capaz de fazer com que os temas abordados pela mídia e as iniciativas do poder público transbordassem para o cotidiano dos belo-horizontinos. Retornamos aqui à incomensurabilidade entre a espessura da experiência vivida, individual e coletiva, anônima, bem como às imagens que a animam, e o cálculo estratégico destinado a fazer

\textsuperscript{65} LYOTARD. \textit{O pós-moderno}, p.28.
\textsuperscript{66} LYOTARD. \textit{O pós-moderno}, p.29.
\textsuperscript{67} LYOTARD. \textit{O pós-moderno}, p.32.
\textsuperscript{68} DEBRAY. \textit{Manifestos midiológicos}, p.17.
significar o Centenário (por parte da mídia ou do poder público). Quais significações, afinal, são compartilhadas fora de toda estratégia, fora de todo cálculo do sentido? Uma cidade comporta milhares delas, não apenas aquelas proporcionadas por acontecimentos fortemente agregadores ou provocadores de rupturas, mas, principalmente, aquelas significações que se aninham na vida sem qualidade, nas interações simples do cotidiano, com seus pequenos rituais e a incessante proliferação de atos de fala de toda ordem. O centenário da cidade - com seu cortejo de discursos variados, de ações técnicas, medidas administrativas, campanhas publicitárias, iniciativas particulares - parece ter ocupado apenas o intervalo entre esses dois domínios: entre a vida ao rés do chão, anônima e compartilhada, e os discursos que, com pompa ou singeleza, buscaram tornar público aquilo que não sabemos se compartilhamos mais: os cem anos de uma cidade.
5. *O Centenário de Belo Horizonte como Fenômeno Comunicativo*

Vera Regina Veiga França

Nosso percurso – falando sobre a cidade e o centenário; destacando a estratégia do poder público enquanto locutor autorizado do centenário, bem como a interlocução que ele estabelece com a cidade; indagando sobre a topologia e a globalidade do fenômeno estudado – esteve ancorado todo o tempo num pressuposto: a sua natureza comunicativa. É preciso agora explicitar e testar tal pressuposto, que foi nosso ponto de partida e de chegada. Em outras palavras, ao definir e apresentar um estudo sobre o centenário de Belo Horizonte enquanto fenômeno comunicativo (ou na perspectiva da comunicação), fundamo-nos e buscamos responder duas questões básicas:

- em que medida a dimensão comunicativa desse evento é suficientemente relevante para justificar um estudo?
- qual a concepção (modelo) de comunicação adequada à compreensão mais abrangente desse fenômeno?

A resposta às duas questões vem articulada.

À primeira vista, ou numa análise mecanicista, um aniversário - e particularmente o aniversário de uma cidade - apenas subsidiariamente poderia ser tomado enquanto fenômeno comunicativo. Numa visão corrente (na esfera do senso comum mas até mesmo no âmbito da reflexão acadêmica tradicional), na melhor das hipóteses a comunicação aparece como aquela dimensão complementar e instrumental, posterior aos fatos e referindo-se à sua divulgação.

No âmbito da tradição legitimada pelo paradigma informacional, a comunicação é sempre tomada como um processo de transmissão marcado pela linearidade e circunscrito a elementos e a um tipo de desempenho pré-definido. Uma análise convencional do centenário enquanto fenômeno comunicativo através desse modelo viria apresentá-lo enquanto processo de transmissão em que um *emissor* (no caso, o poder público municipal, que assumiu o papel de promotor do evento) cria *mensagens*
(elabora o conteúdo e a formatação da comemoração) que são divulgadas através de *meios de comunicação* (veículos próprios e a mídia em geral) a *receptores* específicos (o cidadão de Belo Horizonte mas também a comunidade externa) com maior ou menor eficácia.

É claro que as análises possíveis não se resumiriam a essa descrição esquemática; muitos aspectos podem ser enfocados, tais como a caracterização do emissor (quais seus objetivos, recursos, conhecimentos disponíveis), o estudo dos meios utilizados, a análise da reação dos receptores. E não podemos dizer que esse caminho analítico se mostra estéril; ele apresenta grande pertinência para desvendar a dimensão estratégica e operacional do centenário (a equação entre os objetivos do poder público e os resultados alcançados; a maior ou menor eficácia do processo).

No entanto, a articulação dos vários elementos que compõem o processo comunicativo e, portanto, a compreensão da sua globalidade, se vêem comprometidas por essa matriz que é fragmentada (é uma sequência linear de partes) e pelo enquadramento instrumental do fenômeno. Da mesma maneira, o estabelecimento de papéis pré-definidos (no caso, tomar o poder público como aquele que emite; os meios divulgam; a cidade recebe) condiciona a leitura desses elementos, de tal maneira que eles apenas são vistos a partir do que se espera deles (resumem-se à função que cumprem e ao seu lugar no processo), e não na sua dinâmica conjunta, numa possível inserção distinta no processo.

As críticas (políticas e epistemológicas) ao modelo linear, positivista, da Teoria da Informação, assim como o limite de práticas transmissivas que não consideravam suficientemente a dinâmica dos outros componentes do processo, produziram, na trajetória das Teorias da Comunicação, o contra-modelo: a comunicação dialógica (ou participativa). A Escola latino-americana, na década de 70, promovendo a denúncia do imperialismo cultural praticado sobretudo pelos EUA, resgataram um outro tipo de modelo, comprometido com a prática democrática e o pleno exercício da capacidade comunicativa dos homens. Os seres humanos são dotados da dupla capacidade de emitir e receber; o exercício de apenas uma dessas faculdades leva à atrofia da outra, e a uma situação de desequilíbrio político e alienação existencial. É no bojo dessa crítica que A. Pasquali desenvolve a distinção de dois modelos distintos: relação de comunicação (calcada na bilateralidade, dupla consciência) *versus* relação de informação (unilateral, manipulativa).
Também Adriano Rodrigues promove uma distinção semelhante: a sociedade mediática, a presença avassaladora dos meios de informação vieram restringir a comunicação e impor uma prática hegemônica das relações de informação. As relações comunicativas, inseridas nos quadros da experiência imediata dos sujeitos, tendem a desaparecer com as sociedades tradicionais.

Não é preciso avançar muito para concluir que esse modelo apenas se aplica a pouquíssimas situações e supõe um quadro idealizado ao nível das relações. Não seria o caso do centenário. A análise do centenário segundo tal matriz conceitual nos levaria a analisar em que medida o cidadão belorizontino ultrapassou a posição de mero recebedor e alcançou efetiva possibilidade de se colocar também como emissor do evento; a perceber a inserção (ou distanciamento) do centenário no quadro e nos limites do cotidiano vivido e partilhado efetivamente pelas pessoas.

Certamente essa análise levaria à constatação de uma ausência – da não comunicação (ou incomunicação). E esse fato, mais do que apenas indício de um modelo político excludente e autoritário, é preciso que se diga, resulta também da impossibilidade de uma participação paritária de todos os membros de uma sociedade de massa (como bem retrata Adriano). Apenas em nível de quadros restritos da comunicação interpessoal (e de situações idealizadas) seria possível o desenvolvimento de “verdadeiras” relações comunicativas nos moldes definidos pelos autores.

Mais recentemente, o quadro de estudo da comunicação tende a priorizar ou se aprofundar ao estudo dos meios. Partindo da importância crescente e papel de determinação exercido pela mídia no cenário contemporâneo, estudar a comunicação é estudar o funcionamento da mídia. Essa priorização da mídia enquanto aparato sócio-tecnico (instância de determinação) praticamente leva ao abandono do processo comunicativo – minimizando a intervenção dos interlocutores, reduzindo a apreensão da dinâmica de produção de sentimentos e fechando a compreensão da extensa “prosa” do mundo que acontece paralelamente (marcada ou à revelia) da intervenção dos meios de comunicação.

A força propelora dos meios de comunicação enquanto instância de produção de mensagens não deve obnubilar a globalidade do processo comunicativo e sua natureza de intermediação\(^69\). A comunicação não se resume aos meios de comunicação ou a uma

\(^{69}\) Como nos advirte L. Quéré, o pensamento ocidental esteve muito tempo marcado pelo paradigma epistemológico (por uma concepção representacionista e cognitivista do homem e do mundo), atribuindo à comunicação uma função de produção e transmissão de conhecimentos sobre o mundo e as pessoas. É preciso substituí-lo pelo paradigma praxiológico, fundado na concepção da "construção social da
função transmissiva, mas compreende a constituição dos discursos e o espaço da interlocução. Conforme realça R. Débry (1993), lançando a proposta de uma "midiologia"⁷⁰, interessa-nos "estudar as mediações pelas quais uma ideia se torna força material". No caso da comemoração do centenário de Belo Horizonte, interessa-nos compreender como ele se constitui e se realiza enquanto prática simbólica partilhada: a materialização da ideia do centenário, o aparecimento dos interlocutores, seu desdobramento em intervenções específicas. O fechamento desse estudo no tratamento dado pela mídia teria pouco alcance analítico; em outras palavras, o objeto centenário teria pouca relevância numa perspectiva que afirmasse a centralidade da mídia para além de outros aspectos da realidade social.

E aqui retomamos a questão inicial, sobre a pertinência de um estudo sobre o centenário enquanto fenômeno comunicativo. No âmbito do GRIS⁷¹, reiteramos nosso interesse não apenas pelos meios em si, pelo lugar da mídia, mas pela sua inserção no âmbito da vida social mais ampla – a relação entre a comunicação mediática e outras formas comunicativas; a relação entre determinados temas criados por um emissor central (a mídia ou outro) e os pequenos temas da vida cotidiana. Assim, interessa-nos não o recorte estreito de determinadas práticas comunicativas, mas a dimensão comunicativa que permeia práticas sociais mais amplas. Nosso interesse é a interseção. Assim, o evento centenário apareceu-nos como uma situação promissora pela sua amplitude – um evento que dizia respeito à cidade como um todo e envolveria, potencialmente, grande diversidade de interlocutores, várias temporalidades e imagens da cidade.

Essa "potencialidade" do objeto, por sua vez, remete à segunda questão: qual o modelo adequado para sua análise comunicacional? Melhor dizendo, como percebe-lo enquanto fenômeno comunicativo? Um aniversário não existe em si mesmo, não tem uma existência sensível e uma realidade própria para além do acordo dos sujeitos que o instituem. Um aniversário é uma inscrição simbólica, um sentido construído, e somente


⁷⁰ Para Débry, “a midiologia tem por objetivo, através da logística das operações de pensamento, ajudar a clarificar esta questão lancinante, irresolúvel e decisiva declinada - conforme se é escritor, etnólogo ou moralista - como 'o poder das palavras', 'a eficácia simbólica' ou ainda 'o papel das ideias na história'”. (Débry, 1993, p. 14).

⁷¹ GRIS: Grupo de Estudo e Pesquisa sobre Imagem e Sociabilidade, vinculado ao Depto de Comunicação Social da UFMG.
passa a existir quando esse “sentido” é realizado discursivamente, se converte em atitudes e eventos tangíveis e partilhados. Mais que um fato cronológico, uma sucessão de temporalidades, um aniversário se refere ao “sentimento do aniversário”. Trata-se, a rigor, de um fenômeno de representação constituído no espaço de uma ação reciprocamente referenciada. É instituído na intervenção de sujeitos que dizem e que, com seu dizer, criam e compartilham significados e constróem relações.

Por esse caminho ultrapassamos a dimensão meramente instrumental da comunicação e alcançamos sua natureza constitutiva - sua presença viva no campo da experiência e da realização do viver social.


Paralelamente, e permeando a intervenção oficial, proliferaram iniciativas de várias naturezas e provenientes de diferentes setores. Do lançamento de livros à encenação de peças teatrais, da realização de eventos esportivos à promulgação de fatos e personalidades científico-intelectuais, tudo no ano de 1997 relacionou-se, direta ou indiretamente, ao tema do centenário. Campanhas publicitárias da iniciativa privada aproveitaram o mote; a imprensa (escrita e rádio-televisiva) cobriu (de forma mais ou menos intensa) os eventos promovidos, construindo (conforme sua própria lógica) seu discurso sobre o aniversário da cidade. Também fez parte dessa dinâmica a cidade, ou o cidadão - alvo e cenário do evento, receptor de múltiplos estímulos e mensagens, enunciador de outras tantas (mais dispersas e menos visíveis, mas não menos importantes).

Esse foi o recorte do nosso objeto – uma possível mobilização e efervescência criadas em torno e a partir da ideia do centenário, em que enunciadores (poder público em proa), discursos, meios de comunicação e dia a dia da cidade se misturam e se repercutem mutuamente.

Tratou-se, portanto, de um objeto complexo, multifacetado, dinâmico. Analisar o centenário na sua natureza de fenômeno comunicativo significou buscar circunscrever os diversos elementos que o compõem e tomá-los na sua circularidade: o poder público
enquanto enunciador de discursos específicos dirigindo-se e referenciando-se em vários interlocutores; a mídia que divulga mas também condiciona a natureza dos eventos, lugar de repercussão e criação de significados; o cidadão que recebe mensagens, vive o dia-a-dia da cidade, interage com os eventos e torna-se referência para a intervenção do poder público - e assim por diante.

Para dar conta dessa apreensão – e como o próprio recorte já indica - trabalhamos claramente com outra concepção de comunicação: uma concepção que busca resgatar a comunicação na sua dimensão de globalidade e enquanto momento de constituição, fundada nos seguintes pressupostos:

- o processo comunicativo é constituído pela presença e intervenção recíprocamente referenciada de várias instâncias (ou sujeitos – humanos e não humanos, cf. P. Levy), quais sejam: indivíduos, mensagens, meios;

- a especificidade dessa relação é a produção/circulação de formas simbólicas; uma produção discursiva que vem configurar o domínio de uma “intersubjetividade prática” (cf. G. H. Mead);

- é essa produção discursiva que configura a existência de uma relação interlocutiva – e não meramente um processo de transmitir e receber de uma relação de interlocução – na qual a noção de sujeitos interlocutores ultrapassa as funções de emissor e receptor;

- momento de construção do social (do estar com o outro), a comunicação é um atividade organizante (da objetividade do mundo, da subjetividade dos sujeitos – cf. L. Quéré).

Tais pressupostos orientaram o desenho metodológico da pesquisa de campo, através do recorte e tratamento de três instâncias distintas (três interlocutores do processo):

- o poder público, que vinha emergindo na cena pública desde momentos anteriores ao ano da comemoração como um anunciador da festa, aquele que convida a cidade para o aniversário dos seus 100 anos;

- a mídia enquanto instância de mediação privilegiada, lugar de construção de imagens e linguagens, construtora de centenário enquanto enunciação e narrativa de um cotidiano que pressupúnhamos modificado pelo recorte temporal centenário;

- os cidadãos, personagens comuns que realizam a cidade pelo uso identitário que a materializa enquanto lugar, construtores do cotidiano urbano belo-horizontino e que
emergiriam na cena urbana como possíveis participantes e configuradores de formas variadas para essa comemoração.

Em cada uma dessas instâncias buscamos (e conforme será apresentado posteriormente) a produção / compartilhamento de sentidos, a presença co-referenciada do outro.

Ora, à primeira evidência, os resultados pareceram contrariar a ideia da existência da comunicação (ou das características que marcam sua realização). O poder público (a prefeitura de Belo Horizonte), que tomou a iniciativa de comemorar o aniversário, propor o formato da comemoração e ativar os demais atores do processo, teve uma atuação ambígua, dirigindo-se ora à cidade, ora a um público externo (numa perspectiva de vender uma imagem "internacional" de Belo Horizonte), ora à mídia (buscando alcançar visibilidade). Também o apelo aos cidadãos foi marcado por ambiguidades – ao mesmo tempo em que chamava a população para assumir o papel de sujeito da festa, conferia-lhe, na proposta formulada, um mero papel de audiência / recepção.

A cidade, de seu lado, não se sentiu parte; não partilhou a ideia do centenário, não se mobilizou. Os cidadãos se mantiveram distanciados e apáticos. De tal forma que não podemos dizer de um processo de troca, negociação; ou pensar que o centenário assumiu um caráter de espaço público – lugar de intervenção / manifestação dos diferentes atores sociais (sujeitos políticos da cidade). Mas se os cidadãos não foram "sujeitos", também não foram objetos do processo. Viveram o ano que Belo Horizonte fez 100 anos, e tiveram algumas opiniões sobre isso, sobre a cidade, sobre a comemoração.

A mídia falou do centenário; cobriu os eventos – mas não exatamente dentro da mesma perspectiva (e estratégia) enunciada pelo poder público. De tal maneira que torna-se difícil apreender e alinhavar uma narrativa do/sobre o centenário a partir das várias vozes que se entrecruzam nesse momento.

Ao pensar nas múltiplas imagens da cidade potencialmente acionáveis pelo centenário, antevíamos uma efervescência de sentidos, uma espessura simbólica que não se deu. Os eventos do calendário, as imagens e apelos construídos não tocaram num fundo comum de experiência – a ponto de nos perguntarmos: qual seria esse fundo comum? Se a comunicação é uma atividade organizante da objetividade do mundo social, que mundo comum foi constituído pelo centenário? Ele significou de fato uma intervenção na cidade? Se a comunicação é atividade organizante da subjetividade dos
sujeitos, é possível pensar que a cidade imaginária (essa que existe enquanto representação ou palco do vívido) é arranhada por essa possível interlocução? É possível falar de uma presença e intervenção recíprocamente referenciada das várias instâncias, quando aparentemente o poder público se dirige a um belorizontino abstrato, e quando os belorizontinos “concretos” reagem com indiferença aos apelos de participação? Finalmente, tais considerações não nos levariam a concluir pela inexistência da comunicação?

Nesse momento, é preciso distinguir dois aspectos distintos; uma coisa é recortar e analisar um dado fenômeno social numa perspectiva comunicacional (encará-lo na sua natureza comunicativa); outra é a maior ou menor comunicabilidade percebida, ou, dito de outra forma, a qualidade (natureza) das relações comunicativas encontradas..

“Comunicação” é um termo fluido, que tanto nomeia um tipo de prática (“eu digo algo a alguém”) quanto um resultado (“nós chegamos a um entendimento a partir do meu dizer”). Mas é também uma construção analítica, que nos permite tanto identificar as práticas comunicativas quanto a maneira como elas se construíram; perceber a intervenção e a particularidade de cada elemento, assim como a particularidade que tais elementos conferem às situações singulares que são vividas. Ao olhar para o centenário já passado, para o objeto que recortamos enquanto fenômeno comunicativo, não podemos dizer que foi outra coisa – se nosso olhar recortou e se debrucou exatamente sobre sua dimensão comunicativa.

Conforme nossa discussão anterior, a comemoração do aniversário foi uma construção simbólica, um sentido construído, uma produção discursiva. Só aconteceu porque foi “dito”. Ele foi dito enquanto calendário de eventos, enquanto marca, slogan, discursos; identificamos estratégias de dizer, formas discursivas, imagens. Essa produção se deu tendo um vínculo hipotético da recepção; havia a projeção de um “outro” – ainda que difuso, ou ideal. Os cidadãos, por sua vez, receberam o convite, foram informados e alcançados pela estratégia (reconheciam a marca, sabiam que Belo Horizonte fazia 100 anos, souberam de um ou outro evento, compareceram a alguns, conforme seu interesse específico). E responderam (ou entraram na interlocação) de outra forma. Elas contrariaram as expectativas do poder público – que queria uma ampla mobilização; reagiram com grande indiferença às propostas formuladas, e disseram outras coisas. Os cidadãos de Belo Horizonte não assumiram o centenário enquanto uma grande experiência – mas fizeram dele uma experiência tênue, pouco expressiva.
Perspectiva metodológica

O desenho da coleta de dados da pesquisa se deu a partir, portanto, de três instâncias: o Poder Público Municipal; os Cidadãos de Belo Horizonte; a Mídia. Para o acompanhamento junto a cada uma destas instâncias, foram desenvolvidos procedimentos metodológicos adequados à perspectiva teórica que marcou o grupo de pesquisa no estudo do Centenário.

a) A instância do Poder Público

O poder público se constituiu como organizador da comemoração. A forma como o Centenário ocorreu se deu a partir de um Calendário Oficial de Eventos, proposto pelo poder público. Esse calendário foi o pólo organizador da coleta de dados junto às outras instâncias.

Realizamos primeiramente uma tipologia desse Calendário de eventos afim de que pudéssemos entender a lógica do "emissor autorizado", dividindo os eventos de acordo com sua natureza e objetivo: internacionalização da cidade; participação popular; regate histórico. A partir dessa tipologia, elegemos 25 eventos representativos e realizamos uma primeira entrevista para obtenção de dados tais como:

- os responsáveis pela organização dos eventos;
- objetivos;
- dados gerais do projeto (público alvo, custos, definição dos locais etc.);
- os discursos do poder público proferidos nessas atividades. As demais instâncias organizavam-se a partir desses eventos escolhidos e das informações que lhes eram repassadas.

A escolha dos entrevistados era definida pelo caráter do evento escolhido e pela indicação da própria prefeitura da secretaria ou órgão responsável pela sua realização. Em um segundo momento realizávamos uma segunda visita que buscava uma avaliação dos organizadores sobre os resultados obtidos, cumprimento das expectativas, projeção do evento na cidade.
Outra fonte importante de coleta foram as Administrações Regionais. Belo Horizonte possui nove regiões administrativas: Centro-Sul, Oeste, Leste, Noroeste, Nordeste, Pampulha, Norte, Venda Nova, Barreiro. Uma vez que representam instâncias de descentralização político-administrativa, buscou-se mapear nesses locais eventos específicos de cada região e captar as iniciativas que porventura partissem das comunidades locais. Foi esse fator que nos levou até às Regionais foi a indicação, no Calendário de eventos, de uma vontade do poder público de descentralizar as atividades do centenário, o que as tornava as AR’s um importante palco de realização do aniversário da cidade.

Nossas principais indagações nesses locais eram:

- Realização ou não de eventos próprios para o centenário;
- Realização dos eventos programados pela administração central;
- Relação das Regionais com a administração central na organização e operacionalização dos eventos;
- Avaliação de níveis de envolvimento da regional e da população na comemoração;
- Concepção e avaliação da participação popular;
- Importância do centenário e avaliação da forma de comemoração proposta pela prefeitura;

A partir desses dados, pudemos perceber que as Regionais assumiram dois tipos de postura e definições sobre o que seria a forma ideal de se comemorar o centenário e o próprio conteúdo assumido pelo mesmo. O acompanhamento das Regionais nos possibilitou perceber as apropriações diferenciadas nas formas de discurso e gestão dos eventos comemorativos empreendidos por cada uma e dessa forma sua atuação caracterizou uma fala própria de cada região da cidade sobre o centenário.

b) A instância da mídia

O trabalho de coleta junto à mídia deveria possibilitar também a visibilidade da fala das outras instâncias, mas sobretudo construir um olhar que percebesse a forma como a mídia participava do processo de construção do centenário. A idéia foi tentar identificar
o acontecimento criado/realizado mediaticamente, perceber o tipo de cobertura promovida, a construção de sentido, a inserção do evento na lógica mais ampla de produção de cada veículo.

Esse trabalho demandou um grande esforço conjunto na construção de uma metodologia de acompanhamento das matérias jornalísticas. Foram elaboradas fichas de sistematização das matérias, apresentando as seguintes informações: caracterização da matéria (se notícia, ou reportagem, nota, entrevista, etc), sua localização no jornal, sua duração ou tamanho, sinopse. As matérias de mídia impressa ainda foram clipadas em fichas próprias que continham mais detalhes. Do mesmo modo, as matérias de mídia eletrônica foram transcritas em fichas próprias com mais informações técnicas.

A primeira avaliação do processamento dessas informações colhidas mostrou-nos que o acompanhamento continuado e sistemático dos meios era inviável, dado o detalhamento das fichas e a necessidade de que o material por sistematizar não se acumulasse. Por outro lado, caso a coleta não se centrasse em torno de um evento específico para, a partir daí, estabelecer um corte temporal bastante nítido, tornar-se-ia impossível identificar as representações da cidade no ano do seu centenário, dada a abrangência da temática da cidade no bojo do jornalismo local. Ou seja, era necessário que o evento fosse o orientador do período de cobertura para que o grupo não se perdesse à procura das muitas representações de Belo Horizonte, e deixasse de lado as falas específicas sobre o Centenário.

A partir de então, os eventos passaram a ser referência para a coleta e passamos a aplicar as fichas de sistematização, com um saldo qualitativo bastante positivo. Passou-se a destacar a “ambiência” das notícias (o que estava acontecendo e sendo tematizado no momento da coleta) através da identificação das escaladas dos noticiários de TV e rádio e das primeiras páginas do 1° Caderno, do caderno de “Cidade” e de Cultura dos jornais impressos. Dispensamos também uma coleta sistemática da programação específica do Centenário, optando por restringir a cobertura ao discurso jornalístico. Foram acompanhados os seguintes veículos: “Estado de Minas”, “Hoje em Dia”, “O Tempo” - mídia impressa - , Jornal da Itatiaia 1ª Edição (Itatiaia) e Notícia na Manhã (CBN) – rádio – e “MG TV 1ª Edição (TV Globo), “Jornal Alterosa 1ª Edição” (TV Alterosa) e “Jornal Minas 1ª Edição” (TV Minas) - televisão. A publicidade passou a ser coletada por um membro da equipe para ser analisada a posteriori.

O trabalho de coleta deu-se em duas fases ou níveis: o primeiro nível, o clipping, era acompanhado de uma tabela de caracterização; o segundo consistia em um relatório
quantitativo, que geralmente tratava dos aspectos formais dos veículos. Esse relatório, além de fazer uma comparação entre os veículos cobertos, poderia apontar prováveis caminhos para uma análise posterior.

c) A instância do cidadão

O grupo da “Escuta” foi instituído para perceber o cidadão nas suas expectativas e interações com o aniversário. A “escuta” equivaleu a um trabalho sistemático de consulta às pessoas, por meio de entrevistas de dois tipos: as episódicas, menos extensas, feitas em contato informal em eventos oficiais do Centenário, e as dirigidas, realizadas em lugares específicos (bairros), de forma mais sistemática.

As entrevistas episódicas, realizadas com 215 pessoas em 20 eventos do Calendário Oficial, tiveram início no evento do 1º de maio, abertura oficial do Centenário. O grupo, buscou, inicialmente, uma abordagem solta, em tom de conversa, sem identificações. Uma escuta da cidade com os habitantes da cidade, não com pesquisadores sobre a cidade. Posteriormente, optou-se por um questionário estruturado até que finalmente encontrou-se uma fórmula intermediária: as entrevistas deveriam realizar-se de maneira descontraída, sem uma ordem determinada de perguntas ou uma maneira “certa” de formular uma questão, mas alguns elementos considerados essenciais eram observados, tais como: percepções da cidade, motivos para participar do evento, de que forma pela qual tomou conhecimento do evento.

Foram realizadas ambigências dos eventos e das entrevistas, a cidade espelhada pelo local do evento e pelas sensações dos presentes. Recolhia-se dados pessoais do entrevistado, suas impresas sobre a cidade, o sentido do evento e do centenário que para ele, naquele momento, brotavam.

Esse material mostrou-se muito rico e vasto. Optou-se por trabalhar os dados em dois níveis de organização e análise. O primeiro nível foi constituído por dados mais brutos e quantitativos, o segundo por uma análise mais geral e qualitativa do material.

O primeiro nível foi composto por um diário de campo dos pesquisadores, uma ficha de ambigência do evento, a transcrição das entrevistas e um relatório quantitativo. No diário de campo registrava-se as impressões sobre o evento, com observações pessoais do pesquisador que não teriam espaço em outro lugar. A ambigência do evento registrava a movimentação do público e das atividades transcorridas. A transcrição das entrevistas,
por sua vez, consistia na compilação das respostas e observações do entrevistado, uma vez que essas entrevistas não eram realizadas com gravador. O relatório quantitativo enumerava as entrevistas realizadas em cada evento, explicitando o número de mulheres e homens, a idade e as características gerais dos entrevistados.

O segundo nível era composto por um relatório qualitativo ou o primeiro esboço do que poderia ser uma análise acerca dos dados coletados. Não se pretendia realizar uma análise muito aprofundada, mas apensas um ensaio para futuras reflexões.

As entrevistas dirigidas buscaram a compreensão do “outro” e da cidade. Através dessas entrevistas, o grupo buscou perceber a cidade enquanto uso, o fundamento das cartografias de seus circuitos paralelos, concorrentes ou convergentes que constróem os lugares enquanto identidade. Nesse contexto, mostrou-se interessante considerar o lugar onde as pessoas se reúnem para estar com o outro, quer dizer, os momentos de cultura e lazer, tendo como ponto de partida o local onde as pessoas moram, os bairros. A partir deles entrecruzavam-se informações do lugar de origem, dos lugares de encontro, e, finalmente, de Belo Horizonte, na busca do encontro do lugar com a cidade centenária. Daí nossa escolha pelos bairros.

Para caracterização dos bairros buscamos auxílio em trabalhos de história oral, dissertações, levantamentos gerais. Foram realizados fichamentos, que possibilitaram um desenho mais sistemático da cidade, tendo em vista facilitar a abordagem das pessoas nos diversos lugares. Após alguns levantamentos, verificou-se que seria difícil sistematizar as informações dos bairros devido à gama enorme de dados coletados, cada um referindo-se a um período histórico diferenciado.

Finalmente decidimos tomar a cidade de maneira “oficial” ou seja, a partir de suas nove regiões administrativas, escolhendo um bairro em cada regional. Foram escolhidos os bairros: Funcionários (regional Centro-Sul); Calafate (regional Oeste); Vera Cruz (regional Leste); Aparecida (regional Noroeste); Ipiranga (regional Nordeste); São Luís (regional Pampulha); Floramar (regional Norte); Serra Verde (regional Venda Nova); Barreiro de Baixo (regional Barreiro).

O critério de seleção dos bairros visou contemplar as variadas características de cada lugar. A amostra procurou ser equilibrada, reunindo bairros novos e antigos, centrais e periféricos, pobres e ricos. Após a escolha dos bairros, partimos para a delimitação do número de entrevistas a serem feitas. Chegamos a um número de 4 por bairro, somando 36 no total. Estipulamos uma representatividade igual para homens e mulheres estratificados em 4 faixas etárias de 15 a 20 anos; de 21 a 45
anos; de 46 a 60 anos; de 60 em diante. Assim, contarmos com um entrevistado de cada faixa de idade por bairro. O questionário incluía quatro partes, iniciando pelos dados pessoais do entrevistado (idade, escolaridade, renda, origem, etc), a cidade, o bairro e por último o centenário.
Segunda Parte: Leituras Temáticas
APRESENTAÇÃO

Esta segunda parte do Relatório Final de Pesquisa apresenta as monografias temáticas desenvolvidas pelos bolsistas, no bojo e a partir do desenho analítico mais amplo empreendido pela equipe pesquisadora.


Por fim, “A Capital do Século por seu Cidadão” faz uma leitura das imagens de Belo Horizonte e do Centenário presentes nas falas dos cidadãos entrevistados pelo grupo de pesquisa.

São, portanto, oito monografias, representando estudos mais pontuais, específicos, a partir de distintas reflexões realizadas a partir dos trabalhos de coleta e sistematização dos dados.
1. O Poder Público enquanto Emissor Autorizado

Lúcia Lamounier Sena

No dia 12 de dezembro de 1997 Belo Horizonte completou cem anos. A comemoração do primeiro século de fundação da capital mineira mostrou-se como uma oportunidade de refletirmos sobre esse aniversário enquanto um fenômeno comunicativo. Isso significou tomá-lo enquanto um amplo processo que envolveria várias instâncias: a dos interlocutores; o campo discursivo constituído nesse momento e o campo da experiência. No entanto, no escopo desse trabalho, tratamos de um pequeno aspecto desse fenômeno global, qual seja, a relação comunicativa estabelecida entre o poder público e a cidade, iluminando-a a partir das identidades, conteúdos e espaços de interlocução propostos para a realização do aniversário.

A comemoração de um aniversário, no seu aspecto comunicacional, mostra-se como um ritual que, ao fazer a marcação simbólica do tempo, reafirma a força de uma identidade social pela pluralidade de vozes que afirmam e realizam-no de formas específicas. A comemoração de uma data é uma prática simbólica que promove um recorte temporal numa determinada existência, interrompendo o fluxo normal da vida cotidiana e marcando dois tempos: um passado e um futuro que na data se anunciaram.

É um movimento que marca uma ruptura, a emergência de um tempo em detrimento do outro que, no entanto, guarda uma permanência e resgata as origens, uma forma de ser anterior, dando visibilidade às novas formas que serão inauguradas. Nesse sentido, um ritual de comemoração de um aniversário não apenas celebra, mas reafirma a cada celebração uma determinada organização social de sentido que busca representar-se.

O aniversário se apresenta, assim, como ritualização do tempo. A comemoração dos 15 anos como idade debutante do indivíduo no mundo adulto, a “idade do lobo”, as bodas de prata, um centenário, dentre outros, são simbolismos incorporadores de sentidos temporais. As sociedades instituem-se instituindo conteúdos simbólicos próprios, elementos de auto-reconhecimento, de marcação da semelhança e incorporação da diferença que construíram o sentimento de si mesmo. O tempo é uma dessas instituições: “o tempo que cada sociedade faz ser e que a faz ser é seu modo próprio de temporalidade histórica que ela desdobra existindo e pela qual ela se
descobrimento como sociedade histórica”

A temporalidade, ou seja, um conjunto de significações instituídas por um corpo social que nesse processo se identifica é um duplo fazer pois, ao caracterizar aquilo que é o mundo, caracteriza aquele que institui esse mundo. Quando identificamos, pelo reconhecimento meu, teu e seu, que isto ou aquilo nos é próprio ou alheio, por mais globalizados e tênues que esses limites possam estar na contemporaneidade, af se expressa uma identidade que nos é própria.

As cidades constituem um importante aspecto dessa discussão. Aqui são consideradas como temporalidade ao mesmo tempo específica e cambiante de existência, de formas de se estar com o outro e que se configuraram fato cultural a partir do século XVIII. Assim, cidade, identidade e tempo mostram-se como conceitos interligados, um vez que o lugar configura-se por uma rede específica de sentimentos construtiva de sua temporalidade, ou seja, da sua forma singular de ser, materializar e comunicar a experiência humana.

Tomada como “lugar de comunicação”, a cidade se expressa no uso urbano de seus “pedaços”, quer dizer, nas formas que os sujeitos efetivam, significam e dizem o lugar. A análise de uma “tribo urbana”, dos frequentadores de um parque, do cotidiano de uma periferia, cada um deles, pela maneira específica de lidar com o lugar, comunica-nos usos identitários distintos, proximidades, apropriações ou exclusões, enfim, linguagens diversas.

Por outro lado, a cidade enquanto conceito comunicacional expressa-se também nos canais comunicativos que desenvolve com a representação política eleita para administrá-la – o poder público. Este é tomado como um ator comunicativo, um “emissor autorizado”, cuja autoridade de emissão é instituição sócio-simbólica de um lugar privilegiado de fala e ação.

O modelo democrático em que vivemos, tal qual o instituímos e oficializamos, comunica pela figura do poder público, um certo jogo de forças- síntese das disputas por expectativas, propostas, imaginários, usos enfim, de uma identidade social para o lugar. Quando falamos sobre ‘identidade social do lugar’, certamente, não nos referimos a um conteúdo único que se impõe. A síntese não quer dizer consenso, muito menos na

---

72 CASTORIADIS, C. A instituição imaginária da Sociedade. p. 246.
73 O conceito de “emissor autorizado” aparece na discussão de Michel de Certeau sobre a enunciation. Para CERTEAU (1994:229-230), a modernidade, através da instituição de múltiplos locutores, apaga a figura do locutor único, Deus, que pela palavra divina determinava o lugar dos homens na terra. No caso do poder público, utilizamos o conceito dado ao seu lugar, socialmente instituído, como lugar
realidade urbana que é por excelência o signo da diferença material e simbólica. No entanto, a expressão e amplitude democrática das cidades revelam-se pela pluralidade de identidades urbanas incluídas, fato que põe em cena o poder público e sua capacidade de articulação dessa diversidade e inclusão.

Nesse sentido, os canais de interação e intervenção propostos para a gestão da cidade, efetivamente realizados enquanto diálogo múltiplo, direcionadores de ações públicas, nos revelam o grau de inclusão urbana. Portanto, destacar o poder público como ator comunicativo, foi uma tentativa de compreender a maneira pela qual as cidades contemporâneas constróem formas comunicativas próprias de interagirem com a sua representação política, sendo o poder público um importante agente que pode chamar ou silenciar o diálogo com a cidade a partir da forma que materializa os usos e identidades que disputa e representa.

1.1. O lugar do “emissor autorizado”

A cidade que tomamos como base para essas reflexões nasce de um ideal moderno. Projeto ideal de usos urbanos planejadamente demarcados, teve como seu principal ícone a Av. do Contorno enquanto um limite da cidade e da “não cidade” ou, pelo menos, da cidade própria para uns e outros.

Um século se passou e em 1997 Belo Horizonte nos mostra que, na prática, essa demarcação de espaços se efetivou, pois, ao longo desse século, a população pobre da cidade não se encontra nos limites de dentro da Contorno, nas ruas ou avenidas centrais. No entanto, de alguma maneira, os pobres se apropriaram dessas ruas, romperam seus limites através dos usos renovados e não oficiais, que foram capazes de inventar, seja enquanto transeuntes, camelôs, manifestantes, pivetes ou mendigos. Dessa forma, Belo Horizonte constituiu sua diversidade identitária e as formas de comunicá-la e disputá-la, seja pelo silêncio, pelo voto, ou pela tomada das ruas.

Esse primeiro século da capital mineira é contemporâneo de um processo muito mais amplo que hoje se realiza nas cidades em nível global, em que se repensa e constrói espaços de interação entre o poder público e as redes sociais, constituindo, assim, o poder local. A amplitude da representação simbólica desse poder se dá pela capacidade de instituição e ampliação de espaços comunicativos legítimos para interação dessas
redes que por sua vez, demarcam uma maneira mais partilhada de agir sobre a cidade.

A configuração da legitimidade desses espaços comunicativos depende, em cada caso específico, da representatividade dos atores que mais se destacam na cena pública, e da sua capacidade de comunicar e dar visibilidade a uma proposta acerca do que querem, enquanto lugar de convivência, qualidade urbana, inclusão, exclusão e tudo o mais que lhes seja pertinente.

Nas proximidades da comemoração do seu centenário, Belo Horizonte vive um rico momento de discussão de seus rumos e identidades, suas grandezas e misérias, a cidade como possibilidade ou negação. O poder público surge como um dos primeiros atores a colocar em cena o aniversário como palco desse debate, assumindo um caráter de anunciador do recorte temporal. O processo de comemoração inicia-se em 1993, na gestão municipal de Patrus Ananias, do Partido dos Trabalhadores - PT e culmina na data do aniversário, 12 de dezembro de 1997, já na gestão de Célio de Castro, do Partido Socialista Brasileiro - PSB.

Uma das marcas desse período é o batismo da cidade inicialmente como a “Capital do Século” e depois como “Cidade Centenária”. Esses slogans, criados pelo poder público nas duas gestões, enunciavam o aniversário e ao mesmo tempo buscaram constituir-se como marcas administrativas, ilustradas em logomarcas e realizadas enquanto práticas comunicativas estabelecidas na cidade.

Nas duas gestões, ainda que de maneira diferenciada, o poder público quer fazer do centenário expressão da busca de uma nova forma de ser da cidade, uma tentativa de dar visibilidade a novas identidades, revelá-las e, nesse gesto, anunciar uma outra cidade e, portanto, da sua forma de ser enquanto governo.

No entanto, a amplitude das identidades que buscam afirmar como próprias para a capital centenária, o grau de inclusão que imprimiram, através do conteúdos vinculados, os espaços de comunicação instituídos para legitimarem essa estratégia e a capacidade de se representarem no processo se diferenciaram em Célio de Castro e Patrus Ananias.

Nossa intenção foi perceber nessa prática comunicativa, analisada a partir da comemoração do centenário, o poder público enquanto um “emissor autorizado” e anunciador da festa, bem como a lógica interativa proposta ou realizada entre ele e a cidade a partir das identidades urbanas postas em cena. Para isso, propusemos-nos buscar respostas elucidativas para duas questões fundamentais: Através de quais instrumentos buscou-se estabelecer, em torno do centenário, um conjunto de ações e falas sobre a cidade e em que medida essas ações pretendiam-se configuradoras de um novo espaço.
público onde interagiriam a cidade e o poder público. De que maneira essa dinâmica comunicativa se quis instauradora de um produção identitária, que representaria tanto essa vivência específica de Belo Horizonte quanto a sua administração municipal?

Impôs-se, portanto, esclarecer em que medida a comemoração do centenário foi dada como uma experiência que possibilitaria constituir não só sentidos para a comemoração mas, também, configurar uma certa forma de ser da cidade revelada, inclusive, pela forma de interação que seus cidadãos e essa administração pública estabeleceram neste momento.

Na medida em que essas interações estabelecidas buscaram constituir-se como marcas de governo, refletir sobre o centenário não foi falar de um data, ou simplesmente ilustrar a execução de um ritual, mas de como esse ritual incorporou determinadas representações nas ações e na prática discursiva que configuraram uma comemoração, um lugar e o próprio “emissor autorizado” da festa.

1.2. Um aniversário – interlocuções distintas

1.2.1 - A gestão Patrus Ananias

A gestão de Patrus Ananias inicia em 1993 com o desafio de ser a primeira administração formada na cidade por uma coligação de esquerda - a Frente BHPopular. Nesse momento, a cidade vivenciou a novidade da relação partilhada da palavra urbana com o poder público. Assim, o sentido identitário imprimido à comemoração nessa gestão, sintetizado no slogan a “Capital do Século”, pareceu-nos um esforço de vinculação do aniversário ao estabelecimento de espaços legítimos de discussão sobre os parâmetros de qualidade urbana, do tratamento destinado às minorias, aos grupos excluídos ou marginalizados, acerca de que projetos e valores priorizar, enfim, da cidade que se queria fazer emergir a partir do centenário.

“A ‘Capital do Século’ era um símbolo, mas também a intenção de criar um tipo de consciência na cidade, sobre a cidade, não só das transformações que a cidade devia promover no sentido de reverter prioridades, flagrantes visíveis, mas também estabelecer uma relação mais próxima com o que se considera a subjetividade da cidade, até que ponto se tem uma relação que permite celebrar alguma coisa.”

74 Entrevista com Énio Dutra – maio de 1996
A idéia de centenário é lançada em várias instâncias, como grupos formadores de opinião, artistas, empresários, escolas, universidades e redes comunitárias locais. Uma dessas instâncias é também a mediática, que dissemina sinais na cidade como um todo. Essa estratégia parece-nos ter sido foi a menos utilizada, dentre outros fatores, pela polêmica partidária sobre a legitimidade da publicidade das ações de governo. Apesar disso, investiu-se em alguns “slogans”, peças publicitárias, outdoors, em que as “marcas” do aniversário emergiram buscando funcionar como liga, a cola simbólica dos diferentes pedaços que deveriam se juntar neste momento.

Exemplificadores dessa afirmação foi a campanha veiculada em 1995, cujo “slogan” era “Repartindo o bolo com arte, você faz a sua parte e a gente faz o cidadão”. Essa campanha fazia alusão à comemoração enquanto festa, ao bolo e ao mesmo tempo a um programa de governo, o processo do Orçamento Participativo. O bolo repartido com a “arte” administrativa que faz o cidadão, ou seja a repartição da verba pública decidida pela população em fórum comunicativo específico. A comemoração e a prática administrativa como a ocasião, o tempo de se fazer o cidadão.

Outro exemplo foram os outdoors que traziam falas sobre a cidade, transmitidas pela diversidade da sua rede social como representantes evangélicos e católicos, líderes comunitários, artistas, imigrantes, pessoas comuns. Pela linguagem mediática, buscou-se realizar a representação da cidade centenária não colocando em cena aquele que convoca para esse projeto, mas a forma como esse convoca, ou seja, dando voz à cidade, buscando representar na específica linguagem desse meio, a novidade da prática comunicativa vivida nesse momento.

Numa outra instância, o “face a face” da gestão da cidade cotidianamente realizada, seja nas convocações feitas para um diálogo com o próprio prefeito, nas reuniões das Administrações Regionais com a população local, ou com os Conselhos e Comissões implementados, dentre outros espaços de interação, coloca-se o centenário como construção de um recorte temporal oportuno, de um momento específico na vida da cidade, mas que supõe a prática participativa para que se realize.

Os cem anos são colocados, então, como uma forma de ser da cidade e do seu governo local. Os dois representam-se como rituais identitários, um busca expressar-se no outro e pela mesma forma, realizar-se com e pelo outro. O novos conteúdos, que se anunciam para essa marcação temporal se constituem e supõem o meio, a participação popular: “o meio é a própria mensagem”.

Identificamos nesse período três conteúdos que o poder público coloca em disputa na
cena da cidade e que foram estrategicamente vinculados à marca “Capital do Século”: a cidade popular, a solidária e a cosmopolita. De certa maneira, esses conteúdos remetem cada uma deles aos outros e, juntos, buscam constituir uma identidade para os cem anos de Belo Horizonte.

A cidade popular pretende significar a reversão de prioridades. Esse conceito comunica-nos um desejo do poder público de rediscutir, com a cidade, prioridades de investimentos, o que implicou a proposição de novos espaços comunicativos. Os fóruns do Orçamento Participativo instituíram-se enquanto um desses espaços ocupados, principalmente pelos habitantes da periferia e pelos movimentos populares.

Esses espaços foram conceituados como lugares de extensão da palavra para a “não cidade”, isto é, para aqueles que, segundo essa gestão, estiveram fora dos benefícios da expansão urbana e, portanto, também, de espaços legítimos de fala e de expressão de suas carências nesses cem anos.

O diferencial da proposta é que o movimento do “dar a ver” dessa identidade implicava uma incumbência da cidade (popular) de realizá-lo, de discutir aquilo que se queria enquanto esse lugar identitário, o que retira a exclusividade do poder público de escolha dos parceiros que com ele dirão como e o que deve ser esse lugar.

Por outro lado, a cidade popular remete à cidade solidária, que buscou significar tanto as políticas sociais realizadas nessa gestão, quanto certos valores que se quis relacionar enquanto válidos para a (re)apropriação urbana. O centenário vincula-se a sentidos tais como cidade fraterna, ecologicamente saudável, reforma urbana, segurança alimentar, dentre outros, dados como valores urbanos éticos.

Finalmente, a cidade cosmopolita é a identidade global, de um lugar que se quer projetar enquanto “Capital do Século”. A cidade é dada como destinada a ser cosmopolita pelos seus valores urbanos, culturais e artísticos. É partir deles que se quer realizar um diálogo com o mundo.

Dessa forma, identificamos o centenário como promoção de valores internos, busca de reconhecimento, promoção e visibilidade da sua arte, da sua cultura, do padrão urbano que procura alcançar e da sua forma participativa de gestão política. A partir desses elementos propôs-se um diálogo da cidade consigo mesma e com o mundo, colocando determinados grupos sociais e atividades na cena do centenário, bem como as políticas administrativas implantadas.

1.2.2 -O aniversário: gestão Célio de Castro
Nosso segundo momento de análise sobre o processo centenário é 1997, ano em que Belo Horizonte faz 100 anos. Nesse período, a gestão de Patrus Ananias é substituída pela de Célio de Castro. Dentre outras questões a serem analisadas, interessou-nos observar em que medida a efetiva comemoração do centenário assemelha ou diferencia-se do processo preparatório anterior, ou seja, da gestão Patrus Ananias, no sentido dos conteúdos vinculados à comemoração e, a partir deles, de uma relação comunicativa estabelecida entre a cidade e a administração municipal, tendo esse evento como pano de fundo.

O anúncio da festa constituiu-se, a nosso ver, em uma exposição pública inicial do governo de Célio de Castro, identificando-se uma certo perfil de sua administração à forma e concepção assumida pelo aniversário. Através dele a representação desse poder, na cidade, comunicou a sua primeira aparição.75

Para dar início ao processo de comemoração, o governo Célio de Castro nomeia uma Comissão Executiva composta por representantes de diversas Secretarias como Esportes, Belotur, Assessoria de Comunicação, Secretaria de Governo sob a presidência do Secretário de Cultura Luís Dulci, cujo papel era propor e implantar um projeto para o aniversário.76

Em março de 1997, a Comissão convoca a cidade para um diálogo a respeito da comemoração, denominado de Plenária do Centenário. Realizada no teatro Francisco Nunes, sua convocação foi feita principalmente pelas Administrações Regionais, nos moldes das convocações para as assembleias do Orçamento Participativo, ou seja, carro de som, faixas, cartas para associações de bairro e lideranças comunitárias e dos movimentos populares.

Seu objetivo era de que se constituísse como uma palavra primeira sobre o aniversário e a forma da sua realização. Essa plenária, que seria a primeira de outras que se seguiriam em cada uma das nove regiões administrativas da cidade, configuraria uma “partilha discursiva” sobre o que considerar relevante para a comemoração do centenário.

A plenária parece indicar a pretensão de instituir um certo espaço público que não...
visaria simplesmente o apanhado de argumentos para coordenação de uma ação para o centenário, mas de ordenação. As intenções declaradas e a própria realização de uma plenária popular indicam o reconhecimento pelo poder público, nesse momento, da importância de formação desses espaços comunicativos, onde a troca de argumentos, pontos de vista e a expressão das vontades de indivíduos ou grupos presentes, constituí-se-iam como palavra legítima sobre a festa.

As falas na plenária são muito diversas dando-nos idéia do quanto a percepção e a vivência da cidade é fragmentada. Remete-nos ora a problemas localizados ou estruturais, ora formações culturais, históricas e de usos urbanos amplos que desejam ganhar visibilidade e, portanto, a expectativas diversificadas quanto à comemoração do centenário. A palavra que vem dos representantes dos bairros, por exemplo, nos remete à idéia do centenário enquanto um investimento local, obras a serem realizadas. As propostas que falam em nome de um projeto de cidadania a ser incorporado enquanto um conceito para a comemoração, inserem-na a partir de grupos específicos de atuação - mulheres, negros, ambientalistas. Já o centenário enquanto um marco para a implantação de projetos sociais, pontuado por lideranças do movimento popular em vários setores, traz temas que lhe são próprios enquanto vivência da cidade, como a questão da moradia, das crianças, do transporte coletivo. E, finalmente, as propostas de resgate histórico falam em uma certa memória que deve resgatada, como dos movimentos populares e da história dos bairros.

No entanto, esse espaço de interação entre o poder público e a cidade, inicialmente constituído, não indicou a maneira pela qual as intenções colocadas seriam incorporadas enquanto ações ou atividades dos 100 anos. Essa desarticulação inicial foi sintomática do decorrer do processo que não viabilizou as outras plenárias, que deveriam se realizar durante o ano de 97.

Em abril, a prefeitura lança um calendário preliminar de eventos comemorativos No texto de apresentação desse calendário, que é assinado pelo prefeito Célio de Castro, o aniversário da cidade é anunciado como um momento específico na vida de Belo Horizonte, o que por sua vez determina alguns papéis a serem assumidos: o do poder público como o de “liderança, promoção e coordenação” e o da população como o “sujeito da festa”.

Enquanto fala oficial, institui a forma definitiva da comemoração — um calendário de eventos; os papéis que devem ser ocupados pelos sujeitos sociais envolvidos, "o
centenário e da população e não do poder público” e o caráter do processo - “impõe-se que as atividades se realizem com a mais ampla participação popular, tanto dos movimentos organizados quanto de cada cidadão belo-horizontino, por mais humilde que este seja”.

Quanto à forma instituída – o calendário de eventos - é declaração de uma vontade do poder público, justificada pelo prefeito e integrantes da Comissão do Centenário, de que fosse a expressão do ponto de vista do governo da melhor maneira de realização do aniversário. Sendo assim, a decisão por uma pluralidade de eventos é dada como política, na medida em que eles revelam uma opção não por um grande e único espetáculo, sobretudo mediático, mas por uma festa: “nós não queríamos um centenário espetáculo, nós queríamos um centenário festa, é diferente. Espetáculo se assiste, a festa participa-se”.

Cabe neste momento uma palavra nossa sobre a forma calendária. Um calendário constitui-se como um referenciais de marcação do tempo segundo regras próprias de cada sociedade. Ainda que o mundo ocidental caminhe cada vez mais para uma homogeneização dos marcos temporais, a definição de algumas datas qualificadoras do tempo continuam guardando suas particularidades sociais.

Enquanto instrumento simbólico de determinação do tempo comunica pelos seus recortes uma certa identidade, uma rede simbólica de valores. Essa determinação se expressa nas datas específicas instituidoras de temporalidades, como a do trabalho, das festas religiosas e pagãs, do recolhimento.

A recorrência desses recortes institui em si os rituais comemorativos, pois para a representação do valor simbólico dessas marcações é preciso não só repetição calendar, como também a repetição do ritual coletivo que celebra e lhes dá sentido.

No entanto essa não foi a tônica do calendário de comemoração do centenário de Belo Horizonte que foi composto por uma diversidade de eventos distribuídos ao longo do ano de 1997 e estendidos até julho de 1998. Alguns definidos para 97, como o Arraiá de Belo e a Procissão de Nossa Senhora da Boa Viagem, já eram tradicionais e sedimentadas no imaginário da cidade, e que se inscrevem numa marcação temporal que extrapolava o centenário. Outros eventos foram preparados especialmente em função do aniversário, como a Bienal de Quadrinhos, a Copa e as Conferências do Centenário. Finalmente foram incorporadas atividades eventuais como congressos, enduros,

---

78 Célio de Castro – Texto de apresentação do calendário oficial de eventos comemorativos do centenário.
seminários etc., que por outras razões estavam previstas para 1997 e foram simplesmente incorporados ao calendário comemorativo, ganhando assim a marca do centenário.

Realizamos uma tipologia desse calendário a fim de percebermos sua expressão mais forte. Essa tipologia baseou-se na intencionalidade do poder público explicitada no já referido texto de apresentação, dos aspectos que deveriam marcar a natureza do centenário. São eles: a participação popular, a internacionalização e as políticas sociais.

a) O centenário como participação popular

Para dar um caráter de participação popular à comemoração, o calendário indica primeiramente um instrumento: as plenárias populares. Essas, “que deverão ser realizadas durante o período oficial de comemorações”, constituem-se numa proposta de criação de “um canal para o diálogo direto com a população a fim de que sejam definidas as diretrizes e as atividades a serem realizadas no aniversário”.

As plenárias deveriam viabilizar uma descentralização das atividades pelas 9 regiões administrativas de Belo Horizonte, dando um formato ao mesmo tempo particular, pela diversidade sócio-cultural que essas regiões apresentam, e integrador ao aniversário, pois, através delas todas estariam empenhadas ativamente nessa forma de realização da festa. Confirma isso um fragmento do texto de apresentação do calendário de eventos:

Impõe-se, portanto, que as atividades do Centenário se realinem com a mais ampla participação popular, tanto dos movimentos organizados quanto de cada cidadão belo-horizontino, por mais humilde que este seja. Da mesma forma, é imprescindível a descentralização dos eventos, de modo a integrar ativamente a população de todas as nove regiões da cidade.

Nessa perspectiva, as Administrações Regionais ganham ênfase na comemoração. Assim como na gestão passada, cabe-lhes atuar como o principal braço da descentralização administrativa, e suas iniciativas, que viriam das plenárias, expressariam sua capacidade de mobilização da participação popular. Dessa forma, realizariam tanto o sentido político da descentralização quanto o caráter proclamado para o centenário.

No entanto, como vimos, as plenárias regionais não se realizaram e foi através dos eventos que se buscou dar ênfase ao papel das regionais na realização, descentralização
e participação popular nos mesmos. A forma deveria realizar o conteúdo.

Nossa tipologia de eventos com caráter de participação popular coincide com as informações obtidas nas AR’s de que essas deveriam se encarregar de dar suporte para a realização de eventos tais como Corridas Rústicas, campeonato de Futebol Amador, Arraiá de Beló, o FIT e o projeto BH Cine - 100 vezes Cinema.

Esses e outros eventos realizaram-se de formas diferentes devido a especificidade de organização do movimento popular local e sua ligação com a Administração Regional, a divulgação e ênfase dada em cada região a esses eventos e sobretudo ao tipo de vinculação de sentido estabelecido para cada um deles.

É importante salientar, no entanto, que a classificação dos eventos como de caráter de participação popular parece-nos significar eventos populares não no sentido de realização ou ação popular, mas no sentido quantitativo de público e por serem destinados a realizar-se, principalmente, nas Regionais.

A fala das Administrações Regionais em relação a essa questão é diversificada, revelando nossa hipótese de que a coligação partidária determinaria, pelo menos em parte, diferentes concepções do processo. Não sendo grupos politicamente homogêneos na sua direção, as Regionais apresentaram maneiras bem próprias de perceber o centenário, sendo portanto também diverso a maneira pela qual avaliaram o seu papel e a participação popular.

Quando abordados sobre os principais aspectos da comemoração, alguns representantes regionais consideraram que as AR’s não passaram de meras executoras do calendário oficial, pois a forma da descentralização proposta, inicialmente, não ocorreu. O centenário, segundo essas Regionais, deveria representar, tal qual indicava o texto oficial do calendário, um momento de reflexão social e de participação popular.

Para esses representantes, a participação popular que deveria ocorrer na comemoração significava todo um conjunto de ações voltadas para o debate e para a participação efetiva, com base na expressão cultural, histórica e política de cada região da cidade. Esta expressão não seria, portanto, construída apenas com eventos nos quais a população deveria comparecer. A entrevista com um assessor regional evidencia muito bem tal concepção:

> a gente sabia que tinha um série de propostas, a comunidade da Regional é uma comunidade muito participativa, uma comunidade com uma capacidade muito

---

80 Celio de Castro – Texto de apresentação do calendário de eventos.
81 Utilizaremos essa abreviatura para Administrações Regionais.
grande de tá propondo e de tá sendo um parceiro efetivo numa gestão popular(...) então nesse sentido, a gente fez um papel meio que de divulgador das atividades que estavam acontecendo e convidando as pessoas para participar, mas afi são convidados, eu acho que a comunidade queria realmente estar fazendo a festa, não indo na festa, mas fazendo a festa.

Para outros assessores, no entanto, a forma do aniversário era uma decisão que deveria ser central, algo a cargo das Secretarias e da Comissão do Centenário, tal qual ocorreu. Nessa perspetiva, cabia às Regionais enquanto órgãos de descentralização administrativa, o papel de auxiliar para a boa execução dos eventos. A avaliação é de que as Regionais cumpriram o papel que lhes cabia e que a participação popular efetivou e expressou-se na mobilização maciça de pessoas para alguns eventos. As palavras de outro assessor Regional confirmam isso:

des de um modo geral, todos os segmentos sociais participaram. Muitas obras, como eu falei, foram feitas, muitos trabalhos de resgate da memória de Belo Horizonte(...). Houve muita festa popular, inclusive agora, a Copa Centenário, que a Regional também está participando, que a população dos bairros e vilas estão mobilizados, organizando essa Copa Centenário.81

Para essas Regionais, os eventos não só foram reconhecidos como sendo do Centenário, “então, assim, o povo começou a perceber as atividades que estavam dentro das comemorações do Centenário e pontuaram todas elas com um público muito legal”, como também consideram que uma relação comunicativa mais interativa passou a estabelecer-se entre a cidade e o poder público.

No entanto, todas foram unânimes em apontar as dificuldades financeiras da prefeitura como um obstáculo, afirmando que esse fator foi determinante para uma ação menos ampliada das regionais.

Interessante também é perceber que para todas as AR’s, o evento final de comemoração do centenário, “A caminhada do Século”, no dia do aniversário da cidade, 12 de dezembro de 1997, foi o mais significativo. Esse evento organizou-se através da Belotur e demais secretarias de governo, contanto principalmente com apoio das regionais que estavam encarregadas de fazer a divulgação e levar a população local para a concentração e caminhada.

Esse evento, que contou com cerca de 150 mil pessoas segundo dados da polícia militar e 300 mil de acordo com as estimativas da prefeitura, foi considerado pelas

81 Entrevista com o Assessor Regional Barreiro (os nomes dos assessores regionais entrevistados foram omitidos por uma questão de preservação de suas identidades).
82 Entrevista com o Assessor Regional Norte.
Regionais o mais marcante do centenário e um sucesso de participação. Para o primeiro grupo, crítico da forma definida para a comemoração, o aniversário foi a data mais significativa na medida em que permitiu a expressão típica da Regional, através da fala de seus grupos culturais.

Para o segundo grupo, a festa do aniversário foi marcante na medida em que congregou um enorme número de pessoas:

“Belo Horizonte conseguiu, através da Caminhada do Século, fazer uma comemoração com a participação popular e com a participação de outras cidades entendendo, a importância desse aniversário. É, dado a isso, eu acho que a Caminhada do Século, ela foi o evento mais importante na comemoração do aniversário de Belo Horizonte, porque ela conseguiu colocar na avenida muita gente, milhões de pessoas. Eu acho que estavam lá mais de cem mil pessoas na avenida, descendo, juntando com todas as praças que estavam fazendo a concentração, elas foram descendo e formou um grande lençol de pessoas com as suas características, com a sua cidade, com as suas cores.”

Essa idéia de participação popular indicada pela presença maciça da população em eventos nos remete ao segundo eixo da natureza do centenário: o aniversário enquanto um momento estratégico para a internacionalização de Belo Horizonte. Não que a internacionalização seja entendida sob esse aspecto, no entanto, a grande presença de pessoas em eventos constitui-lhe um complemento na medida em que dá visibilidade, torna-se fato, projeta a cidade. É o que discutiremos a seguir.

b) O centenário como internacionalização da cidade

Na composição de eventos do calendário e explicitado, como vimos, nas palavras do prefeito Célio de Castro, existe uma expectativa de projeção da cidade a partir do centenário. A comemoração deveria significar, também, dividendos econômicos e sociais para Belo Horizonte:

A forma eventos-comemorativos justifica-se enquanto estratégia de se projetar a imagem de Belo Horizonte como capital de eventos. O centenário nesse sentido é “oportunidade” ou pretexto para a projeção da capital, sobretudo através daquelas atividades que por características próprias, já foram definidos como de caráter internacionalizantes tais como o FIT, Bienal Internacional de Quadrinhos e as Conferências do Centenário.

84 Entrevista com o Assessor da Regional Venda Nova.
Essa natureza internacionalizante do centenário comunica um certo ideal do poder público de afirmá-la enquanto capital. Nesse movimento de afirmação da capital cultural, do “capital do trabalho e do trabalhador”, da “capital do turismo de eventos”, “a cidade mais bonita e expressiva do Brasil que é capaz de dialogar mundialmente”85, a ênfase dada ao termo capital em vários discursos do poder público parece querer marcar uma posição. Buscou-se dar visibilidade a esse centro, a capital depositária de qualidades e vocações a serem reveladas pelo projeto centenário e, portanto, ao seu “emissor autorizado” que se afirma e anuncia enquanto o coordenador e organizador da festa: “(...)este ato tem um significado todo especial, ele significa nosso modo de ver”86.

No contexto das nossas entrevistas, essa proposta alcança grande unanimidade e se apresenta como estratégia política do governo Célio de Castro. Está presente na fala dos membros da Comissão do Centenário, na do prefeito e membros do Secretariado. Essa estratégia se encontra explicitada no texto Internacionalização de BH, de 1997, de autoria do presidente da Belotur e membro da Comissão Executiva do Centenário, Mauro Werkema. Segundo ele,

*a proposta de internacionalização de Belo Horizonte baseia-se na vocação atual da cidade para o turismo de eventos por reunir um conjunto de fatores como localização, segurança, marketing de comércio, prestação sofisticada de serviços, dentre outros. Essa vocação seria potencializada pela forma de comemoração do centenário, ou seja, um estendido calendário de eventos.*87

Werkema aponta três linhas estratégicas a serem adotadas para a internacionalização da cidade: a BH Cosmopolita, a BH Acolhedora e a BH Participativa. A primeira linha, a BH Cosmopolita dá-se pelo entendimento de que uma cidade internacional é uma cidade cosmopolita. Essa pátria de todos pode aqui se realizar desde que a cidade enquadre-se numa estrutura urbana organizada, moderna, em que a atuação dos setores públicos e privados possam reflitar uma ação integrada, tal como entendida através do conceito contemporâneo de governance88.

A segunda linha, a BH Acolhedora, significaria um estímulo ao afeto, já presente no

---

83 Trechos de discursos do Secretário Municipal de Cultura, Luís Otávio Dulci - Abertura Oficial na Praça Sete e de Célio de Castro no ato em “Defesa do Trabalho para todos”.
84 Célio de Castro – Abertura das comemorações do Centenário - 1º de maio 1997.
85 Segundo dados da Belotur Belo Horizonte passou para o 3º lugar no ranking da Embratur de capitais de eventos. Antes do centenário ocupava o 15º lugar.
86 O conceito de governance significa o exercício por parte do governo do papel de articulador da pluralidade de redes sociais presentes na cidade, através da criação de espaços de discussão e interação, bem como de projetos de parceria entre os setores públicos e privados. Esses projetos, estratégicos para as cidades, que devem nascer desses espaços de interação, constituem a essência do conceito.
cidadão belorizontino, buscando caracterizar, a partir dele, uma cidade mais acolhedora. Ao mesmo tempo a reabilitação de lugares, equipamentos públicos, áreas de lazer e convivência viriam possibilitar a ampliação de espaços de sociabilidade, além de constituírem projetos de impacto turístico na área de lazer e recreação. Para isso, segundo Werckema, seria preciso

“tornar a cidade mais acolhedora, estimulando o afeto do belorizontino para com sua cidade e seu espaço de vida, estimulando a hospitalidade e o empenho na preservação do ambiente, melhorando a utilização dos espaços públicos e as oportunidades de convivência”.

Essa perspectiva de uma cidade acolhedora está também presente no texto do Secretário Adjunto de Cultura, Fernando Brant, para quem “Belo Horizonte nasceu para ser capital, desde sempre ela foi a cabeça(...) casa de todos os mineiros, de todos os brasileiros, de todos os homens e mulheres da Terra – ela sempre foi lugar acolhedor que abriga todas as idéias”89. Essa característica deve ser aberta ao mundo, funcionar como atrativo, o afeto é instrumento para a internacionalização.

Como terceira e última linha, propõe-se a “BH Participativa”. A participação aqui, no entanto, assume sentido peculiar, na medida em que se refere à criação de canais entre sociedade-governo, de forma a garantir maior acesso a informações sobre os serviços municipais. Um cidadão mais bem informado sobre sua cidade, “cidadão participativo” será um cidadão divulgador e disponibilizador de informações e orientações para os visitantes. Segundo Mauro Werckema,

“a internacionalização não é só tarefa do governo municipal. A amplitude de ações exige ação sinérgica e solidária. Por fim, é preciso convocar a comunidade, em amplo processo participativo, para pensar e desenvolver ações que conduzam a cidade às suas novas vocações” 90

Dessa forma, as estratégias da BH Acolhedora e Participativa se encontram para efetivar a vocação cosmopolita. Chama-nos atenção o fato da perspectiva internacionalizante do centenário se constituir pela conjugação da identidade particular identificada na cidade, “uma cidade amada por seus cidadãos” e da vocação afirmada e pretendida. O peculiar dessa perspectiva é que o discurso do poder público oferece o lugar para o uso do não-lugar, conceito utilizado por AUGÉ (1994).

Para o autor, o não-lugar constitui-se como o oposto ao lugar que se constitui

89 Fernando Brant – texto de apresentação das Conferências do Centenário.
enquanto identidade social e historicamente construída que por sua vez define o próprio e o alheio. No entanto, na contemporaneidade constituí-se cidades e nas cidades os não-lugares, ou seja, espaços utilizados para fins específicos, transporte, lazer, comércio, eventos. São modos de uso para o lugar que, por sua vez, determinam que sejam passagem, pois o uso esgota-se no fim proposto 91.

Nesse sentido, a Belo Horizonte internacionalizada, com todas as características que esse conceito incorpora, é possível também na medida em que é reconhecida pelos que nela habitam enquanto identidade, lugar. É a identidade que se oferece para a internacionalização.

Finalmente diríamos sobre esse conteúdo proposto para o centenário, que é interessante perceber a falta da cidade em relação a essa perspectiva de dar visibilidade a essa “cidade cosmopolita”. No contexto de nossas entrevistas 92, a internacionalização não aparece enquanto expectativa, nem para a cidade, nem em relação ao centenário. Revelador dessa afirmação é o fato de o desejo maior dos entrevistados presentes na abertura do FIT e da Bienal de Quadrinhos, eventos de caráter internacionalizante, aparecer expresso em frases como “que a cidade realize um movimento para dentro, “cuidarmos do que é nosso”, “oportunidade para dar vazão as coisas daqui”, “que não perca seu lado humano”, ou até mesmo no receio de descaracterização do lugar “a cidade não deve se promover demais, ela precisa continuar assim meio escondida e tranqüila”.

d) O centenário como projeto social e memória

Como última diretriz que apontamos no calendário, a de que o centenário deve ser considerado, também, como um momento de se festejar as realizações até então construídas pela comunidade belo-horizontina, ser um momento para o resgate de memória, mas, sobretudo, a reafirmação de um projeto social.

Em relação a esse conteúdo o calendário indica algumas atividades a serem

90 Mauro Werkema – Documento interno Belotur.
91 “Enquanto a identidade de uns e outros é que constituía o ‘lugar antropológico’ por meio das convivências da linguagem, dos sinais, da paisagem, das regras não formuladas do bem-viver, é o não-lugar que cria a identidade partilhada dos passageiros, da clientela ou dos passageiros domingueiros. O usuário do não-lugar está com este em relação contratual (a passagem, o cartão, o carrinho de supermercado), são as marcas desse contrato” (AUGÉ, 1994:93).
92 Essas entrevistas foram realizadas de maneira aleatória por uma parte do grupo de pesquisa, denominado “escuta”, durante os eventos do centenário em 1997.
realizadas, que ilustravam políticas a serem implementadas ao longo do ano. Os eventos que classificamos nessa tipologia visariam a representação dessas políticas. Podemos citar, como exemplo, as atividades de recuperação ambiental da bacia do Arrudas e as atividades previstas de aplicação das políticas ambientais da “Agenda 21”, proposta quando do encontro da Eco 92 no Rio de Janeiro. Também serviria de exemplo a Conferência da Criança e do Adolescente realizada em maio e a IV Semana Nacional do Portador de Deficiência Física, quando as categorias criança e deficiente físico são incorporadas como “prioridades de governo na Capital do Século”.

Essa composição de eventos leva-nos a visualizar uma expressão de cidade que no seu centenário prioriza projetos politicamente corretos, na área social, ambiental e na memória, como veremos. No entanto, as atividades ligadas às políticas ambientais não foram realizadas, tendo se destacado mais as atividades ligadas à Secretaria de Desenvolvimento Social. Quanto aos projetos ligados ao resgate da memória, estes localizaram-se em ícones tradicionais de recuperação de monumentos tais como a restauração do Museu Abílio Barreto, do Centro Cultural da rua da Bahia e do viaduto Santa Tereza.

O centenário enquanto memória aparece também em discurso pronunciado no dia 12/12/97, na Serraria Souza Pinto, em evento que fez parte das comemorações do dia do aniversário da cidade. Em discurso, o prefeito retoma o sentido de uma cidade planejada, plantada em um arraial, um lugar que estava sendo projetado para representar o futuro, a modernidade. Nesse discurso, o futuro que o recorte centenário anuncia as mãos executoras, as palavras silenciadas, que não foram convocados na fundação para partilhar a vocação cosmopolita de Belo Horizonte, são lembradas e chamadas para fazer a travessia rumo a um futuro, a um novo tempo:

"E não seria sábio caminharmos em direção ao novo milênio, levados por um determinismo entijecido, praticante do monólogo, das verdades feitas, que exclui as vozes muitas vezes dissonantes mas legítimas das pessoas, pessoas com seus desejos e vontades, inseridas em um espaço social".

No entanto, esse desejo de incorporação das vozes dissonantes não se mostrou efetivado nem nas atividades de comemoração, nem enquanto memória. Parece-nos simbólico dessa afirmação o último evento do ano de 1997- o enterrro do "Bau Centenário". Esse evento foi realizado no Parque Municipal no dia 13 de dezembro de 1997. Curiosamente o 1º parque da cidade e de caráter absolutamente popular não foi
incorporado nas festividades de seu 100 anos como algo de destaque no calendário.

O enterro do “Baú Centenário” repetiu o gesto dos fundadores que enterraram um “baú fundador”, há 100 anos, em algum ponto da rua da Bahia. Nesse momento, a gestão centenária entrou jornais do dia, algumas redações de alunos da Rede Municipal de Ensino em que estas dialogam com as crianças do bi-centenário e os discursos proferidos no local por representantes do parlamento municipal, estadual e federal. Assim, o poder público elege a interlocução autorizada, mas não dissonante, com a cidade que permanece. Elege, enterra e lanza para o futuro a sua palavra:

“Foi exatamente nesse sentido que a ideia de se fazer hoje o depósito de documentos dessa natureza tem, como bem citou o secretário Municipal da Cultura e presidente da comissão do centenário Luís Dulci, algo que parece até presunçoso, que parece até além da capacidade humana: preservar na luta contra o tempo, algo de perene. E a forma que o ser humano desenvolveu no correr da sua história, de preservar algo contra a corrosão do tempo, chama-se exatamente memória”93.

1.3. Conclusão

Como palavras finais procuramos fazer uma breve reflexão sobre as intencionalidades e conteúdos propostos para o que chamamos de processo do centenário. Nossa análise, buscou apontar semelhanças ou diferenças, nos conteúdos e portanto nos canais de interação propostos para a realização dos mesmos nas duas gestões.

No entanto como primeiro ponto, parece-nos necessário fazer algumas considerações sobre a forma assumida pela comemoração no ano do aniversário da cidade — o calendário de eventos. Parece-nos que o calendário, preenchido por todas as atividades que aconteceriam no ano de 1997, anuncia e ao mesmo tempo dilui a comemoração; marca, no entanto, pulveriza o recorte temporal. A incorporação do simbólico, do sentido que se pretendia imprimir à comemoração, a um elenco de atividades alheias a esse sentido, tornando-as atividades do centenário pela simples incorporação de uma marca, faz dos eventos figurantes da festa.

Entendemos que a forma-eventos esvaziou a força da palavra que buscou dizer a que veio. Não marcou a essência fundadora do ritual ao dar um tratamento quantitativo ao valor qualitativo da marcação calendar. Se tudo é incorporado à comemoração, tudo é

marca de um centenário, nada, na verdade, o é. Um aniversário não representa simbolicamente o cotidiano; pelo contrário, ele é recorte temporal, é marcação ritual, momento para que juntos possamos dizer a que viemos e, dizê-lo, sob determinadas formas, a cada nova data.

Assim, o calendário não foi capaz de mostrar-se enquanto um valor mobilizador, exprimir uma identidade desejada de se constituir a partir do aniversário. Na sua composição geral não realizou-se enquanto um canal de expressão da cidade ou de comunicação com o poder público. Um evento só convoca naquilo que simbolicamente nos torna atores, sujeitos de um ritual. Um calendário comemorativo do aniversário da cidade por si só, não realiza uma (re) fundação identitária.

Essa questão aponta para uma outra, o sentido de participação popular, inscrito na identidade centenária. Em termos comparativos, as duas gestões, desenvolveram conteúdos distintos para o conceito de participação popular impresso no centenário. No primeiro momento, a participação popular assume um conteúdo mais político, identidade centenária realizada enquanto inclusão pela palavra para definição de determinadas identidades para a cidade que se queria fazer enquanto centenária.

No segundo momento, a participação é dada como componente que deve figurar o centenário. A participação deve realizar-se no comparecimento aos eventos sendo alguns, inclusive, de caráter marcadamente massivos. A participação popular não se configura como identidade política da cidade, mas como adesão aos eventos. O que verificou-se foi um esforço de dar à forma-eventos um caráter de participação popular, cabendo aos que seriam os "sujeitos da festa, a população, figurar-lhe um conteúdo.

Nesse aspecto, o centenário, no ano de sua comemoração, naquilo que indica nossa busca, ou seja, o entre nós da relação comunicativa poder público/cidade, não se destaca. A comunicação não pôs em cena interlocutores e seus discursos através da criação de espaços inovadores de comunicação urbana. A forma-eventos não pareceu capaz de resgatar um outro tipo de envolvimento, senão o festejar. Sendo assim, o sujeito da festa tornou-se convidado, insistentemente convocado, insistência que reflete a campanha publicitária: "o centenário já nas ruas, participe!"

Outro ponto que nos parece distinto é a idéia do centenário enquanto internacionalização da cidade na duas gestões. Ao defrontarmos a questão da internacionalização enquanto valor a ser construído, nos dois momentos do processo analisado, percebemos que, no primeiro, temos uma proposta que discute a identidade cosmopolita da cidade centenária enquanto um momento para a construção de valores.
urbanos globais. Assim, no governo Patrus, a estratégia de associar o centenário a conceitos urbanos que ao mesmo tempo lhe eram caros, enquanto concepção administrativa, buscou articular os cem anos a uma rede de sentidos que incluíam a sua forma de governo enquanto um desses sentidos. Nesse movimento, a estratégia do “emissor autorizado” é representar-se nos valores que lhe são pertinentes e que estimula a cidade a construir enquanto próprios, nos espaços interativos que propõe. Buscou-se fazer da “cidade cosmopolita” a expressão desses valores.

Na gestão de Célio, por outro lado, a identidade do centenário enquanto internacionalização da cidade, momento para se firmar Belo Horizonte como ‘capital de eventos’, articula-se em um outro nível. Busca captar os valores presentes na cidade como, o “afeto” do belo-horizontino, a “cidade com boa infra-estrutura”, o cidadão bem informado e uma “diversificada agenda de eventos” para que a identidade se firme.

Nessa perspectiva, o sentido dos valores que devem ser presentes na cidade centenária caminham na direção de uma instrumentalização identitária e não de realização. Não há uma proposta de constituição inovadora de conteúdos que identifique a cidade internacional ou internacionalizante, mas de comunicar ao mundo os já existentes para que funcionem enquanto atrativos. “O emissor autorizado” não se projeta nessa estratégia, os valores que destaca não são incorporados enquanto uma fala capaz de dizer sobre ele, mas sobre a cidade que, por sua vez, identifica-se de forma mais publicitária do que identitária.

Para finalizarmos, diríamos que a relação comunicativa estabelecida no ano do centenário mostrou-se indicativa de uma vontade, mas não necessariamente, clareza, por parte do poder público, de que não é mais possível dizer só, empreender um monólogo para a construção de uma forma mais incluíente de ser de uma cidade.

A partilha da palavra é exigência para a construção da identidade e da inclusão social. Criar espaços para que ela se realize de maneira legítima, reconhecida pela pluralidade simbólica determinante de cada sociedade, é condição primeira e caracterizadora do esforço que deve ser empreendido de ultrapassarmos as diversas e, constantemente novas, “avenidas do contorno” de Belo Horizonte.

O enunciado só construirá valores e identidades em espaços de interação social, em inovadores canais comunicativos legitimamente instituídos para contribuírem nessa travessia. A “emissão autorizada”, nesse aspecto, deve se fazer crer, fazendo, contribuindo para a construção da cidade como um valor de cultura, a cidade como possibilidade e não negação. “Decididamente essa cidade será o que fizermos dela” se
assim o quisermos e isso, certamente, não se dará somente pela palavra ou vontade do "emissor autorizado". No entanto, essa realização identitária não prescinde nem do sentido, nem da prática política por ele implementada.
2. Percursos Descentralizados do Centenário

Tânia Ferreira Pulier

"... estamos em la ciudad, no podemos salir de ella sin caer en outra, idéntica aunque sea distinta. hablo de la ciudad, imensa, realidad diaria ..."
Octavio Paz, "Hablo de la ciudad".

Um dos aspectos principais do projeto de comemoração do Centenário de Belo Horizonte, apresentado pela Prefeitura, foi a descentralização das atividades nas nove Administrações Regionais da cidade. O texto do Prefeito Célio de Castro na abertura do calendário oficial de eventos comemorativos já apontava claramente para essa opção. São palavras do Prefeito:

"Impõe-se que as atividades do Centenário se realizem com a mais ampla participação popular (...). Da mesma forma, é imprescindível a descentralização dos eventos, de modo a integrar ativamente a população de todas as nove regiões da cidade."

Essa diretriz política apontou o objeto de nosso estudo - verificar como as Regionais (ARs), parte integrante do Poder Público, participaram do processo e fizeram a festa. A partir das entrevistas realizadas pela pesquisa com membros da Prefeitura (administração central e Regionais) e olhando para o Centenário enquanto fenômeno comunicativo, tentaremos perceber como se deu a interação comunicativa entre Poder Público central e ARs, bem como entre estas e população. É preciso observar as variadas ações de cada parte, tomadas enquanto "fala" dirigida a um outro.

De fato, quando se fala em fenômeno comunicativo, é preciso ter em mente que estamos buscando identificar interlocutores e a construção conjunta de formas simbólicas, na sua inserção em contextos específicos. No caso do Centenário nas Regionais, a configuração do nosso problema aponta a Prefeitura, as Administrações Regionais e a população, dentro do cenário de uma metrópole inserida no processo contemporâneo de globalização, na qualidade de atores comunicativos do processo. Esses são os elementos de nossa análise, a partir dos achados da pesquisa empírica.

2.1. Surgimento e desenvolvimento da metrópole
a) Muito além do abraço da Contorno

Quem olha para a história de Belo Horizonte assusta-se com sua transformação. De cidade planejada dentro da Avenida do Contorno e prevista para alcançar 200 mil habitantes ao completar cem anos, a capital mineira é hoje a quarta cidade do país, com 335Km² de área e mais de dois milhões de habitantes. Sua região metropolitana abrange 31 municípios, numa área total de quase 6000Km² e quase três milhões e meio de habitantes\(^{94}\). Possui um terminal rodoviário, dois aeroportos, 44 hotéis, sete Shopping Centers, mais de 800 escolas e 14 Universidades e faculdades, 280 bairros registrados e 132 vilas e favelas\(^{95}\). É dividida em nove regiões administrativas e, hoje, a Avenida do Contorno delimita apenas a sua região central. Enfim, de pacata cidade menina tornou-se uma grande senhora metrópole.

O crescimento começou a se intensificar a partir da década de 50, acompanhando o forte processo de urbanização do país. No período de 1950 a 1980, Belo Horizonte aumentou em cinco vezes a sua população. Sofreu muitas mudanças, principalmente nos anos 70, com o aumento da migração e o desenvolvimento industrial (no âmbito do "milagre brasileiro"), tornando-se uma grande cidade. Essa expansão da cidade significa tanto a ampliação do horizonte físico como a complexificação da vida social. A pacata cidade provinciana, bucólica, com seus passeios a pé, os footings, o "subir Bahia e descer Floresta" dá lugar à metrópole do automóvel e da multidão\(^{96}\). Passam a fazer parte desse cenário as grandes filas de ônibus, os congestionamentos, os assaltos, as cotoveladas, a coexistência de várias realidades.

Além disso, num contexto nacional de redemocratização, a partir da década de 80, Belo Horizonte começou a viver questões que eram inéditas também a nível nacional:

- assiste-se à complexificação crescente da sociedade, com o aparecimento de novas clivagens transversais à de classe; identidades tradicionais são desfeitas e outras tantas surgem; uma pluralidade de interesses convivem e por vezes se chocam. Assim, as diferenças com relação aos hábitos de consumo e lazer, às práticas culturais, entre outras, fazem parte dessa complexidade;

\(^{94}\) INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - censo demográfico de 91 e estimativa de 96.


\(^{96}\) CASTRO, Na tessitura da cena, a vida. Comunicação, Sociabilidade e Político, p. 30.
com isso, sugem novas hierarquias sociais, baseadas não mais apenas na renda, mas em vários fatores que diferenciam e multiplicam as clivagens. Hoje, elas se relacionam também a diferenças de cultura, valores, consumo e acesso a mecanismos de participação política.

essas novas clivagens trazem como consequência particularidades na lógica das reivindicações no Direito. A era dos grandes movimentos se reconfigura, se individualiza e se particulariza em reivindicações de pequenos grupos, onde movimentos sociais, sindicatos e associações civis revêem sua inserção. A discussão deixa de girar em torno de grandes ideologias e passa a abordar questões mais particulares, como a redução da jornada de trabalhos para os profissionais de determinada área ou empresa, o incentivo à cultura por parte de grupos artísticos etc.

Todas essas caracterizações indicam a formação de uma nova gramática política, inventada com base na sociedade civil que, por sua vez, pode ser entendida como "uma articulação entre práticas associativas e de representação de interesses, o universo dos direitos e espaços democráticos de representação e interlocução pública". Dentro desse novo quadro político, muda também o olhar sobre o processo comunicativo. A percepção da comunicação a partir de um esquema informacional, de transmissão de mensagens, onde os receptores são tomados enquanto massa homogênea, torna-se insuficiente para compreender esse contexto tão segmentado.

Novos estudos trabalham com a noção da comunicação enquanto interlocução, ou seja, ação recíproca de atores que constróem uma perspectiva comum através da organização de perspectivas compartilhadas. Essa perspectiva refere-se ao "lugar comum a partir do qual os parceiros vão momentaneamente se relacionar uns com os outros, se relacionar com o mundo e organizar suas ações recíprocas". Afinal, apenas uma noção mais global e reticular do processo comunicativo consegue apreender as muitas falas dos diferentes interlocutores nessa sociedade complexa e segmentada.

b) Divisão administrativa

Como dissemos anteriormente, com o seu crescimento acelerado, Belo Horizonte ultrapassou os limites da Contorno e vários bairros surgiram. A Prefeitura sentiu a

---

97 TELLES, Sociedade Civil e os caminhos (incertos) da cidadania, p.9.
98 TELLES, Sociedade Civil e os caminhos (incertos) da cidadania, p.12.
99 QUERE, L. De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxeológico.
necessidade de criar nove regiões para facilitar a administração. Cada uma tem características próprias, que influenciam no modo de inserção de seus moradores e nas relações sociais e comunicativas que nela ocorrem. Essas características são fluidas e estão em constante mutação - mesmo porque elas também são dadas pela apropriação que as pessoas fazem dos lugares, pelos vários pedaços formados, pelas identidades diferenciadas. Sendo assim, é difícil fazer uma caracterização muito específica.

No entanto, é possível destacar alguns pontos, presentes no Plano Diretor da cidade de Belo Horizonte. Trata-se de uma identificação mais geral, mas útil na contextualização, até porque exprime uma leitura oficial. O plano apresenta assim:

A Região Norte possui contrastes sócio-culturais marcantes e variada formação de bairros. É a região mais nova da cidade, com grande área desocupada. Vem sofrendo mudanças no padrão sócio-econômico, sendo ocupada por população de renda mais alta, com aumento do valor dos terrenos. Isso nas áreas centrais, podendo-se destacar os bairros Planalto e Floramar. O sul constitui grande bolsão de pobreza e o noroeste é área de fronteira, ainda pouco ocupada.

A Região Nordeste é seccionada pelo Anel Rodoviário, grande fator de desarticulação pela ausência de transposições e vias marginais. O anel só se articula, de forma precária, com o corredor da Avenida Cristiano Machado e com o trevo para Sabará, próximo ao Bairro Nazaré. Apresenta contrastes entre bairros de baixa renda, como Capitão Eduardo, e outros onde o padrão sócio-cultural e econômico é melhor, como a Cidade Nova. Em função da fragilidade dos centros locais, a vida social acontece principalmente nos bares, lanchonetes e praças.

A Pampulha distingue-se pela presença do grande referencial simbólico constituído pela Lagoa. Existem também grandes equipamentos públicos, que emprestam à região um caráter diferenciado - Jardim Zoológico, Aeroporto e campus da UFMG. Estes elementos provocam a desarticulação interna da região, no sentido norte-sul. Percebe-se na Pampulha a presença de habitantes tanto de padrão de vida elevado, como de padrão médio e de baixa renda.

A Região Leste caracteriza-se pela ocupação antiga e forte identidade. É uma das regiões mais consolidadas da cidade, também marcada pela tradição histórica, expressiva do ponto de vista arquitetônico. Os centros de comércio constituem pontos de encontro e sociabilidade. O extremo leste da região (Favelas do Alto Vera Cruz, Taquaril, Caetano Furquim e conjunto Mariano de Abreu) tem condições geomorfológicas precárias, que constantemente demandam a atenção do poder público,
seja por problemas relativos a áreas de risco geológico, seja pelos problemas sanitários resultantes da falta de infra-estrutura de saneamento ou, ainda, pelas constantes reivindicações de transportes coletivos e melhoria do sistema viário. Possui contrastes também, pois ao lado dessas favelas, temos bairros de padrão de vida médio, como Santa Inês, Santa Tereza, Floresta, Sagrada Família, dentre outros.

A **Noroeste** reúne bairros tradicionais da antiga periferia de Belo Horizonte, como Carlos Prates e Lagoinha, possuindo várias referências históricas e sócio-culturais, que compõem parte da tradição da própria cidade. A vida sócio-cultural é caracterizada por festas populares, especialmente religiosas. É marcada por contrastes. No município, é a região que tem a maior população, o menor crescimento populacional na década de oitenta e que apresentou o segundo maior número de domicílios vagos no Censo Demográfico de 1991. Sofreu mudança de uso no entorno das vias, com alta concentração de usos comerciais, de serviços e industriais. É segmentada por vias de ligação regional e arteriais: BR-040, Anel Rodoviário, Av. Pedro II, Via-Expressa Leste-Oeste, Av. Carlos Luz. Existência de favelas antigas muito populosas.

A **Região Centro-Sul** é diferente com relação às outras, mas possui uma homogeneidade intrínseca, que é a sua verticalidade, concentração de atividades econômicas regionais e alto padrão de ocupação. Abriga o centro histórico de Belo Horizonte. O uso múltiplo do centro resultou na intensificação das atividades econômicas em detrimento ao uso residencial. Inseridas naturalmente na região estão as aglomerações da Serra e Santa Lúcia, que abrigam população favelada. O cotidiano dos bairros próximos sofre interferência com essa convivência, seja no uso comum de espaços coletivos, seja nas atividades de consumo e prestação de serviços por pessoas dessas áreas. As favelas da região aparecem à sua margem, como que "escondidas" do grande luxo que se ostenta e se apresenta característico.

Boa parte da **Região Oeste** é uma extensão física e tipológica da região Centro-Sul. Ainda assim, é fortemente marcada pela presença de favelas - mais de um terço da população da região. Caracteriza-se por ocupação heterogênea, com áreas tradicionais consolidadas convivendo com bairros sofisticados de ocupação recente; maior população de vilas e favelas, com grandes problemas de infra-estrutura e precárias condições de vida.

O **Barreiro** é uma região tradicional, anterior à própria fundação de Belo Horizonte. Desfruta de certa autonomia tanto no setor de serviços quanto na vida sócio-cultural. A região do Barreiro é completamente atípica, isolada pelo sistema viário, sem ligação

Outra região muito antiga é Venda Nova, que não só polariza alguns municípios, como também detém relativa autonomia em relação à cidade, justificada também pela grande distância que a separa da área central. A vida sócio-cultural da região geralmente se efetiva nas praças e muito raramente junto aos pontos de concentração de serviços. Devido ao histórico de ocupação das áreas, a região não possui perfil único. Em termos de ofertas culturais, institucionais e privadas, a região é muito frágil.

Numa cidade tão grande e diversificada, era cada vez mais difícil a administração centralizada e a interação com a população. Tornou-se necessário criar uma estrutura administrativa descentralizada, experiência já realizada em outros lugares.

c) Descentralização

Baseada nessa necessidade, a Prefeitura de Belo Horizonte, através do Decreto nº 4523\textsuperscript{100} de 12/9/83, dividiu a cidade em nove Regiões Administrativas, com o objetivo de alcançar a desconcentração e descentralização administrativas no âmbito das respectivas jurisdições, para atendimento ao público. São essas regiões que o Plano Diretor veio descrever depois, já na década de 90. As Administrações Regionais são também encarregadas de outras ações de participação junto ao Governo Municipal, como contribuir para a formulação do Plano de Ação, promover sua articulação com órgãos e entidades da Administração Pública e da iniciativa privada, etc.

A reflexão em torno do tema “descentralização municipal” teve início na Europa na década de 70, período marcado por grandes mudanças econômicas, políticas e sociais, sob a ótica da democratização do Estado. Na França, o governo de Mitterrand fez uma redistribuição de atribuições e poderes entre municípios, departamentos e regiões e teve como consequência uma melhor distribuição dos recursos públicos e a revalorização do cenário político local, através de uma mobilização popular mais forte.

Um estudioso espanhol, especialista no assunto, Jordi Borja, fez uma distinção entre concepções de descentralização\textsuperscript{101}. Segundo ele, há três concepções distintas: a

\textsuperscript{100} BELO HORIZONTE. Decreto Municipal nº4523. 12/9/83. Dispõe sobre a estrutura administrativa e o funcionamento de órgãos da administração direta e dá outras providências.

\textsuperscript{101} JACOBI. Descentralização Municipal e participação dos cidadãos: apontamentos para o debate. p.
descentralização territorial cria organismos de representação da sociedade, que exercem as atribuições e utilizam os recursos com autonomia; a descentralização funcional tem um caráter setorial e visa a flexibilizar e agilizar a gestão pública, através da criação de organismos autônomos, que aproximam a administração das necessidades dos cidadãos; a desconcentração cria unidades menores de gestão, com o objetivo de facilitar a operacionalização dos aparatos administrativos ou torná-los mais próximos da comunidade. Ressalvando as diferenças, a experiência de Belo Horizonte se aproximaria mais das duas últimas.

Na América Latina, com a redemocratização, coloca-se a questão do município, problematizando-se em que medida seria ele um "locus de interação entre o Estado e a sociedade". Os municípios brasileiros reagem ao centralismo em meados da década de 80. Na Constituição Federal de 1988, o município passa a ter formalmente autonomia no sistema federativo. A Lei Orgânica, até então votada pelas Assembleias Legislativas, passou a ser elaborada e aprovada pelos próprios representantes municipais. A eleição direta para Prefeito e Vice-Prefeito foi relevante para a autonomia política; forma-se um poder local, caracterizado pela administração pública da cidade e reconhecido pelo cidadão.

Nessa época, já surgem algumas experiências de descentralização. Mecanismos de exercício da soberania popular, como referendo, plebiscito e iniciativa de projeto, e mecanismos de participação na administração municipal foram explicitados na Constituição Estadual. O artigo 18 da Lei Orgânica de Belo Horizonte, de 1990, diz que "a ação administrativa do Poder Executivo será organizada segundo os critérios de descentralização, regionalização e participação popular". Os artigos que se seguem, do 19 ao 24, reafirmam, mais objetivamente, esses critérios. Na prática, eles foram implementados basicamente pelas Administrações Regionais e pelo Orçamento Participativo.

Este último, além de estratégia política, deve ser visto também na sua natureza comunicativa, significando a constituição de um novo espaço público, abrindo para o surgimento de um maior número de vozes e ampliando a rede dos interlocutores na gestão da cidade. Esses interlocutores são chamados a participar de reuniões para discussão das prioridades na aplicação do orçamento público. É uma experiência que já

---

121-143.
102 JACOBI, Decentralização Municipal e participação dos cidadãos: apontamentos para o debate. p. 121-143.
103 BELO HORIZONTE, Lei Orgânica. 1990.

A descentralização, além da face administrativa, tem uma face política, que se revela na ampliação do número de vozes autorizadas na gestão da cidade, e uma face comunicativa, uma vez que abre o debate a novos interlocutores.

2.2. Fronteiras simbólicas na Metrópole

Ao lado desse olhar político, uma outra forma de falar sobre as grandes cidades, a partir de uma visão mais antropológica, refere-se aos modos como ela é apropriada e vivida pelas pessoas. De acordo com Antônio Arantes\(^{104}\), um espaço comum é partilhado através da constituição de várias fronteiras simbólicas, que ordenam as múltiplas relações dos grupos sociais presentes. A cidade seria uma "sucessão de lugares articulados no tempo e no espaço, vertical e horizontalmente, pela mediação de zonas de liminaridade, fluidas, ambivalentes".

A metrópole Belo Horizonte\(^{105}\) apresenta fronteiras simbólicas, que vão desde o tipo de consumo até o grau de instrução, práticas culturais, interesses políticos etc. Na comemoração do Centenário, essas fronteiras transparecem na fala das Administrações Regionais quando, por exemplo, ressaltam a convocação dos "diferentes grupos" para a festa. Grupos de terceira idade, escolas, grupos artísticos e culturais, atletas, associações comunitárias, entre outros, foram citados nas entrevistas como participantes de determinados eventos. Da mesma maneira, em outras práticas e eventos, percebe-se o objetivo das ARs de alcançar variados segmentos sociais presentes e contrastantes.

De diversas maneiras pode-se trabalhar a existência de muitas fronteiras simbólicas em uma região, desde a prestação de serviços voltados especialmente a um segmento, até a realização de debates na tentativa de congregar interesses. Uma outra forma de atingir esses grupos é o lazer. As formas de lazer no espaço dos bairros, especialmente aqueles de periferia, estão relacionadas ao modo de vida e às tradições dessa população. Além disso, Guilherme Magnani diz que o lazer é uma chance, "através de antigas e

---

\(^{104}\) ARANTES. *A Guerra dos Lugares*, p. 191.

\(^{105}\) Conforme diz Guilherme Magnani em *Na Metrópole - Textos de Antropologia Urbana*, a metrópole possui "suas marés e também os arranjos que os moradores fazem para nela viver (ou sobreviver) combinando o antigo e o moderno, o conhecido e a novidade, o tradicional e a vanguarda, a periferia e o centro".
novas formas de entretenimento e encontro, de estabelecer, revigorar e exercitar aquelas regras de reconhecimento e lealdade que garantem a rede básica de sociabilidade"  

Dentro das diversas formas de lazer, um conceito que é bastante trabalho pelos antropólogos é o de *festa*. A *festa* é um momento de efervescência, de anarquia, espontaneidade, “abolição provisória das relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus”  

realçando as capacidades dos grupos de se libertarem temporariamente das regras da ordem social e tomarem as ruas numa atitude de espontaneidade e libertação. Essa é a festa propriamente dita, realizada pelas pessoas. Existe ainda a festa oficial, que realiza um movimento oposto, de fortificação da ordem, dos valores e normas, em detrimento da participação efetiva das pessoas enquanto personagens e não audiência.

A festa e o lazer em geral, além das outras práticas coletivas realizadas na vizinhança, criam uma sociabilidade a partir da qual Magnani conceituou *pedaço*:

espaço intermediário entre o privado (a casa) e o público, onde se desenvolve uma sociabilidade básica, mais ampla que a fundada nos laços familiares, porém mais densa, significativa e estável que as relações formais e individualizadas impostas pela sociedade.

No Centenário, temos algumas atividades com essa característica de *pedaço*, como o Micanorte (carnaval temporão da Regional Norte), a Festa de Congado, realizada pela Regional Oeste, as festas juninas em diversos bairros, que foram incluídas no Arraial do Centenário, entre outras.

Mas o *pedaço* não se restringe apenas à vizinhança e familiares, enfim, a pessoas que se conhece. Nas regiões centrais também é possível identificá-los. São os lugares de encontro, lazer, onde as pessoas, mesmo não se conhecendo, se reconhecem mutuamente enquanto portadores dos mesmos símbolos e códigos, ligados a valores, hábitos de consumo, gostos, enfim, modos de vida semelhantes.

Uma outra forma de apropriação do espaço são as *manchas*. Elas são "áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam (...) uma atividade ou prática predominante"  
servindo de referência para um número mais diversificado de frequentadores. Geralmente sua área é mais ampla, o que permite a circulação de muitas pessoas, vindas de vários lugares. A característica

principal é, então, a diversidade, responsável pela "intrincada rede de sociabilidade" que se forma nesses espaços.

Enquanto o pedaço tem maior mobilidade, porque é determinado pelas relações estabelecidas entre seus membros, a mancha é mais estável tanto na paisagem como no imaginário, e torna-se um ponto de referência físico, visível e público para um número mais amplo de usuário. Uma mancha pode conter vários pedaços. Assim, por exemplo, em Belo Horizonte, podemos dizer que o centro da cidade como um todo constitui uma mancha, e nele identificamos vários pedaços, formados pelos velhinhos que jogam damas na Praça Sete, pelos camelôs, pela população de rua, pelos frequentadores dos bares do Edifício Maleta etc.

Dentro dessa complexidade, "fazer a festa" torna-se um luxo necessário à experiência humana. Mas para realizá-la numa metrópole tão cheia de fronteiras simbólicas, é necessária maleabilidade para absorver as experiências fluidas dos diversos grupos e garantir a sua participação nas comemorações. O Centenário de Belo Horizonte pode ser encarado como uma tentativa por parte do Poder Público de "fazer a festa". Mas de que maneira ele organiza essa festa através das Regionais? As Regionais se mostraram como um instrumento de congregação das diversidades e fizeram com que a festa acontecesse?

2.3. A política e a prática da descentralização

No processo comunicativo de comemoração do Centenário de Belo Horizonte, a atuação das Regionais deve ser observada dentro da sua interação com o Poder Público e a população. A ação de cada um desses interlocutores é a fala dirigida a um outro.

No governo Patrus Ananias (1993-97), foi constituído o Conselho Consultivo do Centenário, composto por membros da Prefeitura e cidadãos comuns - jornalistas, diretores de jornais, presidente da OAB-MG etc. Esse Conselho fez reuniões para discutir a questão do Centenário, fez propostas e visitou instituições para sugerir que as pessoas também pensassem sobre o assunto e contribuíssem. Foram apresentados cerca de 300 projetos, a maior parte deles de pessoas, grupos e empresas, que a Nova Prefeitura deveria selecionar.

Na gestão seguinte, o Prefeito Célio de Castro nomeou a Comissão Executiva do Centenário que, tentando dar continuidade ao trabalho já realizado, abriu espaço para
que novos projetos fossem apresentados. Após analisar todos\textsuperscript{109}, ela deu quatro tipos de respostas: aceitou o projeto e decidiu financiá-lo em parceria com o proponente; considerou o projeto viável e decidiu encaminhá-lo para obter recursos da lei de incentivo municipal; apoiou o projeto, oferecendo apenas chancela (incluiu no calendário e deu ao proponente uma carta do Prefeito ou do secretário de cultura indicando que ele fazia parte das comemorações), sem investir recursos nele; ou rejeitou o projeto.

A orientação do trabalho da Comissão, com diretriz do Prefeito, foi de instituir o Centenário de Belo Horizonte baseado na participação popular. "Nós não queríamos um centenário-espetáculo, nós queríamos um centenário-festa. Espetáculo se assiste, da festa participa-se\textsuperscript{110}. De fato, esse parece ter sido o primeiro pressuposto da comemoração, aparecendo nas vozes de todos os membros da Comissão e na campanha publicitária lançada em agosto de 97, cujo slogan era: "O Centenário já nas ruas. Participe".

Como resultado da análise e seleção dos projetos enviados, foi elaborado um Calendário Preliminar de comemorações, que ia de Primeiro de Maio de 97 a 30 de junho de 98, ou seja, bem além do dia 12 de dezembro, data do aniversário. De acordo com o então Secretário de Cultura de BH, Luís Dulci, a Comissão decidiu estender as comemorações devido ao grande número de propostas interessantes recebidas. No texto de abertura do Calendário, o Prefeito diz que trata-se da primeira versão do programa completo que estava em fase de construção.

Além de ressaltar mais uma vez a importância da participação popular, ele diz que "é imprescindível a descentralização dos eventos, de modo a integrar ativamente a populaçãode todas as nove regiões da cidade"\textsuperscript{111}. Essa foi uma primeira alusão do papel primordial que as Administrações Regionais (ARs) teriam nas comemorações, repetida mais tarde, em entrevista: "A decisão de participação popular levou também a uma outra decisão, descentralizar as comemorações. A descentralização significou que as festividades seriam através das Administrações Regionais".

Essa fala, no entanto, fica muito vaga, não deixando claro que papel seria dado às Regionais, que podia ser desde organizar infra-estrutura para os eventos até definir (com ou sem a população) o que seria a comemoração em cada região. Ou seja, poderia se

\textsuperscript{109} Não tivemos acesso ao número de projetos recebidos, mas temos informação de que foram vários.
\textsuperscript{110} Prefeito Célio de Castro - depoimento
\textsuperscript{111} BELO HORIZONTE. Prefeitura Municipal. Calendário Comemorativo do Centenário.
aproximar mais de uma simples desconcentração, na qual as Regionais teriam papel operacionalizador, ou da descentralização funcional, onde seria dada a elas maior autonomia nas decisões.

No entanto, havia apenas quatro eventos descentralizados no Calendário Preliminar, o que representa 7% do total (Arraial de Belo, Festa da Música, FIT do Centenário e Bienal Internacional de Quadrinhos). É indicado que as Administrações Regionais já estariam organizando programação especial, com ênfase no resgate da história dos bairros e regiões da cidade. Assim mesmo, parece estranho esse número tão pequeno, se levarmos em conta a importância atribuída às Regionais no discurso. O Secretário de Cultura, Luís Dulci, disse em entrevista que o projeto era fazer o Centenário o mais descentralizado possível e isso se daria tanto em termos de apoiar o que a comunidade estaria fazendo, quanto em termos de que "aquilo que a Prefeitura fosse fazer, fizesse bem espalhado pelas nove Regionais. Dentro de cada Regional, nos diferentes bairros, porque as Regionais de Belo Horizonte não são homogêneas".

Não foi o que se viu na prática. As Regionais não tinham certeza do seu papel nas comemorações. Algumas apenas realizaram os projetos enviados pela Prefeitura, outras fizeram algumas propostas que não foram viabilizadas e outras conseguiram viabilizar alguns eventos próprios. Houve aquelas também que esperavam um espaço de atuação maior, que não lhes foi dado.112

As reclamações das Regionais Barreiro e Leste de falta de autonomia são compreensíveis. Afinal, se a proposta era de que as pessoas não simplesmente fossem aos eventos, mas se manifestassem mais ativamente na sua construção, e se a forma de buscar essa participação seria através da descentralização, esta deveria significar mais do que apenas diversos locais para a realização das festividades. A proposta já sugere uma certa autonomia das ARs, que não foi dada, com a justificativa da falta de recursos financeiros. Ora, mas essa não era a prioridade, claramente apontada nos discursos?

Um outro ponto do texto do Calendário foi a indicação do Prefeito de que seriam realizadas as Plenárias Populares do Centenário, planejadas para ocorrerem durante todo o período de comemorações. Elas também seriam um instrumento de participação popular e descentralização, com a convocação das Regionais e a realização de plenárias nas nove regiões da cidade.

112 Por exemplo, a Regional Oeste se atribuiu o papel de "colaborar na organização do evento e na divulgação". A Regional Centro-Sul disse que sua função era dar suporte técnico e operacional aos eventos ocorridos na sua área. Já a Regional Barreiro reclamou do fato de as Regionais terem ficado "à margem de elaboração" (informação verbal).
Mas foi realizada apenas uma, em março, no Teatro Francisco Nunes, da qual foram convidados principalmente grupos organizados. Segundo o Prefeito, aquela plenária era para acolher "todas as manifestações e segmentos de nossa cidade, para discutir o Centenário", dizer como gostariam que ele fosse. Completa afirmando que "o povo é o personagem principal da festa".

No entanto, a Prefeitura já havia feito uma programação e aquela plenária tinha mais o sentido de dar respaldo e comprovar o chamado à participação popular. As propostas poderiam até ser incluídas no Calendário, mas o modelo de comemoração - um calendário de eventos - já estava traçado.

Foram feitas muitas propostas diferentes, que iam desde debates sobre temas de Direitos Humanos até a construção de um centro cultural. A decisão de não dar continuidade às plenárias teve vários motivos. O assessor de Ação Regional da Prefeitura, Geraldo Herzog, explicou que a primeira plenária foi uma discussão muito aberta, onde o tema do Centenário acabou se esvaziando. Em função disso e do início do processo de Orçamento Participativo, onde diversas plenárias para discussão de obras são realizadas, alega que as Regionais estariam resistentes em realizar mais uma plenária.

Não é a opinião da Regional Barreiro. Segundo ela, as Regionais optaram por não dar continuidade às plenárias, pois elas poderiam gerar uma expectativa falsa na população, na medida em que as propostas não seriam executadas, devido ao problema financeiro da Prefeitura. Pelo mesmo motivo a Regional Pampulha explicou a não realização das plenárias descentralizadas.

O Poder Público central deixa claro nos discursos e entrevistas o grande objetivo de participação popular efetiva, que se daria especialmente via Regionais. Mas não investe os recursos disponíveis primeiramente af. A não continuidade das plenárias já vai contra esse discurso de participação. Além disso, a Prefeitura fez um molde de comemorações, o Calendário de eventos. Esse molde tinha uma cara flexível, porque incorporava vários eventos propostos, que levavam o nome do Centenário (mesmo os que já ocorriam normalmente). No entanto, limita-se a um dado conceito de comemoração - baseado nos eventos -, o que não permite que a participação popular tão clamada seja muito mais do que escolher ir ou não a esses eventos. Algumas Regionais concordaram com o que foi feito, como a Oeste, que elogiou os eventos por levarem cultura para a comunidade e possibilitarem o acesso de pessoas mais carentes. Já as que esperavam uma participação mais ativa - Barreiro e Leste -, reclamaram.
2.4. Festa no pedaço?

Por outro lado, apesar de não tão grande como o prometido, mesmo pela falta de recursos financeiros, as Regionais tiveram um espaço de atuação, expresso no modo de desenvolver os projetos e chamar à participação, na possibilidade de sugerirem iniciativas próprias, na concepção que tinham sobre o seu próprio papel na comemoração. Aliás, é na prática do dia-a-dia, na interação com as pessoas, na inserção e adaptação da AR dentro daquela realidade específica que as atividades foram construídas, com maior ou menor autonomia em relação à administração central. Discutiremos aqui alguns pontos principais abordados nas entrevistas feitas durante o período de comemoração com os responsáveis pelo aniversário em cada Regional. Esses dados auxiliam na compreensão da construção dos eventos descentralizados dentro dos pedaços e do processo de interlocução entre Prefeituras, ARs e população no Centenário de Belo Horizonte.

Já na primeira fase de visitas às Regionais, realizada em junho e julho de 97, percebemos entre elas diferenças de posicionamento e organização com relação ao Centenário. Algumas já haviam programado atividades próprias, outras esperavam as orientações vindas do Poder Central. Mas em nenhuma delas encontramos grande mobilização com relação ao aniversário.

As atividades começaram a ocorrer nas Regionais, por iniciativa da AR ou indicação da Prefeitura, principalmente a partir do segundo semestre. E as diferenças se aprofundaram. O que fica mais claro e permite separar as Regionais em dois grupos é a interação com a população e a forma de buscar a participação popular. Os dois grupos seriam, então, aquele onde é buscada uma participação mais ativa, no sentido de ouvir a população, tentar construir de forma mais integrada os eventos e aproveitar características da região e dos moradores; e o outro, onde a Regional executa as atividades e a participação significa número de pessoas nos eventos.

No primeiro grupo, podemos incluir as Regionais Pampulha, Leste e Barreiro. A Regional Pampulha procurou trabalhar os projetos usando elementos característicos da região – a presença do forte referencial simbólico, o grande número de escolas, além da Universidade Federal, e os contrastes sociais e de interesses que a administração percebe marcantes e ressalta a importância de atingir a todos. Além disso, a formação
em História da administradora foi um dos fatores que justificam a ênfase dada ao Projeto de Memória dos Bairros, que procurava resgatar a história dos bairros e regiões da cidade (de todas as ARs, a Pampulha foi a que mais estruturou esse projeto). Por ter trabalhado a participação dessa forma, usando os recursos disponíveis e procurando parcerias, essa regional se torna, para nossa análise, um caso exemplar do grupo.

Em vários eventos, a participação das pessoas era importante não para “fazer público”, mas para realizar o próprio evento. É o caso da Caminhada Ecológica na Semana do Meio Ambiente, na Lagoa, que tem esse sentido de conscientizar para a questão do meio ambiente, aproveitando a data, o local e a tradição de “caminhada” na cidade, que remete a uma dimensão política de ocupação/apropriação do espaço público pela população.

Nos eventos que vieram prontos da Prefeitura, como FIT (Festival Internacional de Teatro) e BH Cine, os temas da história do teatro e do cinema e a sinopse das peças foram trabalhados com os alunos nas escolas anteriormente à apresentação. Isso revela certa preocupação em dar sentido aos eventos, em extrair aprendizado deles, valorizando e fixando algo que seria passageiro.

Em determinados momentos, foi reivindicada a participação das pessoas na própria construção dos eventos, como na “Ação Pampulha BH 100”\(^\text{113}\), onde toda a parte cultural, de apresentação de grupos de teatro e música ficou a cargo da comunidade. A Regional fez reuniões com a COMFORÇA\(^\text{114}\), grupo organizado da região, para a discussão de questões de âmbito maior, como o meio ambiente e até reclamou da excessiva preocupação do movimento com obras.

Por fim, o reconhecimento dos fortes contrastes sociais na região levou à opção de realizar vários tipos de eventos, cada um voltado mais especificamente para determinados grupos, segundo ela mesma explicou: o projeto de Resgate da Memória como mobilizador da intelectualidade, a Copa Centenário como atração para a população dos bairros e vilas e a Ação Integrada de alcance maior, “desde o povo até a classe média”.

As Regionais Leste e Barreiro não foram tão bem-sucedidas em suas expectativas de autonomia e participação quanto a Pampulha. A Leste foi a mais crítica com relação ao

\(^{113}\) Essas Ações Integradas tomam como modelo a Ação Global realizada numa parceria Rede Globo/Sesi Minas, que era um dia voltado ao serviço da comunidade, com expedição de documentos, rua de lazer, shows etc. As Regionais assumiram essa atividade e, além do que já acontecia, fazem também apresentações dos seus departamentos, mostrando o tipo de serviço desenvolvido em cada um deles.

\(^{114}\) Comissão Municipal Fiscalizadora do Orçamento Participativo.
Centenário. Com a presença de grupos fortes na região, como os do Centro Cultural do Alto Vera Cruz, tinha uma expectativa grande de construção das comemorações junto com a comunidade. Chegou a fazer um fórum de cultura no início de 97 para discutir a questão do Centenário e a designar uma Comissão do Centenário, formada por pessoas da Administração e da comunidade, para elaborar propostas. Essa expectativa foi alimentada com a realização da plenária popular, em março de 97. Porém, a não continuidade das plenárias e a falta de verbas causou decepção e a Regional reclamou da pouca autonomia dada pela Prefeitura.

No dia do aniversário, 12 de dezembro, com a preparação para a Caminhada do Século\(^{115}\), a Regional Leste se viu mais contemplada e buscou a participação que esperava. Realizou plenária com a população, envolvendo entidades, grupos organizados, associações de moradores para discutir a importância dos cem anos da cidade e das pessoas que participam enquanto “sujeitos da história da cidade”. Os próprios grupos iniciaram a divulgação.

Apesar de o Centenário não ter atendido as expectativas da Regional, a avaliação final de uma das assessoras ressaltou que ele “mexeu muito com o cidadão comum”, referindo-se ao movimento de grupos e moradores de vilas e favelas. Pode-se notar que a Caminhada melhorou a avaliação sobre a participação popular, pois foi o momento onde esta se mostrou marcante, já que o ano foi marcado pela decepção e falta de entusiasmo.

A Regional Barreiro, por sua vez, com tradição política e de protesto, não se viu atendida nos eventos do Centenário. Isso por não ter sido convocada a participar do projeto de elaboração e por achar que as comemorações não tinham caráter popular (no sentido de possibilidade de participação ativa e crítica). A Caminhada também foi avaliada como o evento mais marcante do Centenário, porque deu visibilidade a grupos da região – músicos, grupos de quadrilha, forró, terceira idade, lideranças do Orçamento Participativo. Segundo a Regional, o Centenário não agradou à comunidade, que “gostaria de estar fazendo a festa, e não indo à festa”. Como o Barreiro (que já vive uma certa autonomia) estava comemorando seus 142 anos em 97, esta festa acabou ganhando mais relevância que o aniversário de Belo Horizonte.

A Regional Oeste pode ser considerada como uma transição entre os dois grupos,

\(^{115}\) Evento que concentrou as ARs, Secretarias, grupos organizados e população em geral em quatro pontos da cidade: Praça da Liberdade, Praça Raul Soares, Praça Milton Campos e Colégio Arnaldo. Os grupos partiram em caminhada de cada um desses pontos e se encontraram na Praça da Estação, onde ocorreu show com diversos cantores, entre eles Milton Nascimento.
porque toma atitudes que ora a aproximam da simples execução das atividades, ora buscam um "fazer conjunto" com a população. O que se pode verificar é que a Regional abraçou a forma do Centenário pensada pela Prefeitura e baseada em eventos enquanto forma correta de comemoração. Ela não assume uma postura crítica, mas elogia o Centenário por ter levado "cultura à região". Se entusiasma muito com uma "festa" onde o papel que se atribui é o de "colaborar na organização do evento e na divulgação". Pensa a participação popular de forma ambígua, porque, por um lado, fala em número de presentes no eventos; por outro, fala de colaboração nos eventos e diz que a comunidade toda trabalhou; as pessoas faziam reuniões, programavam os eventos, divulgavam.

No segundo grupo, que se limitou à execução das atividades, incluem-se as outras cinco Regionais – Venda Nova, Norte, Nordeste, Oeste e Centro-Sul. Venda Nova, apesar de ter proposto dois projetos próprios – Festival de Música e Poesia nas escolas e Gincana Cultural –, fica esperando uma atitude da Prefeitura, com a viabilização financeira, que não acontece. Acaba só organizando os eventos do Calendário, nos quais as pessoas foram espectadoras.

A Regional Norte viveu um certo entusiasmo com relação ao Centenário, mas sempre em relação aos eventos ocorridos, que atraiam grande número de pessoas, como o Micanorte, o FIT etc. Com relação à Caminhada, a Regional atribuís importância à participação de milhares de pessoas e à integração das Administrações Regionais e das cidades do interior.

As três últimas Regionais não se mobilizaram tanto para as comemorações, nem tiveram uma visão de conjunto para planejá-las e avaliá-las. Ao invés de um plano antecipado para os eventos, cada um era pensado na hora da execução e avaliado na hora da entrevista. A Regional Nordeste, em cada época, ressaltava a importância do evento que estava sendo realizado. O Centenário não alterou a rotina da administração. A Regional realizava os eventos indicados, sem adaptá-los à realidade da região. Os eventos enfatizados são os que tiveram maior número de pessoas: a Ação Integrada, que por sua própria natureza reúne muita gente; a Caminhada do Século e a abertura das comemorações, com o Forró da 3ª idade, justamente porque os grupos de 3ª idade são muito ativos na região; e a Copa de Futebol Amador, que contou com a participação de 15 equipes da Regional (a maior participação, ao lado da Pampulha e da Leste).

A Regional Noroeste não teve a intenção de desenvolver projetos específicos de comemoração. O próprio diretor disse que "a atuação foi a de sempre, não houve grande
diferença e não modificou o que já existia”. Atribui-se o papel de executar as orientações vindas das secretarias, ajudando na infra-estrutura e divulgação dos eventos. Seu conceito de participação popular era a presença nos eventos, e não a avaliou tão bem, porque “o povo estava desanimado”. Mesmo nos eventos do dia do aniversário (Caminhada do Século e show na Praça da Estação), acha que as pessoas não foram por conta própria, e talvez fosse melhor um evento nacional ou internacional.

Por fim, a Regional Centro-Sul mostrou um desinteresse não apenas em desenvolver projetos próprios, como até mesmo em realizar os eventos do Calendário. Parece que ela se “funde” um pouco com a Prefeitura, no sentido de não ficarem muito claros os limites e fronteiras de atuação de cada uma. Assim, a única atividade própria realizada foi o “Bolo do Século”[116].

Além disso, o tipo de relacionamento com a população é diferente, o que pode se derivar de alguns fatores, como: grandes contrastes sociais (pertencem à mesma Regional bairros como Mangabeiras e Santa Lúcia); o fato de grande parcela da região compreender o centro da cidade, área comercial, onde as pessoas encontram-se de passagem ou é o seu local de trabalho. Isso dificulta a formação de uma comunidade mais fixa (como num bairro tradicional), onde as pessoas se reconhecem, frequentam as casas dos vizinhos etc. Juntando esses dois fatores, vemos que a Regional Centro-Sul é muito fragmentada e isso dificulta a realização de um evento em que se pretende integrar e chamar à participação. Esta, quando ocorre, é apenas de presença nos eventos. Afinal, se falta essa integração, é difícil fazer com que as pessoas se organizem para elas mesmas realizarem alguma atividade.

2.5. Espetáculo oficial

Os discursos oficiais do Centenário colocavam a participação popular ativa como ponto-chave das comemorações. Essa seria possível principalmente através da descentralização das atividades. Quando se fala em participação popular, deve-se lembrar, no entanto, que se está referindo à população de uma metrópole, diversificada, heterogênea, com várias “fronteiras simbólicas”. Há uma pluralidade de interesses e

[116] Bolo de cem metros de comprimento por 1,5m de largura, coberto com monumentos de Belo Horizonte, doado pelo Sindicato dos Panificadores e distribuído na Av. Afonso Pena, na véspera do aniversário.
modos de vida nessa cidade que, certamente, um modelo rígido e único não daria conta de abarcar.

O Poder Público aponta como característica do Centenário “respeitar a vontade e o desejo, a particularidade, a especificidade de cada manifestação. As manifestações seguiram esta linha: cada Regional com suas características próprias”. Como respaldo, refere-se à realização da Plenária popular para consultar a população, ao recolhimento de propostas para o Centenário, execução de algumas e incorporação no Calendário de Eventos, além do espaço dado para manifestações próprias em cada Regional.

No entanto, isso não foi suficiente. Para que a participação ocorresse com mais força, seriam necessários elementos que entrassem e se apropriassem da experiência cotidiana e simbólica das pessoas. A descentralização das atividades do Centenário precisaria ser mais do que realizar atividades no “pedaço” de alguns grupos, mas tentar absorver a contribuição desses grupos para a comemoração, utilizar a referência simbólica/imaginária das manchas e a interseção nos circuitos e até se aproveitar da existência de vários trajetos nessa cidade multifacetada. É claro que essa estratégia exigiria uma grande maleabilidade do Poder Público não só para acatar sugestões de eventos e incorporá-las ao Calendário, como aconteceu, mas até mesmo para conceber o modelo de comemoração.

De acordo com informação verbal do Secretário Municipal de Cultura, Luís Dulci:

“(...) o Centenário não deveria ser uma festa, uma celebração estatal, só a Prefeitura desenvolvendo algumas atividades para a população de Belo Horizonte assistir. Deveria ser um processo social, político, através do qual diferentes segmentos da sociedade de Belo Horizonte, coordenados pelo Poder Público, mas com uma margem de iniciativa, encontrassem as suas formas próprias de comemoração”.

Ou seja, deveria ser uma festa vivida intensamente pela população e não um espetáculo assistido. No entanto, o modelo formulado previamente pela Prefeitura baseava-se em eventos, que já trazem em si uma natureza de espetáculo. As sugestões da plenária apontam para uma reafirmação de resgate social, que não ganhou lugar no Centenário. Foram realizadas as Conferências do Centenário, que eram eventos de reflexão, porém mais acadêmica e cujo público era restrito. Ora, o atendimento a certas reivindicações da população, ou, pelo menos, a abertura de mais espaços de discussão não fariam parte desse "processo social" falado por Dulci e não poderiam também ser uma forma de comemoração?
O que se pode perceber foi que não se formou um sentimento de "comemorar o Centenário" por parte da população, nem por parte das Regionais, que, em sua maioria, apenas realizavam os eventos indicados. Com poucas exceções, houve grande homogeneidade na maneira como as Regionais comemoraram. Pela falta de verbas e de interesse em alguns casos, a maioria dos eventos realizados foi os que vieram prontos da Prefeitura. Mas se elas possuem diferenças internas e são diferentes entre si, por que fazer tudo igual?

As Regionais aproveitaram pouco o já pequeno espaço de atuação deixado pelo poder central e não se aproveitaram das suas próprias características para realizar a comemoração. É preciso mais do que chamar vários grupos para um evento para atingir a todos os "pedaços". Se são as "fronteiras simbólicas" que ordenam as relações dos vários grupos sociais, para conseguir uma participação mais efetiva deve-se compreender e entrar na lógica dessas fronteiras. Por mais que se olhe, não se encontra o "rebuliço" esperado pelo poder central, porque a população, mesmo presente em alguns eventos, esteve ausente do Centenário.

As Regionais, com raras exceções, não trabalharam a participação das pessoas de forma mais ativa, abrindo espaço para discussão. Apesar disso, segundo o Prefeito Célio de Castro, "no campo da participação popular, as atividades das Regionais cumpriram inteiramente a sua expectativa". Será que ele se referiu ao número de pessoas nos eventos? Se for assim, se essa participação se tornou audiência, esvazia-se a fala dele de que "nós não queríamos um Centenário-espetáculo, mas um Centenário-festa. Espetáculo se assiste, da festa participa-se". O Poder Público nem realizou a descentralização funcional dos eventos, uma vez que não deu autonomia e recursos necessário às Administrações Regionais, nem foi capaz de promover a festa, abrindo espaço para que os diversos grupos se apropriassem de forma espontânea das comemorações. E o povo que, nos discursos, era "o personagem principal da festa", não assumiu um papel ativo nas comemorações.
3. A Propaganda Institucional do Centenário

Jakeline Lins Guimarães de Albuquerque

Dezembro de 1997. Documentos e o depoimento histórico atestam a cidade de Belo Horizonte completa 100 anos. Além disso, conteúdos veiculados nos meios de comunicação de massa, painéis encontrados pela cidade, a constatação presente no discurso do belo-horizontino, vêm constituir um centenário que se desdobra no cenário social, sendo reapropriado de diversas maneiras, ora adquirindo, ora se despindo de significados a serem compartilhados. A chegada de uma cidade a 100 anos de existência configura um fato que torna-se público, sendo este preenchido por implicações simbólicas. Tal fato, ao instaurar-se em um contexto social, tem ao próprio redor uma série de ações tomadas pelos elementos da sociedade.

A maioria dessas ações são devidas a dois aspectos simbólicos do fato. O primeiro, o de tratar-se de um aniversário, o que já inspira ações de comemoração e publicização, já tradicionais em grande parte dos agrupamentos sociais atuais. O segundo fato, o de tratar-se de um aniversário de 100 anos, o que faz atentar para a dimensão simbólica que permeia tudo o que alcança séculos de existência. Inserem-se nessa questão da dimensão simbólica, os aspectos de tradição histórica, da passagem por diversas gerações, etc.

Percebemos aqui a questão da notoriedade que procura-se atribuir ao aniversário da cidade. Além disso, existe a dimensão da comemoração, que significa trazer à tona a importância do objeto que faz aniversário, e de sua trajetória até aquele patamar. Porém, as atitudes de se publicizar e de se comemorar um aniversário implicam uma organização prévia e mobilização de recursos de diversas naturezas, para o empreendimento da ação. Tem-se, portanto, o planejamento e a organização desse aniversário.

O aniversário de Belo Horizonte esteve presente durante o ano de 1997 na forma de reportagens em jornais, de eventos acontecendo em diversos pontos da cidade, na fala dos citadinos. Em nossa perspectiva, o principal agente visto como fonte de ações referentes tal aniversário foi a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte (PBH). Nesse contexto, o centenário de Belo Horizonte, mesmo no ápice de seu caráter de conteúdo
simbólica, uma data a ser diferentemente interpretada e considerada nos diversos setores do cenário social, apresentou às vezes nuances de ações organizadas e planejadas de comemoração. Isso se aplica à todas as ações empreendidas pela PBH para a comemoração da data. Uma dessas ações, dentre as várias que configurarão o Centenário de Belo Horizonte, visto aqui como um cenário no qual desenrolam-se relações comunicativas de diversas naturezas, seria organização de eventos comemorativos e a criação de mensagens publicitárias.

Este trabalho visa, enfim, estudar o perfil de organização publicitária adotado para a divulgação do aniversário da cidade, tendo como base empírica a campanha publicitária assinada pela instituinte da festa, desenvolvida ser veiculada nas proximidades da data do aniversário da cidade, como parte de um projeto de comemoração. Tal campanha foi veiculada nos jornais *Estado de Minas, Hoje em Dia,* e *O Tempo*, e circulou no período de 24 de novembro a 13 de dezembro de 1997.

Este estudo toma a campanha publicitária do centenário de Belo Horizonte como elemento desse universo comunicativo, propondo-se a captar traços de sua organização metodológica e discursiva.

Na primeira parte, refletiremos acerca do papel da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte no processo comemorativo do aniversário da cidade, bem como sobre a forma segundo a qual ela, na qualidade de proponente da festa, institui o centenário a ser comemorado. As ações de concepção, realização e divulgação da festa encontram-se marcadas por um princípio de organização que cumpre determinados objetivos.

Na segunda parte, investigaremos as escolhas operacionais e discursivas presentes na atuação de um ‘fazer publicitário’ no panorama das comemorações do aniversário. Aqui terá lugar o desdobramento e análise dos dados referentes à organização publicitária empreendida, numa reflexão acerca da configuração de estratégias e alternativas de divulgação do aniversário da cidade, frente a fatores conjunturais, bem como a um projeto político e uma postura pública que exerceram que influíram determinantemente no processo.

Na terceira parte, refletiremos a respeito do papel da propaganda institucional elaborada para o centenário dentro do processo comunicativo que constituiu o aniversário. O embasamento teórico desta fase do trabalho envolvem os conceitos de

---

117 Esses periódicos foram os mesmos escolhidos pela pesquisa integrada como componentes das fontes de dados, sob o critério de representatividade no que diz respeito ao acompanhamento dos principais fatos econômicos, políticos, e do cotidiano da capital.
Comunicação e de compartilhamento social de conteúdos simbólicos, bem como as concepções de projetos discursivos originárias da análise do discurso. Finalmente, refletiremos a respeito das relações dos conteúdos simbólicos veiculados nas peças analisadas com os elementos presentes no discurso e projeto políticos municipais, o que determinou, portanto, as escolhas retóricas para falar ao habitante da cidade.

3.1. Instituindo um Centenário

O centenário de Belo Horizonte é um evento, uma data que abriga um processo comunicativo marcado por ações específicas, promovidas, por exemplo, através de empreendimentos discursivos das mais diversas naturezas no cenário social. Nossa perspectiva contempla a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte como empreendedora de diversas ações práticas direcionadas à realização da comemoração. Essas ações vão desde a criação de eventos comemorativos e a movimentação de recursos para tal até a forma de divulgação desses eventos. Muitas dessas ações, com o teor discursivo que trazem consigo, foram marcantes na iniciação e desenvolvimento de um projeto de enunciação dirigido à comunidade.

A PBH, propôs e tematizou a comemoração do centenário, criando para tais ações uma formatação específica. A proposta de comemoração feita por ela não ecoa sozinha na sociedade. Uma vez tornada pública, provoca diversas ações configuradoras de respostas. Tais respostas originam-se das diversas instâncias da sociedade, e observá-las significa atentar para parte da ampla e complexa dinâmica social que se desenvolve entre essas instâncias.

Além da enunciação do aniversário da cidade, foram apresentados planos de realização de uma comemoração onde a participação da comunidade era apontada como meta a ser cumprida. Isso nos permite observar o poder público municipal segundo a noção de locutor autorizado, que prevê um papel de destaque a ele atribuído, relativo a seu status de proponente da festa e de foco privilegiado de emissão de produções discursivas. Tal fato situa-se no âmbito da questão da legitimidade da instância política, ao mesmo tempo enunciadora de um discurso que objetiva uma ação (participação na comemoração) por parte da população.

No início de 1997, foi lançado um calendário oficial de comemorações com duração prevista de maio do mesmo ano a junho de 1998. Juntamente com este calendário, a PBH incorporou o centenário a seu discurso oficial acerca da cidade e de projetos para o futuro. A temática “100 Anos” é incorporada às ações discursivas externas da prefeitura durante o ano de 1997. Ela traz inerentemente uma carga simbólica que coloca em pauta a busca pela modernidade, o trânsito por diferentes gerações, e a necessidade de melhoria da própria cidade.

Assim, a Prefeitura propõe e realiza a comemoração — processo comunicativo, marcado pelas manifestações ou silêncios da mídia, do cidadão e por suas próprias atitudes —, sendo ainda portadora de um projeto político, que se utiliza de uma comunicação, e de todo um planejamento e postura públicos que determinam formas de se abordar os assuntos de interesse geral.

O processo comunicativo instituído em função das ações da PBH e das respostas da sociedade em relação ao centenário da cidade vem ser o palco da enunciação travada pelo portador de um projeto de fala, que na concepção de análise do discurso, proposta por Patrick Charaudeau,¹¹⁹ significa uma composição entre os elementos que fazem parte de sua intencionalidade discursiva, e seus objetivos comunicativos (informativo, factitivo, sedutor, persuasivo). O projeto de fala existe em função da ocorrência de um contrato comunicativo entre os interlocutores, que baseia-se no reconhecimento do papel do outro na condição de interlocução, bem como a atribuição do direito à fala, pautado na credibilidade e legitimidade atribuída ao sujeito enquanto enunciador de determinado conteúdo.

Estendendo esta perspectiva ao estudo acerca da comunicação publicitária no centenário de Belo Horizonte, contemplamos o Poder Público como o portador de um projeto de fala, regido por uma intencionalidade discursiva baseada em objetivos

¹¹⁸ O prefeito era Patrus Ananias, do PT.
comunicativos, dentre os quais podem aparecer a sedução e a persuasão como caminho para a legitimação ou aceitação social da causa que busca incentivar, ou seja, que a população comemore os 100 anos. Neste processo, ele reconhece a si como o enunciador e o público enquanto conjunto que compartilha, ou ao menos reconhece, as referências simbólicas colocadas seja na imagem, seja no texto do material da enunicação.

Em nossa concepção, o centenário da cidade aparece junto à dinâmica dos assuntos públicos, que dizem respeito às condições sociais da cidade, ou dos valores para melhoria dessas condições — temas recorrentes na prática da política pública. A data simbólica de 100 Anos de existência insere-se, portanto, no universo de uma ação discursiva política, sem significar apenas um pretexto temático a ser apropriado com vistas à divulgação de projetos políticos. O centenário adquire o caráter de uma emanação discursiva com simbolismo próprio, imerso, porém, na realidade política da administração municipal em que aparecem fatos e projetos relativos à cidade a serem ressaltados. Dentre os fatos, aparecem qualidades inerentes à cidade e marcas atingidas, como por exemplo o mérito de se ter excelentes médias de qualidade ambiental (área plantada por habitantes). Dentre projetos, a possibilidade da crescente democratização dos espaços públicos da cidade, com a participação plena da população na vida cultural da cidade.

A retórica, integrante de toda mensagem publicitária, passa a servir ao projeto discursivo do locutor autorizado. Dentro disso, é interessante e esclarecedora a reflexão acerca das escolhas retóricas e discursivas feitas pelo proponente da festa. Os resultados dessas escolhas são de fundamental importância para a compreensão dos caminhos tomados pelo processo comunicativo.

Esta análise interessa-se pela instituição do centenário enquanto projeto de comemoração bem como temática privilegiada a ser divulgada e causa a ser adotada pela população da capital. Observado enquanto discurso que toma forma específica em sua concepção e direcionamento, situa-se como prática comunicacional operacionalizada e fundada em procedimentos técnicos específicos, e em uma postura discursiva influenciada por elementos de naturezas diversas — da política à logística — configurando o projeto de fala.

Enfim, o centenário, em seu processo de instituição, começou a ser tratado dentro de uma perspectiva em que inserem-se as perspectivas de divulgação e de publicização. Ao caracterizarmos, mais tarde, atividade do ‘fazer publicitário’ empreendida no
aniversário da cidade, veremos que desde as primeiras iniciativas para sua instituição, torna-se necessária uma certa organização de ações que tendem a buscar maior performance na abordagem do receptor no que diz respeito à organização das atividades de preparação para a festa.

Este princípio organizador busca reunir as melhores condições de emissão da idéia. Neste nível são feitas as escolhas retóricas e discursivas que determinam a enunciação.

Na instituição da festa do centenário de Belo Horizonte, que abriga o processo de organização de realização e divulgação dos festejos, a análise dos dados coletados durante o período de comemorações — o ano de 1997 — apontou-nos um princípio de organização publicitária que elegeu um tema de campanha espelhado na justificativa conceitual política de diversos projetos empreendidos pela prefeitura, sendo estes de lema popular ou relativos à implantação de políticas internas ligadas às diretrizes da internacionalização da imagem de Belo Horizonte. Ou seja, a tematização do centenário da cidade no discurso publicitário constitui-se referenciando-se em outros projetos que remetem à cidade a ser atingida. Seja a cidade de todos, no projeto popular de descentralização da cultura, cidadania e participação, seja a capital global, almejada no projeto de nacionalização e internacionalização.

A cidade tematizada na enunciação publicitária e nos discursos públicos acerca do centenário assemelha-se às diversas cidades de Belo Horizonte que aparecem idealizadas nos projetos da administração municipal.

Assim, o processo de organização do anúncio do centenário da Cidade não foi necessariamente marcado por um comportamento estratégico bem delineado no que diz respeito a um planejamento detalhado de objetivos de mercado, seleção de meios de comunicação, etc. O que se observa é uma adequação da temática da publicidade aos projetos empreendidos para a cidade. E nesse ponto, torna-se possível falar em um comportamento estratégico para promover a comemoração onde se dê visibilidade ao projeto político em pauta, palco da participação popular e da qualidade de vida e ao mesmo tempo, à cidade efetivamente vivida pelo cidadão, com suas árvores, bares, feiras de artesanato, etc.

Isso se exemplifica no ato da criação e desenvolvimento de uma linha de ação, concebida como um "conceito de centenário", adotada pelos dirigentes principais do processo de comemoração. Este conceito fora exposto e afirmado nas palavras do próprio prefeito Célio de Castro e do Secretário de Cultura Luís Soares Dulci como uma opção política de comemoração do centenário. Tal opção, ao invés de levar às ruas um
grande espetáculo, do qual o cidadão seria apenas mero espectador, promove a
descentralização dos eventos comemorativos, eventos que permitem a verdadeira
participação e intervenção do cidadão no aniversário de sua cidade. É o conceito de
“centenário-festa”, nas palavras do Secretário Municipal de Cultura, no qual pode-se
abandonar a posição de mero espectador e assumir uma postura mais ativa. Este
conceito de centenário reafirma a Belo Horizonte sempre desejada, mas ao mesmo
tempo tida como construída na administração municipal.

No decorrer do ano, os pontos planejados pelo princípio de organização encontraram
fatores conjunturais que determinaram o destino definitivo de todas as ações
empreendidas pela prefeitura. Entre esses fatores conjunturais encontramos as
dificuldades financeiras, amplamente relatadas pelos representantes da PBH e dirigentes
do planejamento para a comemoração. A escassez de recursos exclusivos para a
comemoração do centenário exerceu forte limitação na concepção de uma festa de
maior porte.

Ao examinarmos a divulgação publicitária do centenário de BH no decorrer do ano
um notamos um elemento vital no delineamento das características da instituição do
centenário de Belo Horizonte. Trata-se da expressão da data comemorativa em forma de
logomarca. Logo do lançamento da programação oficial de eventos comemorativos,
realizada em 1º de maio de 1997, o marco 100 anos de Belo Horizonte já encontrava-se
expresso em forma de uma marca, conceito este visto aqui como um nome, ou símbolo
que pretenda identificar e agregar certo valor a algum objeto. Em março de 1997, a
agência de publicidade Faria & Associados criou a marca e ofereceu à prefeitura,
mediante um acordo que regulamentou as condições de utilização, restrita apenas a
utilização em iniciativas com fins lucrativos.

A marca do centenário tinha então a função de representar graficamente a data e
lembra sempre sua comemoração: o evento ou projeto cuja assinatura fosse
acompanhada pela marca BH 100, que será descrita a seguir, era um acontecimento de
certa forma incorporado ao programa oficial de comemorações.

Transforma-se o aniversário em uma marca gráfica, em que o ato de expressão traz a
premência de uma interpretação, o que gerará toda uma significação, a partir do ato de

---

120 Informação Verbal. Entrevista concedida pelo Secretário Municipal de Cultura em fevereiro de 1997 à
pesquisa BH 100 Anos: as novas condições da experiência.
leitura. Passa-se do plano das idéias para a materialidade através de uma formatação visual, da associação a outros elementos significantes.

A marca em questão é formada com a sigla BH, composta em tipologia semelhante um manuscrito, na qual a letra B remete propositalmente à imagem de um coração. Assim, a associação de uma marca materialmente composta a elementos subjetivamente significantes mostra-se através do amor à cidade sugerido pela semelhança da letra B, de BH, a um coração.

\[ BH - A \text{ Capital do século} \]

Essa transformação da data em marca, ou seja, a passagem do plano do imaginário para o plano da materialidade, é também passo do processo que chamamos “instituição do Centenário”.

Foram implementados alguns níveis de parceria entre o Poder Público e a iniciativa privada na construção das comemorações deste aniversário da cidade. A própria finalização do calendário oficial de eventos pode ser localizado como uma primeira expressão dessas parcerias. Eventos das mais diversas naturezas, assinados pelas mais diversas organizações compuseram este calendário de eventos, sendo que, geralmente, o outro lado desta operação acontecia através da inclusão da marca BH 100 anos em seu material de divulgação. Tal marca compareceu, por exemplo, na divulgação de congressos técnicos e científicos, eventos esportivos etc. Eventos promovidos por entidades religiosas foram bastante marcantes neste contexto, como o evento evangélico “BH para Jesus”, em que a marca do centenário não só constava, como era mesmo uma ilustração dos cartazes de divulgação.

Isto aconteceu, então, graças à atitude conjunta PBH e da agência Faria & Associados de liberarem a utilização da marca do centenário para fins não comerciais sem a cobrança de direitos autorais e de propriedade. Como possibilidade de incremento no painel de atividades comemorativas foi divulgada a possibilidade de se receber projetos culturais e de comemoração relativos ao centenário. Para a realização desses projetos aconteceram outros dois níveis de parcerias para além possibilidade de inclusão da marca na divulgação de eventos privados. Alguns projetos receberam apoio...
financeiro municipal (que nesse nível agiu sempre em co-participação com outras empresas). Mas, para grande parte dos eventos houve e outros a liberação de sua chancela, o que teve, para fins de divulgação, efeito de apoio institucional.

Além disso, deve também ser mencionada a postura de se dirigir a classe empresarial, também estimulada no sentido de estimular a criação de projetos comemorativos para o centenário de BH.

Mais tarde, retomaram-se as parcerias, agora em relação aos cidadãos, isoladamente. O ato de se congregar os principais representantes da Prefeitura Municipal (secretários municipais, assessores, e o próprio prefeito) em praça pública onde eles próprios abordaram o cidadão entregando-lhe o calendário de eventos para fins de uma intensificação da divulgação das comemorações, foi justificado pelos próprios protagonistas como a expressão da necessidade de se ressaltar para o cidadão seu papel de parceiro ativo na construção das comemorações dos 100 anos de sua cidade. Esta iniciativa configurou uma forma alternativa de propaganda interessante se observada dentro de um conjunto de ações que visam mais do que divulgar, incentivar a adesão a uma causa. Ao fazer da população sua parceira a prefeitura, parece haver o investimento em possibilitar a ela reconhecer seu papel como agente da construção do futuro, do presente e dos atributos da cidade centenária.

Ao chamar o cidadão a viver o centenário de sua cidade, a prefeitura despoja-se de sua posição habitual em relação ao cidadão, rompendo a barreira do muro institucional para estar com ele no espaço público. É a continuidade da tentativa de legitimação de seu discurso referente ao centenário, mas paralelamente, referente a seu próprio papel dentro da cidade.

Configura-se no modelo de comemoração implantado, a intensa busca por parcerias com os mais diversos setores da sociedade na tentativa de construção de um cenário onde o ato principal é encenado por todos. O estabelecimento de parcerias em que a afetividade pela cidade aparece como justificativa figura, então, como parte da forma estratégica de ação, que visa estabelecer vínculos entre a forma de comemoração da festa e a forma de gestão da cidade.

Dentre os diversos modelos de comemoração de um aniversário deste porte surge com freqüência a possibilidade do espetáculo pautado grandes eventos amplamente 

---

122 Prefeito e secretários organizaram uma emoitiva que foi à praça central de Belo Horizonte fazer uma distribuição do calendário de comemorações. Tal iniciativa fora previamente divulgada à imprensa, que realizou a cobertura do evento.
cobertos pelos meios de comunicação, possuidores de grande potencial de atração de público. Porém, na construção de um centenário que nega o espetáculo — eventos de grande porte centralizados em período mais curto e com exaustiva cobertura da mídia e projeção externa —, existe sempre a atitude de justificativa que remete à uma concepção de comemoração que fala da construção conjunta (por todos os setores da sociedade) de comemoração do centenário. Aparecem nesse nível, referências à idealização da Belo Horizonte justa socialmente, em que todos os setores atuam igualmente na sua construção. E essa é a imagem da cidade utilizada nos projetos públicos municipais e no discurso da prefeitura acerca da cidade.

De tal maneira constrói-se este processo de instituição do centenário, aniversário a ser tradicionalmente comemorado, porém marcado discursivamente pelo projeto de ação do Poder Público Municipal. Esse projeto exemplifica-se em eventos como a Copa e as Conferências do Centenário os quais possuem efetiva função em junto à cidade, com a missão de internacionalizar sua imagem, projeto há tempos delineado, mas agora realizado. Percebemos a realização, pela prefeitura, de um modelo de comemoração do centésimo aniversário da cidade em que um projeto discursivo rege e adapta as possibilidades de um projeto prático marcado por fatores conjunturais, em que pode-se exemplificar as dificuldades financeiras.

A organização publicitária relativa ao centenário passou pela escolha de elementos retóricos, referentes a um projeto discursivo central, que trazem uma imagem da cidade idealizada que aparece na comunicação de um projeto político que se quer implantar. Não criou-se, portanto, uma justificativa conceitual específica para a comemoração do centenário em si. As características ressaltadas na justificativa conceitual da campanha publicitária não são as da festa (show de tal artista, presença de tal político...), mas as da cidade presente no discurso da PBH.

3.2. O “Fazer Publicitário” no Centenário de Belo Horizonte

Caracterizado o processo de instituição da festa do Centenário traçaremos agora uma reflexão acerca da organização que cercou este empreendimento discursivo. De uma parte, refletiremos acerca da forma segundo a qual o fazer publicitário atua nas escolhas retóricas que materializaram o centenário proposto pela administração pública municipal. De outra parte, falaremos das características que marcaram o centenário que
foi para as ruas em forma de campanha publicitária: as adaptações, as alternativas que apareceram durante o processo.

Aqui é importante demonstrar a importância que uma ferramenta como a propaganda institucional adquire para entidades públicas, tais como a prefeitura, que precisa sempre encontrar diferentes possibilidades de legitimação junto ao corpo social para que possa operar normalmente. A prefeitura, entidade pública internamente composta por elementos escolhidos através do voto popular e de identidades políticas e partidárias, é integrante de um composto social em que se estabelecem jogos de legitimação de práticas sociais, comunicação e compreensão de ideias.

Entre todas as operações empreendidas pelo agente público, situam-se práticas de construção simbólica que visam marcar na mente da população o seu papel, seja como provedora do bem-estar social, das boas possibilidades de futuro, etc. Certamente, demarcar seu papel social não é atividade tão simples. Os reflexos tanto de sua ação, como de sua falta de ação em uma cidade vão muito mais além desse papel que atribui à instituição pública uma função paternalista.

A instituição pública é também o sujeito de situações de conflito, desempenhando, às vezes, papel principal na cena da insatisfação popular. Enquanto agente público, com composição política que segue períodos de mandatos, tem a necessidade de mostrar-se no caminho de legitimar-se. Nesse sentido projeta-se a necessidade de bem sucedida relação entre comunicação e retórica na comunicação institucional. A articulação entre propaganda e retórica, mais especificamente, situa-se em um terreno de tênues limites entre a sedução e a doutrinação.

As possibilidades discursivas da propaganda envolvendo entidades políticas como a prefeitura transitam nos limites entre o domínio de informação, que atrelamos ao domínio da inovação argumentativa, estética ou de conteúdo e o domínio da formação, que refere-se ao domínio da sedimentação de idéias já conhecidas, da atribuição de imagens e papéis já definidos às coisas, pessoas, instituições, etc. Esses tênues limites em que circulam retórica e propaganda em mútua relação são considerados por Umberto Eco como a contradição vivida pela retórica, resolvida ao encarar-se a retórica como depósito de técnicas argumentativas já provadas e assimiladas pelo corpo social. (...)

123 A propaganda institucional destina-se à venda de uma ideia vinculada à imagem de uma empresa ou instituição.

124 ECO, Umberto. A Estrutura Ausente. p.76.
que ainda que codifique formas discursivas, argumentativas ou estéticas inusitadas, o faz desde que elas possam integrar-se no sistema de expectativas do ouvinte.

Desse modo, a propaganda é a ferramenta que possibilita a aplicação de diferentes naturezas de retórica — estética ou argumentativa, em diferentes graus de inovação — para solucionar a necessidade de comunicação. Tal questão coloca em pauta os rumos da propaganda relativos à sua ética, eficácia e aos crescentes recursos investidos para a sua atuação. Essa questão da eficácia retórica é mencionada na reflexão de Wilson Gomes, referindo-se às técnicas de propaganda eleitoral, através da noção de performance, situada como um valor orientador da propaganda, frente à sua grande necessidade de eficácia.

O Poder Público institui, em verdade, práticas de construção simbólica, que se relacionam a seus próprios anseios políticos. Assim, a concepção da campanha publicitária que tem o objetivo de chamar a população a viver e comemorar os 100 anos da cidade junto à PBH é um exemplo de uma prática retoricamente orientada. É no momento do delineamento da argumentação e das imagens que atuarão nesse sentido que surge o espaço de ação estratégica que enxergamos no processo de divulgação do centenário.

Existe, portanto, uma relação estabelecida entre essas construções e o imaginário social dada a necessidade do estabelecimento de legitimidade entre a prefeitura - o ator político - e seus cidadãos.

A imagem de credibilidade — caminho para o alcance da legitimidade — é um bem fundamental no jogo político que se desenrola sob um panorama de conflitos e interesses. Superada a urgência da questão da aceitação institucional, passa-se para o estágio onde objetivos precisam ser cumpridos para a manutenção ou criação de um quadro estável de atuação política e institucional. Ações concretas precisam ser mostradas e a publicidade e as relações públicas atuam como importantes ferramentas na efetivação de projetos sejam de cunho estratégico ou político.

A campanha publicitária analisada tem caráter eminentemente institucional, uma vez que veicula um discurso que carrega um conceito elaborado pela Prefeitura, trazendo ainda sua assinatura e colocando-a como responsável social pela mensagem que encerra (‘BH faz parte da gente’, por exemplo.) Mas percebemos também que não somente o centenário da cidade mas uma concepção da própria cidade, em suas características mais marcantes no imaginário, aparecem como idéia a ser difundida. Nesse contexto
cabe à publicidade e ao marketing de ideias\textsuperscript{126} cuidarem para apresentá-la da melhor forma.

A elaboração da comunicação publicitária para o centenário de Belo Horizonte, enquanto prática publicitária que envolve deslocamento de recursos profissionais, financeiros e veiculação da imagem pública da Prefeitura, certamente pressupõe determinação de objetivos e planejamento de ações de comunicação. Na concepção de planejamento mercadológico, mesmo aquele voltado a instituições sem fins lucrativos, prevê-se o controle de todas as variáveis do processo — desde a verificação da causa da necessidade do empreendimento publicitário até a distribuição da mensagem em mídias específicas de acordo com seu custo além da determinação e o cumprimento de orçamentos — chamadas de mix de marketing\textsuperscript{127}.

Da observação dos dados coletados acerca da organização e divulgação dos 100 anos da cidade, não há a possibilidade de caracterizarmos uma estratégia de planejamento, ou seja, um acompanhamento de todos os passos da comunicação publicitária do centenário no decorrer do ano. Daí descortina-se para nós a campanha publicitária em questão como resultado de uma atitude que associou a publicidade para a data a projetos e discursos preexistentes, configurando claramente uma estratégia que revela-se no plano político/discursivo do que no campo operacional/logístico, o qual prevê com mais facilidade a ciência do marketing.

A divulgação publicitária do centenário de Belo Horizonte tem uma estruturação marcada pela seguinte trajetória: já no final da gestão municipal passada, na administração do então prefeito Patrus Ananias, a proximidade do centenário da cidade fora lembrada publicamente através da campanha publicitária que divulgou o conceito “Belo Horizonte, a Capital do Século” veiculado na ocasião principalmente através de outdoor.

Na gestão Célio de Castro — possuidora de uma atitude discursiva que tematizava a importância do centenário desde a campanha eleitoral —, foi realizada em abril/maio de 1997, a divulgação do calendário oficial de eventos comemorativos. Tal lançamento mostrou uma primeira característica que teria o enfoque dado ao aniversário da cidade em sua comemoração pela prefeitura. Ele se baseava em apontar para a forma de

\textsuperscript{126} Na concepção de Philip Kotler, o Marketing de Idéias consiste do projeto, implementação e controle de programas que buscam aumentar a aceitabilidade de uma ideia, causa ou prática social entre os membros de um público.
\textsuperscript{127} Conjunto de variáveis que determinam a estratégia de marketing.

122
comemoração proposta, um sentido atravessado em uma concepção pretendida de cidade, a qual seria, ao mesmo tempo, cidade da justiça social (com atividades públicas, inclusive a própria festa, e benefícios descentralizados por todas as regiões), e ao mesmo tempo a capital internacionalizada, inserida na realidade mundial.

O modelo de centenário proposto para a população transcorria discretamente através do ano, quando, no início do segundo semestre, o primeiro empreendimento publicitário mais expressivo aparece na cidade, sobretudo em campanha veiculada em busdoor e outdoor, em um discurso conclamativo, para uma parceria com o cidadão na comemoração do aniversário da cidade. “Centenário já nas ruas, participe!”

A partir daí, continuando-se à execução discreta do calendário de eventos, em meio apenas a tentativas de intensificação da distribuição e divulgação do calendário oficial de eventos, através, por exemplo de sua publicação e disponibilização (ampliada, a partir daí) no formato de uma programação mensal, surge o último e definitivo empreendimento publicitário para o aniversário.

Trata-se da campanha publicitária lançada em jornais de principal circulação da cidade a partir da segunda quinzena de novembro, se estendendo até a segunda metade de dezembro. Seu slogan dizia: “BH. Faz Parte da Gente”. Esta campanha foi prevista como o maior empreendimento publicitário de divulgação das comemorações do centenário, a ser lançado a poucos dias da festa, que culminaria com a Caminhada da Cidadania, que congregou elementos representantes de vários setores da sociedade civil, bem como (e principalmente) o cidadão, o indivíduo que vive a/na cidade.

O dado importante a ser observado nessa sequência é o permanecimento da atitude discursiva aplicada na concepção do calendário de eventos na conceituação da campanha definitiva. A diferença básica entre a campanha anterior (“Já nas ruas, participe!”) e a última campanha acontece com a superação do discurso meramente conclamativo, que chama o leitor de forma mais definitiva à ação, para a utilização de uma imagem de cidade que parece intrínseca na fala do Poder Público em relação a ela. Trata-se da cidade da qualidade de vida e da qualidade ambiental, celeiro cultural, aconchegante, porém, moderna. Esta abordagem publicitária da cidade utiliza-se de uma linguagem que transita não só pelo domínio da persuasão, mas também pelo domínio da emotividade. Baseando-nos na análise de Umberto Eco, observamos que este trânsito por diversos domínios da linguagem determina um maior valor informativo a esta peça em relação à primeira inicialmente por apresentar maiores possibilidades de experiência.
estética. Além de se de chamar a população para a comemoração do centenário, constrói-se um discurso paralelo em que aborda e informa acerca da cidade que administra. Seja como capital da qualidade de vida, seja como recanto de tranquilidade, ou como capital da participação e da produção cultural.

A observação da estruturação do processo de divulgação das festividades do centenário revela a soma acontecida entre diversos níveis de atitudes do Poder Público durante o ano de 1997. Tais atitudes expressam-se através de discursos em locais públicos, criação e realização de eventos, entrevistas, etc. que trazem um referências ao aniversário da cidade que, de certa forma, vêm somar-se ao discurso veiculado nas peças publicitárias.

Nossa reflexão quer limitar-se aqui, ao desenho das escolhas que configuraram o planejamento publicitário, ou o planejamento de enunciação do centenário de BH.

Observando o conteúdo de cada peça publicitária pertencente à campanha em questão, e analisando-se o restante dos dados mencionados, poderemos perceber constantes que parecem apontar para uma direção única. Referimo-nos à condução da temática ‘Belo Horizonte’, tanto nos discursos oficiais, como na mensagem que fez parte dos anúncios publicitários feitos para o aniversário da cidade.

Tanto a primeira quanto a segunda fonte mencionada mostraram, ao falar do centenário e da comemoração que estava por acontecer, uma ideia da cidade de Belo Horizonte.

O centenário, enquanto marco simbólico, representou um tempo especial de reflexão em relação à vida na cidade, sendo também um momento em que o belo-horizontino deveria sair, se expor, homenagear sua cidade e, até agradecê-la. Para isso, falou-se da qualidade de vida em relação às outras capitais, das ruas e parques arborizados que enfeitam a cidade, falou-se também da vida cultural belo-horizontina, de seus redutos de convivência e cultura, de seus espaços públicos, enfim, tematizou-se as qualidades e as perspectivas futuras da capital.

A escolha estratégica empreendida na organização da propagação do centenário de Belo Horizonte mostrou-se muito na tematização de uma cidade que encanta o cidadão. É a BH desejada por todos, porém já existente no discurso público que busca, além de divulgar o centenário e homenagear o aniversário da cidade à qual guarda, mostrar ou teorizar sobre suas ações acerca da melhoria da cidade a ser vivida.

O centenário de Belo Horizonte, inserindo-se como causa para a iniciativa pública, fez com que fosse preparada toda uma estrutura para abordá-lo, realizá-lo e enunciá-lo como comemoração a ser intensamente vivida pela população.

Paralelamente, encaminharam-se ações de organização e gestão de recursos, integrantes do ‘fazer publicitário’. Porém, a análise da dimensão estratégica da enunciação do centenário de Belo Horizonte aponta para o fato de que a estrutura operacional que envolve uma entidade pública como a prefeitura municipal torna difícil a visualização de um planejamento estratégico de ação em termos de organização da campanha. Seja pela falta de recursos, seja pelo *modus operandi* da instituição que depende de acordos, parcerias, divisão de atribuições, etc.

Assim, a análise da propaganda institucional no centenário de Belo Horizonte encontra no campo discursivo o maior espaço de implementação de estratégias relativas a tornar o modelo de centenário construído pela PBH uma causa aceita e legitimada, enfim, efetivamente vivida entre a população. Nesse espaço de estratégias, a reflexão de Umberto Eco¹²⁹ acerca da mensagem persuasiva nos faz atentar para a necessidade de um certo controle sobre os estímulos de significação a serem concentrados na propaganda para que tenham a correspondência desejada com a ideia que se quer passar e com o universo de referência dos leitores. O perfil discursivo dessa enunciação é estudado na próxima parte.

3.3. *Perfil Discursivo da Comunicação Publicitária no Centenário*

12 de dezembro de 1997. Este aniversário não significa apenas mais um ano de existência e duração para Belo Horizonte. O tempo decorrido, 100 anos, foram vividos e compartilhados entre seus moradores. Esses 100 anos estão retratados, documentados.

São arquivos históricos dos museus e da prefeitura; livros e romances que tematizam as mais diversas facetas de Belo Horizonte. Esses 100 anos vividos encontram-se também na crítica e relato de costumes de um passado recente ou da atualidade, nas nostálgicas ou contundentes memórias - publicadas ou não - e com certeza, nos jornais de cada dia. Todos esses relatos são protagonizados por diversas ‘beagás’. Cada escritor, cada jornalista, cada cidadão deixa transparecer em seus relatos a Belo

¹²⁹ "Em todo caso a comunicação é vaga (...) na medida em que o sistema ou pseudo-sistema dos estímulos pré-significantes não for controlado ou controlável". ECO, Umberto. *A Estrutura Ausente*. p. 80.
Horizonte efetivamente vivida. Insere-se, portanto, nesse contexto, a noção de experiência. Questões intrínsecas à sociabilidade, ou seja, ao domínio das relações que os sujeitos travam entre si (sempre influenciadas por escalas de valores e regras sociais e culturais) fazem parte da apreensão da noção de experiência que, no campo comunicativo, diz da relação do indivíduo com os conteúdos e com os sujeitos que os emitem no momento da interação. Ou seja, a questão da experiência insere-se na forma segundo a qual se constitui a vivência e apropriação das mensagens.

O centenário de Belo Horizonte, enquanto data naturalmente permeada de implicações simbólicas e em virtude desse mesmo fato, adquire um caráter de fenômeno que incita o surgimento de práticas diferenciadas no cenário social. Tais práticas podem ser da natureza da ação compartilhada, como comemorações, festas populares, e diversas iniciativas originadas no seio das comunidades.

Observamos também uma outra ordem de ações de natureza discursiva enunciativa ou receptiva, em que aparecem as diversas iniciativas tomadas em registro midiático, tais como livros, matérias jornalísticas, programas especiais, anúncios ou convites de comemorações ou solenidades, anúncios publicitários, e outros tipos de material.

Além disso, podemos registrar as práticas da ordem da palavra, obtidas em interações face a face, que fazem parte da vida diária do indivíduo, e ainda, aquelas que façam parte da esfera da organização oficial das comemorações do centenário, ou seja, que partam do Poder Público, para além das iniciativas de caráter midiático. Trata-se dos discursos oficiais, que teriam lugar enquanto práticas de caráter político e enunciativo, concebidas de acordo com todo um planejamento e retórica, comuns nas iniciativas de caráter midiático.

Esse conjunto de ações e práticas sociais localizam-se enquanto elos fundantes de um processo comunicativo marcado pela mútua e contínua intervenção de ações das grandes instâncias - a Mídia, o Poder Público e os Cidadãos - cujos papéis estruturam a ordem social em que vivemos.

A concepção de processo comunicativo que estrutura este trabalho baseia-se na análise de Louis Quérè acerca de um modelo de comunicação que considere o compartilhamento de práticas sociais, deixando de basear-se somente nas possibilidades de representações similares entre os sujeitos. Portanto, tal perspectiva caracteriza-o enquanto palco da relação multifacetada que acontece em diversos níveis. Entre os

---

130 Cf RODRIGUES, Adriano Comunicação e Cultura.
131 Cf. QUÉRÈ, Louis. “De um Modelo Epistemológico da Comunicação a um modelo praxeológico”.

126
interlocutores entre si, o que envolve o mútuo reconhecimento dos papéis no ato da troca comunicativa, o que faz com que compartilhem de uma perspectiva comum do ato de interação (não necessariamente fundada em visões de mundo comuns); entre as formas de produção de discursos, o que determina escolhas discursivas de acordo com o que se quer mostrar ao outro; e entre o domínio da experiência, ou seja, da vivência que cada um deles apresenta do processo.

As ações que surgem com o centésimo aniversário de Belo Horizonte, em sua divulgação e comemoração, fazem parte de um processo simbólico compartilhado que só se inicia porque existem sentidos básicos que são compartilhados. Todos reconhecem a trajetória histórica de sua própria cidade bem como a prefeitura enquanto instituição com o papel de mencionar e tomar alguma atitude em relação à comemoração do aniversário. Todos reconhecem também o próprio papel nesse processo: habitante da cidade, entidade empresarial, etc. As ações da prefeitura, da mídia e das comunidades, cada qual com seu peso e característica, atendendo a diferentes graus às demandas colocadas, são compartilhadas e seu significado é interpretado e apropriado pelas demais instâncias da sociedade.

a) Discurso Publicitário

A tematização do centenário de Belo Horizonte por intermédio da ação publicitária transforma-o em um evento que evoca identidades: busca pela modernidade, juventude, introspecção, etc. Evoca-se uma identidade para a cidade, ou para quem nela nasceu ou se criou, o belo-horizontino.

Vera França lembra que um jornal faz mais do que contar notícias. Também fala, e insere-se, na existência de uma sociedade. Cabe ressaltar que o fazer jornalístico ou publicitário, para além de suas fórmulas, procedimentos e objetivos convencionais terão diversas facetas a revelar da sociedade em que estão inseridos. Revelarão, portanto, senão traços característicos identificáveis, aspectos e nuances do corpo social em que em que pesam seus anseios, posturas, projetos, etc.

Comecemos por situar uma definição para a atividade publicitária relativa agora não a seus objetivos no plano operacional e mercadológico, mas enquanto atividade discursiva que origina-se na vida social, criando nela imagens, reações, sentimentos. A

definição com a qual trabalharemos é aquela proposta por Jean Claude Soulages, em que a publicidade aparece como “Um processo de produção plena de formas culturais e se afirma no espaço social como um dos suportes mais visíveis de representações de identidades”. 133 Enquanto prática estruturada e portadora de objetivos, ela situa-se como um suporte. E como trabalha com, ou diante do imaginário social, é o ponto de partida para imagens e estruturas simbólicas cujo sentido é construído e compartilhado no espaço de interação social entre sujeitos comunicantes e interpretantes.

Assim, no contexto do centésimo aniversário da cidade, a publicidade é o instrumento utilizado pelo Poder Público Municipal de enunciação da comemoração e de seus motivos, seguindo um determinado enfoque discursivo delineado em seu projeto de fala, onde institui-se também o contrato comunicativo com o interlocutor. O projeto de fala, como explica Patrick Charaudeau, é a expressão da intencionalidade do sujeito que conhece e é reconhecido por seu interlocutor, ou seja, que compartilham de uma perspectiva comum de si mesmos enquanto sujeitos que falam. E que, além disso, compartilhem os mesmos universos de referência. Nesse contexto, é pertinente lembrarmos que, devido mesmo à distância entre os interlocutores-leitores de uma determinada mídia de massa, só se consegue criar o elo simbólico que efetive a comunicação dos conteúdos através do embasamento do discurso (e todos os seus recursos retóricos) em saberes e referências já partilhados, conforme comenta Soulages 134. No projeto de fala da prefeitura encontra-se a necessidade de divulgar e legitimar a comemoração dos 100 anos de Belo Horizonte como causa a ser abraçada por todos. Baseando-nos no enfoque teórico da análise do discurso empreendida pelo mesmo autor, podemos olhar para a propaganda institucional que tematizou os 100 anos, encontrando traços de um projeto discursivo no qual aparecem objetivos que justificam certas escolhas retóricas.

Nossa amostra para análise é representada pela campanha publicitária assinada pela PBH, composta de 5 anúncios publicitários veiculados entre 20/11 e 13/12 nos jornais Estado de Minas, Hoje em Dia e O Tempo. Esse conjunto fornece-nos a materialidade discursiva — texto, argumentação, imagens — as quais permitem-nos refletir sobre as nuances do projeto de fala da prefeitura.

O objetivo de sedução, e nuances do objetivo de persuasão\textsuperscript{135} aparecem como objetivos comunicativos que sugerem adesão à causa-centenário, e à causa-Belo Horizonte. Busca-se convencer o cidadão a participar da festa (objeto da persuasão), ao mesmo tempo oferecendo-lhe a vivência de BH num discurso sedutor que realça suas possibilidades. A escolha retórica privilegia, então, imagens e temas de forte apelo afetivo remetendo a idéias de um futuro promissor, da limpeza e da qualidade de vida, não ligadas a um domínio da ficção, uma vez que os lugares apontados são reais a preferência por eles existe.

\textbf{Anúncio 1}

\it{Na nossa metrópole o progresso convive com 2 milhões de árvores.} \textsuperscript{136}

No anúncio 1 recorre-se ao clima ameno e perfeito para se mostrar a cidade, ressaltando-se sua qualidade ambiental e associando-se essa característica com a idéia de progresso expressa em seu título.

\begin{center}
\includegraphics[width=0.5\textwidth]{image.png}
\end{center}

Aqui é pretendida a identificação do leitor com o tema da mensagem. A fotografia pretende captar sua atenção remetendo a um desejo de cidade pautado na saudável

\textsuperscript{135} Charaudeau localiza 4 objetivos comunicativos a determinarem um projeto de fala: factitivo, sedutor, persuasivo, informativo. CARNEIRO, A.D. (org). \textit{Discurso da Mídia}. p.32,33,34.

\textsuperscript{136} Texto: “São 32 m. quadrados de área verde, quase 3 vezes mais do que recomenda a organização mundial de saúde. As ruas de BH são arborizadas com 560 mil árvores que, somadas às de 21 parques, 600 praças e áreas verdes chegam a 2 milhões. Quase uma por pessoa. É como se cada habitante pudesse abraçar uma árvore para comemorar o centenário. Você vive numa das melhores metrópoles da América Latina”.

129
contradição entre progresso e qualidade de vida — ambientes amenes — bastante cristalizado no imaginário. Essa identificação é baseada na possibilidade de sua projeção na cidade mostrada. É interessante notar que essa identificação não se faz através de impulsos não racionais — emocionais ou da ordem do desejo — a formas puramente idealizadas, como as “essências” de pessoas, objetos e produtos perfeitos e absolutos frequentes na retórica publicitária. Seu discurso recorre a argumentos reais: áreas verdes, número de praças, etc. Corre, contudo, a eleição de um fragmento da realidade — expresso nos números acerca da qualidade ambiental da cidade, o que compõe um projeto político — e a compilação de tais conteúdos na apresentação de uma forma de se viver Belo Horizonte, tal como ler calmamente jornais na Praça da Liberdade em uma cidade verde e pacífica, onde o centenário seja mais uma ocasião de reflexão e celebração desse modo de vida (“como se cada habitante pudesse abraçar uma árvore para comemorar o centenário...”).

Anúncio 2

Não é em qualquer metrópole que os amigos se encontram em Clubes da Esquina¹³⁷.

No anúncio 2 ocorre o mesmo movimento, agora tematizando os bares da cidade.

¹³⁷ Texto: “Belo Horizonte combina cerveja com música, café com livros e cultura com amizade. Tudo combina quando o motivo é o encontro com as artes e a convivência com os amigos. Por isso, BH está cheia de espaços alternativos para a música, a dança, a literatura e o teatro. Diversão e arte é a cara da cidade.”
A retórica visual concentra-se no exercício da expressão de um descontraído habitante da cidade; o cidadão que sabe aproveitar suas horas de folga escolhendo formas de lazer que se harmonizem a seu modo de vida. Pessoas se divertindo em um lugar cheio de estilo. Coloca-se a tentativa — através do discurso publicitário — de se colocar a possibilidade da diversão estilizada como realidade na Belo Horizonte cultural e moderna, porém, com elegância e atitude próprias, ligadas ao domínio de certo zelo estético e da intelectualidade.

Aqui, o projeto político de descentralização da cultura associa-se à tradição de diversão em bares presente na cidade.

Anúncio 3

Aos belo-horizontinos nascidos ou não aqui.  

No anúncio 3 pode-se observar semelhante percurso, em que destaca-se uma referência não contextualizada da cidade: uma imagem mais distanciada passa a dar visibilidade e destaque ao belo horizonte em sua amplitude.

---

Texto: “Belo Horizonte completa hoje, dia 12, seu centésimo ano de vida e tem como maior patrimônio os 2,1 milhões de habitantes que aqui vivem, fizeram a história e fazem o presente desta cidade reconhecida como uma das melhores metrópoles para se viver da América Latina. Ao agradecer a participação de toda a sociedade — entidades culturais e classistas, sindicatos, associações de bairros, comércio, jornais, emissoras de rádio e TV — que foi a maior responsável pela excelente programação comemorativa desenvolvida desde maio, convidou a todos vocês a sair às ruas e mostrar sua emoção, comemorando o centenário de Belo Horizonte como quem comemora o aniversário de alguém muito querido na família. Venha para as ruas e praças comemorar. Você faz a cidade, venha também fazer a festa.”
A imagem aérea da cidade ao pôr do sol remete à beleza de seu entardecer, característica sempre apreciada, expressa na criação de seu próprio nome, o que cria uma atmosfera emotiva à peça. No discurso, mais uma vez o imbricamento entre o recorte da realidade (referências à qualidade de vida na cidade) e o projeto de comemoração (sair às ruas, mostrar emoção) resultam no convite a uma possibilidade de vivência da grande capital que se orgulha de seu povo.

Assim, o objetivo de sedução — “fazer prazer”, na análise de Charauveau — revela-se na campanha publicitária, numa forma de buscar adesão e identificação, mas ao mesmo tempo a apreciação do leitor ao ‘produto centenário-Belo Horizonte’.

O objetivo factitivo é mostrado na sugestão de uma ação. Sugere-se o “fazer fazer”¹³⁹, que significa ir para as ruas no dia da festa, e mostrar a emoção pela cidade. Um exemplo disso é o convite à ação que aparece na convocação: “convido a vocês a sair às ruas e mostrar sua emoção, comemorando o centenário de BH como quem comemora o aniversário de alguém muito querido...” Este anúncio é assinado não somente pela instituição, mas pelo próprio prefeito. Isso configura dois movimentos. Primeiramente, a assinatura do prefeito funciona como tentativa de se instaurar maior proximidade com o cidadão, visando a otimização da comunicação. Ao mesmo tempo, tal movimento possui uma carga solene. O agradecimento à sociedade, bem como o convite a “mostrar emoção” revelam uma certa comoção em torno do tema, que objetiva por fim o convencimento do cidadão.

O caráter persuasivo mais uma vez revela-se enquanto argumentação que apresenta Belo Horizonte como uma cidade “vencedora” em seus 100 anos, colhendo os frutos da qualidade de vida, da justiça social, e da intensa vida cultural. Tais elementos aglutinam-se em uma estrutura argumentativa que participam do domínio do “fazer crer”: “Você vive numa das melhores cidades da América Latina”. Impõe-se, porém, a necessidade dos discursos sedutor e factitivo para completar sua proposta ao leitor.

Assim, escolhendo certos conteúdos imagéticos e privilegiando tais formas retóricas, a publicidade determina a conformação de seu discurso. A atividade publicitária cede aos limites que são impostos e traça sua estratégia discursiva baseadas em escolhas retóricas, sempre no sentido de trar com o leitor uma relação baseada em sentimentos e anseios os quais ele conhece ou compartilha. Forja-se um “elo simbólico” em que se coloca em cena a referência ao centenário da cidade, bem como as

¹³⁹ Refere-se ao objetivo do projeto de fala no qual se pretende impor ou sugerir uma ação ao interlocutor. CARNEIRO. A. D. (org). *Discurso da Mídia*. Pág.31
possibilidades dela própria enquanto cidade a ser vivida. Figuram aqui também uma prefeitura e seus anseios políticos inscritos na dimensão da mesma Belo Horizonte.

A Publicidade promove uma idealização de cidade, mostrando implicitamente o Poder Público enquanto forte atuante em sua conformação. Esse movimento é feito ao se superar a concentração de todo a elaboração discursiva no produto em si (centenário - comemoração - evento), o que Soulages considera “efeito de catálogo”\textsuperscript{140}.

Anúncio 4

\textit{Em que outra metrópole o povo desfila na rua todo fim de semana?} \textsuperscript{141}

Ao contrário, no anúncio 4, abre-se espaço para se contar uma história feliz de cidade, em que apresenta-se Belo Horizonte como cidade-modelo.

\begin{center}
\includegraphics[width=\textwidth]{image.png}
\end{center}

Nele são descritas as possibilidades de inserção do cidadão em um cenário que fala das possibilidades da participação popular na BH dos espaços públicos democratizados. Na fotografia aérea coloca-se uma dessas possibilidade de inserção, encontro e experienciación de BH: as feiras populares são o retrato dessa prática social capaz de

\textsuperscript{140} CARNEIRO, A. D. (org). \textit{Discurso da Mídia}. Pag 151.

\textsuperscript{141} Texto: “O futuro de Belo horizonte reserva espaço para o povo nas ruas e avenidas. Belo Horizonte está repleta de eventos populares. As feiras espalhadas pela cidade abrigam artesanato, antiguidades, comidas típicas, flores e muito espaço livre para as pessoas marcarem encontro com a qualidade de vida.
mobilizar a sociedade. Prática colocada aqui como integrante de um jeito ‘belo horizonte’ de viver, também integrante da fala política da administração municipal.

Ao colocar em cena a cidade feliz, vencedora, democrática, o discurso publicitário parece apostar no fenômeno da identificação\(^{142}\), onde se procura projetar a possibilidade do leitor viver ou alcançar aquela realidade que é mostrada.

Na prática discursiva que desenvolve-se na divulgação publicitária do centenário de Belo Horizonte, insere-se um grande movimento de qualificação da cidade e do modo de vida que nela se instaura. Não existe elemento de conflito, e nem a falta, que seria motivo para a inserção no discurso do sujeito enquanto atuante em uma busca. Assim, a referência que se faz ao personagem da cidade, o habitante da cidade belo-horizontina, coloca-o como ser que vive intensamente sua cidade, a qualidade de vida que ela tem para oferecer.

Idealiza-se a cidade para mostrá-la ao público. Este, por sua vez, encontra na idealização a possibilidade de descoberta de uma outra cidade daquela que faz parte de sua vida diária. Nos anúncios dessa campanha publicitária qualifica-se, portanto, a cidade de Belo Horizonte.

A atividade publicitária no centenário de Belo Horizonte pode ser apontada, portanto, como um espaço que, além de atuar no alcance de objetivos persuasivos, possibilita o estabelecimento de um outro tipo de parceria comunicativa com o consumidor. Tal forma é capaz de suavizar a enunciação persuasiva oferecendo outros níveis de informação estética que transita das linguagens metáforica a jornalística. É preciso ressaltar, então, que na publicidade institucional do Centenário, o Poder Público desempenhou um novo papel superando aquele de mero anunciante: o de *sujeito que mostra*, sujeito que atua na narração ou qualificação de uma outra realidade.

4. Baú de Imagens Oficiais de Belo Horizonte

Rodrigo Guedes Mascarenhas

"Eu pensando os crisântemos,
os crisântemos pensando em mim." (Bachô)

No ano de comemoração dos cem anos de Belo Horizonte, o poder público local recorreu a algumas representações para falar da cidade. Imagens que foram multiplicadas nos discursos das autoridades e no material impresso oficial.

O centenário foi um momento único para se revestir Belo Horizonte de inúmeras formas e diferentes conteúdos. O Poder Público funcionou como um pólo propagador de imagens da cidade. Ele enunciou a cidade em discursos proferidos nos eventos, em entrevistas conferidas à equipe da pesquisa "Belo Horizonte 100 anos depois: as novas condições da experiência" e em material impresso para divulgar eventos ou puramente para exaltar a cidade.

Belo Horizonte é um lugar que habita muitos e é por muitos habitada. Simples e prosaica à primeira vista, essa afirmação, no entanto, contém substância.

A cidade surgiu simbolizada na fala e no material de divulgação das instituições oficiais. As representações de Belo Horizonte são registros importantes na compreensão das imagens que as autoridades têm da cidade - como moradores que dela experimentam diariamente - ou que desejavam imprimir-lhe - como patrocinadores da festa.

O estudo das imagens não pode ser dissociado do conceito de imaginação. Ao pensar sobre as imagens é fundamental entender o sentido que tais representações podem adquirir para os sujeitos. Afinal, a imagem só existe quando um sujeito lhe confere significados.

Para Bachelard, a imagem é "um desafio, uma provocação, um convite que vai além da simples aparência captada pela visão" e para entendê-la torna-se essencial a noção de imaginação. Ele lança mão da diferenciação imaginação formal e imaginação material para explicar diferentes processos subjetivos relacionados com as imagens. A imaginação formal é aquela imaginação fundamentada na visão dirigida, que encaminha à geometrização e a contemplação passiva. O mundo é percebido como um espetáculo,
sendo o homem um mero observador (apud OSTERMANN). Já a imaginação material exige uma intervenção ativa e modificadora do homem sobre o que vê. Nas palavras de Bachelard a imaginação material é "... a faculdade de formar imagens que ultrapassam a realidade, que cantam a realidade".

Belo Horizonte se desdobrou de forma poética nas enunciações oficiais

"Belo Horizonte pode ser uma linha na paisagem que divide o céu da terra. Uma linha vertical que marca a arquitetura da cidade. A linha de bonde que some no alto da rua da Bahia..." (Fragmento de texto presente no calendário de meses de 97).


Muitas fotos editadas em livros comemorativos dos cem anos trazem vistas aéreas da cidade. O traçado da capital é motivo de elucubrações e metáforas as mais variadas.

Durand\(^{143}\) fala de uma imaginação simbólica que contém um mais além. É uma forma de conhecimento, de apreensão do mundo, que possui natureza escorregradia. O símbolo deixa em aberto a criação do sentido. No entanto, nem toda imagem é simbólica. Há sentidos atrelados diretamente ao objeto representado. A potência criadora é reprimida pela cola da representação com a própria coisa.

4.1. Hipertexto cidade

Uma profusão de significados e conceitos movimentam-se pela cidade. Eles são em si mesmos um universo repleto e incomensurável de representações e formas.

As grandes cidades são fenômenos do mundo moderno. São uma rede intensa de circulação de pessoas, serviços e informações. Um lugar onde habita simultaneamente a memória e a experiência – um espaço aberto de possibilidades.

Harvey, no seu livro A Condição Pós Moderna\(^{144}\), ressalta a importância de entendermos a cidade como um lugar demasiadamente complexo para ser disciplinado de acordo com o planejamento racional.

"As cidades são plásticas por natureza. Moldamos-las à nossa imagem: elas, por sua vez, nos moldam por meio da resistência que oferecem quando tentamos impor-lhes

\(^{143}\) DURAND, A imaginção simbólica. p. 16.
\(^{144}\) Apud BORDE, Os caminhos da cidade. p. 239.
a nossa própria forma pessoal. Neste sentido parece que viver numa cidade é uma arte, e precisamos do vocabulário da arte para descrever a relação peculiar entre homem e material que existe na contínua interação crítiva da vida urbana.\footnote{Idem.}

Ao tratar das contradições da vida urbana, Ostermann\footnote{OSTERMANN, \textit{Imagem Urbana: Percepção e devaneio}. p. 51.} fala que a imagem de uma cidade não se define apenas pelo que se vê, “já que nela podem estar contidas lembranças e significações particulares e/ou de grupos.”

A cidade é um é um mosaico de ambientes e vivências. Uma leitura pressuposta sobre Belo Horizonte já nos alerta para as diferenças existentes entre o bairro Santa Tereza e o Barreiro, o Alto Vera Cruz e o Funcionários. Verdadeiras cidades dentro de uma cidade. Neste sentido, o conceito de metrópole é o que expressa melhor a condição complexa das cidades atuais.

A cidade/metrópole se configura como um hipertexto. Uma superfície reticular, não linear que revela a subjetividade nos processos de percepção e entendimento do mundo. Cada indivíduo traça seus caminhos de produção de sentido tendo como matéria prima as suas próprias referências.

Fazendo suas as palavras de Bachelard, Ostermann nos diz que sempre existe algo de obscuro no mundo das imagens, que tornam encantadas uma cidade.

“Evocando as lembranças de casa, acrescentamos valor de sonho, nunca somos verdadeiramente historiadores, somos sempre um pouco poeta e nossa emoção traduz apenas, quem sabe, a poesia perdida.”\footnote{BACHELARD, \textit{A poética do espaço}. p. 26.}

Como já foi apresentado no capítulo anterior, Belo Horizonte foi apresentada de forma poética em alguns discursos oficiais – “A capital nasceu junto à Serra do Curral, um alinhamento montanhoso avançado na linha do horizonte...”\footnote{Livro turístico lançado pela Belotur.} Para Ostermann, é nas imagens poéticas que a cidade vive o seu instante de eternidade.

4.2. Topologia das imagens

As imagens presentes nos discursos oficiais apontaram para cinco sentidos resultantes de Belo Horizonte. Esses sentidos são: cidade Internacional, Cultural,
Democrática, Capital e Moderna/Metrópole. Na verdade, todas as imagens se entrelaçam e justificam os cinco sentidos resultantes imprimidos à cidade.

No lançamento do calendário preliminar de eventos, ponto de partida na intenção de promoção do centenário, a prefeitura delineou três formas principais de comemoração: a participação popular, a internacionalização e o resgate da memória. Estas constituíram-se como verdadeiras estratégias políticas para realização do centenário. Foi desses três eixos que a Prefeitura desenvolveu o seu discurso e suas ações. Com o desenrolar do processo essas propostas vão se desdobrando.

a) Internacional

A estratégia de internacionalização foi a mais disseminada na fala dos representantes da Prefeitura e no material impresso. Nos discursos, apareceu principalmente quando se referiam aos eventos agendados pela celebração dos cem anos.

" O FIT já se tornou o festival de Belo Horizonte (...) essa iniciativa faz parte de um projeto de internacionalização da nossa cidade (...) a concepção sempre foi de colocar em diálogo a melhor cultura de Belo Horizonte com a melhor cultura do Brasil e do mundo." (Luís Dulci - Abertura Oficial do FIT Centenário)

O Festival Internacional de Teatro (FIT), evento biannual da cidade nascido em 94, figurou como o evento mais característico na projeção de Belo Horizonte para fora do país. Aliás, a cultura é presença forte em meio as divagações sobre a internacionalização.

"... a manifestação artística, já não tem fronteiras, e agora nós estamos apenas cuidando de mostrar que essas fronteiras não existem. Belo Horizonte está sendo reconhecida em todo o mundo por tudo o que ela tem oferecido (...) ponto notável de todo este novo Brasil e de todo o mundo." 149

"É uma crescente presença econômica de Belo Horizonte no país e fora dele, mas não só, é sobretudo um incremento do nosso diálogo cultural, político, social e espiritual com as outras regiões do Brasil e com outros povos do mundo..." 150

No livrero de programação do FIT, além das fotos dos espetáculos, nacionais e internacionais, o trecho do texto de apresentação diz o seguinte: "Belo Horizonte abre

---

149 Discurso de Marcos Santana, vice-prefeito, na abertura do FIT. 15/08/97
150 Discurso de Luís Dulci na Conferência de Ramos Horta. 17/09/97
suas cortinas de montanhas para aqueles que, no mundo, têm o que dizer e revelar para os semelhantes."

A cidade aparece como um centro produtor e receptor de uma cultura universal. Um palco de apresentação e integração para todas as expressões artísticas, espaço de atenção mundial via cultura.

Numa avaliação do prefeito, nunca a cidade foi tão mencionada fora do país. Para ele, o Encontro das Américas, a 49ª SBPC e as Conferências do Centenário foram outros eventos que carregaram esse sentido.

Além disso, algumas vezes o conceito de cosmopolita é usado para dizer de uma vocação da capital centenária. Célio de Castro¹⁵¹ associa a possível característica "cosmopolita" à diversidade de trabalhadores, entre eles imigrantes, que se instalaram na cidade: "...mineiros, brasileiros, europeus, operários, artistas, empreendedores e profissionais especializados."

O cosmopolita também vem associado à infra-estrutura de Belo Horizonte, que assemelha-se a de uma grande metrópole com ritmo dinâmico da vida cotidiana: "Dinâmica, múltipla, cosmopolita, a capital se traduz em vários aspectos do seu dia a dia a na hospitalidade de seu povo."¹⁵²

Outra fonte de argumentos para a internacionalização provêm dos prêmios internacionais recebidos pela cidade. A referência a eles nos discursos procura instaurar uma vocação de internacionalização para Belo Horizonte:

"Belo Horizonte acumulou no ano do centenário alguns prêmios internacionais muito importantes. Foi considerada pela ONU a cidade com melhor qualidade de vida na América Latina... pela Organização Mundial de Saúde, a cidade com metragem de área verde por habitante três vezes maior que a preconizada... recebeu a premiação internacional pela melhor exposição de artes plásticas..."¹⁵³

No conjunto do material impresso da Prefeitura - convites, livretos e folders - é ressaltado aspectos turísticos da cidade. Um livro lançado pela Belotur, no ano de 97, contém grande quantidade de fotos e textos explorando as belezas e propriedades de Belo Horizonte. A qualidade das imagens salta aos olhos, elas são na sua maioria fotos panorâmicas, com cores intensas - parecem postais. Os textos que acompanham as fotos realçam a natureza, exaltam o clima, a vegetação, a topografia e a localização geográfica privilegiada da cidade para o visitante.

¹⁵¹ Discurso do dia 12 de dezembro na Serraria Souza Pinto.
¹⁵² Fragmento de texto contido em material impresso, livro, com características turísticas da cidade.
Ao lado de uma ilustração do mapa da América do Sul, que apresenta a localização de Belo Horizonte, o título “No coração do Brasil”. Nele, expõe-se informações detalhadas sobre os aspectos naturais da cidade: “(Belo Horizonte) ocupa uma área de 335,5 Km quadrados dentro da Zona Metalúrgica, uma das mais ricas do Estado. Está a uma altitude de 858 metros. O clima tropical tem inverno seco e verão chuvoso, com temperatura média anual de 21º C...” Outro título no mesmo material, “Horizonte de beleza”, explora as localidades turísticas e de lazer. Ao lado de uma foto da Praça do Papa à noite e de uma vista panorâmica da cidade, o texto: "Do alto do bairro Mangabeiras, ponto nobre da cidade, o papa João Paulo II avistou a paisagem urbana e declarou: “Que belo horizonte!” O local é hoje conhecido como Praça do Papa, onde foi erguido um monumento de ferro em sua homenagem e tornou-se palco de manifestações religiosas, de shows musicais e apresentações teatrais.

O site do centenário também apresentava, na primeira página, uma fotografia panorâmica de Belo Horizonte. Adentrando no ícone “internacional”, surge um pequeno texto seguido de um índice - BH e Japão, BH e Itália, BH e Alemanha, BH e Estados Unidos e BH e Cuba. Em cada um desses tópicos, as ligações da cidade centenária com o respectivo país, seja na área econômica e/ou cultural.

Ao mesmo tempo, subjacente à proposta de internacionalização vem a preocupação de nacionalizar a capital, vide alguns exemplos já citados anteriormente. Belo Horizonte se agiganta e torna-se foco de atenção no Brasil e no mundo.

"Estou convencido de que a melhor maneira de Belo Horizonte se nacionalizar mais e se internacionalizar é pelas artes e pelo esporte."

É interessante notar que este movimento demonstra a preocupação das autoridades na reafirmação do local dentro da estratégia de internacionalização, "não é uma internacionalização que busca desesperadamente o que não é brasileiro, o que não é mineiro, o que não é belorizontino" - nas palavras de Luís Dulci. Para ele, uma das características do centenário foi a dimensão internacional - a outra foi a presença popular - graças a eventos culturais, esportivos e turísticos que num só ano superaram quinze anos anteriores.

153 Entrevista de Célio de Castro. 04/03/98
154 Entrevista de Luís Dulci, secretário municipal de cultura. 12/03/98
155 Discurso de abertura do FIT. 15/08/97
É recorrente a imagem de uma cidade vibrante, que move-se em direção a um futuro triunfante. O prefeito quando define a cidade como dinâmica, múltipla e cosmopolita, refere-se à população e sua rotina diária pujante, a um certo grau de desenvolvimento e complexidade das atividades urbanas. A definição vibrante reforça a ideia de uma cidade agitada e palpitante: "Os estrangeiros, as delegações internacionais, que vieram a Belo Horizonte, se depararam com uma cidade vibrante."\(^{156}\)

**b) Cultural**

A cultura, como já pode ser percebido, caminhou, nos discursos oficiais, junto com a internacionalização; os dois conceitos estão sempre se amparando. Ela é destacada como o principal atrativo de Belo Horizonte e também vem fortemente atrelada à ideia de turismo.

"Nós da administração temos por propósito, que o prefeito Célio de Castro apenas captou, de transformar nossa cidade na capital nacional da cultura, do fazer e do turismo." (Marcos Santana, vice-prefeito, na abertura do FIT).

De acordo com a fala da Prefeitura, a vocação da cidade para as manifestações artísticas, intelectuais em geral, já existe há muito tempo. A administração municipal só captou essa qualidade e investiu nela.

O FIT, a Bienal de Quadrinhos, as Conferências do Centenário, além de transportarem o nome de Belo Horizonte para fora do Brasil, marcaram a participação popular intensa, criativa e entusiasmada - na opinião de Dulci. Uakti, Galpão, Grupo Corpo, Giramundo, Milton Nascimento, etc, foram referências constantes.

"...nossa produção cultural é boa, de bom nível...o Giramundo, o 1º Ato, o Movimento, o Uakti, Skank, Sepultura. Estamos vivendo um momento em que as artes de Belo Horizonte estão no melhor nível das artes do Brasil."\(^{157}\)

"Com uma multiplicidade de espaços para exibição e exposição da produção artística local, Belo Horizonte se consolida como centro gerador de cultura. A qualidade e a forma diferenciada de fazer espetáculos, de trabalhar texturas, cores e formas e de dialogar com o público revelam toda efervescência e vitalidade da arte da capital."\(^{158}\)

\(^{156}\) Entrevista de Célio de Castro. 04/03/98 
\(^{157}\) Entrevista de Luis Dulci. 12/03/98 
\(^{158}\) Folder da Prefeitura lançado pela Belotur.
Nos folders de programação mensal e nos de natureza turística, lançados pela Belotur, existem fotografias de espetáculos desses grupos e artistas que se tornam pretexto para enaltecer a cultura local. A inauguração do Centro Cultural, em prédio histórico situado no centro da cidade, somada aos eventos acima citados, imprimiram aos cem anos um caráter cultural.

Como realizador de um projeto de comemoração, o Poder Público foi fundamental no viés cultural da comemoração. A quantidade de eventos do calendário oficial com essa natureza modelaram uma “cara” cultural para o centenário. As parcerias, as iniciativas particulares e a lei federal de incentivo também foram mencionadas como uma das causas de destaque na área.

“É responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura apoiar as artes, o cinema, o teatro, a música, a dança ... isso faz parte de um projeto democrático e popular de cultura. (...) cultura seria de fato prioridade do governo popular de Belo Horizonte. Nós temos dado todo apoio para executar os programas que a cidade reclama e merece...”\(^{159}\)

“Na minha opinião tem duas coisas que destacam Belo Horizonte fora de Minas e do Brasil: cultura e esporte.” (Entrevista de Luís Dulci)

Outra ponta de lança no projeto do centenário que, no entanto, perdeu fôlego, foi o investimento na projecção de Belo Horizonte pelo esporte. Durante os pronunciamentos das autoridades municipais, os eventos desse tipo aparecem restritos à Copa Centenário e ao campeonato amador de futebol.

"No campo esportivo eu destacaria dois eventos que chamaram muito a atenção: um foi a Copa Centenário, com times profissionais do mundo todo, e o outro é a copa de Futebol Amador do Centenário. Nós estamos revitalizando o futebol amador de Belo Horizonte."\(^{160}\)

Por outro lado, no que se refere à área cultural e artística são fartos os exemplos discursivos e visuais – muitos já citados acima.

Dados da Embratur - Belo Horizonte é a terceira cidade brasileira em eventos turísticos e culturais - e o prêmio internacional de melhor exposição de Artes Plásticas, realizada no Museu de Arte da Pampulha, reforçam o conteúdo da cidade cultural. O lançamento de “Belo Horizonte – Guia Turístico Cultural”, patrocinado pela Prefeitura, confirma ainda mais o interesse na ligação entre cultura e turismo.

\(^{159}\) Luís Dulci durante Conferência do Centenário de Sebastião Salgado. 06/08/97
\(^{160}\) Entrevista de Célio de Castro. 04/03/98
“Na estatística da Embratur, Belo Horizonte passou, no ano passado, por causa do centenário sobretudo, de 9ª para 3ª cidade brasileira em eventos, também políticos ou com implicações turísticas.”\(^{163}\)

“... as artes e o esporte é o que nos diferencia, vamos dizer: o talento. Porque nós não somos uma cidade industrial pesada, não temos geografia como aquela do Rio. Belo Horizonte é bonita, mas é uma outra coisa.”\(^{162}\)

É evidente a diferenciação feita com relação a São Paulo e ao Rio de Janeiro, os dois grandes pólos de visibilidade brasileira fora do país. A tentativa de inventar - ou pelo menos recuperar - uma tradição para Belo Horizonte está calcada principalmente na cultura. No livreto 'Uma lição de história'\(^{163}\) a revisão das décadas de 20 e 30 atenta para o ambiente cultural que se formava na cidade.

Na literatura, a geração de escritores modernistas espalhou a poesia pela cidade e pelo país: "Carlos Drummond de Andrade, Cyro dos Anjos, Pedro Nava, Milton Campos, Abgar Renault e outros, reunidos no Bar do Ponto, no Trianon ou na Confeitaria Estrela, eram rapazes inquietos que mudaram o panorama da literatura brasileira." O Teatro Municipal, a inauguração de novas salas de cinema ("Pathê, Glória, Odeon e Avenida") e do Conservatório Mineiro de Música, e a Exposição de Arte Moderna, em 1936, reforçaram esse momento. As realizações arquitetônicas também são marco dessa história: "Parecia, finalmente, que a modernidade tinha chegado à Capital. Inauguraram-se grandes obras, como o Viaduto Santa Tereza, a nova Matriz da Boa Viagem e o Mercado Municipal (...) Na arquitetura surgiram novidades: o primeiro edifício de dez andares e um novo estilo de fachadas, como a do Cine Brasil."

Tudo isso é retomado no ano do centenário para consolidar uma tradição cultural da cidade. A cidade da vanguarda presente nas enunciaçãoes do Poder Público reitera-se no presente e no passado: "Hoje, com cerca de dois milhões e quinhentos mil habitantes, é o centro de uma região metropolitana que se afirma com vanguarda por seu potencial econômico e suas realizações culturais."\(^{164}\)

Ao mesmo tempo que as autoridades municipais classificam os principais atrativos dos centros urbanos nacionais, elas reafirmam a aptidão metropolitana de Belo

\(^{161}\) Entrevista de Luís Dulci
\(^{162}\) Entrevista com Luís Dulci. 12/03/98
\(^{163}\) Material dedicado a breve retomada da história de Belo Horizonte para o público infanto-juvenil.
\(^{164}\) Texto de abertura, assinado por Celio de Castro e Luiz Dulci, do livreto 'Uma lição de história'.
Horizonte. O centenário tornou-se o momento propício, nos olhos da Prefeitura, para essa confirmação.

"O centenário tem duas marcas, é a consolidação da maturidade de Belo Horizonte, como uma metrópole, com personalidade própria, síntese de Minas, e a Belo Horizonte do futuro, em termos do que ela pretende realizar como vocação econômica e cultural."\(^{165}\)

A Belo Horizonte definida como metrópole passa pela maturidade por ela alcançada. A idéia de maturidade está associada a consolidação da personalidade da cidade, ao fortalecimento das atividades econômicas e culturais. No enunciado, Belo Horizonte se apresenta como a síntese de Minas.

"Parece que todo o século, toda a história vivida pela cidade desde 1897, atendeu ao convite para este momento [o centenário] (...) Há nesta história construída pelos belo-horizontinos o novo e a tradição, o comum e o ousado."\(^{166}\)

A tradição vem colada a idéia de que Belo Horizonte é resultado de uma imponente e intensa história das Minas Gerais. O novo representaria a modernidade tão apregoada a cidade. Um espaço urbano de transformações rápidas que não perde o trem da história. É a Belo Horizonte do futuro, uma cidade que se projeta ao novo século com seu desenvolvimento.

c) Democrática

"Quando nos fragilizarem as idéias, devemos realimentá-las na interlocução democrática, símbolo das cidades."\(^{167}\)

Sem dúvida o Prefeito está incluindo Belo Horizonte nesta fala. Quando diz da interlocução democrática está se referindo a ações como o Orçamento Participativo e a Plenária popular do Centenário, maiores provas da "Prefeitura Democrático Popular de Belo Horizonte", segundo ele.

Para a Prefeitura, a participação popular é o termômetro da profunda vocação democrática e transformadora de Belo Horizonte. Ela assumiu a posição de amplificador da voz popular. Não é à toa que se auto denomina de "governo popular" e democrático.

\(^{165}\) Entrevista de Manoel Guimarães, Assessor de Comunicação da Prefeitura. 18/11/97
\(^{166}\) Discurso de Célio de Castro na Serraria Souza Pinto. 12/12/97
\(^{167}\) Discurso de Célio de Castro na Serraria Souza Pinto. 12/12/97
Sua intenção foi a de promover uma festa organizando eventos e incitando a livre iniciativa popular de realizar suas próprias atividades. São vários os eventos do calendário oficial, como as Conferências do Centenário, o FIT e o Olhar Plural, com a presença de diversos grupos organizados da cidade (pastorais, grêmios, regionais - "ativistas da luta democrática"), que aludem para o reforço da cultura democrática da cidade.

"... conferências dessa qualidade cultural, espiritual, de idéias e também sempre com pessoas que têm o que dizer para ampliar a cultura democrática de Belo Horizonte, da nossa participação democrática. (...) Queria agradecer as pessoas empenhadas para que esse ciclo de conferências esteja à altura da Belo Horizonte centenária e da profunda vocação democrática e transformadora de nossa cidade." 168

Nos eventos de recuperação do patrimônio também é realimentada a idéia de uma Belo Horizonte com sólida cultura democrática.

"A construção do anexo foi fruto de uma mobilização cultural, popular, e deve ser motivo de orgulho para todos nós belohorizontinos... Para que Belo Horizonte seja hoje uma das cidades do país com o mais alto índice de consciência popular sobre a importância do patrimônio, para uma identidade transformadora na busca da justiça social, da libertação social, que é objetivo de todo governo progressista como é o governo Célio de Castro." 169

O perfil de uma cidade democrática vem atrelado ao elevado grau de consciência social. Assim, os belohorizontinos se configuram como uma população ativa que não se distancia das decisões políticas, buscando a importância de um sujeito desse processo.

Repetidas vezes, os representantes oficiais apontaram o centenário como uma festa da população e não do Estado.

"O sujeito do centenário não é o Estado, não são as instituições, mas sim a comunidade belohorizontina que está aqui presente hoje..." 170

"O sucesso do festival não teria sido tão grande se a população de Belo Horizonte não tivesse, desde o início, tido a participação intensa, criativa e entusiasmada." 171

A concentração da celebração dos 100 anos em um megashow é constantemente rejeitada no discurso dos representantes da Prefeitura. Em avaliação, eles dizem que o mérito do show realizado no dia 12 de dezembro, data do aniversário, na Praça da

---

168 Discurso de Luís Dulci na conferência de Ramos Horta. 17/09/97
169 Discurso de Luis Dulci durante inauguração da restauração do Museu Abílio Barreto. 10/12/97
170 Discurso de Luís Dulci na conferência de Sebastião Salgado.
Estação, foi o vínculo dos artistas que se apresentaram com a cidade centenária.

"... a opção foi de não concentrar a comemoração num mega evento que não tivesse nada com a cultura da cidade."^{172}

No entanto, o Secretário de Cultura, Luís Dulci, observou que a ausência de um mega espetáculo diminuiu as chances de visibilidade do centenário na mídia.

"O conceito de centenário que desde o início o prefeito estabeleceu é uma festa da comunidade de Belo Horizonte, uma celebração a ser feita pela própria comunidade. Construindo seus conjuntos habitacionais, restaurando seus museus, inaugurando seus postos de saúde, inaugurando escolas..."^{173}

A comemoração popular passou também pelos feitos sociais da administração - construção de conjuntos habitacionais e escolas, restauração de museus, inauguração de postos de saúde. Tudo atendendo a estratégia de descentralização. O mote para o Poder Público reiterar sua preocupação democrática.

"... a participação popular nas regionais teve um caráter que ficou muito ressaltado, a espontaneidade das manifestações (...) O pessoal podia e tinha espaço para manifestar como quisesse. Cada regional com suas características próprias."^{174}

Por outro lado, nos textos dos impressos exalta-se muito o perfil participante e batalhador do povo de Belo Horizonte. "Vibrante, é cidade de um povo participante, sujeito de seu próprio destino e que não se conforma com as injustiças sociais, procurando superá-las a cada dia"^{175}

Mais uma vez aparece a imagem de cidade vibrante. Ela vem associada à qualidade participante dos moradores da cidade que se agitam para traçar o futuro e para combater as desigualdades sociais.

No geral, o conceito de uma cidade democrática é pouco trabalhado no material de propaganda da Prefeitura. Ele está relacionado a satisfação do morador com a cidade e dos benefícios que desfruta de viver nela. Alguns dias antes da data exata de comemoração dos cem anos, foi espalhado na avenida central banners com rostos

---

^{171} Discurso de Luís Dulci na na abertura do FIT centenário.
^{172} Entrevista de Manoel Guimarães. 18/11/97
^{173} Luís Dulci na inauguração da restauração do Museu Abílio Barreto. 10/12/97
^{174} Entrevista de Célio de Castro. 04/03/98
^{175} Trecho de texto de Célio de Castro que acompanha livreto turístico.
sorridentes de pessoas de variadas raças e faixas etárias. Representações que transmitem um sentimento de orgulho do belorizontino.

d) Capital

O slogan “A Capital do Século” diz de uma cidade com pretensões nada modestas. Quando se afirma tal coisa é porque ela possui atrativos e história suficientes para chamar a atenção de todos, servindo como exemplo.

Nas palavras do prefeito Célio de Castro, “Belo Horizonte é capital do século porque tem um povo vibrante, corajoso, progressista e bom.”

“Belo Horizonte nasceu para ser capital, desde sempre ela foi cabeça (...) Síntese de tudo que Minas é, seu pensamento sempre voou além das montanhas, antenada na humanidade que se transformava”

Mais uma vez o aspecto cultural e internacional provêm de integrantes da Prefeitura. No livreto turístico da Belotur, a introdução, escrita pelo Prefeito, enuncia uma jovem madura – título -, capital moderna que ostenta vocação ímpar para o desenvolvimento econômico e social, baseado num modelo para o futuro.

“O centenário significa a maturidade de Belo Horizonte como cidade, como capital... nossas campanhas falam da história de um futuro tão bom quanto seu passado. É exatamente essa de fazer a síntese do passado, mas projetando para o futuro.”


A ideia de resgate da memória está muito ligada à estratégia de descentralização e surgiu, principalmente, nos eventos de recuperação do acervo imobiliário - inauguração

---

176 Discurso de Célio de Castro na concentração da caminhada do centenário. 12/12/97
177 Fernando Brant, Secretário Municipal Adjunto de Cultura. Texto do folder das conferências do centenário.
178 Entrevista Manoel Guimarães
da restauração do Museu Abílio Barreto e a inauguração do Centro Cultural. A proposta de descentralização aparece ligada à memória através do projeto de resgate histórico das regionais. Esse projeto de coleta da história oral e de documentos é vislumbrado para além do centenário.

"Estão sendo feitos projetos de resgate da história dos bairros de Belo Horizonte, com o envolvimento das comunidades locais, envolvimento da população." 179

Outro reflexo da importância da memória, segundo Manoel Guimarães, foi a quantidade de publicações, sem nenhum vínculo com o Poder Público, sobre a história da cidade.

**e) Metrópole/Moderna**

"Na nossa metrópole o progresso convive com dois milhões de árvores." Este é o slogan de um dos anúncios da campanha institucional da Prefeitura. 180 A foto mostra um homem idoso lendo jornal num banco de parque. Há duas imagens contidas nesse material: uma ecológica e outra tranqüila.

Belo Horizonte recebe o título de moderna por apresentar forte ligação com o Brasil e o mundo e por possuir uma grande infra-estrutura urbana.

"... a cidade contemporânea, moderna, forte, dialogando com o Brasil e o mundo, cidade da cultura, do lazer e do turismo, cidade dos centros de excelência tecnológica, da pesquisa e do labor universitário, mas há ainda a cidade sacrificada pelas injustiças e carências." 181

A consideração de uma cidade marcada por problemas sociais e econômicos apresenta-se de forma superficial durante toda a enunciação oficial. O importante é iluminar as aspirações e as qualidades da cidade.

"Belo Horizonte foi considerada, pela ONU, a cidade com melhor qualidade de vida da América Latina(...) foi considerada pela OMS, a cidade com metragem de área verde por habitante três vezes maior do que a preconizada. O prêmio da Fundação Ford e Fundação Getúlio Vargas por ter o melhor projeto brasileiro de atendimento dos meninos de rua, o Projeto Minguilim." 182

---

179 Entrevista com Manoel Guimarães.
180 Campanha da Prefeitura veiculada em jornal impresso a partir do dia 24 de novembro de 1997.
181 Discurso de Célio de Castro na Serraria Souza Pinto. 12/12/97.
A noção de cidade ecológica – em outros tempos Belo Horizonte era denominada “Cidade Vergel” - foi amarrada a idéia de qualidade de vida e desenvolvimento. As fotografias aéreas presentes em grande parte dos impressos simboliza a harmonia entre o conglomerado urbano e a natureza da cidade. O tipo das fotos panorâmicas buscam a exuberância do meio ambiente de Belo Horizonte, e um sentido pode-se inferir delas, uma metrópole que atingiu o progresso sem agredir seu meio natural.

Uma conexão simples com o próprio nome “Belo Horizonte”, o pôr do sol é utilizado em uma das peças que compõem a campanha institucional do Poder Público. O texto que o acompanha faz um contraponto com o elemento humano: “nosso maior patrimônio são 2,1 milhões de habitantes”.

“Viver nessa cidade” é tratado como um sentimento retomado várias vezes enquanto motivo de orgulho. O prefeito cita o resultado de uma pesquisa, feita durante o centenário, que demonstra um elevado sentimento de auto-estima do morador pela cidade. Todavia, não são apresentados dados concretos.

As definições progressista e cosmopolita mais uma vez surgem quando se quer confirmar a modernidade de Belo Horizonte. No livro “Uma lição de História”, destinado ao público infanto-juvenil, é mostrado a trajetória histórica da cidade desde sua construção, tendo o homem como personagem principal – “Um arraial pacato, de gente ordeira e cortês”- até os dias atuais, de profundo orgulho pela cidade – “Os cidadãos redescobrem Belo Horizonte”.

A figura de Juscelino Kubitschek e os destaques na área arquitetônica são apresentados como sinônimos da modernidade. O mesmo acontece em outros materiais publicados.

É apresentado um trecho da fala de Aarão Reis, chefe da comissão construtora, explicando e exaltando a localização geográfica da nascente cidade – “[A cidade] apresenta... a bela forma de um vasto anfiteatro aberto para o Oriente, como para receber desde cedo os benéficos raios solares, e, encostando-se ao sul, a serra do Curral que a protege contra os ventos frios e úmidos”. Desde já, as autoridades fazem projetos para uma cidade com qualidade de vida. Transportando para o centenário, a analogia de Belo Horizonte com um anfiteatro poderia refletir o projeto cultural atual do Poder Público local.

182 Entrevista Célio de Castro. 04/03/98.
"O conceito de Belo Horizonte há 30 anos, era mais ou menos, uma cidade do interior grande demais. Belo Horizonte hoje é uma metrópole. Só que é uma metrópole que conserva, em alguns pontos da cidade, características de interior. Ela conseguiu fazer essa síntese da metrópole, sem perder as suas referências do interior de Minas."  

Frisa-se muito o fato do habitante da cidade ser acolhedor e receptivo.

"... esse povo que é a razão de ser dessa cidade e que deu a visitantes ilustres um sentimento profundo de admiração, de ver essa cidade que ao mesmo tempo que se torna contemporânea e forte, guarda com muito carinho um ar de provinciana, de identidade."  

No enunciado oficial é construído um certo conceito de metrópole. A concepção de um centro urbano rabiscado pelo caos da circulação de milhares de pessoas é imantado a um ambiente de tranquilidade e sossego, onde a natureza ocupa lugar de destaque. De diversas formas a Prefeitura expressa essa idéia - quando menciona o caráter provinciano e moderno da cidade, quando aproxima desenvolvimento técnico (ou seja, progresso) e arborização. O conceito de metrópole se justifica também na variedade de serviços oferecidos pela capital. A cidade oferece uma vida cultural intensa, teatros e cinemas, uma boa rede de telecomunicações e outras facilidades de toda ordem, na fala de Manoel Guimarães. Ele ainda destaca a questão da segurança "que apesar de problemática é melhor do que a do Rio e de São Paulo."

No discurso de Célio de Castro para outras autoridades, o destaque da arquitetura urbana é bastante recuperado. A cidade planejada resgata o passado como um período de pioneirismo de estilos e preocupação com o bem estar urbano:

"Há a cidade dos casarões, dos prédios neoclássicos que tanto simbolizam as origens da nossa cidade (...) Belo Horizonte quase nada esperou para amanhecer em um novo século. Ela parecia trazer um sentimento de urgência, parecia estar atendendo ao chamado de uma época, uma época da qual seria notável protagonista, jamais observadora."

Belo Horizonte surge como uma cidade palpitante, viva e ansiosa pelo seu lugar na contemporaneidade, ainda na fala do Prefeito. Seu habitante é sujeito dessa noção de metrópole em diferentes materiais. Nos enunciados da campanha visual difundida em jornais – "Em que outra metrópole o povo desfila na avenida todo fim de semana"

---

183 Entrevista de Manoel Guimarães, assessor de comunicação da Prefeitura. 18/11/97
184 Discurso de Célio de Castro na inauguração da restauração do Museu Abilio Barreto. 10/12/97
185 Entrevista de Manuel Guimarães. 18/11/97
186 Serraria Souza Pinto. 12/12/97
(acompanhada de uma foto da feira dominical na Avenida Afonso Pena) e "Não é em qualquer metrópole que os amigos se encontram em clubes da esquina" (foto de pessoas se divertindo num bar) - ele carrega a dimensão cultural e vibrante da cidade.

4.3. Fusão de imagens

A partir do desenvolvimento e elucidação das representações presentes nas enunciações oficiais, nota-se que a multiplicidade de imagens configuraram variados sentidos para Belo Horizonte durante o centenário.

As imagens mais recorrentes habitaram de forma circular os discursos e materiais da Prefeitura. O sentido resultante Belo Horizonte Internacional se confunde e invade Belo Horizonte Cultural, Belo Horizonte Capital é vizinha da Belo Horizonte Metrópole/Moderna. Os significados se misturam e justificam uns aos outros.

A redundância dos sentidos nos discursos e textos, na composição e escolha das fotos, fortalece e propaga com mais eficiência os conceitos que as autoridades buscavam conferir à cidade.

As enunciações se realimentam proporcionando uma identidade de sentidos que perpassa a diversidade de pronunciamentos sobre a cidade. No conjunto, as representações não construíram uma imagem síntese de Belo Horizonte. Um mosaico de imagens, discursivas/visuais, moldaram uma Belo Horizonte multifacetada que invadiu a comemoração dos seus cem anos.

---

187 Discurso de Célio de Castro na Serraria Souza Pinto. 12/12/97

151
5. A Arte de Narrar uma Cidade: O Jornalismo nos Cem Anos de Belo Horizonte

Cátia Maria Carneiro Luz e Liana Caldeira Barbosa

"novedad de hoy y ruina de pasado mañana, enterrada
y resucitada cada día,
convivida em calles, plazas, autobuses, taxis, cines,
teatros, bares, hoteles, palomares,
catacumbas,
la ciudad enorme que cabe en un cuarto de tres
metros cuadrados inacabable como una galaxia,
la ciudad que nos sueña a todos y que todos
hacemos y deshacemos y rehacemos mientras soñamos,
la ciudad que todos soñamos y que cambia sin cesara
mientras la soñamos,
la ciudad que despierta cada cien años y se mira en el
espejo de una palabra y no se reconoce y otra vez se echa
a dormir..."
Octavio Paz, “Hablo de la ciudad”.

A comemoração do centenário de Belo Horizonte teve uma cobertura expressiva dos principais jornais da cidade. Com efeito, comemorar 100 anos é um acontecimento muito significativo. O centenário de uma cidade faz surgir uma infinidade de temas, em que a evocação do passado, o vislumbrar de um possível futuro e a fala sobre o presente são sempre recorrentes e acabam por marcar o encontro insustentado de muitas temporalidades. Considerado dessa forma, supõe-se que o centenário de Belo Horizonte evoque uma forte carga simbólica. Nessa perspectiva, nosso trabalho tem como objetivo compreender as estratégias discursivas utilizadas pelo jornalismo para a construção e atribuição de uma carga simbólica ao centenário da cidade.

Dessa forma, resolvemos privilegiar em nosso ensaio o jornalismo que procura dizer das possibilidades simbólicas do centenário da capital. É interessante destacar que essa construção e atribuição de uma potencialidade significativa ao centenário nasce de uma criação própria do jornalismo, mas se alimenta de imagens que percorrem um imaginário coletivo, as quais ele recolhe e rearranja em seu próprio discurso.

Com o intuito de comemorar os cem anos da cidade, o Poder Público programou um calendário de eventos. Frente a este fato, resolvemos definir como nosso objeto de estudo as matérias que não se limitavam à cobertura desses eventos. Isso porque acreditávamos que era fora dessa cobertura que o jornalismo poderia realizar um
movimento diferenciado daquele definido somente pela notabilidade própria de um evento a ser coberto. Dessa forma, privilegiamos as matérias que denominamos de "matérias de entorno", aquelas que, a nosso ver, tinham por intenção resgatar a carga simbólica do centenário.

Assim, em nosso trabalho, detivemo-nos nas matérias que contemplavam aspectos que apontavam para a riqueza simbólica envolvida na comemoração. Não trabalhamos com matérias que se colam ao evento simplesmente. Procuramos nos centrar em um jornalismo que, mais do que cobrir os eventos, poderia dar conta dessa potencialidade significativa do centenário. Um jornalismo que, mesmo caracterizado pela objetividade e atualidade, tornava-se sensível às possibilidades simbólicas do aniversário da cidade.

Escolhemos o período de 01 a 15 de dezembro de 1997, denominado, na coleta de dados, "Cobertura Intensiva", por concentrar um maior número de matérias que tematizaram explicitamente o centenário da cidade. Como material de análise, detivemo-nos nos jornais O Estado de Minas e O Tempo. O Estado de Minas, por ser a referência jornalística mais importante do Estado e por ter como característica primordial sua tradição (sua fundação data de 1928). O Tempo, por sua vez, constitui uma nova experiência de jornal na cidade. Com três anos incompletos de funcionamento, esse jornal procura se firmar frente à tradição do Estado de Minas.

Como material do jornal impresso, selecionamos editoriais, entrevistas, colunas de articulistas e matérias do "jornalismo tópico", já que todos têm em comum o objetivo de informar, mesmo que com modos de argumentação e enunciação diferenciados.

É interessante destacar que não vamos trabalhar com o jornal, mas sim, com o jornalismo. Isso porque o jornal, apesar de ter por objetivo central a informação, também realiza outras funções como "integração social, função recreativa, função psicoterápica, expressão de opiniões, formação da opinião pública, denúncia, democratização da informação (e da cultura), integração social, mobilização e outras mais"188. Tendo como foco o jornalismo, a nossa preocupação foi a de analisar as estratégias enunciativas de que ele se serve para tratar do centenário de Belo Horizonte.

Em nosso trabalho, concebemos o jornalismo como um dispositivo que constrói o acontecimento no discurso, enquanto fenômeno de linguagem. Considerado como discurso do acontecimento, o jornalismo é um dispositivo de visibilidade universal, que assegura a identificação e a notoriedade do mundo, das pessoas, das instituições. "O jornalismo nasce da pulsão de falar o mundo, falar o outro, falar ao outro; da atração
pela diferença, pela novidade, pelo distante, do enraizamento no mesmo, no próximo e em si que marcam a palavra humana desde sempre. Em síntese, o jornalismo faz parte do dizer social”\textsuperscript{188}

O discurso jornalístico organiza a experiência coletiva, “refletindo e integrando num todo os fragmentos dispersos com que é tecida a trama do presente.”\textsuperscript{190} O fato existe no campo da experiência e, a fala jornalística, obedecendo às suas regras específicas, apropria-se do fato tornando-o informação. O fato é a matéria-prima; a informação faz parte do domínio da forma. A informação jornalística deve ser entendida enquanto construção simbólica, enunciado construído. O fato não se encontra pronto e isolado na realidade, mas é resultado das interações concretas dos sujeitos no mundo e com o mundo. “A informação é o resultado de um trabalho ‘interessado’ e ‘influenciado’ de coleta, seleção, deformação, enformação dos fatos.”\textsuperscript{191}

Como todo discurso, o jornalismo possui duas dimensões: uma externa (espaco das limitações) e outra interna (terreno das estratégias). Segundo Charaudeau, a significação discursiva é determinada pela interdependência dessas duas instâncias: uma de natureza normativa, que se refere às limitações da realidade psicossocial e linguística e indica o pertencimento do sujeito e do discurso a um espaço externo pré-determinado; a outra, estratégica, terreno da intervenção do sujeito, espaço em que ele imprime suas próprias marcas à construção do enunciado.\textsuperscript{192}

Procuramos trabalhar justamente com a dimensão estratégica do jornalismo – dimensão interna do discurso – por a concebermos como o lugar da criação. A nosso ver, é nesse espaço que o jornalismo poderia fazer suas possíveis escolhas na construção de seu discurso sobre o centenário de Belo Horizonte.

Dessa forma, interessa-nos menos perceber o jornalismo como produto do que o movimento que ele realiza. Não desejamos privilegiar a análise do discurso jornalístico, entendido como gênero discursivo particular definido por parâmetros e regras específicos e sim, compreender como ele fala do centenário, isto é, de quais estratégias enunciativas ele se serve. Qual o movimento, quais os recursos ele utiliza para tentar falar da experiência de cem anos de uma cidade? Que “história de cem anos de Belo

\textsuperscript{188} FRANÇA. Jornalismo e vida social. A história amena de um jornal mineiro. p.35.
\textsuperscript{190} FRANÇA. Jornalismo e vida social. A história amena de um jornal mineiro. p.26
\textsuperscript{190} RODRIGUES. Estratégias da Comunicação. p.107
\textsuperscript{191} FRANÇA. Jornalismo e vida social. A história amena de um jornal mineiro. p.41
\textsuperscript{192} CHARAudeau, Patrick. Para uma nova análise do discurso, p. 05-43.
Horizonte" o jornalismo constrói a partir de seu dispositivo? Como, a partir do discurso jornalístico, constrói-se uma cidade e atribui-se uma carga simbólica a ela?

Antes de caracterizar quais foram os movimentos empreendidos pelo jornalismo na tentativa de abarcar o centenário de Belo Horizonte, é interessante pensar na relação que se desenha entre o dispositivo jornalístico e a tentativa de se investigar e relatar a experiência desses 100 anos de cidade.

Essa discussão nos aproxima dos pensamentos benjaminianos a respeito da "experiência da condição moderna". Walter Benjamin, em vários de seus ensaios, discorre sobre as repercussões que as mudanças no terreno da experiência produziram na "arte de narrar"\(^\text{193}\). No mundo capitalista moderno, transformado pela "idéia de progresso", assistimos ao enfraquecimento da experiência coletiva. A impossibilidade de trocar experiências revela-se no "depauemento da arte de contar em função do declínio de uma tradição e de uma memória comuns, que garantiam a existência de uma experiência coletiva, ligada a um trabalho e um tempo compartilhados, em um mesmo universo de prática e de linguagem"\(^\text{194}\).

Em suas reflexões, Benjamin constata que "na modernidade haveria uma substituição da "experiência" - entendida aqui como compartilhamento de um passado comum, coletivo, no qual os indivíduos construíam os significados de sua experiência - pela "vivência" - uma experiência vivida, particular, individual e privada"\(^\text{195}\).

De fato, é preciso reconhecer a impossibilidade da experiência tradicional na sociedade moderna. A arte de narrar se torna cada vez mais rara porque suas condições de realização já não existem na sociedade capitalista moderna. A transmissão de uma experiência coletiva no sentido pleno nos é inviável. Já não há um laço comum entre narrador e ouvinte. O rápido desenvolvimento do capitalismo e da técnica destruiu uma comunidade de vida e de discurso que se configurava como terreno fértil e seguro para a narratividade da experiência coletiva.

A vida na roda de tecedeiras, por exemplo, em meio a urdiduras e algodão, onde o trabalho de tecer fios se misturava com o de tecer histórias, não existe mais. A possibilidade de, ao relembrarmos uma trajetória individual, reencontrarmos também com a história de uma comunidade de vida, na qual possamos nos sentir abrigados e contextualizados, já não há. Existe, sim, um conjunto de experiências isoladas e

\(^{193}\) Dentre eles *O narrador, Experiência e pobreza, A imagem de Proust, Sobre alguns temas em Baudelaire.*

\(^{194}\) GAGNEBIN. Prefácio - Walter Benjamin ou a história aberta, p.11.

particulares. Desalojados e desmemoriados, devido ao esfacelamento da cadeia de significação tecida pela tradição, despossuídos da faculdade de se comunicar, os indivíduos procuram formas de se situarem numa vida comum, que lhes parece cada vez mais hostil.

Benjamin, entretanto, não reduz seu pensamento à nostalgia de uma arte de narrar que foi destruída. Para além dessa visão romântica - e pessimista em relação ao presente -, ele vai em busca de maneiras de encontrar, na experiência contemporânea, uma possibilidade de “redenção”.

“Nesse sentido, sua reflexão acaba por se inscrever no registro da ambigüidade, onde a fragmentação da ‘experiência’ em uma ‘vivência’ múltipla e solitária, que jamais voltaria a se integrar no terreno fértil da tradição, torna-se ela também portadora de uma nova percepção e de sensibilidade da qual, talvez, possa derivar algo de valioso”.196

Reduzido à vivência, em meio a resíduos de uma experiência imemorial, o indivíduo procura apropria-se de uma reminiscência que busca não reavivar a lembrança do que foi perdido, mas acender a curiosidade em torno do que foi perdido. É essa reminiscência que pode levar o homem atual a encontrar sentido em um presente - fragmentado em múltiplas vivências - e vislumbrar formas justas de se pensar em um possível e melhor futuro. Tal como escreve Gagnebin, esses “fragmentos esparsos do presente”, indicadores do “fim da identidade do sujeito e da univocidade da palavra” apontam tanto para uma “ameaça de destruição”, quanto para “esperança e possibilidades de novas significações”.197

Trilhando o caminho dessa nova percepção da experiência moderna, o jornalismo procura contar a experiência de 100 anos de Belo Horizonte. Se nos é inviável falar da experiência coletiva que tinha lugar nas comunidades pré-capitalistas, há de existir hoje outras maneiras de se abordar a vida de uma cidade. Ainda que precárias, ainda que menores em relação àquela experiência imemorial, recorrentemente resgatada nas formas antigas de comunidade.

O jornalismo, partindo sobretudo de relatos de pessoas sobre suas vivências na cidade, tentou falar, entre erros e acertos, dessa vida coletiva, procurando, ao menos, esbarrar em um fundo comum, em uma tradição esgarçada e feita de ruínas, mas capaz de suscitar o reconhecimento público de alguma carga simbólica da vida e da

197 GAGNEBIN. Prefácio - Walter Benjamin ou a história aberta, p.18.
experiência comum no cenário da cidade. Talvez este reconhecimento do que é comum – mesmo se fugidio – aproxime-se menos de uma identificação coletiva ou comunitária do que de um certo assentimento diante das imagens e das representações que animam o cotidiano. Se trazer a inteireza de uma experiência coletiva é impossível – devido às próprias adversidades implementadas pela modernidade – ainda é possível dizer, sob outra forma, da experiência coletiva contemporânea.

Devido a todo um funcionamento – que é voltado para a objetividade, para a rapidez, para a ausência de lacunas –, o jornalismo acaba por ter uma apreensão peculiar dessa experiência. Colhe falas, registra depoimentos, mas na lógica da síntese. E ao colher do sujeito um enunciado sintético, além de investigar a experiência coletiva, o jornalismo publiciza pequenos elementos dela.

O jornalismo constitui-se, portanto, como um lugar de expressão e também de circulação. Coloca em movimento um certo imaginário social e se configura como um alimentador do modo de interpretar de nosso tempo. À maneira de um grande disseminador de formas simbólicas, põe em circulação significações compartilhadas. Mais do que simplesmente informar, ele traz consigo uma gama de outros sentidos. Ao afirmar e reafirmar a maneira com que concebemos nosso tempo, o discurso jornalístico constitui-se como uma forma de conhecer o mundo. Mais do que explicar ou descrever a cidade, o jornalismo a interpreta, explicitando as crenças, os valores, os usos, as expectativas públicas e privadas, o cotidiano, as relações humanas e inumanas.

5.1. A fabulação de uma história

O fato de que nem tudo cabe no “estrito” discurso jornalístico é evidente. A intenção de atribuir uma carga simbólica ao aniversário da cidade fez com que o jornalismo desdobrasse suas formas e realizasse um gesto de invenção: ele fabulou, a partir de seus meios, a história de 100 anos de Belo Horizonte.

Bergson afirma que o papel biológico da imaginação seria sua função fabuladora. Para o filósofo francês, a fabulação é uma “reação defensiva da natureza contra a representação, através da inteligência e da inevitabilidade da morte”, e que “verem se organizar ao lado do instinto, da adaptabilidade vital diante da inteligência grosseira e
estática dos sólidos, dos fatos". Para Begson, graças à fabulação, a ideia de que "todos os homens são mortais" permanece potencial na consciência, mascarada pelo concretíssimo projeto vital que faz a imaginação brilhar aos olhos do pensamento. A fabulação, desse modo, ajudaria o homem a se defender da crueldade da morte e a instaurar o bom senso do equilíbrio diante dela.

Alimentando-se da concepção de Bergson, Gilbert Durand resgata a importância da fabulação não apenas na sua dimensão promovedora do equilíbrio biológico, como também no psicossocial, no sociológico e no antropológico. Segundo ele, a imaginação simbólica, através da sua fabulação ou força criadora, possui uma dimensão reequilibradora:

"A função da imaginação é, antes de mais nada, a de eufémização, porém não simplesmente ópio negativo, máscara que a consciência veste diante da horrível figura da morte, mas, ao contrário, dinamismo prospectivo que, através de todas as estruturas do projeto imaginário, tenta melhorar a situação do homem no mundo." 200

A partir de Durand, podemos conceber a fabulação não só como uma função da ordem da ilusão, mas como um gesto criador. Há na fabulação uma força de invenção que é prospectiva, que vai para além do presente. O centenário representa para o jornalismo uma ocasião para se imaginar. A fabulação é um movimento vivo de produção da força simbólica. Poderíamos, então, afirmar que jornalismo fabula os cem anos da capital, recheando seu discurso de recursos, sobretudo de figuras de linguagem, acabando assim por construir uma história de cidade bastante peculiar. Podemos também ressaltar a função social da fabulação no jornalismo, entendida como uma produção cultural que põe em circulação sentidos que alimentam o laço social, inventando uma cidade que não há, mas que está por ser realizada. E é a partir dessa fabulação, concretizada nas matérias do jornal, que podemos avaliar a força simbólica do centenário.

O jornal, essa mídia fundada pelo reino da experiência, pelo vivido social, abrigou um discurso acerca do centenário que, apesar de não ter produzido a efervescência esperada na comemoração do aniversário da cidade, foi movido pelo que chamamos de "idéia do centenário". As significações que emergiram do discurso jornalístico não foram capazes de incitar o congoçamento dos habitantes da cidade, de reunir as pessoas em torno da comemoração dos 100 anos. Mas a vontade de se atribuir uma carga

198 DURAND. A imaginação simbólica.
199 Ibidem.

158
simbólica ao centenário atravessou, em grande medida, a produção do discurso jornalístico a respeito do aniversário da cidade.

Na tentativa de contar e transformar em notícia os 100 anos de Belo Horizonte, reconhecemos três grandes estratégias de que o jornalismo se serviu: a rememoração, a comemoração e a problematização. Essas estratégias se diferenciam não pelos assuntos que abordam, mas pela maneira como elas falam do centenário. Há uma diferença no gesto, não no conteúdo. A especificidade de cada movimento não está no enunciado, mas na enunciação.

É preciso ressaltar que essas estratégias não são categorias fixas, estanques. Em mais de um caso, os contornos entre elas são tênues. Sendo assim, privilegiámos as matérias que, para nós, evidenciavam melhor as categorias que construímos.

5.2. A Rememoração

Rememorar é tornar a lembrar, recordar. O ato de rememoração do jornalismo se na tentativa de reconstituir o passado. Para relembrar a história de Belo Horizonte, o jornalismo percorre caminhos distintos. Um deles é aquele em que ele dobra o tempo às categorias do espaço e o organiza, dividindo-o em blocos de tempos acabados. Congela-se um arquivo de tempo, denominado “100 anos de Belo Horizonte”. É a partir dele que se organiza a descrição da vida e dos costumes de várias épocas, como pode-se ver na matéria abaixo, intitulada “A Gruta Metrópole encerrou inesquecíveis recordações da capital”:

“Rua da Bahia, décadas de 50 e 60. A cidade tinha ainda calor humano e espírito de confraternização.
A antiga Gruta Metrópole constituía um remanescente da existência boêmia de Belo Horizonte, herdeira fiel das tradições do Bar do Ponto e do Trianon.
Nela se reunia, fraternalmente, toda uma diversificada fauna humana: intelectuais, jornalistas, políticos, artistas, professores, empresários, banqueiros e bancários, liceiros, corretores, cambistas, malandros funcionários públicos e funcionários públicos que não eram malandros, espertistas, barbeiros, alfaiates, profissionais liberais, bilheteiros, chaveiros, tudo que se pode imaginar, numa estranha amizade mixórdia de tipos e personalidades. Éramos todos irmãos. (...)”

“Neste registro superficial de espaços e lembranças, fica um esboço do que foi a Gruta Metrópole - um capítulo inesquecível da vida boêmia da cidade.”
(Coluna, Estado de Minas, 02/12/1997)

200 Ibidem.
Nessa reconstituição, o jornalismo utiliza uma noção de tempo cronológico, linearizado e espacializado. Dobrado às categorias do espaço, o tempo é, de certa forma, petrificado, e seu fluxo contínuo dividido em cortes ou períodos imóveis, o que possibilita apreender o passado à maneira de “blocos de tempo”. O jornalismo, aqui, assume quase o papel de um fotógrafo: escolhe um enquadramento, ajusta o foco e registra um instante de história de cidade que se cristaliza como em um pequeno retrato. É a sua forma de apreender e registrar uma história que é fluida, múltipla, contraditória. Ao relembrar os 100 anos de Belo Horizonte, o jornal celebra um pedaço de tempo. Esse movimento transforma o passado em um produto estático, por concebê-lo como fragmento de tempo embalsamado, ainda que envolvido pelo “doce sabor” a que o título da matéria abaixo alude:

**O doce sabor do passado**

“Uma parte charmosa da história dessa cidade transcorreu no famoso ‘Salão das Vivaqua’. Carlos Drummond de Andrade e Pedro Nava (mais uma vez!) immortalizaram aqueles ‘assustados’ trazidos para a nova capital por uma família capixaba que tinha uma visão de gozar a vida praiana - bem diferente de quem vivia entre as montanhas. Pelos relatos, eram deliciosas as tertúlias que envolviam cotilhões (aquelus vivinhos para que as moçoitas marcassem suas danças), leituras de textos, lançamentos de jornais, poemas. - Tudo regado a licor e sequilhos e uns doces ‘suspiros azedinhos’.

Era tudo diferente dos risinhos pudicos das moças mineiras, que não tinham coragem de levantar os olhos diante dos pais - e se cutucavam e ficavam pelos cantos do salão, sonhando em levar um flirt com os galãs da terra.”

(Coluna, Estado de Minas, 13/12/1997)

Na concepção linear de tempo, o passado organiza-se à maneira de arquivo ou fichário, e a linha do tempo é escindida em tempos fortes e fracos, pontuada por acontecimentos que merecem maior ou menor relevância, ou até mesmo orientada pelas noções de evolução ou contraste entre passado e presente, como no artigo abaixo, que relembrava a cidade dos anos 40 e 50:

“E, a medida que os anos 50 iam se adiantando, o aumento dessa busca natural rapaz-noça. Os namoros sérios no portão ou na varanda (até às 10 da noite) e outros, menos sérios, no escuro da avenida do Contorno ou, lá em cima, na praça do Cruzeiro (hoje, praça Milton Campos), em lugares estratégicos, com a vista da cidade iluminada e o céu estrelado como teto...”

“E daí pra cá, Belo Horizonte entrou num ritmo acelerado de crescimento impressionante e desumano. É hoje uma capital nervosa e cansativa. Acho que os jovens de agora devem ter seus motivos para gostar de viver em Belo Horizonte. Mas eu e muitos de minha geração, que não deixamos demolição o prédio das nossas memórias, temos saudade dos anos dourados desta cidade.

(Artigo, O tempo, 03/12/1997)
Aqui, o passado não é apenas descrito, mas relembrado de forma nostálgica. Faz-se uma certa contraposição: numa ponta, o passado como um tempo estático em que a vida era calma e melhor. Na outra, o presente triste, caótico, repleto de problemas em que só é possível sentir falta de um passado gloriozo, como prova o depoimento de Ricardo Faria, músico vencedor do concurso para a escolha do Hino do Centenário, com sua “Marcha do Centenário”:

Centenário em verso e canção

“Ricardo Faria lamenta a transformação do bairro Funcionários, onde viveu 33 anos, em área totalmente comercial: ‘morri numa casa antiga, na esquina de Inconfidentes com Professor Morais. Hoje, o que existe lá é um espião’.”

“Marcha do centenário evoca o espírito seresteiro da cidade e seus ícones do passado, como o Bar do Ponto, Praça Vaz de Melo, os blocos caricatos e a boemia da Zézé. ‘Colocávamos um piano em cima da caminhonete e fazíamos seresta embaixo das janelas das lojas. Hoje, como faremos serestas embaixo dos prédios?’”
(Matéria, Estado de Minas, 14/12/1997)

Nessas ocasiões há sempre um debruçar desolado, triste sobre o presente, em contraposição a um passado feliz e que deixa saudades até hoje. Tem-se a nostalgia e a idealização do passado. Os costumes de uma época são lembrados de forma saudosista e quando se fala do presente é apenas para fazer um contraponto entre as mazelas de agora e as vantagens de se viver na capital de então.

Outro caminho interessante que o jornalismo utiliza para rememorar a cidade é aquele em que ele percorre o fio da memória de alguns habitantes, verdadeiros personagens criados pelo discurso e que se configuram quase como signos indiciais da vida e da experiência social da cidade. Surge, então, uma história que é tecida juntamente com o depoimento das pessoas. O jornalismo incorpora o tom da memória e das lembranças de quem fala ao jornal. São histórias tecidas pelo afeto, pelas lembranças de uma vivência individual em que o passado agora não nos parece fechado nem estático. A história, agora, escorre, desliza em um ritmo agradável, saindo do passado em direção ao presente.

Família faz festa para Vovó nove dias mais velha que BH

“Na década de 30, ela desfrutava do cenário urbano, dominado pelas casas de arquitetura eclética, com fachada na testada varandas laterais, quintais grandes e cheios de árvores. Em 1932, ela prestigia a inauguração do Cine-Teatro Brasil, na praça Sete; e presenciava, em 1935, BH entrar na era do aranha-céu, com a construção do edifício Ibaté, com dez andares, na rua São Paulo, quase esquina com avenida Afonso Pena.”

161
"Quando a cidade vislumbrava o desenvolvimento, deixando de ser um acampamento, com algumas edificações de certa imponência, como o Palácio da Liberdade e repartições, “vovó Tita conheceu, nos bondes elétricos, o homem com quem ficaria casada há 33 anos (...). Os dois formavam o contingente de mais de 125 mil usuários dos bondes elétricos, que começaram a transitar pela cidade em 1902.”
(Matéria, O Tempo, 03/12/1997)

Aqui, o viés escolhido é a história da vida de um dos habitantes, que se confunde com a da cidade. O jornalismo pinça uma experiência isolada que tem como pano de fundo a história de Belo Horizonte. Na impossibilidade de resgatar a experiência social na sua totalidade, o jornalismo elege alguns indivíduos como vozes legítimas para narrar, de algum modo, um fragmento dos cem anos da cidade.

No caso desta última matéria, é interessante destacar - além do que já foi citado - uma certa “estilização” da experiência individual. Vovó Tita, como a personagem principal de uma peça que tem por cenário Belo Horizonte, prestigia a inauguração do Cine-Teatro Brasil, presencia a construção do edifício Ibaté, vislumbra o desenvolvimento e, por fim, conhece nos bondes elétricos o homem com quem se casaria. O sujeito vive a história à maneira de um pequeno espetáculo no qual ele é, ao mesmo tempo, observador e espectador.

Esse tipo de depoimento parece se basear no que Walter Benjamin chama de experiência vivida. Partindo do relato de um indivíduo, é possível se aproximar de um fundo comum - um tanto quanto esgarçado pelas condições advindas da modernidade, mas comum. Torna-se então possível dizer de uma certa experiência coletiva - precária em relação àquela que religia a história individual à coletiva -, mas que reúne em torno de si, outras histórias. Confrontando-se àquela narrativa fundante de uma comunidade de trabalho e de linguagem, o discurso jornalístico diz de uma experiência coletiva construída por uma narrativa que seduz, que pode ser compartilhada e reconhecida por muitos.

Há formas distintas que o jornalismo utiliza para criar personagens representativos. O resgate feito através da figura da Vovó Tita, que completa cem anos nove dias depois de BH, por exemplo, foi realizado através de sua história pessoal. São os passeios, os encontros, enfim, a experiência de vida de Vovó Tita, o foco da matéria. Na matéria que se segue, sobre o livreiro Amadeu, a profissão foi o motivo maior de resgate.

O personagem criado é abordado através da profissão que exerceu na capital em décadas passadas. Ao invés de simplesmente compor um breve perfil biográfico do
sujeito escolhido, o jornalismo tenta enquadrá-lo numa caracterização que lembra, ainda que de longe, um gesto romanescó.

O Homem-Livro de BH

"O homem-livro de BH, Amadeu Rossi Cocco, 81 anos, ocupa um generoso espaço na memória cultural e afetiva da cidade. É imprescindível, na capital centenária, se falar de livros sem mencionar o livreiro, que está na atividade desde 1932."

"Aos 81 anos, Amadeu é, mais que um antigo livreiro da cidade, parte da memória da capital centenária. Dotado de uma lucidez impressionante, que o permite lembrar com detalhes de nomes e fatos que viveu ou acompanhou há cinquenta anos, ele conta com o que começou seu envolvimento com livros."

"Os livros eram relativamente novos. Naquela época, eles vinham com as folhas pregadas e a gente precisava de espátulas para abri-las. As pessoas tinham tempo para isso."

(Matéria, O Tempo, 12/12/1997)

Em todos os casos citados, a linguagem do jornalismo se desdobra e se aproxima de um certo enredo, de uma espécie de micro-narrativa. As matérias procuram ter o tom da memória e da lembrança. Geralmente, os personagens eleitos como representantes da cidade são pessoas mais velhas, aquelas que devem possuir provavelmente uma vivência mais intensa. São, em sua maioria, idosos cuja história de vida se confunde com a própria história de Belo Horizonte. É como se a cidade e seu passado, por estarem encarnados nesses sujeitos, tivesse sua história recontada por eles.

As matérias de personagens representativos se constituem, então, como uma abordagem um tanto peculiar: as histórias dos personagens são resgatadas, mas com o cuidado de não se descolarem da história da capital. As histórias se confundem, mas a experiência individual dos personagens singulariza a história de Belo Horizonte. Faz-se a tentativa de tecer a narrativa da experiência dos personagens. A história da cidade aparece mergulhada na história individual do personagem e ganha, assim, força e singularidade. Um discurso que fala do centenário precisa ser poroso para a experiência da cidade, precisa estar ancorado no vivido. Um recurso como este dá ao aniversário de Belo Horizonte um significado maior do que somente o de uma data a ser comemorada. Ele reaviva a noção de que na tecelagem da história de uma cidade está na força da vivência de seus habitantes.

5.3. Comemoração
A comemoração possui um sentido que ultrapassa o limiar do puro lembrar. Comemorar é solenizar a recordação, é celebrar publicamente com cerimônia ou pompa, é autenticar ou validar algo que se celebra.

O jornalismo, ao se utilizar do que chamamos de estratégia de comemoração, reafirma o tempo presente e procura uma expressividade neste presente. O passado praticamente não é retomado. Quando isso ocorre, é somente para encontrar nesse passado as razões para se celebrar o presente.

Para comemorar o centenário, o primeiro movimento que o jornalismo faz é o de procurar imagens generalizantes que possam dar conta da cidade como um todo. O jornalismo serve-se de figuras que possam abarcar a idéia de uma cidade uma e completa e se afasta da preocupação com a experiência múltipla e complexa do lugar. A Belo Horizonte que surge é apoiada no clichê, nas imagens facilmente reconhecíveis.

A estratégia de comemoração é, portanto, uma estratégia que detém-se em si mesma. Não solicita outros apoios para falar do centenário – a memória de indivíduos, a história da cidade, por exemplo. Ela se caracteriza por ser um discurso – no mais das vezes eloquente – que procura celebrar a cidade do presente, valorizando somente seus aspectos positivos. Os enunciados se voltam para eles mesmos e recuam a valorização do tempo que passou.

Muitas vezes, ao colher depoimentos, o jornal buscando apagar suas marcas de enunciador, acaba publicizando verdadeiras declarações de amor à cidade, que se configuram, também, como uma espécie de comemoração:

“BH é o máximo. Sem apologia, acredito que é uma das poucas metrópoles que não perdeu a identidade e a convivência humana. É fantástico e espero que permaneça sempre assim, e com toda vanguarda que tem. Acho também que as pessoas têm o intelecto extremamente desenvolvido, mas às vezes não acionam. Chama-me a atenção, ainda, a vanguarda da arquitetura, sem esquecer do passado, que, felizmente, é bem resguardado aqui.”
(Coluna Bom Dia, do Estado de Minas, 14/12/97)

Ainda pode-se perceber o que chamamos de uma espécie de recalque que a imprensa parece possuir em relação às comemorações do centenário. Ela acentua o aspecto positivo de algum tipo de comemoração, escondendo os aspectos mais negativos. É o caso da matéria que traz o título “Carros antigos homenageiam a capital” e se inicia do seguinte modo:
"O aniversário da cidade já passou, mas Belo Horizonte continua recebendo homenagens. Ontem foi a vez dos donos de carros antigos, que dedicaram sua tradicional carreata anual ao aniversário da capital. (...)"
"A idéia era reunir 100 carros – um para cada ano da cidade. Não foi possível, mas cerca de 20 carros e 18 motos circularam por pontos tradicionais de BH."

À primeira leitura, muito em função da manchete e da legenda da foto que acompanha a matéria – "O desfile de carros antigos movimentou toda a região da Savassi e da praça da Liberdade na tarde de ontem" –, tem-se a impressão de que a homenagem foi um sucesso. Um pouco mais a frente, observa-se que houve problemas. No final da matéria, um desfecho curioso:

"(...) Sandoval acredita que o centenário despertou a população de Belo Horizonte para a importância de se preservar a memória da cidade. 'Antes, a gente saía na rua e ninguém nem ligava. Agora elas param e fazem perguntas, interessadas', conta ele."
(Matéria, Estado de Minas, 14/12/1997)

Será que o centenário é que chama a atenção dos passantes? Uma carreata de carros antigos não despertaria a atenção por sua própria natureza? Há na imprensa dos 100 anos de Belo Horizonte o anseio de tornar todas as iniciativas de comemorar o centenário uma grande festa.

Outras vezes, para se referir à cidade como um todo, o discurso jornalístico a personifica.

"Foi uma noite alegre e tranquila, como Belo Horizonte gostaria de ser".
(Matéria, Estado de Minas, 13/12/97)

A cidade surge então como sujeito. Essa personificação vai desde o tratamento que se dá à cidade, até as analogias que se faz de Belo Horizonte com as figuras femininas: mulher, mãe, amante.

A matéria abaixo é um exemplo claro da personificação da cidade como mulher e amante. Belo Horizonte não é referenciada pelo seu cotidiano ou pelas relações entre os sujeitos que a instituem, mas é tomada como sujeito, mais especificamente, pela figura generalizante de uma mulher.

"Querida Belo Horizonte,
Quando nos conhecemos, você tinha 79 anos. Era mais nova e, me perdoe a ousadia, bem mais atrativa no seu frescor de juventude ... Mas, o começo entre nós foi complicado."
"(...) A nossa atração não foi provocada por uma flecha de Cupido. Cresceu silenciosamente, desapercebidamente, aos poucos entre altos e baixos. Até que um
dia transformou-se em amor. Você me deu imensas felicidades e alegrias inesquecíveis."

"Tentei retribuir, mas o saldo que tenho com você é impagável. Quando seus olhos transbordaram de alegria, fui eu quem os enxugou. Chamaram-me de louco. E tinham razão. Louco de amor. Louco e apaixonado, até um dia virar cinzas em seu jardim."

(Coluna, O Tempo, 12/12/1997)

Em outros momentos a cidade é caracterizada como mãe. Na matéria que se segue, o América é o filho de Belo Horizonte. E, esta, como mãe acolhedora fica encantada com o título que seu filho recebe. Mais uma vez, a cidade se reduz a um sujeito:

"Belo Horizonte agora está encantada com o filho verde. O América foi fundado por 11 meninos e foram exatamente dois meninos, criados na casa, que fizeram os gols que calaram pernambucanos, atleticanos e cruzeirenses."

(Artigo, O Tempo, 07/12/1997)

Pode-se apontar uma certa artificialidade nas matérias jornalísticas marcadas pela estratégia de comemoração. As figuras empregadas para construir a idéia de uma cidade total são distantes, pouco convincentes.

5.4. A problematização

Como afirmamos anteriormente, o centenário, com o seu potencial simbólico, dá margem a um gesto de interpretação da passagem do tempo. Os vários tempos da cidade são resgatados - passado, presente, futuro - e reinterpretados. Ao qualificar a passagem do tempo, muitas vezes, abre-se espaço para matérias de caráter prioritariamente crítico, feitas num tom de análise e de proposição.

Aqui, a cidade não é mais celebrada no seu presente nem retomada romanceadamente no seu passado. Há uma problematização da capital. As matérias se debruçam sobre a cidade. Belo Horizonte é tomada pelo seu cotidiano, o foco é a cidade que está em movimento com suas redes complexas de relações. Muitas vezes, o discurso jornalístico acaba por identificar problemas e, para além disso, por propor soluções para se viver numa cidade melhor.

Na matéria que se segue, por exemplo, a questão trânsito em Belo Horizonte é que está em foco. A cidade que se apresenta não é reduzida aos clichês, nem é retomada por temas genéricos que não dão conta de diferencia-la de outra metrópole. Aqui, pontua-se
claramente um problema atual da capital centenária - a extinção da BHTrans - com suas implicações específicas.

"No dia de seu centenário, Belo Horizonte ganhou um 'presente de grego'. A Câmara ao derrubar o veto do prefeito, extinguiria BHTrans. (...)"
"(...) Belo Horizonte já conhecera grandes problemas como a escassez de água e luz. Hoje, o trânsito é seu maior desafio. Criou-se um vazio institucional na cidade. Quem vai cuidar do trânsito a partir de agora? Se a decisão não for revogada rapidamente, poderá ser desmontada uma estrutura que está funcionando e que não pode ser substituída de uma hora para outra."
( Editorial, O Tempo, 12/12/1997)

Como se pode ver, o presente está problematizado. A cidade de agora, viva e complexa, é o foco da discussão. Na matéria abaixo, reconhecemos esse mesmo movimento em que o jornal pensa a cidade enfocando seu cotidiano. O trânsito é novamente analisado e a questão do planejamento e da topografia são colocados em questão por serem elementos próprios de Belo Horizonte.

Saúva mecânica

"(...) Invento que revolucionou o desenho urbano, o automóvel é também a maior ameaça às grandes aglomerações urbanas (...)". "Belo Horizonte não escapa a essa sina. Planejada para duzentas mil almas, como então se dizia, não previu e nem poderia prever a ascensão espetacular do automóvel. Seu traçado e sua topografia agravaram ainda mais esse quadro. Não se vai resolver o problema do trânsito da “jovem centenária” multiplicando obras e rasgando novas avenidas. A solução está na criação de um sistema de transporte de massa que retire os automóveis da rua."
( Editorial, O Tempo, 12/12/1997)

Na matéria que se segue, mais do que problematizar o presente - a abordagem é a de que a festa de cem anos não chega para muitos – aponta-se para um mais além, para o futuro. A reflexão acerca da capital centenária toma o passado como lição para se pensar uma Belo Horizonte melhor. A cidade de agora não é idealizada nem exaltada. A preocupação de torná-la melhor permeia toda a abordagem que é dada à matéria, com o intuito de se criar possibilidades para um futuro melhor.

O desafio do futuro

A BH centenária fez a festa. Agora é hora de olhar para a frente, esquecer a ressaca e buscar nas lições do rico passado de cem anos, as lições para encontrar um futuro melhor, uma vida com mais dignidade para os belo-horizontinos (...) BH tem uma boa qualidade de vida, revela as pesquisas comparativas. Mas poderia - e poderá - ser muito melhor. O desafio está lançado. A cidade precisa trabalhar para ser exemplo no próximo milênio. Exemplo de fraternidade, de igualdade. Exemplo de metrópole.

167
A BH centenária faz a festa. Mas ela não chega aos moradores da área de risco, intranquilos quando nuvens de chuva se avolumam no horizonte. Também não faz a festa quem é obrigado a ficar horas em um ônibus para ir trabalhar, enfrentando engarrafamentos e perdendo horas de sono por causa das deficiências no transporte(…)
É preciso sonhar. E executar, planejar, trabalhar com afinco para construir uma cidade mais justa e humana. (...). É um sonho que precisa ser sonhado por todos, pois assim, se houver convicção e torciam, ele certamente será uma realidade”.
(Editorial, Estado de Minas, 13/12/1997)

Há ainda um tipo de matéria que não vislumbra o futuro nem discute temas específicos do presente. Aqui, desconstrói-se toda a abordagem que tipicamente é feita em se tratando da comemoração dos cem anos de Belo Horizonte. O jornal dá voz a um entrevistado que se nega a falar do centenário e todas as imagens que ele evoca da cidade referem-se às suas mazelas. Ele analisa o presente e não se conforma com ele. Da sua fala surge a realidade dura, marcada pela pobreza que está nos esgotos, debaixo dos viadutos.

Arquiteto de opiniões contundentes

“EM - Em que o senhor acha da Pampulha, o chamado cartão postal da cidade?
EM - Na sua opinião, qual seria o melhor cartão postal de BH?
Raphael - As famílias morando debaixo dos viadutos em vários pontos da cidade.
EM - O que gostaria de falar sobre o centenário de BH?
Raphael - Nada. Não gostaria de falar nada.”
(Entrevista, Estado de Minas, 15/12/1997)

5.5. Conclusão

Ao fim de todo esse caminho, pudemos concluir que o discurso jornalístico construiu um discurso que, costurando relatos de pessoas sobre suas vivências, procurando figuras para se referir à cidade como um todo ou problematizando seu cotidiano, tentou chegar a uma narrativa que dissesse da experiência coletiva da cidade.

Como já discorremos, mesmo na impossibilidade de alcançar a narrativa fundante das comunidades tradicionais, em que a vida e a atividade narradora estavam intensamente ligadas, o jornalismo tentou esbarrar em um fundo comum, alimentando-se de imagens que percorrem o imaginário coletivo e também o construindo. Ainda que de forma um pouco prosaica, o jornalismo rearranjou imagens compartilhadas da cidade e fundou, em sua narrativa, uma peculiar Belo Horizonte. A cidade sonhada por todos e transformada a cada dia, ganhou contornos próprios na fala jornalística. Mais do que
descrever ou explicar, o jornalismo fez partilhar significações sobre os cem anos da capital centenária.
6. Centenário de BH: A Construção Discursiva no Radiojornalismo

Carlos Alberto Ávila Araújo e Cláudia Chaves Fonseca


A ideia de que parte essa monografia é o fato de que a proposta de se comemorar o Centenário de Belo Horizonte nasce do Poder Público Municipal que, para tanto, executa distintas ações estratégicas. Entre essas ações do Poder Público, encontramos a tentativa de “imprimir” a determinados eventos que já existiam na cidade o sentimento de comemoração do centenário. Este esforço do Poder Público se traduziu em envolvimentos diferenciados: em alguns eventos, ele assumiu o papel de organizador. Em outros ele foi o próprio criador. Algumas vezes atuou apenas modificando algo, incrementando. E, finalmente, apenas patrocinou ou divulgou.

O centenário foi concebido, pelo Poder Público, como uma arena, um palco no qual os atores estivessem fisicamente presentes e, imbuídos de forte sentimento de pertencimento à cidade, estivessem comemorando seus cem anos de existência. Em cima dessa concepção o Poder Público, desejoso de que o Centenário fosse comemorado ao longo do ano de 1997, “pulverizou” essa comemoração, tentando encarná-la em eventos das mais variadas naturezas, envolvendo os mais diversos públicos. A partir daí foi, de certa forma, vital para o Poder Público que o Centenário acontecesse no momento de realização destes eventos.

Ao mesmo tempo, durante o ano de 97, os habitantes de Belo Horizonte viram e participaram de diversos eventos, alguns deles antigos (já acontecem há anos na cidade) e outros inéditos. Algumas vezes sua presença nestes eventos era motivada pelo centenário. Outras vezes, eles apenas tinham conhecimento da existência de uma vinculação evento/centenário. Na maior parte das vezes, compareceram às atividades sem se dar conta de que se tratava de um momento comemorativo dos cem anos da cidade.

170
Os eventos de comemoração no centenário apresentam uma dupla natureza, portanto. De um lado, há algo próprio do evento, que ele sempre teve ao longo das vezes em que ocorreu. Essa primeira natureza representa uma prática cultural específica que enseja já um universo de significados (o católico que sai em procissão para viver uma experiência religiosa, o torcedor que vai ao estádio acompanhar uma partida de futebol do time pelo qual torce, o trabalhador que vai à Praça Sete fazer uma manifestação trabalhista).

De outro lado, há algo que se refere à existência de uma comemoração do centenário da cidade. Essa segunda natureza representa essa tentativa, por parte do poder público municipal, de que as pessoas comparecessem aos eventos imbuídas do sentimento de estarem, também, comemorando os cem anos da cidade.

Em meio a isso, há o rádio, instância de enunciação presente na cidade e que fala exatamente dos acontecimentos nesta cidade. Ao falar dos eventos do Centenário, o rádio se vê numa interlocação com o poder público (que é quem anuncia e, muitas vezes, em maior ou menor grau, organiza a festa) e com a cidade, que é quem vivencia as atividades desenroladas.

Os eventos de comemoração do centenário provocam a fala do rádio por diversos aspectos: seja pela sua importância, pelo envolvimento das pessoas, pelo impacto que eles causam na cidade, pela necessidade de prestação de serviços, pelas situações inesperadas que podem surgir. E, algumas vezes, pelo fato de constarem do Calendário Oficial de Comemorações do Centenário.

O objetivo desta monografia é exatamente esse: perceber que tipo de fala pode ser encontrada nas matérias radiojornalísticas sobre os eventos, e ver como o rádio se comportou em relação a essa “natureza dupla” dos eventos. A observação dos enunciados radiofônicos vai nos permitir perceber alguns elementos da natureza da relação que o rádio estabelece com os atores envolvidos com o Centenário.

A pesquisa escolheu dez eventos para o acompanhamento junto aos meios de comunicação. Por limitações do material empírico coletado junto ao rádio, restringimos a análise dessa monografia a cinco eventos: o Primeiro de Maio, o Encontro das Américas, a Copa Centenário, a Festa da Padroeira e a Cobertura Intensiva do Aniversário - esse último representa a cobertura não de um evento específico, mas de todos os eventos ocorridos na semana do aniversário da cidade.

*Itatiaia e CBN no universo radiofônico de BH*
Dadas as suas características técnicas, o rádio é o meio de comunicação mais próximo do cotidiano das pessoas, e sua presença é de certa forma “naturalizada”: o ato da escuta prescinde do monopólio da atenção, muitas vezes o som passa despercebido, como se fosse parte integrante e, por isso mesmo, inseparável do ambiente.

A concorrência com a televisão, como nos lembra PAIVA\(^{201}\), realçou essas características do rádio:

“(...) é graças às inovações tecnológicas que o rádio pôde tentar uma comunicação menos cara e mais viva, mais informativa e, sobretudo, mais orientada para os serviços de utilidade pública.” A oralidade, a instantaneidade e a sensorialidade conferem à mensagem radiofônica intimidade com o ouvinte. “É através dessa inscrição na ordem do sensível que o rádio atinge os ouvintes em sua intimidade e permite falar de um ato comunicativo de natureza relacional (...)”\(^{202}\).

As entrevistas dirigidas mostraram essa rede de relações tecida através do rádio. Indivíduos que vivenciam o cotidiano de uma metrópole, os habitantes de Belo Horizonte encontram na mensagem radiofônica um elo de sociabilidade, uma forma particular de organização da experiência urbana. Pelo conjunto das entrevistas, percebe-se que a mensagem radiofônica é significativa para todas as idades e classes sociais: o rádio é companhia (“eu gosto de tudo, ouço todas as estações. Eu ouço muito, o final de semana é dele, eu levanto e já ligo”\(^{203}\), ponto de contato com a cidade (“ouço rádio todos os dias... todo jornal que é de hora em hora, sempre eu tô ligado”\(^{204}\) e principal meio de informação sobre atualidades (“Rádio? Gosto muito! Na parte da manhã a gente ouve, os programas de, né, como é que fala? Reportagem sobre o desemprego, essas coisas.”\(^{205}\). A perspectiva local, como ponto de referência para a informação, esteve presente na quase totalidade das entrevistas. A metrópole, mais uma vez, transpareceu no “dial”.

Em Belo Horizonte, praticamente todas as rádios são comerciais. As exceções são a Inconfidência FM (estatal) e as rádios piratas como a Favela e a Santé. No mais, há algumas rádios religiosas (como a Atalaia, a Cidade e a América) e a maioria delas, voltadas para programação musical (entre elas a BH FM, Líder, Band, Jovem Pan, Extra, Guarani). Em todas estas, o jornalismo está ausente ou representa apenas uma parte da programação. E, nestes casos, normalmente é um jornalismo apenas de estúdio,

---


\(^{202}\) Ibidem, p. 559.

\(^{203}\) Entrevista nº 20.

\(^{204}\) Entrevista nº 23.
um locutor que lê notícias, muitas vezes retiradas de jornais impressos - numa prática conhecida como “gilette press”. Poucas destas rádios mantêm departamentos de jornalismo com reporteres que saem às ruas para apurar notícias. Em termos de radiojornalismo em Belo Horizonte, as principais referências são a Itatiaia e CBN, emissoras bastante voltadas para o jornalismo.

A Itatiaia é uma emissora antiga, presente há décadas na cidade, e aposta na tradição como sua principal “marca”. Seu sucesso é, em grande parte, sustentado por locutores carismáticos, já bastante conhecidos da população. A rádio dá uma grande ênfase ao esporte - possui um departamento de Jornalismo e outro de Esportes.

Já a CBN é uma rádio recente (começou a emitir em Belo Horizonte ainda nesta década), pertencente às Organizações Globo. Tem como lema “A rádio que toca notícia”, sendo a primeira da cidade a funcionar 24 horas por dia apenas com noticiário jornalístico. Está inserida num sistema de noticiário nacional, “em rede”, e apresentou algumas fórmulas jornalísticas novas, como a agilidade da inserção dos reporteres e a figura do âncora da redação.

A cobertura dos eventos realizada pelo radiojornalismo

A forma de análise da cobertura dada pelos dois jornais aos cinco eventos é a seguinte: em primeiro lugar, consultando o material relativo ao Poder Público, realizar-se-á uma caracterização do evento (data, local, recursos, público, e o tipo de investimento feito pelo poder público); em segundo lugar, consultando as Entrevistas Episódicas e os Relatórios de Ambiência, realizar-se-á uma caracterização da participação das pessoas nos eventos, das opiniões destas pessoas e das atividades transcorridas; e, em terceiro lugar, realizar-se-á uma análise das matérias radiojornalísticas (o que falaram do evento, como falaram, pessoas entrevistadas, perguntas realizadas, assuntos explorados, etc).

6.1. A cobertura das Comemorações do Dia do Trabalhador

a) A atuação do Poder Público

205 Entrevista n° 06.
As comemorações do 1º de Maio, feriado nacional referente ao “Dia do Trabalhador”, marcaram, em Belo Horizonte, o início das comemorações do Centenário da cidade (a “Abertura Oficial”). A programação do “Ato de 1º de Maio do Centenário de BH” se constituiu num misto de eventos: alguns que já vinham sendo realizados neste feriado (como a “Rua do Lazer”) e outros criados especialmente para a abertura das comemorações do Centenário (como a fala do Prefeito na Praça Sete).

Foram programadas várias atividades, dentre elas: Toque de Alvorada (Banda da Polícia Militar), Pronunciamento do Prefeito, Rua do Lazer, shows, queima de fogos e exposição de fotografias. Todas as atividades aconteceram na Praça Sete, à exceção da exposição de fotos, realizada no Museu de Arte da Pampulha.

A divulgação realizada pela Prefeitura deu-se, basicamente, por meio de algumas faixas em diversos bairros da cidade e no “Jornal do Ônibus”, convidando a população para participar da festa no centro da cidade. Houve pouca divulgação institucional na mídia, em razão do pouco tempo que a prefeitura teve para montar uma campanha de mídia e dos poucos recursos disponíveis para essa divulgação206.

A Prefeitura, no ano de 97, organizou sozinha o evento, o que não acontecia nos anos anteriores. Neste ano, a tradicional divulgadora e parceira da Prefeitura no 1º de maio, a Rede Globo, juntamente com o Sesc, decidiu não participar do evento devido ao caráter explicitamente político que o mesmo assumiu, demonstrado pela inclusão na programação de um “Ato Público em Defesa do Trabalho”, com a presença de centrais sindicais.

Para o Poder Público, o evento teve uma natureza predominantemente de “participação popular”, o que é garantido principalmente com as atividades gratuitas da “Rua do Lazer”. Em menor medida, pretende-se atender, ainda, ao objetivo de “exteriorização da imagem da cidade”, com a comemoração do centenário de BH ligada a uma festa mundialmente comemorada, a festa do trabalhador. A abertura é oficial para os dois eventos, que se mesclam.

b) A atuação dos participantes

206 Informações cedidas por Márcio Campomore, Diretor de Publicidade da Assessoria de Comunicação da PBH.
Não houve uma grande presença da população tal como esperado pelo Poder Público. Duas razões principais para isso são o horário da abertura oficial (sete horas da manhã, num feriado) e a falta de tradição, na cidade, de uma comemoração centralizada no 1º de maio.

A “Rua do Lazer” conseguiu trazer muitas pessoas ao centro da cidade, principalmente pessoas mais pobres, atraídas sobretudo pelo programa “Dente de leite”.

Não houve, porém, divulgação do “motivo principal” daquela comemoração. A ênfase na abertura das comemorações do centenário foi inexpressiva. As pessoas que estavam participando sabiam que aquele era um dia especial, em primeiro lugar porque era feriado e, em segundo lugar, porque era o dia do trabalhador. Os próprios coordenadores de atividades e monitores não tinham conhecimento de que aquele era um evento de comemoração do centenário.

No final do dia, a apresentação da Orquestra Carlos Gomes e o ato político reuniram principalmente estudantes universitários e professores de história. A última atividade também não foi capaz de promover uma grande mobilização, apesar do show de Sérgio Reis.

O grupo de pesquisa esteve presente no evento, observando o desenrolar das atividades e entrevistou 39 pessoas. De uma forma geral, o público se mostrou pouco envolvido com os eventos. A maioria das pessoas não teve um interesse específico pelas atividades, comportando-se como um grupo de curiosos, pessoas sempre de passagem, passeando ou gastando o tempo. O público não respondeu às convocações feitas durante o evento e demonstrou um interesse maior pela festa (os shows, os artistas) do que pelos discursos oficiais. A “Rua do Lazer” foi mesmo a única atividade a conseguir uma participação positiva.

Poucas pessoas fizeram a ligação entre o acontecimento da Praça Sete e o centenário de BH, apesar da grande quantidade de bottons espalhados, estandartes e chamadas dos locutores do evento.

c) A atuação da mídia

O grupo de pesquisa acompanhou o “Notícia da Manhã” e o “Jornal da Itatiaia 1ª Edição” entre os dias 27 de abril e 04 de maio. Foram encontradas várias matérias sobre eventos com alguma ligação com o Centenário, como o lançamento dos fascículos do projeto “Comércio em Belo Horizonte - 100 anos de História” e o “V Encontro de Pesquisa da Faculdade de Odontologia da UFMG. A frase “a capital do século” é
utilizada por locutores e entrevistados, no clima mesmo do lançamento do slogan e do início das comemorações do Centenário da cidade.

A primeira matéria coletada sobre a comemoração do 1º de maio foi veiculada na CBN no dia 28 de abril. A cabeça da matéria, de responsabilidade do âncora Mozahir Salomão, coloca a figura do prefeito como o principal responsável pela comemoração do dia do trabalhador em Belo Horizonte, e faz a ligação com o centenário da cidade:

"O prefeito Célio de Castro prepara várias atividades para as comemorações do dia do trabalhador em Belo Horizonte. Aliás, no dia do trabalhador, 1º de maio, é que a prefeitura de BH começa a comemoração também do centenário da capital mineira. Ouça aí os detalhes com a repórter Suely Cota".

A repórter começa sua inserção situando o ouvinte, sem fazer ainda uma pergunta direta ao prefeito e aproveitando, como resposta, o restante de uma fala deste:

"O prefeito Célio de Castro foi ao Palácio da Liberdade convidar o governador Eduardo Azeredo para participar das atividades programadas pela Prefeitura para o dia 1º de maio. Em relação ao reajuste salarial, o prefeito disse que espera chegar a um bom termo com os servidores municipais até a data-base da categoria que é no dia 19 de maio".

Esta primeira fala traz dois fatos: o primeiro é a presença das autoridades, o prefeito e o governador, o que já diz da importância da matéria. Na fala da repórter não aparece menção ao centenário, apenas às "atividades do 1º de maio". A seguir, a repórter fala de questões salariais, pegando o gancho do fato de ser o dia do trabalhador, e não tanto pela importância da questão - afinal, a data-base da categoria é o dia 19 de maio, até lá essa não é uma questão relevante, pelo menos para o jornalismo.

A primeira fala do prefeito é sobre o convite feito ao governador: "(...) convidar o governador para a abertura das festividades do centenário (...) eu tive a decisão e a felicidade de trazer o convite para o governador (...)".

A seguir, a repórter pergunta: "O que a prefeitura está preparando para o dia 1º?". Célio de Castro responde fornecendo toda a programação, mas a repórter não explora essa questão, e insiste no encontro de Célio com o governador. Diante das evasivas do prefeito, ela resolve ser mais direta. As próximas três perguntas da repórter dizem respeito ao Encontro das Américas, à polêmica acerca de recursos envolvendo o Estado e o município:

A repórter tenta explorar a existência de uma “queixa recíproca” entre Estado e município, que nas respostas do prefeito evidencia-se não existir. Diante do interesse da reportagem, de buscar pontos polêmicos, ânimos exaltados, tem-se um prefeito calmo, envolvido em uma situação tranqüila e já resolvida.


Manoel Guimarães iniciou sua fala advertindo que a escolha do 1º de maio para a abertura das festividades não foi aleatória. Tratou-se de uma designação direta do prefeito com o objetivo de valorizar o trabalho e estimular a geração de empregos na cidade. Com esse gancho, o secretário destacou o ato político a favor do emprego como um dos principais acontecimentos do dia. O ato marca o encontro do prefeito e de membros das centrais sindicais CUT e CGT.

Este destaque dado pelo secretário à manifestação política pelo emprego vai ao encontro da apresentação de Mozahir, que cita o “ato político”. Com isso, a ênfase do evento recai mesmo sobre a questão do trabalho. E a prefeitura passa a ser identificada como um personagem que participa dessa luta, que é “dos trabalhadores”.

Ainda no dia 30, a Itatiaia apresenta uma notícia sobre o 1º de maio com caráter de prestação de serviço informando quais serviços públicos e privados não funcionariam no feriado. Ao que parece, o jornalismo faz, em relação ao primeiro de maio, dois movimentos: quando se tem a presença de uma autoridade, em primeiro lugar há uma tentativa de explorar questões polêmicas, que façam “render” o interesse da matéria. Se isso não é possível, tende-se a aproveitar a presença da autoridade para fornecer detalhes sobre a programação e o significado das atividades. Quando não há presença das autoridades, notícia-se o impacto na cidade, aquilo que pode mudar a rotina dos belo-horizontinos no feriado.
O curioso é que, se a data parece inspirar perguntas sobre questões salariais, ela não chegou a inspirar os jornais a entrevistarem líderes sindicais, apesar de eles estarem presentes ao evento, e nem trabalhadores.

A próxima matéria coletada a respeito deste evento é do próprio dia 1º de maio. Trata-se de uma inserção externa do repórter Sérgio Ulis, rádio CBN:

"O prefeito Célio de Castro e o governador Eduardo Azeredo abriram agora pela manhã na Praça Sete as comemorações oficiais do centenário e do dia do trabalhador. E no dia do trabalhador, ambos exaltaram suas políticas para o funcionalismo, mas não falam em reajuste para os servidores do Estado e do município. Falam apenas em possibilidades."

Mais uma vez é possível perceber a ênfase dada às autoridades oficiais - o prefeito, o governador - e a data parece inspirar os repórteres principalmente a falar sobre os reajustes salariais do funcionalismo público.

Ainda no dia 1º de maio, há uma entrevista com o prefeito na CBN. O apresentador Mozahir Salomão começa informando que no 1º de maio a PBH está dando início, oficialmente, às comemorações do Centenário da capital mineira. O tom oficioso do anúncio parece dar a entender que a responsabilidade é toda da prefeitura e que, portanto, o centenário é algo que diz respeito ao Poder Público municipal, sujeito da festa. Mozahir pergunta ao prefeito se ele estará presente ao ato em defesa do emprego, a ser realizado dali a algumas horas, na Praça Sete. Célio confirma sua presença e diz que estará ao lado da CUT e da CGT, além de lideranças parlamentares.

Num primeiro momento, parece que o apresentador quer explorar o insuflado da presença do prefeito ao lado de lideranças sindicais. Mas o repórter se volta para a questão do emprego em Belo Horizonte. Célio concorda que o índice de desemprego na cidade é assustador e diz que sua preocupação maior é combatê-lo, citando duas medidas: o Plano de Desenvolvimento Integrado da Região Metropolitana e a internacionalização da cidade. Depois, eles falam sobre o Encontro das Américas e sobre as duas principais problemas da cidade, trânsito e saúde (na opinião do prefeito).

Na verdade, a questão do 1º de maio serve apenas como uma justificativa para se conseguir falar com o prefeito. Sua disponibilidade para a entrevista é aproveitada para se falar de diversos outros assuntos. As únicas perguntas relacionadas à data se referem a questões trabalhistas. Quase nada se falou do centenário, tanto pelo apresentador como pelo prefeito.
Na rádio Itatiaia, neste mesmo dia, há uma entrevista com o prefeito, realizada ao vivo da Praça Sete:

REPÓRTER: “Prefeito, por que abrir as comemorações do Centenário no dia do trabalhador?” CÉLIO DE CASTRO: “Há um simbolismo muito grande entre o trabalho e a cidade, a cidade gerada pelo trabalho, daqueles que a construíram com seu esforço. Nós queremos homenageá-lo no dia do trabalho inaugurando as festividades do Centenário (...) REPÓRTER: “E qual é a mensagem do senhor aos trabalhadores?” CÉLIO DE CASTRO: “Minha mensagem é a mensagem da homenagem, primeiro, aqueles que, com sua labuta diária, construíram a cidade...”

Nesta inserção ao vivo, parece que a simples presença do prefeito justifica a matéria. O repórter faz apenas duas perguntas, uma delas bastante genérica (mas que faz o vínculo com o Centenário) e outra totalmente aberta, para o prefeito falar o que quiser. Célio de Castro tem o tempo da programação, na verdade, para fazer propaganda de si mesmo e do evento.

É importante destacar que, durante toda a semana, a questão da privatização da Companhia Vale do Rio Doce teve grande destaque na programação jornalística, o que pode ter contribuído para a escassa cobertura dada ao centenário.

6.2. A cobertura do Encontro das Américas

a) A atuação do Poder Público

O “III Encontro das Américas” foi parte de uma série de encontros estabelecidos entre os países das Américas para entendimentos e negociações com vistas à criação da Área de Livre Comércio das Américas (Alca). Em 1997, foi realizado em Belo Horizonte exatamente por ser o ano do centenário da cidade.

O encontro, propriamente dito, foi realizado em locais como o Minas Trade Center, a Serraria Souza Pinto, o MinasCentro e o Palácio das Artes. Nestes locais aconteceram os eventos “III Reunião de Ministros Responsáveis por Comércio do Hemisfério” e o “III Foro Empresarial das Américas”, fechados ao público e organizados por diversos ministérios, além da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, do Governo do Estado de Minas Gerais e da Prefeitura de Belo Horizonte. Houve, ainda, o
evento “Mídia das Américas”, que reuniu autoridades, jornalistas e estudantes de comunicação.

De forma paralela a estes eventos, houve uma “Programação Cultural” de responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura. A programação cultural foi intensa, incluindo shows, exposições de arte e apresentações teatrais, e consistiu na parte “aberta ao público” do Encontro.

Ao que parece, a intenção do Poder Público, com relação ao Encontro das Américas, foi a promoção nacional e internacional da cidade. É o que se pode concluir principalmente a partir de frases como “Sorria. Você está na Capital das Américas” e “De 13 a 16 de maio a nossa imagem vai ser a imagem da Capital das Américas”, presentes em folders distribuídos pela cidade. Contudo, no material oficial do Encontro não há a vinculação com o Centenário, pelo fato de que a maior parte da organização ter ficado por conta do Governo do Estado.

b) A atuação dos participantes

O grupo de pesquisa acompanhou apenas os eventos culturais abertos ao público, observando o desenvolvimento das atividades e realizando 37 entrevistas com pessoas presentes nos locais de realização.

O que se pode perceber foi uma precária associação feita, por parte do público presente aos eventos, entre o centenário e os eventos do Encontro das Américas. O público compareceu motivado pelo artista, pela peça teatral, pela exposição. Em nenhum momento fez disso comemoração dos cem anos da cidade. Isso porque o público já presenciou diversas outras apresentações (do grupo Galpão, as exposições, etc) sem que se estivesse comemorando algo para além da apresentação em si.

Os entrevistados disseram, ainda, que o Encontro das Américas visa a promover a cidade para o público externo. Os moradores da cidade não são prioridade. A quantidade de shows e atividades que atrasaram ou foram cancelados em cima da hora (como por exemplo o show da Orquestra Três Américas) é lembrada pelos entrevistados como a principal razão para essa opinião.

O Encontro das Américas, em que pese o reconhecimento da relevância do evento, não foi bem recebido pelas pessoas. As queixas foram diversas, a começar pela bagunça
no trânsito. Os moradores da cidade se sentiram prejudicados, uma vez que a rotina da capital foi alterada. Houve também reclamações quanto à “maquiagem da cidade”, ao processo de melhorias na cidade “apenas para os estrangeiros verem”.

c) A atuação da mídia

O grupo de pesquisa acompanhou o “Notícia da Manhã” e o “Jornal da Itatiaia 1ª Edição” entre os dias 10 e 18 de maio. Porém, as quatro primeiras matérias encontradas, em nossa coleta, a respeito do Encontro das Américas, são do período de cobertura do dia do trabalhador.

A primeira destas matérias, do dia 1º de maio, coletada na rádio CBN, é um comentário do apresentador, Mozahir Salomão, sobre o slogan da campanha para o Encontro das Américas:

“Sorria, você está na Capital das Américas”. Esse é o slogan de uma campanha que começa a ser veiculada hoje em Belo Horizonte, para esclarecer a população sobre o Encontro das Américas, que ocorre a partir do próximo dia 12. O objetivo é garantir que os visitantes estrangeiros sejam bem recebidos em Belo Horizonte. 150 outdoors estão espalhados em pontos estratégicos de BH, como trechos que dão acesso a aeroportos e perto dos locais de reuniões. Pelo menos não é ‘Sorria, você está no Fantástico’. Esse slogan aqui, cá pra nós... ‘Sorria, você está na Capital das Américas’... e o pau quebrando nas reuniões... rá... rá... Criatividade nota 10. Isso na escala de 1 a 100”.

A crítica de Mozahir ao slogan na verdade representa uma crítica ao evento como um todo: a prioridade dada aos “visitantes estrangeiros”, a impressão que se quer dar da cidade que não corresponde à realidade, o clima de tensão que tem impregnado as reuniões de preparação do encontro. O tom de deboche da crítica aparece tanto na piada com o “Fantástico”, como na risada do apresentador, e no BG de barulho de avião decolando que acompanha a fala sobre os aeroportos.

A crítica ao slogan e ao encontro como um todo continua na matéria seguinte, que conta com a participação de ouvintes, que ligaram para também criticar, como por exemplo o ouvinte Sérgio, que faz uma pergunta a respeito da “maquiagem” que está sendo feita na cidade: “O que será feito com os mendigos e as crianças de rua?”.

Nesta matéria aparecem já algumas reações - negativas - dos habitantes de Belo Horizonte à iniciativa governamental de promover um encontro internacional na cidade. Estas reações evidenciam o descontentamento do belo-horizontino em relação às condições de vida na cidade (que está sendo “maquiada”, ou precisa de maquiagem para
se mostram a visitantes estrangeiros) ou à percepção de que está sendo feito um grande esforço para se “construir” uma imagem de BH que, para os moradores, parece não corresponder à realidade, sendo quase uma “máscara”.

No dia 02 de maio, há uma notícia sobre o esquema de segurança montado para o encontro, confirmando que 500 agentes da Polícia Federal de todo o país foram deslocados para a atividade que está sendo coordenada pelo Exército. Há uma entrevista com o delegado Eriberto Azevedo, chefe da Delegacia de Ordem Política e Social, responsável pela coordenação da estratégia de segurança.

No dia 10 de maio, encontramos a primeira matéria sobre o evento na Itatiaia:

“Começam a ser distribuídos hoje kits contendo informações sobre o Encontro das Américas, a serem utilizados nos táxis durante o evento”.

A ênfase recaiu sobre o impacto, na cidade. Logo após há uma matéria sobre a Central de Inteligência que a Secretaria de Segurança Pública estava inaugurando. O repórter pergunta ao secretário Santos Moreira como será o esquema de segurança no Encontro. Ainda neste dia, na seção “Itatiaia no Encontro das Américas”207, há uma entrevista com o Ministro do Trabalho, Paulo Paiva, sobre a importância da Alca para o trabalhador brasileiro.

Várias questões vão sendo exploradas pelo jornalismo, aproveitando sempre a presença das autoridades responsáveis por diversos setores. Mas a recorrência ao centenário inexistente, até mesmo na seção criada pela Itatiaia apenas para o evento.

Neste mesmo dia, a CBN veicula um debate sobre o Encontro das Américas, com a participação do presidente da Fiemg, Stephan Salej, do presidente da Faemg, Gilman Viana Rodrigues, do secretário executivo do governo do Estado para o Encontro das Américas, Reginaldo Arcuri. A referência para o debate, contudo, é mais o estado de Minas Gerais (e o Brasil) do que Belo Horizonte.

Com Arcuri, o locutor discute sobretudo os reflexos do evento para a cidade. O apresentador da CBN indaga sobre os preparativos para o evento. Arcuri responde afirmando que a estrutura montada vai ser benéfica para Belo Horizonte:

“(…) não é nada de maquiagem, é um grande investimento que todo mundo tá fazendo pra que a gente possa ter mais empregos na cidade. Isso é que é um negócio muito importante de ser percebido agora. Isso é igual se a gente tivesse investido pra

---

207 A seção “Itatiaia no Encontro das Américas” consiste numa série de reportagens diárias sobre temas diversos relacionados ao evento, transmitida no oitavo bloco do programa.
comprar uma roupa melhorzinha pra poder conseguir um emprego bom, não é um negócio de ficar jogando dinheiro pro alto, não."

A fala de Arcuri coloca toda a cidade como um grande sujeito, de interesse único, que é impressionar bem os estrangeiros durante o evento. Desloca-se a questão de ser o Encontro das Américas um incômodo para a cidade, para um evento que representa uma grande oportunidade de captar recursos para todos.

O apresentador não discorda nem questiona o secretário em relação ao descontentamento do morador de Belo Horizonte - ênfase dada ao seu programa de dez dias antes, inclusive com ironia. Mozahir deixa a fala livre para Arcuri, que não encontra resistência por parte do apresentador e se sente à vontade para colocar sem problemas a sua versão, pedindo o envolvimento da cidade e demonstrando que é um evento importante para todos os belo-horizontinos.

Alguns minutos depois, outra matéria do jornal comenta que o Encontro das Américas mudará a rotina de Belo Horizonte, deixando 45 mil alunos sem aulas e estrangulando a oferta de serviços na cidade. Após esse comentário, o mesmo Mozahir Salomão faz comentário sobre o congestionamento do trânsito no final do dia anterior, afirmando ironicamente: "Sorria, você está na Capital das Américas".

Esta ênfase no impacto sobre a cidade (uma versão "negativa" do significado do Encontro) esteve ausente da entrevista com Arcuri - o que fez a entrevista ser mais panfletária do que polêmica. E, isolada na fala do apresentador, a imagem do transtorno da cidade fica separada da imagem da "oportunidade de empregos" ressaltada na entrevista, que ocupou um tempo extenso na programação.

No dia seguinte, ainda na CBN, o apresentador Marcos Gomes anuncia, na seção "Tome Nota - Serviço":

"Dentro da programação cultural do Encontro das Américas, o Grupo Galpão vai fazer, nesta segunda-feira, a estréia de seu novo espetáculo, "Um Molière Imaginário (...)".

Trata-se apenas de uma prestação de serviços. Faz-se a vinculação do evento cultural com o Encontro das Américas, mas não com o centenário. Minutos depois, uma inserção da repórter Paula Rangel.

"O equatoriano Cevalo Milton, de 58 anos, participante do Fórum das Américas, foi furtado em 300 dólares, nas imediações da Praça Sete, por um grupo de meninos de"
A matéria destaca o fato, fornece alguns detalhes e faz a vinculação com uma problemática maior: o esquema de segurança policial para o sucesso do Encontro, que está em estreita relação com os objetivos do Poder Público - municipal e estadual - para o evento, a projeção de Belo Horizonte no meio internacional, e a consolidação de uma imagem de cidade limpa, segura e atrativa para investimentos.

Neste mesmo dia, na Itaitaia, há uma matéria sobre o “Fórum dos Trabalhadores da América”, dando informações práticas sobre o evento e seguindo-se uma entrevista com Renato Martins, da CUT. Na seção “Itaitaia no Encontro das Américas”, anuncia-se um seminário paralelo para discutir a questão da agricultura no cenário de livre comércio. Os vários encontros que eclodem a partir do Encontro das Américas suscitam várias falas do jornalismo, da prestação de serviço, a consulta a especialistas. Contudo, a questão do centenário é absolutamente inexistente em meio a essa efervescência.

No dia 14, a CBN apresenta um comentário de um ouvinte sobre a cidade, durante o Encontro das Américas. O ouvinte, um jornalista, pergunta o que foi feito dos menores de rua, pois não os viu nos últimos dias, os que coincidem com o evento.

Neste mesmo dia, na Itaitaia, há uma matéria em que a prefeitura é acusada de estar recolhendo os meninos de rua durante o Encontro das Américas, e o representante do Poder Público municipal se defende dizendo que a prefeitura está apenas levando normalmente os seus programas de apoio à população de baixa renda.

No dia seguinte, o apresentador do Jornal da Itaitaia apresenta a chamada: “Encontro das Américas frustra expectativa dos taxistas”. O repórter Turbino Júnior entra no ar:

REPÓRTER: “Ao invés de somar lucros, os taxistas de BH contabilizaram prejuízos com o Fórum das Américas. Durante toda a quarta-feira, os telefones da Rádio Itaitaia não pararam de tocar. Do outro lado da linha, a reclamação era a mesma: o número de passageiros caiu assustadoramente nos táxis da cidade, e a culpa, todos foram unânimes: é da BH Trans.”

A reportagem prossegue com o repórter ouvindo o gerente da BH Trans, que explica que a baixa demanda foi uma “surpresa” para todos, assim como a contratação de veículos particulares. O que mais chama a atenção na matéria é que se explora todo o lado dramático da situação dos taxistas, a partir dos gastos de um deles, tomado como exemplo representativo dos demais.

Minutos depois, o locutor inicia nova matéria relacionada ao evento:
LOCUTOR: “O governador Eduardo Azeredo repudiou as manifestações de quinta-feira, por ocasião da visita do presidente Fernando Henrique a BH (...) O Secretário da Casa Civil, Agostinho Patrus, acredita que esses bademeiros não são de BH e vieram apenas manchar o evento, o Encontro das Américas”.

Mais uma vez a ênfase da cobertura recai sobre os impactos na cidade. Desta vez, não do Encontro, mas da presença do presidente na capital. A fala de Agostinho Patrus, que vem em seguida, faz menção à figura do mineiro, mas não à do belo-horizontino.

No dia seguinte, o apresentador da Itatiaia dá a seguinte notícia:

“População se manifesta contra os baixos salários, a privatização da Vale e o fechamento do Hospital das Clínicas, durante visita do presidente Fernando Henrique Cardoso à capital. A polícia teve muito trabalho para conter a força popular da Capital das Américas”.

A expressão “força popular da Capital das Américas” soa irônica mas faz, sobretudo, importante ligação dos descontentamentos da cidade com três fatos nacionais (os baixos salários, a privatização da Vale do Rio Doce e o fechamento do Hospital das Clínicas) com o descontentamento da cidade com o Encontro das Américas.

Neste mesmo dia, o apresentador Getúlio Neuremberg, da CBN, faz entrevista com o embaixador cubano no Brasil, a respeito do fórum paralelo “Nossa América”. A entrevista apenas citou o prefeito Célio de Castro, mas ela indica uma participação do poder público municipal nesse evento, talvez de forma até mais importante e decisiva do que no Encontro das Américas, liderado pelo governo do Estado.

Cinco minutos depois, Menotti Andreotti, em sua seção de dicas culturais, indica o show de comemoração do Encerramento dos Trabalhos do Fórum das Américas. Apesar de terminar falando da cidade, Andreotti fala em artistas mineiros.

O que se percebe, a partir das três matérias analisadas acima, é uma certa confusão entre a sede do encontro, se Minas Gerais ou Belo Horizonte, o que parece ter contribuído para somar prejuízo à inexistência do tema “centenário” na cobertura do período.

No dia 17, a Itatiaia apresenta uma matéria com o balanço do Encontro das Américas:

“O Encontro das Américas terminou bem à mineira, sem grandes resultados ou decisões bombásticas, mas com avanços seguros. Pelo menos é o que garante a diplomacia brasileira (...)”
Mais uma vez é feita a referência ao jeito “mineiro” de ser, como se nada de específico marcase o belo-horizontino em relação ao resto da cidade, e como se o Encontro tivesse sido em Belo Horizonte por ser esta a capital de Minas Gerais, e não pela força de Belo Horizonte, a cidade centenária. Na avaliação do encontro, nada se mencionou sobre os cem anos de Belo Horizonte.

6.3. A cobertura da Copa Centenário

a) A atuação do Poder Público


Os jogos aconteceram entre os dias 03 e 09 de agosto de 1997, alternados entre os estádios Mineirão e Independência, com a participação de oito times profissionais.

A Copa foi um dos eventos do Calendário Oficial, com o objetivo de promover a internacionalização de Belo Horizonte. Para cuidar da divulgação, foi montada uma Comissão composta de jornalistas dos principais jornais, emissoras de rádio e TV, escolhidos pela Prefeitura..

O público-alvo da Copa, de acordo com o Poder Público Municipal, é o “cidadão belo-horizontino que gosta de futebol (...) além de se destinar a atrair olhares do público de outros estados e países”. Este evento, como outros do Calendário, foi considerado um “presente para a cidade”. Porém, a escolha do horário dos jogos (durante a tarde, nos dias de semana) revela que houve uma preocupação muito maior com o horário exigido pelas emissoras de TV para a transmissão dos jogos, do que com o habitante da cidade que gostaria de assistir-los.

b) A atuação dos participantes

A Copa Centenário não conseguiu atingir o grande êxito de público e participação pretendido. De acordo com o assessor de marketing da Secretaria Municipal de Esportes, Marcos Martins, alguns fatores influenciaram a presença do torcedor no
estádio no decorrer da Copa. Um destes fatores foi o fato de os jogos terem sido televisionados para Belo Horizonte. Isso fez com que a frequência aos estádios não fosse tão grande como se esperava. Outro fator foi o horário dos jogos.

Por outro lado, a presença do evento na mídia local e nacional foi encarada pelo Poder Público como muito satisfatória. Além disso, o fato de ter havido o televisonamento para a Europa trouxe para a cidade repórteres de diversos veículos de comunicação europeus e sul-americanos.

O grupo de pesquisa esteve presente na partida final da Copa Centenário - a decisão do título entre Atlético e Cruzeiro, dia 09 de agosto, no Mineirão. Foram realizadas sete entrevistas, além da observação da ambiência.

Foi possível constatar que a motivação para ir ao evento foi o jogo em si. Todos os entrevistados são frequentadores assíduos do Mineirão, estão sempre acompanhando os jogos de seus times, independentemente de qual seja o torneio que estejam disputando. O que despertou o interesse foi o fato da Copa estar sendo disputada entre os dois principais times da cidade.

Os entrevistados não se mostraram predispostos a falar da cidade ou do centenário, mas sim de seus clubes e suas conquistas.

c) A atuação da mídia

O grupo de pesquisa acompanhou o “Notícia da Manhã” e o “Jornal da Itatiaia 1ª Edição” nos dias 31 de julho, 01, 02, 09 e 10 de agosto. Foram encontradas poucas notícias a respeito do evento. A Copa parece ter tido uma cobertura mais extensa e detalhada na programação especificamente esportiva destas emissoras.

A primeira matéria encontrada, na Itatiaia, foi veiculada no dia 1º de agosto:

"América e Corinthians abrem hoje, às nove e meia da noite, no Independência, a Copa Centenário de Belo Horizonte (...) O Corinthians escala sua força máxima e traz como principais armas o goleiro Ronaldo, o zagueiro Antônio Carlos, o meio-campo Souza e os atacantes Donizete e Mirandinha. No América, as novidades são o goleiro Gilberto (...)"

A cobertura é de natureza esportiva e de serviços. Destaca os principais jogadores de cada time, informando, quando necessário, sua condição física. Traz informações práticas sobre os jogos: local, horário, preço dos ingressos.
No dia seguinte, na CBN, o apresentador Mozahir Salomão chama o repórter Marcos Fiotti, que comenta o primeiro dia da Copa Centenário:

"Começou a Copa Centenário de Belo Horizonte. Pequeno público, um pouco mais de duas mil pessoas, foram ontem ao Estádio Independência (...)"

Esta notícia fez parte do "Giro Nacional da Notícia. O fato considerado mais relevante para entrar no noticiário nacional foi a presença do público, o que permite visualizar uma certa avaliação, por parte da rádio, da importância do evento. Apenas na segunda frase do apresentador aparece o resultado do jogo, seguido de alguns comentários técnicos sobre a partida.

No dia seguinte, uma notícia de 45 segundos, na Itatiaia, dá pequenas informações sobre resultados e o andamento dos jogos da Copa: "América e Corinthians empataram em um a um na abertura da Copa Centenário ontem no Independência (...)"

A prioridade é o resultado do jogo, notícia fundamental para aquele que está acompanhando o campeonato e, sobretudo, para o torcedor. Seguem informações sobre as atrações dos times para os próximos jogos e "serviços" como o horário e local dos jogos.

Por fim, a última matéria encontrada, também na Itatiaia, data do dia 09, destacando o jogo a ser realizado: "Atlético e Cruzeiro decidem hoje, às quatro da tarde, no Mineirão, a Copa Centenário de Belo Horizonte".

6.4. A cobertura da Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem

a) A atuação do Poder Público

Pena e rua Alagoas até a Catedral da Boa Viagem, e missa na Catedral da Boa Viagem, celebrada pelo Arcebispo Metropolitan Dom Serafim Fernandes de Araújo.

Os organizadores do evento enviaram pedido de apoio à Belotur, órgão do Poder Público Municipal, para a realização desta festa de encerramento, considerando-se o fato de acontecer no ano em que a cidade comemorava seu centenário. A justificativa era de que a festa deste ano deveria ser mais “grandiosa”\textsuperscript{208}. A Belotur respondeu verbalmente ao pedido, concordando em incluí-lo no Calendário Oficial de Eventos do Centenário.

Do ponto de vista do Poder Público, o evento representava mais um dos eventos de natureza ligada à “participação popular”, cujo público alvo era “a comunidade católica de Belo Horizonte”.

\textit{b) A atuação dos participantes}

O grupo de pesquisa acompanhou os momentos que antecederam à reza do terço até o final da missa, observando a participação de todos os presentes. As pessoas estavam voltadas para a celebração, mantendo-se compenetradas e respeitosas.

Além disso, foram feitas quatro entrevistas com quatro\textsuperscript{209}. Todos os entrevistados tinham grande conhecimento sobre o ritual das comemorações. Dois deles são freqüentadores tradicionais da festa. As outras duas nunca participaram da procissão, mas já haviam ouvido bastante a respeito. Todos conheciam bem o tipo de atividade que se realizaria.

As principais motivações para ir à festa são a fé e a religiosidade. Todos os entrevistados são católicos praticantes, com forte vinculação a uma paróquia. A paróquia, por sinal, foi o local privilegiado através do qual os entrevistados ficaram sabendo do evento.

Nenhum entrevistado relacionou a festa com a comemoração dos cem anos da cidade. Todos mostraram-se desinformados sobre o tema. A “possível” intervenção da prefeitura na festa não foi bem recebida pelas pessoas, que não pareciam estar interessadas em comemorar o aniversário da cidade naquele momento. Um dos

\footnotetext{208}{Informações concedidas por Raimundo Delfino, membro da Congregação de Marianos de Belo Horizonte e um dos organizadores do evento, em entrevista realizada no dia 08 de agosto.}

\footnotetext{209}{Quatro pessoas foram entrevistadas neste evento, três delas do sexo feminino (refletindo uma tendência do evento, que reúnia em sua maioria mulheres) e três delas acima de 60 anos (refletindo outra tendência, a de reunir pessoas mais velhas). Ainda três delas nasceram em Belo Horizonte, e a outra reside na cidade}
entrevistados, após descobrir que a festa fazia parte das comemorações do centenário, se preocupou com a possibilidade de que isso atrasasse ainda mais o evento. Para ele, o discurso do padre era justificado, mas não o de autoridades políticas. Outra entrevistada, que também não sabia que a festa fazia parte das comemorações do centenário, manifestou igualmente o desejo de que não houvesse discursos da prefeitura no evento. Os dois entrevistados que já haviam participado da festa não identificaram, na comemoração de 97, nada de diferente em relação às festas dos anos anteriores.

Por fim, o grupo de pesquisa observou o momento de realização do evento. Nenhum membro do Poder Público esteve presente. Durante a procissão, a única referência pelos envolvidos no evento (locutores, que puxavam hinos e orações antes e durante a procissão) se deu no apelo, feito às autoridades, para que interrompessem o trânsito na rua dos Caetés.

Referências à cidade aconteceram nos intervalos dos hinos de louvor e das orações, antes da saída da procissão. O locutor, intervindo, exaltou Nossa Senhora e, nesse momento, fez referência à cidade: “Viva o povo de Deus! Viva Nossa Senhora! Viva Belo Horizonte, a Capital do Século sob as bênçãos de Nossa Senhora!”.

Na fala do arcebispo durante a missa, não houve menção nem à cidade, nem ao aniversário, nem à prefeitura.

c) A atuação da mídia

O grupo de pesquisa acompanhou o “Notícia da Manhã” e o “Jornal da Itatiaia 1ª Edição” entre os dias 14 e 20 de agosto. A intenção inicial era acompanhar a cobertura do Festival Internacional de Teatro, mas acabou-se decidindo por coletar também matérias sobre o encerramento da Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem, já que se tratava de um evento presente no Calendário Oficial.

Logo no dia 14 de agosto aparece a primeira notícia sobre o evento, na Itatiaia, com uma prestação de serviço sobre o feriado (o que abre, o que fecha). Ou seja, a ênfase do anúncio não recai exatamente sobre a festa e nem sobre o centenário da cidade. O eixo da matéria é a forma como o feriado afeta o funcionamento do comércio e do lazer na cidade.
Já no dia seguinte, a Itatiaia apresenta a programação da festa, com os horários de missa, da concentração na Praça da Rodoviária e da missa a ser celebrada pelo Arcebispo Metropolitano na Catedral da Boa Viagem. Há um destaque para o volume da festa (quantidade de pessoas e recursos de animação):

“A expectativa da Arquidiocese é de que cerca de cinco mil pessoas participem da procissão, que será acompanhada por bandas de música e carros de som. Ao chegarem à Catedral, os fiéis assistiram missa (...) seguida de queima de fogos e a bênção do Santíssimo”.

Aqui, toda a atenção está voltada para o caráter religioso da festa. A Arquidiocese é a referência de todas as informações.

No final do jornal, na seção “Resumo das Notícias”, há uma referência à matéria que traz a programação da Festa da Padroeira:

“Na comemorações da Assunção da Nossa Senhora, os fiéis de Belo Horizonte festejam hoje o dia de Nossa Senhora da Boa Viagem, padroeira da cidade. A Arquidiocese preparou vários eventos para celebrar a data”.

Este resumo reforça a Arquidiocese e os fiéis católicos como sujeitos da festa, privilegiando o caráter religioso do evento. Mais uma vez, nada é dito a respeito do centenário da cidade. Às 09:15 deste mesmo dia, é a vez da CBN apresentar sua primeira notícia a respeito do evento, em matéria com locução de Getúlio Neuremberg:


Trata-se de uma notícia veiculada em rede nacional. Cita a Festa da Padroeira e o Festival Internacional de Teatro (FIT). A vinculação com o centenário da cidade só é feito na segunda parte do texto, após o anúncio do FIT. É apenas em relação ao FIT é dito que se trata de uma “edição especial”, em virtude do centenário da cidade. Ou seja, a Festa da Padroeira é encarada como algo exclusivamente religioso, que acontece todo ano e que em 97 nada tem de diferente em relação aos anos anteriores. A frase “em comemoração aos cem anos de Belo Horizonte” refere-se apenas ao FIT. O destaque, mais uma vez, em relação à festa de Nossa Senhora da Boa Viagem, é a participação dos católicos nas atividades programadas pela Arquidiocese.
Pouco depois aparece outra matéria no “Notícia da Manhã, que fez parte da edição local do jornal:


Trata-se da primeira inserção ao vivo relativa à Festa da Padroeira presente na coleta da pesquisa. A “cabeça” da matéria reforça o tom presente em toda a cobertura, de enfatizar a natureza religiosa do evento e não mencionar a ligação com a comemoração do centenário de Belo Horizonte. A matéria prossegue com a inserção da repórter. Ela fala da programação do dia, fornecendo horários e locais das missas, reza do terço, procissão e missa final.

A seguir, a matéria apresenta dois trechos de entrevistas realizadas com fiéis:


A repórter não faz exatamente perguntas aos entrevistados. Ela apenas dá a deixa para a fala deles a respeito da fé que têm em Nossa Senhora. As falas funcionam como exemplos da afirmação de que “os fiéis mostravam toda a sua devoção”. O final da matéria diz respeito a um pouco da história da Catedral da Boa Viagem, a partir da fala de mais uma fiel entrevistada:


A única vinculação com a história, que poderia servir de “gancho” para se falar do centenário da cidade, acabou restrita à construção mesma da Catedral. Em resumo, não se falou de Belo Horizonte ou do centenário em toda a matéria. sendo os assuntos da matéria a programação da festa e o sentimento de fé dos participantes.
No dia 16 de agosto, o Jornal da Itatiaia dedicou nove minutos a uma reportagem sobre o tema. A “cabeça” da matéria alternou locuções de Jaime Gomide e Nascimento Filho, que tratam principalmente da descrição das atividades do dia e dos dois tumultos ocorridos durante a procissão:


Dois elementos do texto chamam a atenção. O primeiro é a expressão “a procissão dos católicos”, utilizada pelo locutor, que dá bem o tom do tipo de participante do evento: era uma festa de católicos, para católicos, com um objetivo católico. Além de não citar o Poder Público em nenhum momento, a matéria cita a Arquidiocese e o bispo.

O segundo elemento importante é a ênfase dada aos dois tumultos que marcaram a procissão. Aqui, tem-se claramente o critério da “novidade” e do “inesperado”, critérios jornalísticos que definem o interesse de uma matéria, norteados a cobertura. O encontro com evangélicos e com os seguidores do FIT dá a matéria o tom do “inusitado”, além de conferir ao evento deste ano algo de específico, que não aconteceu nos anos anteriores. Assim, o diferencial da Festa da Padroeira de 97 nada tem de relação com o fato de ser o ano do centenário de Belo Horizonte, de ser pensado enquanto um evento diferente, envolvendo inclusive a Belotur na programação.

A seguir, vem a fala de Raimundo Delfino, em entrevista à repórter, confirmando a importância da história e do significado de Nossa Senhora dentro da doutrina católica como o eixo da matéria. E, ainda, apresenta o motivo da comemoração. Ou seja, a cidade de Belo Horizonte e seu centenário “desaparecem” em meio a essa festa - ou melhor, nunca estiveram presentes.

Além disso, e reforçando esse significado, as falas são acompanhadas por BG de músicas litúrgicas, cantadas pelos fiéis em coro, e pela voz exaltada do condutor da procissão, ao microfone, gritando “Viva Nossa Senhora! Viva! Viva!”.

A matéria volta ao estúdio, onde o locutor anuncia a próxima fala:
LOCUTOR: “O grande número de fiéis presentes na celebração foi comemorado pelo Arcebispo Metropolitano Dom Serafim, para quem a busca do povo por respostas que não encontra na sociedade de consumo (...) DOM SERAFIM: “Olha, eu acho que nós todos temos crescido, temos melhorado de qualidade cristã. A gente vai descobrindo que há um mundo de respostas que estão sendo dadas por af, através de propagandas, que não tão correspondendo ao coração das pessoas(...)”.

A fala do arcebispo continua sempre na mesma linha: ele parte do sucesso da Procissão da Padroeira, da grande presença de fiéis, para falar de um movimento mais geral das pessoas à procura da religiosidade, especificamente da religiosidade católica. O que representa um aprofundamento do significado religioso da festa - para além da documentação do fato, do que aconteceu no momento da festa, o jornalismo faz um movimento de entrar nas questões católicas - a primeira delas, indicada já por Dom Luciano, é a crescente adesão de fiéis.

A matéria continua com a pergunta do repórter:

REPÓRTER: “Na sua opinião, os fiéis, de uma maneira geral, já estão conscientes da importância do papel de Maria, dentro deste processo de evangelização, de levar a palavra de Cristo a todos os lares?”. DOM SERAFIM: “Olha, eu acredito que os católicos têm crescido muito, numa verdadeira devoção a Nossa Senhora (...) aquela que acolheu melhor o plano de Deus na sua vida”. REPÓRTER: “Dom Serafim, a Igreja Católica tem alterado algumas de suas práticas para atraer mais fiéis para suas fileiras?”. DOM SERAFIM: “Não, não. Eu acho que a grande atração que a Igreja tem é o Evangelho, viver o Evangelho (...)”.

Aqui, o repórter faz um duplo movimento: primeiro, volta a atenção para o que há de específico no evento (Nossa Senhora), e depois, volta à questão do recente crescimento da Igreja Católica principalmente a partir da Renovação Carismática - que não é citada nominalmente. A entrevista com Dom Serafim continua, e a partir desse momento, o repórter passa a perguntar sobre a esterilização de mulheres. O repórter apresenta uma questão polêmica e questiona o Arcebispo a apresentar o posicionamento da Igreja Católica. A fala do Arcebispo é valorizada, uma vez que sua fala não é interrompida e, ainda, não sofre cortes de edição.

Esta atitude do programa dá a entender que os editores consideraram importante a presença do Arcebispo no noticiário, valorizando ao máximo a sua fala - ainda que o repórter não tenha muito o que perguntar. A simples presença da autoridade de Dom Serafim justifica o tempo dedicado à sua fala. Isso fica mais evidente no fechamento da matéria, quando o repórter pede uma mensagem “para os fiéis”. O que deixa a entender, em parte, que o ouvinte dessa reportagem é um católico, isto é, a “audiência imaginada”
do noticiário é, em grande parte, católica, seja praticante ou não. O fechamento de matérias nesse estilo, do “deixar uma mensagem”, atesta, geralmente, não tanto para o fato de que não há assunto, mas sim para a importância do sujeito que está falando, independentemente daquilo que está sendo falado.

A última matéria coletada, pela pesquisa, sobre a Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem, é uma notícia do dia 17 veiculada pelo Jornal da Itatiaia. Na verdade, trata-se de uma matéria sobre a festa de Iemanjá, realizada no dia anterior. Porém, a matéria começa citando a Festa da Padroeira:

“Depois da comemoração da Assunção de Nossa Senhora e das celebrações pelo Dia de Nossa Senhora da Boa Viagem, padroeira de Belo Horizonte, a cidade contou ontem com mais uma manifestação de fé: desta vez para Iemanjá (...).”

Aqui, o que nos interessa não é a maneira como o jornal tratou a Festa de Iemanjá, mas a caracterização que fez do evento - uma “manifestação de fé” - e sua comparação à Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem. Fica claro, pois, o significado que emerge, da Festa da Padroeira, no noticiário radiojornalístico: uma festa religiosa, uma manifestação, por parte dos fiéis católicos, de sua devoção a Nossa Senhora.

6.5. A cobertura do período da Festa de Aniversário

a) A atuação do Poder Público

A data do aniversário de Belo Horizonte foi alvo de grande atenção do Poder Público, que promoveu uma semana de eventos (de 07 a 13 de dezembro). Pela primeira vez, Belo Horizonte teve dois feriados numa mesma semana – dia 08, dedicado a Nossa Senhora da Conceição; e dia 12, aniversário da capital – e todos os eventos foram planejados exclusivamente em função do Centenário.

Entre os eventos realizados, estão: a contagem regressiva, na Casa do Centenário; a Missa em Ação de Graças; a Festa da Cidadania ou Caminhada do Centenário; a sessão solene na Serraria Souza Pinto, o enterrimento do Baú do Centenário; a missa em homenagem ao presidente Juscelino Kubitschek e apresentações de corais de natal, solenidade de inauguração do monumento do Centenário na Praça da Bandeira, etc.
Os representantes do Poder Público (prefeito Célio de Castro, secretário de Cultura Luís Dulci e demais secretários, responsáveis pelas regionais, assessor de comunicação da PBH, etc.) estiveram presentes aos eventos, para os quais foram convidados (e cuja presença se constituía, para o Poder Público, como o ponto alto das festividades – sinal de prestígio e respaldo político) o governador Eduardo Azeredo e o presidente da república Fernando Henrique Cardoso.

A contagem regressiva, evento realizado dia 11 de dezembro, concentrou grande número de pessoas em frente à Casa do Centenário. Um bolo foi servido após à meia-noite, e depois houve uma apresentação musical da Big Jazz Band, espetáculo pirotécnico do Corpo de Bombeiros e discurso do prefeito. À meia-noite e meia, após a contagem, o prefeito chega e sobe ao palco. Faz um rápido pronunciamento, bastante significativo para entendê-nos o ponto de vista oficial: “eu sempre sonhei comemorar o aniversário de Belo Horizonte assim: o povo nas ruas, alegre, feliz, se abraçando.” No entanto, houve um esboço de reação popular, do meio do povo alguém gritou: “Solta o salário!”

A missa em ação de graças abriu o calendário de comemorações do dia 12 de dezembro. Celebrada pelo arcebispo D. Serafim Fernandes, na Catedral da Boa Viagem, a missa contou com a presença de autoridades políticas (com destaque para o governador Eduardo Azeredo) e religiosas (além do arcebispo, os bispos auxiliares e 40 padres de paróquias da cidade), além de grande número de jornalistas, formando um “cordão” de câmeras em frente ao altar. Os lugares estavam nitidamente marcados, com separação entre autoridades e população (em geral pessoas idosas e grupos de outras comunidades da Diocese). Na homilia, D. Serafim leu uma mensagem do Papa João Paulo II, destinada a Belo Horizonte em seu Centenário. O público se emocionou e bateu palmas.

A Festa da Cidadania (também denominada Caminhada do Centenário) foi um evento promovido pela Belotur, Secretarias Municipais de Esporte e Cultura, SLU e Administrações Regionais. Partindo de quatro pontos de concentração – praças Raul Soares, Liberdade, Milton Campos e Colégio Arnaldo – onde estavam programadas várias apresentações artísticas, o público deveria se encontrar para o encerramento na Praça da Estação, onde haveria espetáculo pirotécnico e show com o cantor Milton Nascimento.

A cerimônia solene ocorrida na Serraria Souza Pinto visou a fazer uma homenagem ao presidente Fernando Henrique Cardoso, entregando-lhe uma medalha do Centenário.
De caráter fechado, a cerimônia contou com a presença de políticos, empresários, secretários municipais e estaduais, representantes da prefeitura e imprensa. Prefeito, governador e presidente discursaram, e nas falas a ênfase foi para a "predestinação" de Belo Horizonte para ser uma cidade moderna.

Finalmente, no dia 13 de dezembro, houve o enterro do Baú do Centenário. Vários objetos alusivos à cidade e seu Centenário foram depositados numa caixa de metal e enterrados em solenidade no Parque Municipal. Para o Poder Público, a importância do evento esteve na significação histórica para a cidade; nos discursos oficiais, sobressaiu-se a fala sobre a importância da memória e da consciência histórica.

b) A atuação dos participantes

Os eventos acompanhados pela pesquisa durante a semana do Centenário (exceção para a solenidade na Serraria Souza Pinto) atraíram a participação popular, talvez porque tenham sido gratuitos e inéditos na cidade. Nas entrevistas, porém, ainda se nota um certo desinteresse/desinformação pelas comemorações. Em vários momentos, como na entrevista com um senhor de 54 anos presente na Concentração para a Festa da Cidadania, da Praça Raul Soares, tal característica se evidencia: "Por que o senhor está aqui hoje? – Porque eu tô trabalhando. Eu trabalho com elevador, então a gente fica de plantão no centro. Então não foi pelo evento? – Não, não foi pelo evento. Senão eu estaria em casa, descansando."

Em outros momentos, o propósito da comemoração se chocou com a expectativa do público. Na missa solene do Centenário, por exemplo, o perfil das pessoas que participaram era de católicos praticantes. Uma senhora chegou a reclamar que "igreja não é lugar para bater palmas", quando da entrada das autoridades. O folheto oficial da missa não foi seguido: as pessoas recitavam as falas a que já estavam acostumadas.

Foi no show de encerramento da Festa da Cidadania, no entanto, que a atuação dos participantes se deu mais em função do próprio evento que em comemoração ao aniversário da cidade: das sete entrevistas realizadas, cinco foram de pessoas que estavam no local exclusivamente pelo espetáculo musical.

c) A atuação da mídia
O grupo de pesquisa acompanhou o “Notícia da Manhã” e o “Jornal da Itatiaia 1ª Edição” entre os dias 01 e 15 de dezembro – o período em torno da data do aniversário da cidade, dia 12/12. Na semana anterior à do aniversário, o tom que predomina é o da prestação de serviço, lembrando a população dos dois feriados que se seguiriam. No dia 02 de dezembro, a rádio Itatiaia anuncia: “Belo Horizonte vai ter dois feriados municipais na semana que vem: o de Nossa Senhora da Conceição e a do aniversário da cidade.” Outras notícias dizem respeito a eventos paralelos, de iniciativa particular, como a curiosa comemoração dos 34 anos de um clube social, no mesmo dia do aniversário da cidade ou entrevista com uma cidadã que completou 100 anos de idade no dia 05 de dezembro.

Nenhuma matéria tratou dos preparativos para os eventos oficiais. Significativamente, no dia 05 de dezembro, a rádio Itatiaia entrevista o deputado Irani Barbosa, que ocupou a Tribuna da Assembleia Legislativa para acusar o prefeito de planejar uma festa “sem-graça”.

A partir do dia 07 de dezembro, a cobertura se intensifica. Os repórteres saem a campo na tentativa de acompanhar os eventos e tomar depoimentos de pessoas conhecidas (como a atriz Cássia Kiss, o escritor Roberto Drummond e o ex-governador Francelino Pereira) que residem na cidade. Observa-se que a cobertura é pontual, sem um eixo organizador, parece que as pautas são elaboradas sem maiores ligações umas com as outras. Aqui e ali, uma referência histórica. Nenhuma matéria estimula o debate sobre o cotidiano da cidade ou realiza projeção para o futuro.


Na CBN, cujo jornal monitorado não tem ênfase local, a cobertura foi mais pontual ainda. Numa mesma matéria, assuntos diversos, às vezes sem ligação entre si, disputavam ‘espaço’ com o assunto Centenário, como demonstram este exemplo:

(...) Hoje à meia-noite será distribuído um bolo com cem velas. Um bolo gigantesco (...) mas o destaque de hoje dá conta de uma reunião que vai acontecer às três e meia da tarde, na Secretaria de Segurança Pública. A diretoria do Sindicato dos Bancários

198
pediu uma audiência com o secretário Santos Moreira. O assunto é a segurança bancária.

Outra característica da cobertura da CBN foi o predomínio da descrição. Poucas entrevistas foram realizadas, o que mais uma vez pode ser explicado pelo pouco tempo, uma vez que a o Jornal da Manhã é nacional. A emissora enviou repórteres aos locais dos eventos, mas eles se limitaram a oferecer um panorama geral dos acontecimentos:

Centenário de Belo Horizonte será lembrado daqui a cem anos, quando for aberto o baú que será enterrado daqui a pouco no Parque Municipal. A solenidade marcará as comemorações dos 100 anos da capital mineira. No baú, fabricado em aço inox, serão enterradas seis cartas de estudantes, exemplares da moeda, selos, jornais do dia 12, cópia do orçamento municipal de 1997 e mensagens de líderes políticos, religiosos, intelectuais e populares, entre outros (...)

E, apesar do pouco tempo, a emissora preocupou-se com o dia seguinte às comemorações (ou ‘dar suíte’, repercussão da notícia, como se diz em linguagem técnica do jornalismo):

Vamos verificar como está a situação da cidade depois desse dia de festa dos 100 anos de Belo Horizonte. As informações são da repórter Sueli Cotta. Sueli, onde você está? (Sueli): Eu estou nesse momento no Parque Municipal. É, por incrível que pareça, não se encontra mais nenhum vestígio da festa. Os garis tiveram muito trabalho durante a madrugada (...)

Conclusão

Ao tomarmos como pressuposto da monografia que o processo comunicativo é constituído pela presença e intervenção referenciada de várias instâncias, nosso objetivo foi perceber como, em uma situação comunicativa específica (o Centenário de Belo Horizonte), um dos interlocutores, o rádio, através da modalidade discursiva que lhe é própria, configurou uma dimensão de sentido construída na relação com os demais sujeitos – poder público e cidadãos.

A observação dos enunciados radiofônicos nos permitiu perceber alguns elementos da natureza da relação que o rádio estabeleceu com os atores envolvidos no Centenário. Das infinitas possibilidades de construção de sentido que uma interlocução comporta, nos propusemos a analisar aquelas suscitadas pela ocorrência dos eventos - momentos privilegiados de interseção entre prática social e dimensão comunicativa. É na tensão entre os sentidos atribuídos pelo poder público, enquanto voz autorizada, aos eventos, e
os sentidos dados pela experiência social e pelo modo operatório da mídia que se fizeram ouvir uma trama complexa de vozes, espelhando consensos, agonismos e resistências.

Ao analisarmos a “Comemoração do Dia do Trabalhador e Lançamento Oficial das Comemorações do Centenário de Belo Horizonte”, início oficial das comemorações, percebemos que o poder público quis associar uma data de grande significado histórico, o Dia do Trabalho, ao centenário da capital. A relação comunicativa aí inaugurada ficou assim marcada por um rico repertório de simbolismos, que já carregam consigo uma ideia de constituição do social; e, talvez por isso mesmo, no discurso radiojornalístico transpareceu um certo “esvaziamento” do propósito de se comemorar os cem anos. O destaque concedido às falas oficiais, a curiosidade da imprensa em relação ao prefeito recém-empossado refletiram essa impossibilidade de consenso entre os enunciados. A comemoração de duas datas distintas, uma delas marcada por um conteúdo simbólico forte, parece ter causado alguma confusão para todos. O próprio poder público se confundiu em sua estratégia discursiva, e nos discursos oficiais a ênfase na natureza de comemoração do centenário foi enfraquecida pelas menções à “capital do trabalhador”. A cidade, por sua vez, viveu apenas mais um feriado com atividades festivas. Se pouco viveu do dia do trabalhador, menos ainda do centenário.

Um contraste interessante pode ser percebido no evento “Encontro das Américas. Suas proporções, o alcance das discussões e mesmo a estrutura de organização foram para muito além do poder público municipal, responsável principalmente pelos eventos culturais. A principal atuação da prefeitura parece ter sido a preparação da cidade para receber o congresso, o que não foi bem visto pelos moradores da cidade. Em relação aos eventos culturais, estes se realizaram de forma absolutamente independente do centenário da cidade.

Neste caso, a dimensão da experiência, o cotidiano efetivamente vivido, a expectativa do cidadão marcou o evento, conferindo impermeabilidade aos discursos. O significado do evento, sua importância política e de divulgação da cidade não foram conteúdos com carga simbólica suficientes para legitimar os discursos. Poderíamos afirmar, baseados em Charaudeau, que a situação em que os enunciados foram proferidos jogaram com mais peso que a própria enunciação. Como instância de mediação, a cobertura do rádio oscilou entre acompanhar as críticas e a insatisfação dos cidadãos, em alguns momentos, e a fala das autoridades, sem questionamentos, em outros momentos. O impacto na cidade foi muito retratado, bem como informações de
serviços e informes a respeito dos vários encontros que foram surgindo. O centenário de Belo Horizonte, em meio a tudo isso, não apareceu, nem mesmo nas (poucas) falas do Poder Público municipal.

Já o evento “Copa Centenário” teve um objetivo muito definido pelo poder público: a projeção nacional e internacional de Belo Horizonte. A estratégia de divulgação foi minuciosamente calculada para atender esse objetivo. Mídia nacional e internacional se voltaram para a cidade, que ocupou o noticiário durante toda a semana. No entanto, ainda que mais organizados estrategicamente, o discurso e a ação da Prefeitura encontraram limites na prática social. Da ótica do belo-horizontino, a Copa foi apenas mais um evento esportivo, cujo acesso foi dificultado pelos horários dos jogos. E o movimento feito pelos dois programas radiojornalísticos acompanhados pelo grupo de pesquisa foi o mesmo daquele realizado pela população. Embora as duas emissoras de rádio tenham dedicado programação especial para a cobertura da Copa, no âmbito dos programas jornalísticos gerais, o evento em nenhum momento despertou interesse para se falar da cidade ou de seu centenário, mas apenas provocava a fala sobre os times, os jogadores, e as informações necessárias para aqueles que queriam acompanhar os jogos.

O evento “Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem - Procissão da Padroeira de Belo Horizonte” foi de menor importância no Calendário. Isso pode ser evidenciado, sobretudo, pelo pequeno investimento financeiro e operacional empreendido pelo poder público. O poder público sequer esteve presente ao evento - a festa de encerramento, a procissão, a missa. Ainda assim, constituiu-se uma relação interlocutiva com a cidade, na intenção de transformar a festa em mais um momento de comemoração do centenário. Relação interlocutiva, mas não dialógica. Por si só, a data já se revestia de grande sentido religioso, constituindo-se numa prática social enraizada na experiência dos católicos de Belo Horizonte. O sentido inicial “carregou” o evento e a interlocução reforçou, de certa forma, essa primeira natureza.

E o que se pode perceber, tanto na realização efetiva do evento como na cobertura radiojornalística, é que o centenário não esteve presente. Tratou-se de um evento religioso, com um significado católico. Isso se refletiu na escolha de pessoas a serem entrevistadas (autoridades católicas, fiéis), dos assuntos (programação da festa, a importância de Nossa Senhora) e da ênfase no principal sujeito do evento, a Arquidiocese de Belo Horizonte.

A cobertura do período da festa de aniversário se revelou, para a intenção do nosso estudo, bastante sugestiva. Nesse caso, toda a agenda foi estabelecida em função da
fest a e, em certa medida, a estratégia discursiva do poder público não foi afetada por outros sentidos gerados em práticas culturais já sedimentadas. Mesmo assim, em vários momentos da cobertura radiojornalística e da fala dos cidadãos, podemos perceber que a legitimidade socioinstitucional do discurso do poder público não foi garantia para o reconhecimento da competência de seu discurso. O rádio formulou vários contra-discursos ou mesmo anti-discursos (a ênfase na prestação de serviço e na descrição dos eventos em detrimento da análise da sua importância para a cidade são exemplos dessa estratégia do rádio) ou mesmo discursos que tomavam o centenário apenas como mote.

Um ato de linguagem, segundo Charaudeau, se funda no reconhecimento de parceiros que coloquem em movimento um mínimo de saberes em seu intercâmbio linguageiro. A legitimidade conferida ao poder público no estabelecimento daquilo que seria o “saber” adequado para a comemoração do centenário da cidade foi, no entanto, rediscutida pelos interlocutores ao longo do processo. O radiojornalismo, como lugar de repercussão, mas também de condicionamento da natureza dos eventos, espelhou em sua “fala” essa gama de sentidos postas em circulação pela festa.
7. BH na Tela: Construções Telejornalísticas dos 100 Anos da Capital

Piedra Magnani da Cunha

Este trabalho se volta à análise de como se constrói discursivamente um acontecimento na mídia\(^{210}\). De imediato, é preciso então que se responda à pergunta: o que é um acontecimento? À rigor, um acontecimento é “tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma diversidade aleatória de fatos virtuais”\(^{211}\). Ou ainda, um trabalho de criação sócio-simbólica que busca “o estabelecimento de uma coerência, de uma unidade em uma diversidade, para nós, caótica”\(^{212}\).

Mas o acontecimento só se torna inteligível na medida em que retira de uma sequência desordenada de ocorrências, de uma explosão de sentidos, uma certa coerência, organizada discursivamente. Aqui entra a mídia procedendo à “aplicação” de uma couraça discursiva que filtra o acontecimento no mundo e, em torno dele, institui uma rede de sentidos, uma lógica e uma cronologia, transformando-o então em informação. Desta forma, o acontecimento ganha existência no mundo e, ao mesmo tempo, ordena o mundo através de sua organização racional promovida pelo discurso.

Mouillaud traça a distinção entre acontecimento e informação, tomando o primeiro como a matéria-prima para o segundo, a substância que, estando de fora, alimenta a mídia. O acontecimento é o antecedente cronológico, a ocorrência recebida, o conteúdo material da informação, que permanece em estado latente na notícia. Por outro lado, a informação é tomada como o produto, a difusão, a formatação. Não se pode tomar estas

---

\(^{210}\) Para a análise da construção discursiva dos acontecimentos do Centenário e de seus eventos de comemoração nos telejornais, procedeu-se a uma seleção dos veículos de comunicação e dos períodos de cobertura a serem analisados. Na impossibilidade de um acompanhamento total da cobertura do Centenário na mídia, optou-se por dois períodos de coleta norteados por eventos principais, considerados mais significativos, pertencentes ao Calendário Oficial de Comemoração: a Copa Centenário (ano que cobriu os dias 31/07, 01, 02 e 09/09 de 1997) e o Aniversário de Belo Horizonte propriamente dito (entre os dias 09 e 15/12 de 97). Foram escolhidos os telejornais locais de cada um dos veículos de comunicação acompanhados, todos em suas primeiras edições: o “MG TV”, pertencente à Rede Globo-Minas, pela sua importância derivada e pela repercussão que obtém junto à opinião pública; o “Jornal Minas”, da Rede Minas, emissora do Governo do Estado, local e articulada à Rede Cultura; e o “Jornal da Alterosa”, veiculado pela TV Alterosa, emissora local afiliada ao SBT, tanto pelo segundo lugar que obtém na audiência, quanto pela ligação que mantém com a cidade.

\(^{211}\) RODRIGUES, Estratégias de comunicação, p.98.

\(^{212}\) MOUILLAUD, O jornal – da forma ao sentido, p.51.
duas modalidades como instâncias autônomas, separadas no tempo, no espaço e nas formas de expressão no mundo. Elas são categorias distintas mas, ao mesmo tempo, complementares: o acontecimento sempre possui a forma da informação. Segundo Véron,

os acontecimentos sociais não são objetos encontrados prontos em algum lugar da realidade, cujas propriedades e as transformações nos seriam apresentadas pelos meios de um só golpe, com mais ou menos fidelidade. Eles apenas existem na medida em que os meios os constróem.\footnote{VÉRON, Construire l’événement. Les medias et l’accident de Three Mile Island, p.7-8 apud FRANÇA, Jornalismo e vida social, p.30.}

Sendo a informação aquilo que dá visibilidade e coerência ao acontecimento, é preciso apontar as formas com que essa construção de sentidos é realizada. Dentre uma infinidade de possibilidades de construções socio-discursivas dos acontecimentos, encontramos o discurso jornalístico. Ele surge como uma das modulações da palavra social e emerge na realidade como uma forma particular de dar visibilidade aos acontecimentos no mundo. Segundo França,

...o jornalismo nasce da pulsão de falar o mundo, falar o outro, falar ao outro; da atração pela diferença, pela novidade, pelo distante; do enraizamento no mesmo, no próximo e em si que marcam a palavra humana desde sempre. Em síntese, o jornalismo faz parte do “dizer” social.\footnote{FRANÇA, Jornalismo e vida social, p.26.}

Nesse sentido, o jornalismo constitui-se numa “palavra da sociedade dirigida a ela mesma, a propósito dela mesma”\footnote{FRANÇA, Jornalismo e vida social, p.29.}. Ele produz a auto-consciência da sociedade, toma o que está no mundo e o devolve ao próprio mundo sob a forma organizada da informação.

7.1. O Telejornalismo

O telejornalismo surge como uma das modulações do discurso jornalístico, além de se apresentar como uma linguagem específica da televisão. Ao dizer do mundo do qual faz parte, os telejornais aplicam sobre a realidade uma espécie de moldura, determinada e arbitrária, através da qual se delimita o espaço entre o mundo que está contido dentro
e fora do acontecimento construído. Tal como escreve Mouillaud, essa moldura opera tanto um corte quanto uma focalização:

...um corte porque separa um campo e aquilo que o envolve; uma focalização porque, interditando a hemorragia de sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo. ²¹⁶

O que torna o discurso telejornalístico fonte de acontecimentos notáveis é o fato de ele próprio se firmar na sociedade como um dispositivo de notoriedade. Isso porque o jornalismo se legitima em torno do projeto de fala de informar ao outro o que este não sabe. Há, portanto, uma série de conformações definidas por elementos tecnodiscursivos provenientes tanto da modalidade jornalística quanto do dispositivo televisão, que determinam como o acontecimento é construído.

Com relação ao jornalismo, “o modelo ao qual todo acontecimento se deve conformar para ser uma informação é aquele do paradigma fatual”. ²¹⁷ Para traduzir o mundo numa lógica racional e informativa, o jornalismo parte de uma pretensão de informar e, para isso, utiliza recursos de construção do acontecimento calculados na objetividade, neutralidade e atualidade de sua prática. A partir de regras canônicas - as célebres questões: quem?, o que?, onde?, quando?, como? - institui-se um modelo linear de leitura da vida social.

Rodrigues²¹⁸ esclarece que, do ponto de vista jornalístico, é em função da maior ou menor probabilidade de ocorrência que um fato adquire o estatuto de acontecimento pertinente. São critérios de noticiabilidade que partem das características capazes de tornar o acontecimento notável, digno de ser noticiado. Há, antes de tudo, o registro da singularidade do acontecimento, sua atualidade destinada a caracterizar as ocorrências que se diferenciam e precisam ser informadas. Este é o registro maior que delimita os demais registros para a cobertura jornalística.

Além da singularidade, há também os registros do excesso, da falha e da inversão, tal como apontados por Rodrigues²¹⁹. O excesso marca aquele tipo de fato que emerge escandalosamente de “marcas excessivas do funcionamento normal dos corpos”, tanto individuais como coletivos e institucionais. Já a falha “procede por defeito, por insuficiência do funcionamento normal e regular dos corpos”. A inversão, por sua vez,

²¹⁶ THOMPSON, Ideologia e Cultura Moderna, p.61.
²¹⁷ MOUILLAUD, O jornal – da forma ao sentido, p.60.
²¹⁸ RODRIGUES, Estratégias da Comunicação, p.98.
descreve o “acontecimento - boomerang, o voltar-se o feitiço contra o feiticeiro”, a troca de papéis estabelecidos para os corpos na sociedade.

Há uma certa convenção definida para a pauta jornalística, que faz com que “todos os fatos regidos por causalidades facilmente determináveis fiquem fora do seu alcance, ao passo que o acontecimento jornalístico irrompe sem nexo aparente nem causa conhecida e é, por isso, notável, digno de ser registrado discursivamente”. Pode-se dizer que a pauta é variada, porém programável, como nos afirma Park:

Os acontecimentos são os realmente esperados, assuntos simples e comuns, como nascimentos e mortes, casamentos e enterros, as condições da lavoura, da colheita, a guerra, a política e o tempo. Estas são as coisas esperadas, mas, ao mesmo tempo, também imprevisíveis, porque se ignora onde e como acontecerão.

A pretensa objetividade do jornalismo se converte na estratégia de credibilidade do seu discurso. A própria organização do discurso, ao seguir normas predefinidas, se converte em forma de legitimação. No entanto, “a escolha dos termos, a ordem da sua apresentação, a seleção dos fatos narrados pressupõem inevitavelmente a existência de juízos de valor” que negam a pretensa imparcialidade do jornalismo, já que estão “fundamentados em critérios partilhados por uma comunidade de palavra.” A palavra telejornalística se afirma, portanto, numa espécie de modelo comunicativo em que as formas de construção dos acontecimentos já estão legitimadas a partir de um contrato comunicativo entre interlocutores.

Já em relação à televisão, pode-se dizer que este dispositivo se impõe tecnicamente como a tela por onde se vê a cidade de Belo Horizonte descortinar-se, o Centenário ganhar contornos e a vida social sentido. Sua natureza e seus modos de funcionamento apresentam-se como exemplares à uma compreensão das especificidades da comunicação de massa nos dias de hoje. Nesse sentido, a TV aparece não só como uma das formas de visibilidade do mundo, mas como espaço público privilegiado que promove um recorte sobre a experiência da cidade, disponibilizando para os sujeitos temas muitas vezes desconhecidos e relevantes para o debate público, criando assim uma zona de reconhecimento e identificação entre eles. Como nos fala Taylor,

---

220 A pauta é, segundo definição de Vera Iris Paternostro, uma previsão dos assuntos de interesse jornalístico, o roteiro dos temas que vão ser cobertos pela reportagem. IN: O texto na TV, p.95.
221 RODRIGUES, Estratégias da Comunicação, p.99.
222 PARK & SAPIR, Comunicação, linguagem e cultura apud SQUIRRA, Aprender telejornalismo, p.50.
A esfera pública é o “locus” da discussão que concerne potencialmente a todos, de modo que a sociedade possa construir uma visão comum sobre temas relevantes. Essa “visão” comum é uma perspectiva refletida que emerge do debate crítico; e não apenas a soma de todas as perspectivas que possam ser recolhidas na população.  

O espaço de visibilidade criado pela mídia pode promover a articulação de pontos de vista diferenciados, além de capacitar os sujeitos a discutir temas novos e imprevistos, necessários ao estabelecimento de um mundo comum. Além disso, Maia nos esclarece que, com a configuração das sociedades contemporâneas, “não é somente o conteúdo da comunicação que se tornou mediado, mas o sujeito mesmo do debate”.  

Thompson nos esclarece que a existência e a prevalência dos meios de comunicação de massa nas sociedades como espaço público privilegiado traz consigo um novo sentido à distinção entre público e privado. No conceito inicial e usual de público e privado, temos respectivamente organizações estatais ou quase-estatais, principalmente as econômicas; e organizações privadas operando na economia de mercado e relações pessoais e familiares.

...o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa transformou a natureza e a experiência da publicidade no mundo moderno. Ao separar a publicidade da parilha de um local comum, ele tornou os acontecimentos mais públicos (mais visíveis) e tornou sua publicidade mais acessível a mais pessoas.

Ao garantir visibilidade aos diversos campos sociais, sujeitos, imagens, falas, etc., levando-os a uma determinada audiência, a mídia institui um novo tipo de espaço público e altera os limites das definições entre público e privado. Dentro deste novo contexto, temos o público como o que é visível, observável, acessível ao público, o que está aberto a todos para ser visto, ouvido ou comentado. Por outro lado, o privado é tudo aquilo que está “escondido da vista, o que é dito ou feito na privacidade, em segredo, ou entre um círculo restrito de pessoas”.

Nesses termos, a distinção entre público e privado passa a ser uma questão de visibilidade e invisibilidade; publicidade e privacidade. Este novo quadro deu origem a dois tipos de acontecimentos: os acontecimentos públicos mediados e acontecimentos...

---

223 RODRIGUES, Estratégias da Comunicação, p.106.
224 TAYLOR, The politics of recognition, p.360 apub MAIA, O papel da mídia na pré-estruturação da esfera pública, p.01. [texto não publicado]
225 MAIA, O papel da mídia na pré-estruturação da esfera pública, p.05.
226 MAIA, O papel da mídia na pré-estruturação da esfera pública, p.03.
227 THOMPSON, Ideologia e cultura moderna, p.311-322
228 THOMPSON, Ideologia e cultura moderna, p.319.
229 THOMPSON, Ideologia e cultura moderna, p.313.
privados mediados. Tais categorias dizem da origem e da destinação final de cada evento: há, de um lado, acontecimentos originados no domínio institucional público que adquirem um novo status ao serem registrados pela mídia. De outro, acontecimentos que, originalmente, têm lugar no domínio privado e também adquirem novo status pelo fato de terem sido transmitidos pela mídia.

O fato de um evento ser a(e)nunciado pela mídia confere a eles um novo status e desloca-o do domínio privado ao público. No limite, muda também a natureza dos próprios acontecimentos. A TV instaura uma relação ainda mais particular: “a possibilidade de ser televisada é uma das condições para se executar a própria ação ou para o desempenho de uma sequência de ações que possam ser vistas e ouvidas por um número indeterminado de pessoas ausentes.”

A criação da Copa Centenário comprova este fato, pois se realiza prioritariamente em função de sua transmissão televisiva. Do ponto de vista do poder público municipal, a Copa foi um evento que se justificou principalmente pela intenção de se alcançar projeção nacional e internacional da cidade. Fatos que comprovam este objetivo são o convite de times de outros estados, e alguns até de outros países, para participar da Copa, além dos jogos terem sido transmitidos para 72 países do mundo e os horários sido definidos pela prioridade dos canais europeus, acarretando, inclusive, um baixa freqüência dos torcedores nos estádios.

7.2. O Centenário

Os telejornais, diante de um enorme e fragmentado conjunto de fatos e eventos cotidianos, lançam mão de suas rotinas estabelecidas e dos filtros já antecipadamente dados, para selecionar aqueles passíveis de serem formatados como objetos de tratamento noticioso e, daí, passarem a freqüentar a agenda pública dos debates e das opiniões. Assim,

se os 100 anos aparece como matéria jornalística isso se dá graças a uma dupla articulação: aquela que ocorre entre uma a(e)nuciação por uma voz autorizada - a do poder público - e a própria experiência - múltipla e fragmentada - dos sujeitos que habitam a cidade, independent deles se sentirem convocados a comemorar o evento.\footnote{231}{THOMPSON, Ideologia e cultura moderna, p.303.}

\footnote{231}{GUIMARÃES, César. Para compreender a lógica dos media, p.02. [Texto inédito e não publicado]}

208
O Centenário de Belo Horizonte não conseguiu se inscrever inteiramente no campo do imprevisível, no registro da notabilidade, sempre aguardado pelo jornalismo. Na verdade, ele é uma idéia abstrata que só ganha existência concreta a partir das ações empreendidas pelos sujeitos em torno da idéia de uma cidade que completa 100 anos. É sob a forma de comemoração que o Centenário se realiza discursivamente.

Estabelece-se então uma relação entre os três interlocutores do processo comunicativo do Centenário. No âmbito do *poder público*, eventos programados para a comemoração puderam receber visibilidade anterior à qualquer tipo de ação midiática de cobertura, pelo fato de estarem reunidos e publicados num Calendário Oficial predefinido. Já na esfera dos *habitantes da cidade*, seus projetos ganham visibilidade, principalmente, na medida em que são veiculados pela mídia, na forma da notícia. A *mídia*, enfim, tende a pautar assuntos provenientes das duas outras esferas num movimento que hora é regido por regras de notabilidade tradicionais, ora por outras notabilidades eleitas de acordo com seu projeto de fala em relação ao Centenário.

7.3. *Tipologia*

A observação empírica levou-nos a perceber que a cobertura midiática foi alterada sobretudo pelo caráter público ou privado do evento coberto, em seu duplo sentido. Em relação ao público, pode-se dizer que os eventos derivados do Calendário Oficial são publicizados devido, sobretudo, a critérios telejornalísticos que tomam como notáveis aqueles eventos que estão se realizando naquele momento na cidade. Ao mesmo tempo, pertencer ao domínio da vida privada - onde os projetos estão mantidos “em segredo” ou restritos a um círculo reduzido de pessoas - fez com que eventos organizados por instituições privadas ou por pessoas “comuns” da cidade fossem levados à público a partir de uma intenção deliberada da mídia de pautar o Centenário, selecionando aqueles assuntos que melhor se adequaram à sua intenção de homenagem à Capital. Este foi o fator de maior diferenciação do tipo de cobertura realizada pelos telejornais, percebendo que os temas se tornaram notáveis ou por se apresentarem como acontecimentos imediatos no cotidiano, ou por outros critérios de notabilidade eleitos pela mídia para falar dos 100 anos da Capital.

Para além das razões informativas, os telejornais foram tomados por outros tipos de
pretensões ao falar do Centenário de Belo Horizonte. As matérias analisadas foram divididas em três grupos, que serão apontados logo abaixo, que dizem respeito à forma com que os eventos nelas abordados se inscrevem no espaço público da cidade. A justificativa para a divisão, que compõe uma espécie de tipologia do tipo de cobertura realizada pelos telejornais, se define pela relação, explicitada na observação das matérias, entre os motivos que levaram a mídia a cobrir tais eventos, o modelo discursivo utilizado e as consequências acarretadas por esta publicização. Há, portanto, uma íntima relação entre natureza do evento, a visibilidade no Calendário de Comemorações ou na Mídia e as regras jornalísticas de noticiabilidade.

Tal tipologia resultou de uma indagação acerca do que teria motivado cada ação de cobertura da mídia a determinados eventos, e por que ela se realizou daquela forma e não de outra. Em outras palavras, buscou-se perceber quais foram as estratégias de comunicação que os telejornais lançaram mão para falar dos 100 anos da cidade. Nessa estratégia mediática para o Centenário, pode-se distinguir três tipos de cobertura realizadas, variando segundo a natureza e a forma de inserção dos eventos na cidade:

1. Matérias que tematizaram o Evento Central do período: consideramos nesse estudo como eventos centrais a Copa Centenário e o Aniversário de Belo Horizonte propriamente dito.

   O evento central é aquele que, estando incluído no Calendário Oficial do Centenário, se realiza na cidade naquele momento, tende a receber uma cobertura tradicional dos telejornais, mas apresenta traços da sua natureza que fazem com que a cobertura se diversifique em alguns momentos. Neste tipo de cobertura os telejornais foram tomados pela atitude habitual de pautar tais eventos seguindo os critérios de noticiabilidade dos acontecimentos e o tipo de cobertura teve a seguir os padrões e regras preestabelecidos, seguindo o modelo discursivo fatual.

   A cobertura telejornalística dos eventos centrais foi influenciada pela estratégia de comemoração lançada pela Prefeitura, pois o que torna-os notáveis é, principalmente, a sua inclusão num Calendário Oficial e a sua realização no mesmo momento em que a mídia resolve pautá-los. É, portanto, uma estratégia tradicional da ação mediática, já que dentro da sua lógica normal de funcionamento.

2. Matérias que tematizaram outros eventos do Calendário Oficial de Comemorações: são aqueles eventos que pertencem ao Calendário e se diferenciam do
grupo de eventos apontado anteriormente pelo fato de nem todos estarem exatamente no seu momento de realização na cidade, ou serem eventos de menor destaque.

A cobertura destes eventos foi também influenciada pela postura estratégica do poder público de traduzir o Centenário em eventos programados e, desta forma, a mídia aparece atuando como mediadora que divulga a “fala” de outros sujeitos sociais, modificando-as na medida em que as apresenta dentro do seu regime discursivo. São eventos que, por estarem incluídos no Calendário, receberam o status de evento e ganharam uma visibilidade prévia à cobertura mediática. Esta última se justifica ora ela pela lógica de notabilidade dos eventos, ora segue uma outra postura estratégica dos telejornais, traduzida na vontade deliberada de falar dos 100 anos da Capital.

3. Matérias de Entorno\(^{232}\). Os temas cobertos são, normalmente, iniciativas particulares de comemoração, provenientes da esfera dos habitantes da cidade, incluindo a mídia enquanto instância produtora de enunciados próprios.

São as coberturas telejornalísticas inspiradas pela *idéia de Aniversário*, motivadas pelo Centenário, e não mais pela estratégia de comemoração da Prefeitura. Portanto, não se caracteriza mais pela cobertura de eventos programados no Calendário Oficial. Aqui, percebe-se um movimento de cobertura mediática motivado por uma ação deliberada dos próprios telejornais, imbuídos estrategicamente da intenção de pautar o Centenário. Este último aparece como um motivo para a mídia dizer algo da cidade e produzir significações.

Eles vão buscar no campo social o material para a construção do acontecimento. Os assuntos escolhidos são elevados à categoria de “evento” a partir do momento em que ganham visibilidade na cobertura que os telejornais fazem deles. São assim denominadas matérias de entorno, por se constituírem em construções discursivas que não se pautam exclusivamente pelas regras telejornalísticas usuais, do modelo fatual. Ao contrário, dizem do Centenário de formas às vezes inusitadas, outras vezes esperadas, numa atitude de homenagem à Capital que completa 100 anos.

7.4. Análise

---

\(^{232}\) O termo “entorno” é aqui empregado, tal como encontramos no Aurélio, para designar aquelas matérias que estão na “região que se situa em torno de um determinado ponto”, na “circunvizinhança” do acontecimento central do período de cobertura analisado.
Na maioria dos casos, os telejornais assumiram uma cobertura mais objetiva e fatual dos eventos do Centenário, sobretudo quando cobriam os eventos pertencentes ao Calendário Oficial, pelo fato de já terem recebido um tipo de publicização anterior à matéria. E também pelo fato dos eventos serem ocorrências sensíveis no cotidiano da cidade e, desta forma, inscreverem-se na programação dos telejornais através da lógica habitual de noticiabilidade.

Em outros casos, porém, os telejornais procederam a uma tentativa de homenagem aos 100 anos da Capital. Outros recursos de construção da notícia foram utilizados, mais “poéticos” por assim dizer. Neste tipo de cobertura, o Centenário foi pautado por uma ação midiática de homenagem à cidade centenária e, diante de uma intenção, buscou-se temas e pessoas na cidade que pudessem ser relacionados de alguma forma à comemoração. Aqui, assuntos ainda no domínio privado ganharam o status de eventos do Centenário pelo fato de terem sido publicizados pela mídia.

Parece que há determinados assuntos que exigem do jornalismo, principalmente do telejornalismo, novas formas de tratamento e apresentação das informações, por sua própria natureza mais carregadamente simbólica, como é o caso de uma Capital que completa 100 anos de vida e história. Encontramos então dois modelos prototípicos de construção dos acontecimentos constantemente acionados pelos telejornais para falar dos eventos do Centenário.

O primeiro deles, e também o mais utilizado em diferentes graduações, é o modelo fatual de construção dos acontecimentos. O outro não é composto por elementos tão facilmente reconhecíveis quanto o primeiro - não existe um nome e uma caracterização precisa para ele - e, por isso, tomamos a liberdade de denominá-lo modelo “poético”. Estes modelos telejornalísticos não são formas antagônicas de construção do discurso. Há uma graduação entre eles, bem como misturas e zonas fronteiriças. Na verdade, o modelo “poético” pode ser entendido como uma das modalidades abarcadas pelo modelo fatual, que preserva elementos marcantes que o distinguem.

Pensamos estes modelos como uma forma ideal sempre buscada, mas nunca alcançada pelo telejornalismo. Eles são modelos discursivos tomados a todo momento para o emprego deste ou daquele recurso de construção e apreensão da realidade. Tentemos apontar as diferenças mais significativas entre um e outro.

\[a) \textit{Modelo Fatual}\]
O modelo fatual de construção do acontecimento está apoiado em todos os pilares, pressupostos e regras telejornalísticas descritos anteriormente. Busca-se construir a informação objetiva e, para isso, recorre-se às regras preestabelecidas de composição das matérias telejornalísticas referentes à redação dos textos, à escolha e captação das imagens e à edição do texto articulado às imagens.

“A televisão não revolucionou a informação, ela apenas trouxe um elemento importante, que é a imagem instantânea e seu grande poder de comunicação”, afirma SQUIRRA\textsuperscript{233}. São indiscutíveis a força, a capacidade de convencimento, o poder de expressão e a dramaticidade que a imagem comporta. Mas, o grande elemento diferenciador do telejornalismo em relação às demais formas jornalísticas é, precisamente, além da presença da imagem, também a relação da imagem com as palavras e das palavras entre si.

Pelo fato de ser constituído por palavras e sobretudo por imagens, o telejornalismo se coloca duplamente sob uma perspectiva de tradução do mundo. A primeira, já descrita anteriormente, diz respeito à pretensa objetividade jornalística. O segundo movimento, que reforça o primeiro, é o fato de o registro das imagens do mundo, desde a fotografia, tornarem o estatuto de cópia do real.

O caráter aparentemente não-simbólico, objetivo, das imagens técnicas faz com que seu observador as olhe como se fossem janelas e não imagens. O observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus olhos. Quando critica as imagens técnicas (se é que as critica), não o faz enquanto imagens, mas enquanto visões do mundo.\textsuperscript{234}

A aparência de tradução objetiva do mundo através de um aparelho e um agente humano que o manipula dá a impressão de que, ao nos defrontarmos com imagens técnicas, estamos diante do próprio acontecimento registrado. No entanto, por menos evidente que pareça, há um fator que se interpõe entre as imagens técnicas e seu significado.

A transmissão dos jogos da Copa Centenário comprovam bem essa apresentação do discurso telejornalístico como o puro registro do que acontece no real. Nas matérias sobre a Copa percebe-se que os jogos são apresentados como uma espécie de espetáculo, pela própria força com que as imagens e os elementos indiciais que

\textsuperscript{233} SQUIRRA, Aprender telejornalismo, p.51-52.

\textsuperscript{234} FLUSSER, Filosofia da caixa preta, p.21.
identificam tais jogos se fixam e se impõem como a principal fonte de criação de sentidos da notícia. Já no período do Aniversário da cidade, destacamos, por exemplo, a utilização constante de depoimentos e realização de entrevistas em estúdio, em que o acontecimento de que se fala é evidenciado com facilidade, não podendo dizer o mesmo em relação às marcas próprias do sujeito enunciador. Isso porque a mídia está sempre buscando o escamoteamento de suas marcas, o que, no entanto, não faz com que elas não estejam presentes nas formas com que seus enunciados são construídos. Ela imprime seus traços nos ângulos escolhidos, na edição dos trechos de falas, nas imagens associadas às falas, na utilização de um só plano ou outros, etc.

É preciso atentar para um efeito inverso que nos levaria a tomar os enunciados mediáticos apenas como mensagens produzidas pelos telejornais, numa ação deliberada e autônoma para falar do Centenário. É que na TV, os interlocutores permanecem muitas vezes invisíveis, mas não necessariamente ausentes na constituição dos eventos do Centenário. O que encontramos visivelmente delimitados nos enunciados são as marcas próprias do dispositivo televisivo, desde os aparatos técnicos aos modelos discursivos do telejornalismo. Com base nessa percepção imediata, poderíamos, à primeira vista, tomar os telejornais apenas enquanto locutor autorizado, em prejuízo de seu papel não apenas de mediador privilegiado da realidade social, mas principalmente de uma certa "adequação" sua à natureza e especificidade deste material proveniente do vivido da cidade.

Tanto a línguagem jornalística quanto a televisiva, ao procederem a uma objetividade na relação com os acontecimentos do mundo, acabam por produzir uma impressão de realidade que torna seus produtos não apenas semelhantes, mas a própria realidade. É o que BARTHES235 denominou de "efeito de real", modo de produção de sentido que estabelece uma coincidência entre o referente e o seu significado, fazendo com que a imagem produzida tome o lugar da coisa representada.

"É imprescindível não esquecer que a palavra está casada com a imagem. O papel da palavra é enriquecer a informação visual."236 Também a palavra é de fundamental importância para a comunicação eletrônica e, por isso, foram sendo definidos ao longo dos anos um conjunto de particularidades nas formas de seu uso na TV e que são hoje ditadas como regras a serem seguidas.

235 BARTHES, O rumor da língua, p.164.
236 MELLO E SOUZA, Quinze anos de história – JN, p.208 apud SQUIRRA, Aprender telejornalismo, p.67.
Há uma série dessas pequenas regras de redação do texto telejornalístico que não cabe aqui enumerar por completo. São regras tais como: jamais começar uma frase com gerúndio; utilizar sempre frases curtas, e também palavras curtas; tomar cuidado especial com as palavras de duplo sentido; cortar o maior número de palavras possível; etc. Enfim, busca-se preferencialmente um texto claro, objetivo, de simples compreensão, com as qualidades e as virtudes da linguagem coloquial para que se estabeleça uma ligação direta com o telespectador.²³⁷

b) Modelo “Poético”

Não há uma separação nítida entre o modelo fatual e o modelo “poético”, a não ser pelo fato da primeira voltar-se preferencialmente à terceira pessoa do discurso - alguém ou algo de que se fala - e o segundo pender para a mensagem propriamente dita. O modelo fatual tende a lançar mão da linguagem referencial, “denotativa”, voltada para o referente e o contexto, mas é de se esperar que nela também sejam empregados elementos de outras naturezas, variando de acordo com o tema em questão.

Para avançar na nossa descrição do modelo “poético” utilizado pelo telejornalismo, reportamo-nos ao estudo realizado por Jakobson acerca da distinção entre linguística e poética. Para o autor, a “poética trata fundamentalmente do problema: Que é que faz de uma mensagem verbal uma obra de arte?”²³⁸. Na verdade, a poética se encarrega daquilo que, mais do que uma produção, se apresenta como uma criação. São, portanto, ações direcionadas à concretização de determinada intenção, intenção esta que se volta para dentro da própria mensagem. Por isso, pode-se dizer que a poética é o domínio daquilo que se assume enquanto “arte” e inclui uma certa intencionalidade na sua criação.

Ouvimos dizer, às vezes, que a Poética, em contraposição à Linguística, se ocupa de julgamentos de valor. Afirma-se que estas se opõem, mercê de sua natureza “casual”, não intencional, à natureza “não casual”, intencional, da linguagem poética.²³⁹

²³⁷ Estas regras se encontram citadas na maioria dos manuais de telejornalismo e, principalmente, no Manual de Redação da Rede Globo (de circulação interna) e no livro “Quinze anos de história – JN” escrito por Cláudio Mello e Souza.
²³⁸ JAKOBSON, Linguística e comunicação, p.118-119.
²³⁹ JAKOBSON, Linguística e comunicação, p.120.
Na verdade, o modelo “poético” abre para outras formas de construção discursiva dentro do telejornalismo, a partir do momento em que permite-se uma intencionalidade a mais, para além da produção de informações objetivas. Há uma maior liberdade na seleção das palavras e imagens que melhor se encaixam àquele contexto de palavra, de acordo com a intenção do falante. Este princípio age também sobre a combinação, a construção da sequência da mensagem, que tenta articular palavras entre si, imagens entre si e também palavras e imagens, de forma a produzir um efeito conotativo ou metafórico nos enunciados. O “poético”, aplicado ao telejornalismo, quase sempre reduz-se ao enfeite e ao ornamento.

A tentativa de se empregar a função poética para explicar parcialmente certas construções jornalísticas, revela a presença do excesso linguageiro em contraposição ao caráter econômico da linguagem fatural. Além disso, gera, na maioria dos casos, a produção de um “luxo de mau gosto”, pendendo ao piéas. Nos telejornais, encontramos a função poética empregada juntamente com a emotiva, esta última visando à “expressão direta da atitude de quem fala em relação àquilo de que está falando. Tende a suscitar a impressão de uma certa emoção, verdadeira ou simulada”.

Este outro modelo de construção dos acontecimentos parece trazer consigo a pretensão de homenagear e celebrar um fato, uma data importante, uma pessoa querida. Neste modelo, busca-se, de certa forma, aprofundar o sentido, lançando mão de outras formas de linguagem tais como a poesia e a arte, refletidos tanto no texto quanto nas imagens e demais recursos de composição das matérias.

Ao nos deparamos com um modelo discursivo que não se pauta exclusivamente pela objetividade da notícia e neutralidade jornalística, passamos simultaneamente a enxergar mais claramente os elementos que definem o modelo de construção fatural. O rompimento com determinadas formas do modelo tradicional faz com que salte aos nossos olhos as características do discurso padrão, até então, despercebidas.

A partir desse rompimento com o modelo padrão, as marcas próprias do sujeito enunciador são reveladas e o processo de produção e construção das notícias é explicitado não nos enunciados, mas na enuncação que delas resulta. Este é um movimento relativamente inesperado, visto que tanto a televisão, pelas características comerciais do veículo, quanto o jornalismo, pela busca constante de tradução do mundo, apresentam em sua natureza a tendência à superficialidade no tratamento dos seus produtos. O telejornalismo, em particular, tem significativa dificuldade de fazer este
movimento voltado para a dimensão poética da linguagem (no seu sentido primeiro), o que faz com que, na busca de constituir um discurso que não seja meramente referencial, consiga ir pouco além dos limites da objetividade.

... a televisão, (...) que por um lado se impõe através do imediatismo e da dimensão que propicia à notícia, por outro ainda deixa a desejá quanto à retenção e à análise mais densa da informação. (...) O custo da transmissão, o poder de penetração, compromissos comerciais e necessidades de "arrebatar" o telespectador não permitem densidade nas mensagens – ainda que em telejornalismo exista a preocupação de, pelo menos, evitar a não retenção da informação.\(^{241}\)

Das restrições financeiras até as de linguagem, este movimento de certa maneira contraditório é de fundamental importância para perceber o que é que estaria propiciando alterações e ajustes no modelo fatual constantemente utilizado pelo telejornalismo. A utilização desses parcos recursos "poéticos" permite ensaiar uma adequação – por imitação – à natureza do seu objeto. O que muda neste modelo é a enunciação, através da utilização de outros recursos de linguagem. Isso não quer dizer, contudo, que a mídia altera a sua lógica de funcionamento. Com um certo ar de "sentimentalismo", uma nostalgia, um romantismo, toma-se uma fórmula também já pronta, utilizada, quase sempre, quando se quer falar do passado ou da história da cidade.

Poderíamos proceder a uma comparação entre o modelo poético de construção da notícia e o discurso publicitário. Como nos fala Thompson,

... a maioria dos comerciais está baseado na lógica da associação ou deslocamento simbólico, em que mercadorias são qualificadas através de sua associação a objetos desejáveis, pessoas com autoridade, etc., e em que a associação é estabelecida através da juxtaposição de palavras e imagens na forma ou formas simbólicas que constituem o comercial.\(^{242}\)

Comparando o comercial às matérias em que predominam os recursos de construção "poética" dos acontecimentos, poderíamos afirmar, primeiramente, que estas matérias partem de uma intenção de associação do Centenário à pessoas, lugares, falas e imagens desejáveis da cidade. Ou seja, lança-se mão de elementos considerados relevantes e significativos da história de 100 anos da cidade, buscando nas diversas

\(^{240}\) IAKOBSON, Lingüística e comunicação, p.124.
\(^{241}\) PATERNOSTRO, O texto na TV, p.35-37.
\(^{242}\) THOMPSON, Ideologia e cultura moderna, p.370.
esferas da sociedade as falas autorizadas, os clichês, os temas ou motivos “capazes” de
promover uma homenagem ao aniversário da Capital.

Poderíamos dizer que trata-se, na verdade, de uma forma de construção discursiva
que mescla dois tipos distintos de contrato comunicativo: o da informação e o da
sedução. Nas palavras de Charaudeau243, no contrato informativo “o sujeito falante tem
um papel de prover informação, cuja validade depende da relação com o outro”. Já o
objeto do a sedução, “corresponde à finalidade de controle do outro, mas neste caso
pelo viés de agradar”. Enquanto o primeiro se pauta pelo fazer saber alguma coisa ao
outro, o segundo busca fazer prazer. O modelo “poético” estaria buscando uma
identificação dos telespectadores com as imagens construídas em torno do tema, na
medida em que quer fazê-lo “sentir” estados emocionais positivos. Esta construção
busca menos uma referencialidade e verossimilhança e mais a imersão no imaginário
social no qual o telespectador possa projetar-se. Neste sentido, o enunciado fecha-se
sobre si mesmo, exibindo a sua própria materialidade.

Essa materialidade significante é constituída, principalmente, através da justaposição
de palavras e imagens, complementadas por trilhas diversas. Com freqüência, utiliza-se
imagens coloridas e preto-e-branco alternadas, mostrando a cidade de hoje e de ontem;
faz-se uma introdução e/ou um finalização da matéria de certa forma “nostálgica”, com
o uso de imagens em película e músicas instrumentais antigas, das épocas da fundação
da ainda Cidade de Minas. Conserva-se no próprio texto falado (em off) termos e formas
de construção das frases típicos de épocas passadas, um texto normalmente fora das
regras convencionais adotadas no modelo atual. Esses recursos são utilizados mais para
seduzir do que para informar propriamente o telespectador.

Na construção discursiva dos acontecimentos do Centenário, a mídia acionou uma
série de elementos significativos, recursos de linguagem e modelos jornalísticos que
marcaram uma diferença nas formas de se imprimir o sentido ao aniversário da Capital.
Pode-se, com isso, perceber nas matérias analisadas várias regularidades – sintetizadas
na tipologia apresentada – e algumas especificidades que fogem às regras “esperadas”
de um certo modelo jornalístico e abrem um outro campo de enunciação, ainda que sem
romper com a lógica de funcionamento habitual do dispositivo.

A Copa Centenário, por exemplo, conseguiu emergir como acontecimento na cidade
e fato jornalístico na mídia principalmente por ser o futebol uma atividade já
incorporada na experiência dos seus habitantes e alterar, de certa forma, seu cotidiano.
A maioria das matérias que tematizaram a Copa, evento central da cobertura, não mencionou o Centenário, exibindo os aspectos do evento que parecem não ter se "adequado" à idéia de comemoração do Centenário. A natureza esportiva da Copa, determinante do tipo de cobertura da mídia e do que ela significou para o público, não comportou a idéia de Centenário e talvez, por isso, não tenha conseguido tocar a experiência das pessoas, no sentido de motivá-las para comemorar o centenário de Belo Horizonte naquele evento.

Já na cobertura do aniversário de Belo Horizonte o Centenário torna-se evento central, adquirindo importância significativa no cotidiano da cidade. Um aumento considerável do número de matérias e sua aparição marcante entre as matérias de maior destaque das escaladas dos telejornais indica que o evento ganhou relevo na vida social e também na pauta das edições daquele período. Em relação às menções feitas aos 100 anos, todas as matérias selecionadas fizeram a associação entre os objetivos específicos de cada evento e sua natureza comemorativa.

Por outro lado, a análise das matérias sobre os demais eventos do Calendário Oficial de Comemorações apontou um movimento, realizado pelos telejornais, influenciado pela estratégia de ação da Prefeitura, mas também um outro em que eles construíam uma estratégia específica de atuação no Centenário. É na busca dos temas da vida social que a mídia consegue promover uma homenagem à Capital que completa 100 anos de história, tornando-se a instância capaz de construir, ao mesmo tempo, seu próprio discurso e promover a visibilidade aos discursos dos outros campos sociais.

Nas matérias de entorno percebemos que a mídia tendeu a se "desprender" das suas regras de composição factual das matérias e permitiu-se inovar, utilizando recursos mais "artísticos" do que puramente informativos, buscando construir uma imagem romântica, uma espécie de homenagem, em detrimento de uma certa objetividade e neutralidade jornalísticas.

Mesmo se utilizando de modelos prontos, o telejornalismo se realiza na articulação de dois movimentos: a redundância, a repetição e a criação de alguma coisa única, individual. A informação, mais que a tradução e o reflexo dos acontecimentos no mundo, é uma construção simbólica, a objetivação de uma subjetividade. Nesse sentido, podemos entender ambos os modelos descritos como repetição de formas prontas e cristalizadas de construção das notícias, mas também capazes de trazer à tona sempre

243 CHARAUDEAU, O discurso da mídia, p.31-32.
elementos novos, fruto de uma rearticulação constante entre os interlocutores do processo comunicativo.\footnote{Esta relação de repetição e criação aparece mais explicitamente no modelo "poético" de construção discursiva, já que a mídia assume o seu lugar de sujeito enunciador de discursos próprios e sua intenção de homenagem à Capital Centenária. Já no modelo fatural, a mídia tenta esconder as marcas que a definem enquanto instância enunciadora, que confere um tipo de formatação e construção dos acontecimentos de acordo com seu projeto e lugar de fala. Aqui, percebe-se a necessidade de escamotear as marcas próprias de sua construção em favor da defesa de uma neutralidade e imparcialidade no tratamento do fato jornalístico.}

Mais do que uma extensa descrição das características específicas de cada um desses modelos ideais, interessou-nos perceber o movimento realizado pela mídia para falar do Centenário, essa rearticulação promovida por uma necessidade de conformação da notícia à natureza não-fatural do acontecimento. É importante perceber como esta relação se explicitou nas formas de cobertura em que os acontecimentos, não sendo essencialmente midiáticos, nem se apresentando como o puro cotidiano banal do mundo, exigiram novas formas de apreensão tecno-discursivas.

7.5. Conclusão

Na cobertura dos eventos do Centenário, percebemos dois movimentos diferenciados. O telejornalismo, quando trata da cidade vivida, "real", com seus problemas cotidianos e fatos peculiares, tende a lançar mão de modelos fatais de construção dos acontecimentos, salvo quando a natureza dos eventos cobertos requer dela outras formas de tratamento da notícia. Quando elabora matérias em torno de uma cidade desejada, ideal, coloca-se mais explicitamente enquanto instância produtora de discursos próprios e, desta forma, permite-se falar dos temas abordados com mais liberdade, buscando aprofundar a abordagem ou torná-la mais "poética". As notícias do Centenário alternam-se entre estes dois pólos.

O modelo "poético", tipo menos usual nas coberturas telejornalísticas, foi acionado em vários momentos, revelando um modelo de construção dos enunciados capaz de ampliar as possibilidades de enunciação. Ao falar do acontecimento para além dos limites do fato em si, o modelo "poético" escapa do puro referente em que o modelo fatural costuma se deter. Empregando elementos de função emotiva e poética, o modelo "poético" direciona o sentido das matérias para outros campos de significação: mais do que apresentar o lead jornalístico, este modelo promove associações do tema com outros que não estariam diretamente relacionados a ele. Assim, novas formas de
constituição dos sentidos ganham espaço e dão visibilidade à forma tradicional de se estabelecer a enunciação.

Há no telejornalismo um processo de associação e articulação de coisas, falas e fatos que, à primeira vista, estão separados no tempo e no espaço. Tal processo marca o movimento estratégico da mídia em relação ao Centenário, na medida em que aponta para os discursos e as formas acionadas pelos telejornais na abordagem do tema. Poderíamos então indicar três tipos principais de associações que caracterizaram a estratégia própria dos telejornais, na construção das notícias: a volta ao passado, o enfoque sobre os lugares que constituem o espaço concreto da cidade, e a projeção para o futuro. A associação do Centenário ao passado da cidade predominou sobre as demais, o que se refletiu na criação de seções especiais pelo MGTB, Jornal Minas e pelo Jornal da Alterosa dedicados a homenagear o aniversário de Belo Horizonte: o quadro “Cine BH”, a seção “BH 100 ANOS” e a série “Imagens Históricas de BH”, respectivamente.

É curioso perceber que, frente ao tema dos 100 anos, todos os telejornais acompanhados por este trabalho desenvolveram estratégias discursivas muito próximas, o que apontou certa generalização das marcas próprias dos programas telejornalísticos. Nestes, tenta-se, a todo tempo, uma adaptação do “tom” dado à matéria às características do próprio objeto da notícia. O enfoque e os sentidos construídos midiaticamente estiveram, na maioria dos casos, ligados diretamente à natureza dos eventos cobertos e, mais do que isso, perpetuando uma forma de abordagem do tema instituída socialmente.

Uma espécie de consenso social fez com que determinados temas fossem tratados de um determinado modo, e o telejornalismo participa da definição e perpetuação dessas formas cristalizadas.

Os sujeitos de uma comunidade social, à força de trocar práticas discursivas e representações sobre essas práticas, acabam por construir significados consensuais. Esses constituem os pontos de referência que permitem aos parceiros da comunicação movimentarem-se nas representações supostamente partilhadas, concernentes (...) à experiência do vivido.⁸⁴⁵

O Centenário se encaixa na ordem da celebração, da rememoração e do apelo às emoções dos telespectadores. Aliás, todo aniversário de importância significativa evoca esse tipo de abordagem, em que o modelo “poético” de construção discursiva é o que melhor se encaixa. Embora possamos falar de uma graduação do caráter objetivo do
relato, o que importa é que, mais do que meros relatos objetivos da realidade, as notícias se configuram como representações e expressões culturais elaboradas no processo da vida social.

Mesmo que a diferença entre o modelo fatual e o "poético" se apresente como uma simples troca do molde discursivo predominante nas matérias, é importante salientar uma espécie de revelação das marcas do sujeito enunciador sobre os enunciados. Ao proceder a uma mudança do regime padrão de construção dos acontecimentos, o modelo "poético" provoca um estranhamento, pela diferença, e faz saltar aos olhos a lógica midiática de constituição de discursos, aplicada sobre todo o processo de elaboração e produção das notícias.

Os telejornais quebram, de certo modo, a determinação jornalística de objetividade na tradução do mundo ao se permitirem elaborar textos de homenagem à Capital centenária, e passam a constituir uma fala mais visivelmente marcada por suas especificidades discursivas, oferecendo aos telespectadores maiores possibilidades de ser percebida como tal. As especificidades discursivas dos telejornais passam tanto pelas questões técnicas do dispositivo televisão até as de natureza contextual, típicas do contrato comunicativo estabelecido entre mídia e telespectadores.

Não é de hoje que vem-se discutindo e buscando as alternativas capazes de livrar o jornalismo do papel de grande tradutor do mundo, do mediador neutro entre os sujeitos produtores de "falas" e a sociedade que deseja recebê-las, no qual a sua pretensa objetividade se converte sempre em estratégia de legitimação de suas ações. É no caminho das outras modalidades jornalísticas acionadas pela natureza dos eventos cobertos que podemos vislumbrar pequenas mudanças do fazer telejornalístico.

O mérito de outras formas de construção discursiva só é reconhecido na medida em que o modelo fatual se confina à pura linguagem referencial, acreditando estar produzindo uma cópia do acontecimento "real", enquanto as regras telejornalísticas de noticiabilidade limitam demasiadamente o universo de temas noticiáveis. Há uma série de outros elementos do discurso que são fluidos, escorregadios, da ordem do incontrolável, que demonstram a inviabilidade de qualquer pretensão de controle e enquadramento rigorosos pretendidos pelo telejornalismo.

A imagem cumpre papel fundamental neste processo de reformulação das formas jornalísticas, por acrescentar um elemento a mais na articulação do sentido dado ao texto jornalístico. Ampliando os seus projetos de fala, o telejornalismo poderá

diversificar as formas de construção discursiva dos acontecimentos, permitindo uma ação estratégica mais permeável à experiência social.

A ação discursiva da mídia, marcada pela utilização, em gradações, de recursos pertencentes a dois modelos prototípicos de construção das notícias, revelou uma imagem para os 100 anos da Capital: um evento extenso, múltiplo e fragmentado. Em outras palavras, o Centenário esteve presente na pauta dos telejornais por cerca de um ano e, neste período, apareceu enquadrado em diversos tipos de seções e modalidades jornalísticas, de acordo com a natureza do evento coberto. Esse movimento, que constitui enfim a “estratégia” mediática, resultou assim em enunciações diferenciadas para os enunciados produzidos.

Não nos arriscamos, no entanto, a responder à pergunta de que foi o Centenário para a mídia, até porque os dois períodos de cobertura analisados não nos permitiriam tal inferência. Além disso, o propósito deste estudo voltou-se muito para um entendimento dos “atos de fala” que a mídia apresentou frente ao aniversário da Capital, partindo de uma hipótese inicial de que a natureza dos eventos de comemoração do Centenário promoveriam uma transformação do fazer telejornalístico padrão.

Em outras palavras, interessou-nos sobretudo a descoberta das estratégias mediáticas de construção dos acontecimentos e da imagem do próprio Centenário. Na análise empírica, nossa hipótese não se confirmou, pois os eventos não conseguiriam mesmo provocar uma renovação das regras que sustentam o jornalismo desde sempre. Não houve a criação de algo novo em função dos 100 anos de Belo Horizonte. O que se percebeu foi, na verdade, um movimento em que uma forma de linguagem já existente nos domínios da informação, porém pouco utilizada no cotidiano de produção dos telejornais, foi acionada para que a mídia desse conta de falar de um evento de natureza não necessariamente noticiável.

Finalmente, é preciso alertar para um possível equívoco que nos levaria a tomar a noção de “estratégia discursiva” no sentido de um planejamento por parte do sujeito enunciador capaz de explicar e mover todas as suas falas e ações. Tal como nos aponta Charaudeau,

dir-se-á então que a estruturação de um ato de linguagem comporta dois espaços: um que será chamado espaço de limitações, porque ele compreende os dados mínimos aos quais é necessário satisfazer para que o ato de linguagem seja válido, outro que

223
se denominará espaço de estratégias, porque ele corresponde às possíveis escolhas que os sujeitos podem fazer na encenação do ato de linguagem.  

Neste estudo, a noção de estratégia aplicada à instância da mídia vem de encontro a uma tentativa de constituição de um quadro discursivo que traz as marcas próprias do sujeito que fala, marcas que podem abarcar inclusive a imprevisibilidade, a inconstância e/ou a ausência de cálculo. Prova de que, no interior mesmo do dispositivo telejornalístico, a interlocução ressoa.

De qualquer forma, não há como ter certeza dos efeitos que uma cobertura telejornalística pode provocar sobre a realidade, pois não há uma medida exata que indique se é a natureza dos temas cobertos ou a forma de apresentá-los o que torna um fato importante aos olhos do público. Também, não há como estabelecer um paralelo entre o tipo de caracterização que a mídia fez do evento e o que ele efetivamente representou, porque, na verdade, o evento não existe fora dela e do discurso dos demais interlocutores do processo.

O que foi o Centenário de Belo Horizonte resulta do embate dos discursos e imagens produzidas pelos interlocutores. Mesmo que tenha havido um desencontro das intenções, falas e ações desses interlocutores, pode-se afirmar que o sentido do Centenário foi construído e compartilhado socialmente. Isso porque tomamos os discursos midiáticos sobre os acontecimentos como o resultado de contratos de produção e reconhecimento, construídos por consensos. Só o que podemos afirmar é que as estratégias midiáticas foram lançadas e que o mundo, de uma forma ou de outra, tornou-se visível e, simultaneamente, interagiu com elas.

---

246 CHARAUDEAU, O discurso da mídia, p.34.
8. A “Capital do Século” por seu Cidadão

Ana Carolina de Oliveira Santos

“As coisas não estão no espaço, estão no tempo. E o tempo está dentro de nós”

Cyro dos Anjos

“A memória é redundante: repete os símbolos para que a cidade comece a existir”.

Como sugere a fala do personagem de Italo Calvino, a existência de uma cidade pressupõe muito mais que um espaço delimitado política e geograficamente, habitado por pessoas. A cidade é uma construção simbólica, sua essência está no significado que ela tem para quem nela habita. E a necessidade de simbolizar é inerente à natureza humana; as imagens “unem os homens entre si, no nível humilde das felicidades e penas cotidianas da espécie humana”, têm função religante. A ideia que um indivíduo tem de si próprio está vinculada a um grupo social maior, que precisa, por isso, também construir uma imagem de si próprio. Essa imagem, por sua vez, está em constante mutação, uma vez que depende das condições da experiência, que também existem em constante mudança, o que provoca alterações nas ancoragens das identidades.

A cidade, enquanto construção simbólica, vai se remodelando ao longo dos tempos. Com a globalização econômica e a internacionalização cultural, as fronteiras tornaram-se mais permeáveis; o local passa a conviver ao lado do não local. Uma série de fatores, como as condições da vida moderna e a decadência dos ideais de emancipação coletivos e homogêneos, se conjugam, redefinindo o que é tido como coletivamente valioso e contribuindo para um desprendimento das identificações do que é política e territorialmente fundado. “Junto com a degradação da política e a descrença em suas instituições, outros modos de participação se fortalecem”. Os laços entre o cidadão

---

247 CALVINO, As cidades invisíveis. p. 23.
248 DURAND, A imaginação simbólica. p.106
249 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. p.13
250 Neste trabalho, o termo "cidadão" não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nascem em um território, que é a perspectiva de Elenaldo Teixeira, por exemplo, no texto "Cidadania e poder local", sobre a nova lei orgânica dos municípios, em que ele diz que o esforço da Constituição em promover participação popular "poderá constituir-se numa forma de a sociedade relacionar-se com o Estado, numa cultura política em que parcelas significativas da sociedade passam a desempenhar um papel ativo na construção da cidadania". O conceito de cidadania, neste trabalho, terá
e a cidade se tornam mais frouxos e as representações sociais unificadoras deslocam-se, em grande parte, da história local para práticas sociais globalizadas.

Atentando para essas novas condições da experiência urbana, este ensaio se propõe a identificar as ancoragens do sentimento de pertencimento e de identidade do cidadão belo-horizontino, refletir sobre a noção de cidadania, assim como repensar a relação entre a cidade e seu morador. O esforço de identificação do grau de envolvimento existente entre os entrevistados e a cidade; que, na nossa perspectiva, não se manifesta em arranjos de retórica como “Eu amo Belo Horizonte”, “Esta é a minha cidade”, buscará o conhecimento do cidadão sobre – e seu envolvimento com - a história da cidade; o interesse em relação ao patrimônio; o conhecimento sobre as ações da administração municipal; a natureza dos comentários que são dirigidos a essas ações, entre outros aspectos etc.. Para repensar a relação entre o cidadão e a cidade, consideraremos ainda o envolvimento do cidadão com outras formas de associações que não a cidade, assim como os aspectos que condicionam a coesão desses outros grupos.

O aniversário de 100 anos de Belo Horizonte é o pano de fundo desta análise. O contexto da comemoração do Centenário constitui um bom pretexto para pensar a relação entre o morador e a cidade, bem como as novas bases da cidadania, pois o envolvimento do cidadão com os eventos, que pretenderam despertar sentimentos afetivos em relação à cidade, espelha, em certa medida, o significado da cidade para o cidadão que nela habita. As respostas dos entrevistados sobre o Centenário - sua participação nos eventos comemorativos promovidos pela prefeitura priorizados pela pesquisa (1º de maio, Encontro das Américas, Carnabêllo, Arraial de Belo, Copa do Centenário, FIT/Festa da Padroeira, Bienal de Quadrinhos, Olhar Plural e os eventos do mês de aniversário, entre outros) e seu conhecimento sobre os mesmos; sua opinião sobre logomarca e slogan do Centenário (grau de conhecimento e opinião sobre a logomarca e o slogan; que representações eles evocam, etc..) – ilustrariam, em certa medida, essa suposta redefinição de sentimento de pertencimento à cidade e de cidadania.

O eixo de nossa reflexão surgiu a partir do que não foi encontrado na primeira leitura exploratória das entrevistas dirigidas. A suposição inicial era que a esfera do cidadão
seria um grupo, ainda que não homogêneo, unificado por laços simbólicos de pertencimento à cidade, e em decorrência disso o Centenário, na sua dimensão simbólica teria, de alguma maneira, ativado e realimentado o sentimento de identidade.

Mas pode-se dizer que, a partir do depoimento dos entrevistados, os 100 anos da cidade disseram pouco para quem nela habita. Não notamos nas falas dos entrevistados significativo sentimento de pertencimento pela cidade. Morar em Belo Horizonte não parece trazer um sentido particular e definido para a construção da identidade em Belo Horizonte. Os valores, os objetos dotados de carga simbólica, os pontos de identificação do entrevistado passam por muitos lugares (o público consumidor, a tribo de skatistas, o grupo religioso), que nem sempre coincidem com a cidade. Daí a comemoração não ter surtido nenhuma efervescência: não estava ancorada em elementos simbolicamente relevantes para as pessoas às quais se destinava. E, como ensina Debray, as formas simbólicas só tornam-se forças materiais quando encontram uma materialidade – um médiun – que lhes possibilite “encarnar ou incorporar coletivamente o sentido”. Logo, por mais bem elaboradas que fossem as estratégias, não seriam suficientes para mobilizar, pois a comemoração depende do motivo que a estratégia usa para se construir.

Adotando esta perspectiva, entendemos que a comemoração do Centenário, não surtiu efervescência, porque não está relacionado a valores significativamente importantes para os cidadãos de uma maneira geral; não atentou para esse deslocamento de códigos compartilhados. Houve um descompasso entre os contratos comunicativos. O poder público teve a intenção de instituir um processo comunicativo e, para tanto, idealizou um outro, que não existe tal como foi idealizado. Não há uma "comunidade belo-horizontina", tal como aparece no discurso de abertura do calendário oficial das comemorações do Centenário. A comunicação - "modelagem mútua de um mundo comum em meio a uma ação conjugada" 251 - não se realizou efetivamente tal como intencionada. O cidadão de BH (a preposição de designando uma relação de posse, de pertencimento) enquanto um conjunto de pessoas em que os membros seriam ligados pelo sentido de pertencimento, amor à cidade, interlocutor a quem o poder público se dirigiu, não existe enquanto um outro generalizado. Assim, o exercício do papel de sujeito falante pelo poder público ficou comprometido. De acordo com Patrick Charaudeau, "se não há tu, não há eu (...) Para comunicar há necessidade de um outro.

imaginaría dessas ações em mapas da vida social."(CANCLINI, 1994:100)

251 QUERE, L. De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxeológico.p.07.
Ele [o sujeito falante] não é o sujeito falante sem o outro”. Gilberto Velho, aos falar sobre o pluralismo sócio-cultural das cidades, afirma que “a tentação de controlar, de homogeneizar, de estabelecer fronteiras e limites claros, vai de encontro à realidade da heterogeneidade, da mistura da entropia”.

É preciso enfatizar que, ao apontar o desinteresse das pessoas por sólidos e homogêneos valores político-institucionais, não se está afirmando a inexistência de interesses coletivos, objetos e práticas sociais de valor simbólico comum. Os códigos estáveis e compartilhados, como já foi dito, não desapareceram, mas foram deslocados. A cidadania jurídico-política, territorial, foi despedaçada em cidadania cultural, racial, de gênero etc. Dessa forma, no território de Belo Horizonte convivem diferentes grupos de cidadãos, que valorizam diferentes aspectos da vida e que alimentam sentimento de pertencimento não necessariamente pela cidade, mas por comunidades distintas, que não se limitam ao âmbito da cidade. Nas palavras de Otília Arantes: “As cidades extravasam os seus limites e se transformam numa grande rede intercomunicável e, aparentemente, intercambiável. (...) Não seria apenas o espaço/lugar a desaparecer, mas também o calendário de uma memória coletiva.”

A partir da percepção de que os objetos coletivamente valorizados, os laços simbólicos dos cidadãos não passavam significativamente pela cidade, partimos para a busca da identificação dos lugares por onde passam esses valores e laços.

8.1. Caminho metodológico

Na construção metodológica de nossa pesquisa, ao analisar a comemoração do Centenário de Belo Horizonte como processo comunicativo, o cidadão foi tomado como não como um mero receptor, mas um dos interlocutores, sujeito ativo na produção de sentido. A esfera do cidadão, desde o início, foi tomada não como um grupo uniforme, mas como um grupo heterogêneo, no qual apareceriam diferentes representações da cidade; pela partilha de ideias e interesses, que os uniriam em torno de um sentimento de pertencimento a um mesmo lugar: a cidade.

A base empírica do trabalho foi constituída pelas entrevistas dirigidas realizadas pelos bolsistas desta pesquisa, no período de maio a dezembro de 1997. A amostra de

252 CHARAUDEAU. Para uma nova análise do discurso. pp. 23-25.
254 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. p. 24
41 entrevistas, sem ter a pretensão de ser representativa do universo de moradores de BH, seria ilustrativa ou exemplar. Não houve a pretensão de atribuir a esse reduzido número de entrevistas uma validade estatística, mas de realizar um estudo de caso, buscando na singularidade dos depoimentos uma ilustração de processos mais amplos.

O discurso foi tomado como via de acesso à experiência das pessoas entrevistadas, o que não significa que ele foi considerado como depositário da mesma. É importante colocar ainda que também não houve a pretensão de captar a totalidade da experiência cotidiana dos entrevistados por meio dos discursos, nem tão pouco justificar racionalmente suas ações pela formulação de regras causais. É sabido que a experiência cotidiana não é sempre passível de comunicação, uma vez que é composta por uma infinidade de quadros, que, por sua vez, não são permanentes, mas estão em contínuo movimento.255

Haja vista a impossibilidade de uma tradução discursiva da experiência cotidiana que englobe todos os seus quadros, foi adotado neste trabalho o pressuposto que orienta as sociologias fenomenológicas, que pretendem descortinar, na própria multiplicidade das experiências singulares dos atores e agentes, discursos da experiência cotidiana concreta.256 Na multiplicidade de quadros que compõem a vida cotidiana dos entrevistados, selecionamos alguns, que foram comparados entre si, a fim de buscar uma possível relação de sentido entre a experiência dos diferentes moradores entrevistados, e entre ela e o contexto no qual estão inseridos. Assim, o enquadramento da entrevista buscou dar conta das formas de apropriação da cidade, da relação entre a história pessoal do entrevistado e a cidade. A postura dos cidadãos de BH em relação ao aniversário de 100 anos da cidade é tomado aqui como um reflexo dessa relação com a cidade.

A primeira observação das entrevistas foi orientada pelo postulado de que o Centenário seria um fenômeno comunicativo e o cidadão, uma das esferas daquela interlocução. Assim, na primeira sistematização empreendida, separamos as entrevistas por bairros (tendo em vista a descentralização da comemoração) e tentamos achar semelhanças entre as representações de BH presentes nas falas de entrevistados de bairros comuns. Acreditávamos, como já foi dito, não na existência de uma representação uniforme da cidade presente na fala de todos os cidadãos, mas em representações diversas, condicionadas pelo local de moradia - o bairro -, mas

255 RODRIGUES, Comunicação e cultura. p. 91.
256 RODRIGUES, Comunicação e cultura. p. 91.
unificadas, em certa medida, por um sentimento de pertencimento à mesma cidade, ou a cidades diferentes (as representações seriam supostamente diferentes), tomadas por um mesmo nome: Belo Horizonte. A cidade era tomada como um espaço que “não só admite e abriga grupos heterogêneos (seja do ponto de vista de origem étnica, procedência, linhagens, crenças, ofícios etc.) como está fundada nessa heterogeneidade, pressupõe sua presença.”

Mas a partir de um primeiro contato com o material empírico, percebemos que os pontos de união entre as representações da cidade não relacionavam-se, de forma relevante, ao bairro. E também que, como já foi mencionado, os cidadãos nem sempre alimentavam significativo sentimento de pertencimento pela cidade em si, mas por grupos diversos que não se restringem ao domínio da cidade. Identificamos interesses coletivos, mas não necessariamente políticos. Ou seja, diferente de muitas correntes de pensamento que versam sobre a chamada “pós-modernidade”, não observamos uma dificuldade incontornável de estabelecer códigos estáveis e compartilhados. Como já dissemos, as imagens religiantes são necessidade intrínseca do homem. Concordamos com Néstor G. Canclini quando ele diz que não acredita que a queda dos metarrelatos tenha gerado um desaparecimento do global, porque nenhuma sociedade suportaria a desorganização dos desejos. As formas de organização compacta do social instauradas na modernidade (as nações, as classes etc.) foram repensadas. Os códigos compartilhados continuam existindo, mas foram deslocados. Daí a reformulação do problema, que antes indagava sobre as representações de Belo Horizonte sobre a cidade no ano do seu Centenário, pressupondo o sentimento de pertencimento pela cidade, como fator de coesão ao conjunto, e passou a indagar sobre por onde passam a identificações das pessoas, agora fruamente ligadas ao local.

8.2. Contextualização

A chegada aos 100 anos de existência de Belo Horizonte foi tomada pelo poder público como um motivo de celebração. Para tanto, organizou a disseminação de discursos e práticas que buscavam resgatar a origem fundadora da cidade e promover a união dos habitantes em torno de festividades de natureza variada. No dizer do prefeito Célio de Castro: “o programa do Centenário vem celebrar as esplêndidas realizações da comunidade belo-horizontina ao longo do século mas vem, igualmente, reafirmar o

---

257 MAGNANI, Na metrópole. p. 48
projeto de uma cidade cada vez mais justa e fraterna (...)” No entanto, o motivo de uma
cmemoração, de uma celebração, de um ritual precisa ter um significado simbólico
partilhado; não cola, não é absorvido pela experiência se for estrategicamente posto.
Um ritual, de acordo com Lukes é “a atividade orientada por normas, com caráter
simbólico, que chama a atenção dos seus participantes para objetos de pensamento e de
sentimento que estes pensam ter um significado especial.” (apud CONNERTON)259.

O significado da cidade para o seu cidadão, como já foi mencionado, está em
constante transformação. Andréa Pessoa Borde260 conceituou a cidade, sinteticamente,
como sendo uma forma de associação que se dá em uma certa organização espacial e
em um determinado momento. “Ela é uma criação histórica particular, que não existiu
sempre, mas que teve início num dado momento da evolução social”. A autora cita
Benevolo, que diz que a cidade pode acabar ou ser radicalmente transformada, em outro
momento. E prossegue afirmando que “a compreensão desta natureza transformadora,
que está na base de todo processo de formação social, só pode acontecer se entendermos
a cidade como forma de associação humana”.

Seguindo essa tendência de contínua transformação, desponta uma nova condição da
relação entre o citadino e a cidade, sendo que já não se pode pensar a vida local no
sentido tradicional. Néstor Canclini chama a atenção para as mudanças socioculturais,
que podem ser sintetizadas como um processo de desterritorialização das identidades.261
Essas mudanças se expressam, entre outras coisas, na perda de peso de órgãos locais e
nacionais; numa reformulação do assentamento e convivência urbanos, sendo que as
condições da vida moderna, caracterizada pela velocidade, reduzem o tempo para viver
a cidade e assim atrofiar a carga simbólica dos seus lugares, tornando-os cada vez mais
“não lugares”; numa reelaboração do que é próprio e do que é alheio, tendo em vista a
maior permeabilidade das fronteiras; e, por fim, “na conseqüente redefinição do senso
de pertencimento e identidade, organizado cada vez menos por lealdades locais e
nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais e
desterritorializadas”.

Os aspectos locais, é claro, ainda interferem na forma de o indivíduo ver o mundo,
“algum sempre estará fazendo uma coisa diferente em algum lugar”, como disse o

258 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. p. 57.
259 CONNERTON, Como as sociedades recordam. p. 52.
261 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. p. 27.
antropólogo indiano Arjun Appadurai, em entrevista à revista República. O que ocorre, 
ainda segundo ele é que:

"(...) começam a surgir espaços onde a vida local se mistura com um setor não-
local. Esses lugares têm existência física e espacial, gente vivendo a vida. Mas são 
translocais no sentido em que são ocupados por pessoas em trânsito. Assim temos 
uma comunidade formada apenas por elementos separados. Lugares como esses 
estão crescendo".

Diante dessas novas condições socio-culturais, em que a cultura se descola, em certa 
medida, do território, somos suscitados a refletir sobre as imagens que agora ligam os 
indivíduos e unificam os grupos dos quais eles se sentem pertencentes e que devolvem a 
eles uma imagem de si próprios. Nas palavras de Rousley Maia:

"Diante do cenário da sociedade globalizada e multicultural, nos causa grande 
perplexidade pensar o 're-ligar' – o que nos une ao que está próximo (...). Ao longo 
da modernização das sociedades, as noções de solidez e de homogeneidade, 
anteriormente relacionadas à noção de comunidade, são substituídas pela idéia da 
produção de identidade situada (de pessoa ou grupo) em locais que poderiam estar 
dispersos. Com efeito, os estudos contemporâneos sobre a identidade transportam a 
prefeitura convencional com a história (o que preenche, expressa ou, mesmo, 
determina as identidades sociais num local) para o estudo da construção mesma de 
identidades pessoais e coletivas."262

8.3. O cidadão e a cidade

De uma maneira geral, os moradores entrevistados sabem pouco sobre a história 
oficial de Belo Horizonte. Pela observação das descrições de suas rotinas diárias, pode-
se dizer que eles circulam pouco pela cidade ou circulam muito, mas desenvolvem 
atividades em pontos diferentes, mas constantes da mesma. Seguem a tendência de 
reformulação dos padrões de assentamento e convivência urbana observadas por Néstor 
Canclini. Nas palavras do autor:

"(...) dos bairros aos condomínios, das interações próximas à disseminação 
policêntrica da mancha urbana, sobretudo nas grandes cidades O tempo empregado 
para locomover-se por lugares desconhecidos da cidade reduz o tempo disponível 
para habitá-la própria."

262 MAIA, O re-ligar em contextos globalizados e multiculturalis. pp. 1,2,5.
Fátima é um exemplo de cidadã que despende mais tempo se locomovendo pela cidade do que habitando a mesma. Ela tem 18 anos, é auxiliar de escritório de contabilidade e estudante, e mora no bairro Floramar, desde que nasceu. Não conhece outras cidades, além de Goiânia, que visitou quando era criança. Não conhece nenhum outro bairro visitado pela pesquisa. Ela se levanta todos os dias às seis e meia da manhã, fica um hora em pé no ônibus até chegar ao seu local de trabalho, onde as pessoas, de acordo com sua descrição, estão sempre mal-humoradas. Trabalha até as dez horas, depois vai para sua escola também no centro da cidade. Chega em casa por volta de meia-noite. Aos sábados, Fátima frequenta aulas de inglês e depois sai com o namorado, sempre para shopings. Não frequenta casa de ninguém. Nunca vai a cinemas ou teatros, porque são programas caros, na sua opinião. Não sabe nada sobre a administração municipal, além de que os professores da rede municipal, da qual faz parte sua escola, são mal pagos. Não sabe nada sobre a história da cidade, desconhece as comemorações em torno do Centenário da cidade.


Os entrevistados, com algumas exceções (líderes de grupos comunitários ou funcionários da prefeitura), não sabem avaliar a administração municipal, desconhecem associações comunitárias no bairro e, se conhecem, ainda que achem o trabalho importante, não simpatizam, não se sentem motivados a participar por razões diversas. Aqui aparecem outros aspectos presentes na descrição das mudanças socio-culturais observadas por Néstor Canclini: a perda de peso dos órgãos locais e nacionais e a passagem do cidadão como representante de uma opinião pública ao cidadão interessado em desfrutar de uma certa qualidade de vida.264

O depoimento de Gilberto, 37 anos, morador do Barreiro de Baixo ilustra essa nova condição do cidadão. O entrevistado trabalha durante a noite, circulando pela cidade distribuindo o jornal O Tempo. Durante o dia, fica em casa descansando. Não frequenta cinema ou teatro. Diz que Belo Horizonte tem pouca opção de lazer, pois afirma que “belo horizontino, quando põe roupa de sair, vai para pizzaria”. Não acompanha ações da administração pública de BH. Só se interessa pelas ações do Centenário que interferem em sua vida prática. Não se importa com a possível projeção nacional e

263 Os nomes de entrevistados apresentados nesta monografia são fictícios.
264 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. pp 27, 28.
internacional da cidade a partir do Centenário – como seria natural se fosse um dos membros da “comunidade belo-horizontina, unida por um passado de esplêndidas realizações” mencionado por Célio de Castro – ou com a comemoração em si:

“Mostrar não sei o quê (...) pra mim não muda em nada(...) O que devia ser feito mesmo, em vez de gastar grana com propaganda é olhar mais pro pessoal que mora nela. Porque 100 anos passa e o povão tá precisando de saúde, escola (...) É tudo pra inglês ver, (...) pra mim, principalmente pra mim, não vai modificar nada. Os 100 anos de Belo Horizonte deviam ser mais saúde...”

Vicente, 54 anos, é morador do bairro São Gabriel, mas morou mais de quarenta anos no bairro Aparecida, onde fica a locadora de vídeo da qual é proprietário. Circula pouco pela cidade para lazer. Trabalha de segunda a sábado. Aos domingos, leva a filha de cinco anos a parques (Mangabeiras, Municipal, Guilherme Lage) ou vai para o sítio que está construindo em Contagem. Comenta os motivos que levam os moradores de seu bairro a não se interessar pelos atos da associação bairro, usando argumentos compassados com a ideia de um cidadão mais interessado em desfrutar de certa qualidade de vida que de exercer um papel ativo na sociedade civil:

“Nas favelas as pessoas participam, mas aqui não. Acho que a pessoa acha que ele tem um carrinho, que o horário do ônibus pra ele tá bom, se ele tem água em casa, a rua dele tem luz, então ele acha que aquilo tá muito bom e não precisa de mais nada.”

O exemplo de Vânia, 59 anos, está de acordo com de que pessoas economicamente menos favorecidas tendem a se engajar mais em movimentos comunitários. Moradora de um bairro pobre e violento, o Alto Vera Cruz, ela está a frente de dois atuantes movimento comunitário: O Centro de Ação Comunitária Alto Vera Cruz e Grupo de Pais Educandos. Ayudou a fundar o Centro Comunitário do local e sabe falar com desenvoltura sobre a atual administração local e a anterior. O conhecimento sobre esses assuntos não é adquirido pelos meios de comunicação (quase não vê TV e não compra jornais, porque não tem dinheiro), mas pela prática de cotidiana de reivindicação e representação da sua comunidade.

Os moradores entrevistados, de uma maneira geral, não participaram dos eventos comemorativos do Centenário, nem tomaram conhecimento deles, mesmo admitindo que o aniversário da cidade é importante e que deve ser comemorado. As entrevistas foram realizadas entre outubro e dezembro do ano do Centenário e, ainda assim, a maioria dos entrevistados desconhecia a comemoração dos 100 anos da cidade, que teve
início no mês de maio. Aparecida, 63 anos, moradora do bairro Calafate, por exemplo, disse não saber falar sobre o que estava sendo feito para comemorar o Centenário, mesmo assistindo três telejornais, sendo um local, e assinado três jornais impressos, entre eles, os locais O Tempo e Hoje em Dia. Se foram informados ou participaram de algum evento, não sabiam sobre seu vínculo com o Centenário. A maioria afirmou desconhecer a logomarca, mas quando ela era mostrada, os entrevistados admitiam que já a conheciam, tinham visto o símbolo em algum lugar.  

A desmotivação coletiva do morador de Belo Horizonte frente à comemoração do Centenário pode ser vista como um sintoma de mudanças no cenário sócio-cultural que levaram a um deslocamento da definição do que é considerado coletivamente valioso, bem como dos modos de integração e distinção de indivíduos na sociedade da esfera política para a esfera cultural e do consumo. A globalização econômica e cultural teria contribuído para um processo de desterritorialização das identidades. A existência de uma identidade, em certa medida, desterritorializada em BH é acentuada pela peculiaridade da história da capital, que foi uma cidade planejada. “Em oposição às origens espontâneas, à agregação natural que marca o surgimento da maioria das cidades e vilarejos, como o Curral del Rei, Belo Horizonte nasceu de uma decisão e de um projeto; ela foi planificada e construída segundo uma vontade”. 

Regis Debray fala da importância de elementos externos na constituição e explicação de um conjunto de relações sociais. De acordo com o autor:

“...Tal elemento poderá ser, alternadamente, herói fundador, mito de origem, Sagradas Escrituras, Constituição ou Testamento – este será sempre o sagrado desse grupo, seu ponto fixo e seu vazio fundador: exatamente o que perdeu no começo e deve recuperar incessantemente, de forma simbólica, para se reconstituir como grupo.”

Belo Horizonte não conta com um mito de origem ou um herói fundador, mas nasceu com hora marcada, fruto de um projeto minimamente calculado, aspecto que condiciona um certo desenraizamento de sua população.

O depoimento de Sílvia, 47 anos, formada em Letras e Psicologia, e funcionária da Secretaria de Desenvolvimento Social da Prefeitura ilustra, em algumas partes, essa

265 A não associação da logomarca do Centenário ao próprio Centenário foi um fator para o não reconhecimento de muitos eventos como parte da festa, já que grande parte das supostas formas de comemoração não foram idealizadas exclusivamente para esse fim, mas receberam o “selo” do Centenário depois. A análise do calendário do Centenário, assim como a postura do Poder Público perante o aniversário, porém, não é objetivo desse trabalho.

266 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. pp. 21.
idéia de identidades não baseadas em aspectos próprios do local. Sílvia conhece muitas cidades e já morou nos Estados Unidos. Quase não sai na cidade para lazer. Seus programas de TV preferidos seguem uma linha mais “popular” (Domingão do Faustão, Gugu, Ratinho Livre). Ela justifica gosto televisivo:

“Vou te falar: eu trabalho com creche, em favela... Meu trabalho é puxado mesmo. Então, sabe o que eu gosto? Besteiro! (risos) (...) E quantas vezes esses programas me deram condições de entender o que ocorre na favela. A gente vê, na simplicidade das pessoas, o que é a vida para elas.”

Neste caso, a identificação dá-se entre pessoas que pertencem a um mesmo “público”, e não a um mesmo “povo”. Os meios de comunicação de massa funcionam como cimento das sociedades contemporâneas, sendo que “imaginando a vida de todos os dias, representam o papel destinado às diversas formas de palavra pública: assegurar através do mito a coesão de um conjunto social dado”, no dizer de Michel Maffesoli. Rousteley Maia aponta a proliferação crescente da mídia eletrônica e do adensamento de redes de comunicação participativa, juntamente com a globalização da economia e da crise do Estado Nação, como fatores que levam a uma interpenetração entre o local e o global nos contextos práticos de nossas vidas cotidianas. Beatriz Sarlo analisa essas novas condições da experiência: “Na tormenta relacional das grandes cidades, a televisão promete comunidades imaginárias e nelas vivem aqueles que hoje são céticos quanto à possibilidade de fundar ou fortalecer outras comunidades.” Eugênio Bucci também discorre sobre estas “comunidades imaginárias” formadas pelo público de televisão;

“O modelo de televisão que virou no Brasil soube unificar o país no plano do imaginário por cima de um alicerce (o plano real) marcado por desencontros, rupturas, abismos sociais. Conseguiu que um país desunido (real) se visse (se imaginasse) unido.”

Quando perguntada sobre particularidades da população de Belo Horizonte, Sílvia encontra dificuldades e acaba apontando características globalizadas, desterritorializadas, não exclusivas de BH, mas comuns aos centros urbanos.

267 FRANÇA, Jornalismo e vida social. p. 65.
268 MAFFESOLI, O tempo das tribos. p. 39.
269 MAIA, O re-ligar em contextos globalizados e multiculturalis. pp. 1
270 SARLO, Cenas da vida pós-moderna. p. 77.
“O belo horizontino não tem característica peculiar. Diferencia pela pronúncia... Mas é um povo que trabalha, se diverte, que vai para barzinho... (...) Sabe o que é marcante? É a geração shopping. E shopping é uma coisa que congrega tudo lá dentro. Aqui tem muito shopping.”

Em certos trechos da entrevista, a experiência particular de Sílvia parece ir de encontro, em certa medida, a essa suposta tendência de desterritorialização de identidade, uma vez que, apesar de desconhecer a história de Belo Horizonte e de mostrar-se desmotivada para a comemoração do Centenário, ela diz se irritar com a degradação do patrimônio da cidade e interessa-se pelas atividades da associação de seu bairro. 271

“Fui lá uma vez e quebrei um pau danado. A associação de bairro primeiro tem que ter uma identidade para congregar as pessoas. Cheguei lá tinha os sete membros da diretoria, mais umas quatro pessoas mais idosas, eu, o Cláudio e mais umas três pessoas. A propaganda que eles fizeram não me baixou nada se eu não trabalhasse na regional. Não entenderia as siglas. Não há representatividade nenhuma.”

Sílvia se preocupa com as ações da associação de bairro do Calafate e culpa a estrutura da associação de bairro pelo desinteresse dos moradores pelas suas atividades. Outros depoimentos colhidos nas demais entrevistas, no entanto, nos levam a interpretar que, para além da pequena representatividade ou problemática da divulgação da associação, supomos que o movimento da ação comunitária não gera mobilização, não “cola”, não congrega, principalmente porque o que se discute lá são assuntos que já não co-movem expressivamente os moradores, de uma maneira.

Maria da Conceição, 75 anos, natural de Belo Horizonte, moradora do bairro funcionários, é uma exceção, pois tem uma história particular fortemente condicionada ao fato de morar na cidade. A entrevistada é neta de um funcionário do governo, que mudou-se com a família de Ouro Preto para Belo Horizonte, por ocasião da transferência da capital, para a recém-inaugurada cidade. A história da cidade, em muitos pontos, confunde-se com sua própria história.

*Eu cresci junto, eu envelheci, envelheci não porque Belo Horizonte não está velha, eu que estou. Eu cresci junto com Belo Horizonte, né, então fui acompanhando esse negócio tudo. Aqui tudo era completamente diferente, né, então eu fico tentando recompôr o ambiente mas é difícil.”

271 É conveniente aproveitar o exemplo da entrevistada para salientar que não tomamos as mudanças no cenário sócio-cultural analisadas neste trabalho como algo geral, globalizante, mas como uma tendência que, em certa medida, tem interferido nas experiências das pessoas.
Maria da Conceição fala da cidade como se fosse uma amiga de infância. Sente-se pertencente à cidade e sente a cidade - suas praças, suas ruas - como pertencente a ela.

"A Praça da Liberdade é minha paixão. Quando eles reformaram a praça, mas eu fiquei numa alegria. Eu fiquei numa satisfação, parecia que ela era minha...O parque também é muito bonito, né..."

"O maior pecado que eles cometeram foi, vocês não conheceram a Afonso Pena com os Ficus... quase morri de paixão quando eles cortaram aquelas árvores..."

"Eles fecharam tantos cinemas, né... Eles queriam fechar até o Pathé, quase morri de paixão quando falaram que iam fechar o Pathé... Eu frequentei demais o Pathé, minha família toda."

Maria da Conceição disse estar acompanhando a programação da comemoração do centenário pela TV e justifica sua não participação pelos horários, que não lhe são acessíveis. Lembrou da logomarca do centenário, considera bonita e sugestiva. Mas mostra-se desapontada pela forma como as festividades estavam sendo conduzidas: "achei que ia ser muito mais comemorado".

Na fala dos entrevistados, o "cidadão de Belo Horizonte", entidade evocada pelo poder público como sujeito das comemorações, também existe, mas está sempre fora dele mesmo (é um grande outro). Os entrevistados defendem a importância da participação na comemoração de "lão significativo aniversário", mas quando perguntados sobre a sua postura diante da festa, dizem que não pretendem participar ou pretendem participar apenas daqueles eventos com os quais se identificam, ou seja, aqueles promovidos pelo grupo ao qual pertencem.

O depoimento de Simone, 16 anos, moradora do Barreiro de Baixo, estudante de segundo grau, ilustra essa relação. Diferente dos outros entrevistados - principalmente os de sua faixa etária -, Simone é bastante interessada por política (nos jornais, prefere as editorias que falem sobre este assunto) e tem notórios conhecimentos sobre a história da cidade, adquiridos em um trabalho escolar bem desenvolvido e aprofundado, segundo ela. Detesta shopping centers, acredita que eles são uma "anestesia". É evangélica, valoriza muito a família. Tem uma rotina diária movimentada, preenchida por estudo, leituras diversas, trabalho doméstico, caminhada. Colabora em trabalhos filantrópicos, cita um de recuperação de viciados em drogas. Já trabalhou voluntariamente em uma rádio evangélica. Frequenta a igreja aos domingos e sempre que vai ao centro da cidade, geralmente para ir até a Biblioteca Pública, aproveita para visitar casas comerciais de artigos religiosos. Sonha em se mudar para uma cidade.
menor, onde acredita que encontraria melhores condições de vida (melhores oportunidades de trabalho, menor poluição ambiental, menor custo de vida). Lê jornais (Folha de S. Paulo, diariamente, e, às vezes, o Estado de Minas, que considera "a Folha de ontem"), revistas (assina Veja e Isto É), assiste o MGMTV e o Jornal da Manchete, além dos programas de entrevista. Conhece alguns eventos para comemoração do aniversário de 100 anos da cidade, mas erra a data do Centenário e a descrição da logomarca. Acha que o povo está desmotivado a participar devido às precárias condições sociais e pelo desconhecimento da história da cidade. Nas palavras da entrevistada:

"Seria melhor se todas as pessoas estivessem cientes do que é a cidade de Belo Horizonte no contexto mundial, porque ela tem a sua importância. E se pudesse participar, de verdade, contribuir pelo menos com a presença nesse dia, que vai ser histórico."

"Por que comemorar o aniversário da cidade se não estou em condições de comemorar nem mais um dia de vida meu? (...) Eu acho que esse pessoal que está organizando a festa deveria conscientizar a população belo-horizontina da intensidade desses 100 anos, do que isso representa para o Brasil, porque Belo Horizonte é uma metrópole brasileira."

Mas apesar de tanta ênfase na importância histórica da data e na importância da participação, quando perguntada sobre a sua participação, ela responde:

"A minha comunidade trazou um evento em que eu fui o papel principal, a minha escola fez um trabalho esplêndido, fez uma maquete com uma explicação do contexto histórico, comercial, industrial, artístico, uma coisa muito bem feita (...)"

Ou seja, Simone não planeja participar da comemoração "naquele dia, que seria histórico, quando todos deveriam estar presente". Quando fala de sua própria experiência, deixa a entender que o simples fato de ser belo-horizontina, morar na cidade não é suficiente para levá-la às ruas, mas precisa estar incluído no rol de atividades de seu grupo.

Rodolfo, também tem 16 anos e é morador do Calafate. Diferente de Simone, não sabe tecer nenhum comentário sobre política ou sobre a história da cidade. Assiste programas de esportes e Malhação (seriado voltado para o público adolescente) e gosta da programação do canal de televisão local. Dos jornais, lê somente a parte de esportes. É atleticano e vai ao estádio com frequência. Mostra uma certa preocupação ecológica: diz que o que atrapalha BHI é a poluição e o desrespeito das pessoas que jogam lixo nas ruas, elogia a limpeza de Curitiba, critica a escolha da Serra do Curral como símbolo da
cidade, já que a deixam ser devastadas por queimadas. Evita o centro, faz compras no BH Shopping. Rodolfo tem o perfil muito diferente do de Simone, mas assim como ela, sua participação em eventos do Centenário depende de sua adequação ao seu gosto:

"Vai depender de quais serão os eventos. Se agradar eu participo."

Sobre a melhor forma de comemorar o Centenário, sugere:

"Traz pessoal de fora, bandas. Isso atrai muita gente. Conjuntos do exterior. Ouvi boatos que o U2 viria a Belo Horizonte e depois falaram que não ia ter jeito, porque o guindaste não passava no Mineirão. Tinha que ter uma comemoração boa, que marcasse."

Mais uma vez, a identificação se dá entre um público, comunidade desterritorializada, transnacional, e não entre um povo.

Os moradores de Belo Horizonte, representados no universo de entrevistas em questão, não nos apareceram, assim, ligados por laços simbólicos de sentimento de pertencimento à cidade. Vivem em um mesmo espaço urbano demarcado politicamente e são conduzidos por uma mesma administração pública, mas pertencem a comunidades de sentido diversas, marcadas por práticas sociais e culturais próprias. Dessa maneira, o que é considerado coletivamente valioso para Simone é muito mais condicionado pelo ser pertencimento a um grupo religioso do que pelo seu vínculo com a cidade. Os moradores da cidade têm valores coletivos, são cidadãos. (Lembrando o exemplo de Simone, que colbra em trabalhos de recuperação de drogados, motivada pelas suas convicções religiosas e o de Rodolfo, que tem preocupações ecológicas). Não são, porém, cidadãos de (pertencentes a) Belo Horizonte, como aparece nas declarações emitidas pelo poder público. São cidadãos em Belo Horizonte. A reelaboração do "próprio" (não definido pelo territorial, mas pelo social, cultural) levou a uma redefinição do senso de pertencimento e identidade, organizado menos por lealdades territoriais e mais pela participação em comunidades específicas de sentido.

Seguindo essa tendência, o comportamento e os valores de Cássio, 18 anos, morador do Ipiranga, são muito mais fortemente marcados pelo seu pertencimento a um grupo de skatistas. Cássio se veste e fala segundo a moda do skatismo; avalia o morador da cidade como base nisso, dizendo que ele é careta e preconceituoso, já que se diz marginalizado pela sua aparência (cita outras tribos também discriminadas: skinheads, funkeiros, punks); quando perguntado sobre um bairro em que gostaria de viver, ele diz
que gostaria de se mudar para Contagem, pois lá há muita gente como ele. Quando as
entrevistadoras apresentaram fotos da cidade e pediram para que ele escolhesse uma, ele
optou pela Praça da Estação, comentando que “lá é bom para andar de skate”. Não usa
drogas, porque isso contraria a “filosofia de seu grupo”.

Anderson, 15 anos, estudante da sexta série do primeiro grau, também pertence a um
groupo marginalizado: os moradores do bairro Alto Vera Cruz, associado a pobreza e
violência. Aqui, a identidade se dá entre pessoas que vivem em um mesmo local, o que
não quer dizer que trata-se de uma identidade territorializada, já que as práticas sociais
que unem os membros do grupo não são peculiares daquele lugar. O compartilhamento
de carências e a marginalização a que são submetidos são fatores de coesão entre eles.

“Gosto de morar aqui. Conheço muita pessoa aqui, muitos amigos, quero sair daqui
não. De bom são poucas coisas: as escola, as dançeteria, os pagode. De ruim tem
muito: violência, pouca moradia, rua sem asfaltar, pessoas que não tem emprego,
passando necessidade em casa... O pessoal aqui do alto compreende mais o pessoal
daqui. Aqui todo mundo chega e cumprimenta uns às outros. Quando falo que moro
aqui, as pessoas de fora ficam olhando, eles discriminam muito o pessoal do morro.
Quando a gente vai num lugar que eles perguntam de onde é, a gente fala que é do
Alto Vera Cruz, eles dizem: ‘esses aí são do bicho, esse aí mora no morro, deve
fumar, deve fazer de tudo’.”

Reginaldo, 34 anos, professor de capoeira angola é também morador do Alto Vera
Cruz e, na sua entrevista confirma os laços de solidariedade entre os moradores do
morro:

“Você é criado num bairro assim, igual eu fui, numa favela, num morro, então você
tem essa coisa de amizade, de amigo mesmo...”

Mas diferente de Anderson, Reginaldo circula muito pela cidade (frequenta a casa da
namorada no Barro Preto, bares no bairro e na avenida Afonso Pena, dá aula de capoeira
na UFMG e no bairro Anchieta) e convive com pessoas de classes sociais mais
abastadas. Sendo assim, o morador deixa transparecer, em respostas a diferentes
perguntas, sua indignação contra a discriminação a que está sujeito por morar num
bairro pobre e seu profundo descontentamento por pertencer a uma classe social menos
favorecida. Dessa forma, quando perguntado se acha a população de BH hospitaleira,
ele responde que não, considera os moradores da cidade conservadores e desconfiados.
Quando incitado a falar sobre os pontos negativos, ele menciona a distinção entre as
diferentes classes sociais, ou “zona norte - zona sul”, além da discriminação aos mais
humildes. Ele cita o tipo de olhar dirigido a eles, quando presentes em algum ambiente

241
mais sofisticado. Quando perguntado sobre outra cidade em que gostaria de morar, ele aponta Salvador, devido ao seu interesse por capoeira angola e pelo povo mais receptivo que o de BH. Quando fala sobre a sistema de ensino, comenta a realidade das universidades federais (lembrando que ele freqüenta a UFMG para dar aulas de capoeira): “Escola é cara. Federal, que seria para atender aos mais carentes, você só vê *Tempra*...”

Quando fala dos bares conhecidos em seu bairro, Reginaldo diz que os freqüentadores se preocupam com roupas de grife, tênis caros etc., que classifica como “coisas da zona sul”. Quando perguntado se gostaria de morar em outro bairro, ele diz que sim e menciona o bairro Santo Antônio (bairro antigo, acha legal as ruas e a proximidade) e o bairro Pompeia (acredita que é um bairro mais organizado, “é uma classe média mais alta.”). Ao falar sobre a sua preocupação em se vestir como os “da zona sul” e da vontade de morar num bairro de classe social mais favorecida, Reginaldo mostra que, apesar de não fazer parte da mesma realidade daqueles, pertence à mesma comunidade de sentido, pois reconhece seus símbolos de status como aspectos diferenciadores. Aqui, o consumo, tal como observou Néstor García Canclini272, não é elemento de divisão, mas de integração (imaginária). Pois:

“(...) se os membros de uma sociedade não compartilhassem os sentimentos dos bens, se estes só fossem compreensíveis à elite ou à maioria que os utiliza, não serviriam como instrumentos de diferenciação. (...) Logo, devemos admitir que no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade.”

Canclini, ao falar de uma pesquisa sobre o público cultural da Cidade do México, por ocasião de um festival que reunia diferentes expressões culturais, chegou à conclusão de que a hipótese de um festival ou de uma cidade com público homogêneo só estava na mente dos organizadores.273 A maioria do público se interessou pelo fato de que havia um festival, e menos ainda em saber quem o patrocinava. Um funcionário reconheceu que os logotipos só importam aos organizadores. Canclini afirma que a cidade, assim como o festival, existe mais para o governo e para a imprensa do que para os cidadãos. Eles olham para a cidade de um lugar errado. Pode-se dizer o mesmo para Belo Horizonte - aquela a que o poder público se refere - e o Centenário.

---

272 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. p. 56.
273 CANCLINI, Consumidores e cidadãos. pp. 77,78,80, 81,82,83
8.4. Conclusão

A comemoração do Centenário de Belo Horizonte foi marcada por um desencontro de contratos comunicativos. Para o poder público local, o Centenário da cidade e seus eventos comemorativos foram uma realidade palpável, sendo precedidos por uma estratégia para as festividades e, a partir dela, uma disseminação de práticas e discursos. Dessa forma, o poder público queria convencer os cidadãos que habitam Belo Horizonte de que a comemoração deveria ser realizada por ele. “O Centenário está nas ruas. Participe”, diz o slogan de uma peça publicitária. Mas uma comemoração é um tipo de coisa que não pode surgir de um projeto vindo de fora, mas só faz sentido se for realizada espontaneamente. E, para que isso ocorra, seu motivo deve ter importância simbólica para o grupo que o realiza, deve ter a capacidade de sensibilizar, de co-mover. Não é possível convencer um grupo de pessoas a fazer uma festa de aniversário surpresa para uma outra pessoa, argumentado que esta é uma pessoa com quem aquelas têm uma grande amizade. Mas a idéia da festa surpresa só faria sentido se surgisse espontaneamente do grupo de pessoas, motivada pelo apreço que alimentam pelo aniversariante e pela vontade de expressá-lo.

Dessa forma, o Centenário de Belo Horizonte não levou as pessoas às ruas, não atravessou a experiência da cidade, menos pelas falhas da estratégia comunicativa do poder público do que pelo esvaziamento simbólico do motivo da festa. As representações em torno do aniversário da capital mineira não tiveram força religante suficiente para congregar os cidadãos da “capital do século” em torno da festa, porque as imagens sociais em os cidadãos se espelham, aquelas que permitem uma compreensão deles próprios, não estão centradas na sua condição de moradores de Belo Horizonte. Mas imagens agregadoras estão, em grande medida, desprezadas do local; estão relacionadas a “práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento e fazem com que se sintam diferentes os que possuem formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades”. Essas práticas sociais e culturais, de que nascem os valores coletivamente partilhados que caracterizam o novo conceito de cidadania trabalhado nesse ensaio, extrapolam muito os limites das cidades, estão acima deles. São caracterizadas pelo pertencimento a grupos religiosos, a tribos urbanas (como a de skatistas), a públicos consumidores de mensagens e mercadorias. Assim, Belo Horizonte não possui cidadãos que se identificam fortemente entre si por um passado...
histórico comum ou por práticas sociais peculiares do local, mas abriga diferentes grupos de cidadãos, unidos por valores diversos, cujo âmbito não se restringe ao território da cidade, porque não têm bases eminentemente locais, mas se ancoram em práticas socio-culturais que poderiam estar em qualquer outro lugar.

A julgar pelo descompasso entre a ligação cidade/cidadão suposta poder público e a ligação que realmente se verifica, consideramos que o poder público não teve a porosidade para absorver a experiência cotidiana do morador da cidade, não percebeu a mudança das ancoragens das identificações cidadãos e do exercício da cidadania. A existência dessa porosidade levaria a repensar não apenas as estratégias de comemoração, mas a pertinência de uma celebração em torno de algo não “celebrável”, porque não relacionado a motivo simbolicamente importante para os pretensos participantes; incapaz, portanto, de alcançar uma eficácia simbólica.


BORJA, J. “As cidades como atores políticos”. In: Novos Estudos CEBRAP, São Paulo, nº 45, p.79-99.


246


GUIMARÃES, César. Algumas notas sobre a interlocução entre a análise do discurso e a teoria da comunicação. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO.


INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - censo demográfico de 91 e estimativa de 96.

JACOBI. "Descentralização Municipal e participação dos cidadãos: apontamentos para o debate". In: Lua Nova, São Paulo, n.20, p. 121-143, mai.1990.


JONAS, S. La metropolisation de la societé dans l’oeuvre de Georg Simmel. (mimeogr.)


MAIA, Rousiley Celi Moreira. “A média e o novo espaço público: a reabilitação da sociabilidade e a formação discursiva da opinião”. [texto inédito]

MAIA, Rousiley C. Moreira. "O papel da mídia na pré-estruturação da esfera pública". [texto inédito]


SHLAGER, E. “Os caminhos da participação popular - uma reflexão sobre experiências em favelas cariocas”. In: Espaço & Debates, ano IV, no 84.


