

Sedução, Persuasão, Lógica: três países, três discursos na exposição universal de Xangai 2010

Ana Claudia Cunha Barbosa¹

Resumo

Este artigo desenvolve uma reflexão sobre o uso do discurso afetivo para estabelecer conexões interculturais. Com base nos fundamentos da semiótica da cultura, analisa-se a estrutura simbólica organizada por três países para se apresentar na Exposição Universal de Xangai, em 2010, bem como a construção de códigos culturais estabelecida por cada um, com o intuito de estabelecer uma troca segura de informações. Percebe-se claramente que os signos foram bem utilizados na produção ideológica das mensagens, mas também regularam aquilo que seria transmitido.

Palavras-chave: Semiótica, identidade, cultura, discurso, estereótipos.

1 Introdução

Concebidas como encontros mundiais (de formidável dimensão) para reflexões, trocas e descobertas e, ainda hoje, manter o propósito educacional e promocional do desenvolvimento humano cunhado em 1851, quando foram idealizadas, as Exposições Universais continuam acontecendo a cada cinco anos, sob a coordenação do *Bureau International des Expositions*² (BIE), em algum lugar do Globo.

Reunindo países de todos os continentes, do G8³ ao PMA⁴, tais Exposições congregam, por meses, com um alto custo financeiro para todos

¹ Ana Claudia C. Barbosa é jornalista. Atualmente, faz mestrado em Comunicação na Universidade Católica, na linha de pesquisa processos comunicacionais na cultura mediática e trabalha na Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Email: anaccunha@uol.com.br.

² Organização Intergovernamental, com sede em Paris, com a função de organizar as exposições mundiais e universais. Disponível em <http://www.bie-paris.org/site/en/main/organization-m.html>. Acesso em 05 jul. 2011.

³ Grupo das oito Nações mais industrializadas do mundo.

⁴ Países Menos Avançados, grupo de 49 países designados oficialmente pela Assembleia Geral da ONU, de acordo com uma série de critérios, e que recebem atenção especial da Organização em prol do desenvolvimento.

os envolvidos, representantes de diversas nacionalidades, com o propósito de compartilhar suas capacidades tecnológicas, seus projetos de sustentabilidade e seus avanços na construção de sociedades democráticas.

A última Exposição Universal, em 2010, em Xangai, na China, objeto da análise aqui proposta, seguiu o mesmo preceito: reunir conhecimentos, debates, teses, ideias, iniciativas, erros e acertos sobre como melhorar a vida nas metrópoles. O tema do colossal encontro, que recebeu, entre maio e outubro daquele ano, mais de 73 milhões de visitantes, foi “Cidade Melhor, Vida Melhor” e teve por intenção oferecer a essas pessoas – a classe média chinesa, bem como acadêmicos, cientistas, políticos e governantes de vários países, convidados do Governo chinês – informações sobre o que de melhor há no mundo, em termos sociais e tecnológicos, no dia a dia das cidades.

Cada Pavilhão erguido na Exposição – foram 130 no total⁵ – em uma área de 5,2 quilômetros quadrados⁶, era uma expressão evidente da Nação ou organismo internacional representado (exceto pela estrutura inglesa, como veremos mais adiante), com discursos (secundários de significação⁷) econômico, político, social e tecnológico abundantes em signos que reafirmassem suas identidades nacionais. No caso, o que de mais autêntico e categórico existe na memória coletiva de um povo, pois, conforme Kellner, “a nação não é apenas uma entidade política mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural” (1999, p. 49).

É fundamental destacar que cada país procurou nos estereótipos uma garantia de fácil identificação, bem como um meio seguro de se conectar com o público presente – iniciativas comuns em eventos como esse –, porquanto “é certo que as imagens dessimbolizadas constituídas pelos estereótipos, ao mesmo tempo em que se furtam à imaginação criadora, oferecem uma chave segura para o entendimento, pois falam do que já se sabe”. (BARROS, 2009, p. 14).

⁵ Disponível em <http://en.expo2010.cn/pavilions/index.htm>. Acesso em 05 jul. 2011.

⁶ Disponível em <http://en.expo2010.cn/>. Acesso em 05 jul. 2011.

⁷ Na Exposição de Xangai os participantes, bem como o país anfitrião, fundamentaram seus discursos com base em signos icônicos por entenderem que ele tem sentido pleno em si mesmo, representando sensações e qualidades.

E como estereótipos nacionais não são exportados, ou melhor, reutilizados como representação de outra nacionalidade, os países que estavam na Exposição utilizaram imagens impregnadas de simbolismos, exatamente com o intuito de se diferenciar, ou buscar seus referenciais, se contrapondo aos demais presentes e, assim, revalidando (e por que não, sobrelevando) suas fronteiras culturais e, portanto, seu âmbito de atuação. Cabe mencionar que

[...] a cada tipo de cultura existe um tipo de não-cultura que pertence apenas a ela". Em outras palavras, cultura e não-cultura – o espaço da identificação e o espaço da diferença – se complementam mas, em contrapartida não se anulam. Ao contrário, proliferam-se, pois quanto mais cresce a cultura, mais cresce o âmbito de sua correspondente não-cultura. (IASBECK, 1997, p. 168).

Antes de seguir adiante na abordagem semiótica pretendida sobre este evento, é importante contextualizar, mais claramente, o conceito de identidade nacional aqui tratado, que se refere ao processo de construção de imagem pela busca nostálgica do que está mais arraigado no inconsciente coletivo da Nação. No caso da Exposição Universal de Xangai, o esforço dos países aspirou, também, referências arquetípicas. Buscou-se ativar significados culturais orientados pelo imaginário coletivo, estimulando o inconsciente da massa de visitantes e da imprensa⁸, que fez a cobertura diária do evento. A relevância de se referenciar, mesmo que indiretamente, em arquétipos, está no fato de que é neste espaço que os receptores se encontram e buscam conteúdos familiares para absorver mensagens recebidas. Logo, atendia aquilo que os países (do Ocidente) buscavam ao se colocar num ambiente onde as conexões pareciam tênues e remotas.

Neste artigo, abordarei três países que buscaram estabelecer tais conexões com diferentes discursos. Portanto, três exemplos analisados com base nos fundamentos da semiótica, que transpassa as fronteiras das relações culturais. Em um evento do porte do que foi a Exposição em Xangai, reunindo 189 países e 57 organismos internacionais, mais de 22.900 eventos e atividades culturais realizados, além de incontáveis debates técnicos e um

⁸ Dez mil jornalistas solicitaram credenciamento para cobrir a Exposição Universal de Xangai 2010, segundo o Departamento de Coordenação do evento. O número inclui 2 mil jornalistas de nacionalidades não chinesas.

imponente cenário digital⁹, a utilização da semiótica como base de análise comunicacional me parece a mais acertada. No meu entender, tais elementos são suficientes para indicar que, naquele ambiente, a comunicação foi percebida nos seus mais diversos sentidos. Principalmente, no de “realização em comum”, conforme enuncia Martino (2010), ao conceituar o termo etimologicamente.

Com o intuito de evidenciar as razões para a escolha do tema e da proposta de exame crítico, destaco o conceito emitido por Irene Machado, ao explicitar o que existe de semiótica na comunicação, ou em que sentido comunicação é *semiose*:

[...] vivemos num tempo em que a produção de signos ocorre em esferas de linguagem que estão muito longe de se limitar à palavra. Ideias, experiências, conceitos, vivências, materiais, ações, movimentos – enfim, uma diversidade de manifestações que são constantemente traduzidas em signos por meio da variedade de códigos culturais que não se limita à palavra mas abriga as codificações visuais, gestuais, sonoras, audiovisuais, cinéticos, digitais, enfim, formas de codificação criadas em função de necessidades comunicacionais da cultura. (In: HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2010, p. 285).

Ou seja, havendo mensagem (e uma profusão delas existiu no espaço geográfico e temporal da Exposição) é possível fazer uma apreciação semiótica. Selecionei os discursos apresentados pelo Brasil, pela China e pela Inglaterra, tanto no aspecto da transformação da informação em signo, quanto na geração de sentido e na construção de campos de significação, com o intuito de compreender as linguagens culturais utilizadas por cada um dos três países elencados.

2 Aldeia global

Lá nos idos anos do século XIX, as Exposições Universais mantinham um princípio educativo e, principalmente, de pólo científico, onde grandes descobertas eram apresentadas para reconhecimento e aclamação mundial, seja no campo das ciências exatas, seja no das ciências humanas. Em tais momentos, a comunicação emergia como o processo social mais básico de

⁹ Disponível em <http://en.expo2010.cn/>. Acesso em 05 jul. 2011.

produção e trocas simbólicas. Multidões testemunhavam, presencialmente, feitos inéditos, como o Palácio de Cristal em Londres, na Exposição de 1851, a Torre Eiffel na Exposição de Paris, em 1889, a projeção de filmes dos irmãos Lumière na Exposição de 1900, também em Paris, entre outras revelações do mundo industrial e, sem dúvida, arquitetônico.

Desde então, e ainda hoje, tais Exposições perpetuam um conteúdo imagístico e simbólico do inconsciente coletivo. Isto é, arquétipos foram reforçados em tais eventos, que também impactaram no surgimento de novas imagens arquetípicas, aqui no mais amplo conceito ditado por Carl G. Jung:

O que chamamos símbolo é um termo, um nome ou mesmo uma imagem que nos pode ser familiar na vida diária, embora possua conotações especiais além do seu significado evidente e convencional. (...) Assim, uma palavra ou uma imagem é simbólica quando implica alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato. Esta palavra ou esta imagem têm um aspecto "inconsciente" mais amplo, que nunca é precisamente definido ou de todo explicado. E nem podemos ter esperanças de defini-la ou explicá-la. Quando a mente explora um símbolo, é conduzida a idéias que estão fora do alcance da nossa razão. (JUNG, C. G., 1964. pp. 20-21.

Nutridas por símbolos, as Exposições continuam, inegavelmente, a cumprir importante papel de afirmação cultural, tanto para o anfitrião quanto para aqueles lá representados.

Como uma versão miniatura da teorizada aldeia global de McLuhan¹⁰, porém, num contexto físico-geográfico, isto é, todo o mundo contido num reduzido espaço territorial, a Exposição de Xangai em 2010 empregou a metáfora e a realidade, a configuração histórica e a utopia, citando IANNI (2010). Mas assim também o fez as versões anteriores das Exposições Universais, em menor ou maior grau.

Limitados territorialmente pelas extensões dos pavilhões que abrigavam o seu universo cultural, e também político-jurídico, os 189 países lá representados teceram uma versão distinta de "redes de signos, símbolos e linguagens, envolvendo publicações e emissões, ondas e telecomunicações" (IANNI, 2010, p. 125).

¹⁰ Psicólogo Canadense, Marshall McLuhan fundamentou proposições polêmicas, como "aldeia global", a ideia do meio ser a mensagem e das tecnologias como extensões dos sentidos humanos.

Nesse vilarejo de nacionalidades distintas, canais diversos foram utilizados para produzir mensagem, ou seja, transformar em informação signos diretos ou não, verbais ou escritos, visuais, certamente, entre outros. O primordial era gerar significado para os milhões de receptores, uma vez que as diferenças, e mesmo antagonismos culturais, certamente influenciariam na decodificação da mensagem. O que cada país procurava, mais do que interagir com o tema da Exposição, era garantir a imagem positiva da sua identidade no contexto vivido.

3 Textos que se inter-relacionam

Cada Pavilhão constituía, na Exposição Universal de Xangai, um espaço identitário único. Mesmo entre aqueles compartilhados por países, como era o caso do Pavilhão Conjunto para Américas do Sul e Central, abrigando 10 representações nacionais, ou o Pavilhão Comunitário Caribenho, contendo 14, havia uma unidade discursiva que conciliava, num todo, os elementos sobre os quais as nações presentes haviam acordado. No caso do Pavilhão Conjunto para a África, por exemplo, prevaleceu o discurso de descontração, tropicalidade, natureza conservada e exuberante, com imagens de florestas densas e animais de grande porte, reforçando um dos estereótipos existentes em relação àquela região do Globo. As 44 representações contidas no espaço utilizaram uma combinação de signos que remeteu a um discurso de rica diversidade biológica e cultural, com excelentes opções turísticas, evitando, obviamente, elementos associativos à memória dos estereótipos de pobreza, fome e lutas tribais espelhados no continente africano.

Todavia, dentro do espaço associativo, cada corpo (país) expôs discursos e imagens próprias, remetendo, contudo, ao ponto comum citado acima, construindo um sistema codificado que alçasse o propósito de gerar sentido e provocar interatividade com o público presente. Exemplo dessa tentativa estava no texto estabelecido por Seychelles, que ambientou sua área reforçando o estereótipo de paraíso natural – mar de águas límpidas e praias de areia branca e fina –, mas excluiu o de paraíso fiscal, onde a legislação facilita a aplicação de capitais estrangeiros. A representação da República Democrática do Congo, por sua vez, colocou na entrada do seu

espaço uma réplica de um enorme gorila da montanha, espécie em extinção e que já foi tema de filme em Hollywood em 1988. Ao visitante era permitido tirar fotos abraçado ao primata.

Tais exemplos servem para destacar a harmonia existente entre os discursos coletivos, isto é, dos países que compartilhavam um Pavilhão coletivo, e deste conjunto de países, bem como individuais, isto é, dos pavilhões representativos de uma única nacionalidade ou organização internacional, com o todo, isto é, com o discurso instituído para o evento: “Cidade Melhor, Vida Melhor”.

4 Um discurso lógico

De fato, o único que se diferenciava neste cenário previsível, de estruturas que procuravam destacar ícones e símbolos próprios, era o Pavilhão da Inglaterra, que optou por quebrar o padrão, arriscando “incomodar” o receptor com um texto que, na verdade, buscava ampliar o seu espaço cultural, estendendo seus limites ao extracultural¹¹.

Vamos entender essa construção: o país optou por uma estrutura de representação física, na Exposição, no formato de um cubo arredondado, formado por tubos transparentes, com 7,5 metros de comprimento e dentro dos quais colocou amostras de milhares de plantas. Nomeado Catedral de Sementes, o Pavilhão, conforme o discurso apresentado pelos responsáveis pelo projeto¹² tinha como objetivos principais ser uma construção cuja arquitetura manifestasse diretamente o conteúdo (científico) oferecido, bem como externar uma ideia simples, mas forte o suficiente para se destacar em meio à atividade frenética dos pavilhões concorrentes. Tais objetivos foram capturados em dois elementos interligados: natureza e cidade, sendo que a

¹¹ “A cultura [...] é construída como uma hierarquia de sistemas semióticos que possui, em sua volta, um arranjo de muitas camadas da esfera extracultural” (LOTMAN apud IASBECK, 1997, p. 74).

¹² Disponível em <http://www.heatherwick.com/uk-pavilion/>. Acesso em 17 jul. 2011.

Catedral de Sementes foi utilizada como uma plataforma para mostrar o trabalho do Royal Botanical Gardens e o chamado Millennium Seedbank¹³.

Ao se despir da representação de seus ícones mundialmente conhecidos e já arraigados no imaginário popular, como os guardas da Rainha, os táxis pretos, os ônibus de dois andares, as cabines telefônicas vermelhas e o Big Ben, a Inglaterra tentou quebrar um padrão e até desestabilizar a expectativa do público, atuando, deste modo, na “esfera dos textos fechados, pouco acessíveis ou completamente ininteligíveis” (MACHADO, 2003, p. 109).

A inusitada estrutura apresentada, que ganhou espaço na mídia (exatamente por isso), estimulou o público a conferir o ineditismo, alcançando popularidade nos seis meses do evento.

Assim sendo, é possível concluir que também o discurso não orientado para o receptor pode ter êxito, uma vez que a estratégia da Inglaterra de nortear-se pelo “falante”, em que o público “molda-se de acordo com o padrão do criador de textos” (idem), comprovou-se acertada. O país focou em signos secundários (Barthes classifica como sistema conotativo¹⁴) para construir o discurso de país com capacidade científica, que utiliza a base de conhecimento para o bem da humanidade. Sem citar que, esteticamente, a edificação era atraente e ambientalmente correta, pois dispensou o uso da energia para se iluminar à noite.

Em suma, podemos utilizar conceito ditado por Bauman para analisar o esforço da Inglaterra de encarar a construção de sua identidade como “um processo sem fim e para sempre incompleto [...], a identidade deve continuar *flexível* e sempre passível de experimentação e mudança” (2003, p. 61, grifo do autor).

¹³ O Banco de Sementes do Milênio reúne 10% das plantas mais ameaçadas do planeta. Projeto criado por botânicos ingleses em cooperação com 54 países. Disponível em <http://www.kew.org/science-conservation/save-seed-prosper/millennium-seed-bank/index.htm>. Acesso em 17 jul. 2011.

¹⁴ BARTHES, Roland. Elementos de semiologia. São Paulo, Cultrix, 2006.

5 Um discurso persuasivo

O Governo chinês, anfitrião da festa e determinado a superar todos os discursos nacionais presentes na Exposição, serviu-se de elementos culturais que remetiam à sua ancestralidade, mas também ao moderno, por meio de recursos tecnológicos surpreendentes. Para isso, empregou signos que remetiam a imagens mentais, perceptuais, óticas e gráficas.

A Coroa do Oriente, como foi nomeado o Pavilhão da China, tinha 20.000 m² e arrebatou pela mistura do tradicional ao design contemporâneo. A começar pelo telhado característico, feito com suportes ao estilo utilizado no país há 2.000 anos – camada sobre camada de madeira entre o topo de uma coluna e uma viga. Este componente estrutural original é um dos elementos mais importantes na arquitetura tradicional chinesa.

O vermelho da estrutura chamava atenção de longe; imponente como queria o Governo chinês. Dentro dele, havia elementos do desenvolvimento urbano da antiga China até os tempos modernos. A sabedoria que os chineses usavam para desenvolver as cidades foi demonstrada em vídeos. Outros artifícios multimídia serviram para contar histórias sobre a vasta migração da China a partir de áreas rurais, nos últimos 30 anos, e também para disseminar mensagens ricas em símbolos de tradição e de crenças, incluindo os conceitos confucianos..

A famosa "Cena de Qingming Riverside Festival" fez sua aparição no Pavilhão para ilustrar os encantos das ancestrais cidades chinesas. Baseado na obra original de Zhang Zeduan, da Dinastia Song (governou a China de 960 a 1127), um painel foi projetado em uma tela de mais de 120 metros de comprimento e seis metros de altura, mostrando todos os detalhes da pintura; porém, com animação, incluindo pessoas em movimento, água corrente, mercadorias expostas para venda, barcos seguindo pelo rio, entre outros pontos.

Numa China que cada vez mais se parece e se integra ao Ocidente – absorvendo a moda ocidental, expandindo o ensino do inglês, diversificando o comércio e os investimentos além Ásia, na África, na América Latina e nos Estados Unidos, ou mesmo atraindo grifes europeias e americanas para o

seu território – resgatar a ancestralidade pode ter um efeito imenso na sustentação da consciência identitária. Segundo Hall,

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. (1999, p. 51).

Hall observa, ainda, que à narrativa da cultura nacional está intrínseca à história da nação, com ênfase nas suas origens, tradições e intemporalidade. É isso que fez a China ao mostrar-se para seu próprio povo, e aos visitantes internacionais, reforçando o discurso de capacidade, eficiência e legitimidade, reforçada pelos seus 5.000 anos de história.

Para melhor entender esse discurso, vale a pena citar Irene Machado ao explicar Bakhtin, e o que ele classifica de “memória do gênero”. Segundo Irene “a existência da memória no anal de comunicação pode também estar associada com a reflexão, na estrutura de gêneros, das características da comunicação que algumas vezes podem ser reportadas ao período precedente” (2003, p. 111).

Logo, podemos dizer que a China buscou no dinamismo da cultura a fixação do seu passado. Para os jovens chineses que visitaram a Exposição, ou mesmo para aqueles de culturas distintas, perceber e festejar crenças milenares, mesmo sem nelas acreditar, é uma forma de concordância com o que está exposto.

[...] o homem continua a reagir às profundas influências psíquicas que, conscientemente, há de rejeitar como simples lendas folclóricas de gente supersticiosa e sem cultura. Mas é preciso irmos bem longe. Quanto mais detalhadamente se estuda a história do simbolismo e do seu papel na vida das diferentes culturas, mais nos damos conta de que há também um sentido de recriação nesses símbolos (HENDERSON In: JUNG, 1982, pp. 108-109)

Sim, a China foi pragmática e recheou seu discurso com símbolos que formam imagens “lindas, misteriosas e plenas de intuição” (JUNG, 2000, p. 19).

6 Um discurso sedutor

Recoberto com filetes de madeira entrelaçados e pintados de verde, tendo ao alto, em amarelo, o nome do Brasil escrito em mandarim, e ainda uma enorme tela, por meio da qual era possível ver e jogar futebol eletronicamente, utilizando para isso um aparelho celular, a fachada do Pavilhão do Brasil na Exposição de Xangai também ressaltava estereótipos do país (extensas florestas e pentacampeão da Copa do Mundo de Futebol) para reforçar a sua identidade na China. Internamente, outros signos reforçavam outros estereótipos: país do samba e das festas carnavalescas. O Brasil preferiu, portanto, moldar o seu discurso tendo em vista uma população que pouco o conhece.

A nossa imagem está muito associada a samba e futebol. Não há nenhuma imagem do Brasil como uma economia desenvolvida e com um setor industrial moderno. As pessoas desconhecem até o fato de o Brasil ser um grande produtor e exportador de aviões, embora a Embraer tenha uma joint venture aqui. (Entrevista do embaixador do Brasil na China, Clodoaldo Huguene, ao jornal Estado de São Paulo¹⁵)

Como a maior parte das Nações representadas no evento, o Brasil orientou-se pelo ouvinte e reforçou a imagem de abrigar uma população com uma “inverossímil alegria e espantosa vontade de felicidade” (Ribeiro, 1995, p.19), bem como possuidor de uma diversidade biológica cobiçada. Não que o brasileiro seja um conservador nato e se importe muito com suas palmeiras, ou com o canto do sabiá. Mas porque é essa a imagem há muito projetada internacionalmente. Tanto no aspecto de ser um país “privilegiado pela natureza para produzir artigos tropicais” (Ribeiro, 2007, p. 245), quanto no aspecto da vastidão das matas, da fartura da água e da imensa extensão territorial.

Essa escolha (talvez) simplista deve, no entanto, ser analisada. Conforme Irene Machado, “assim como se pode criar texto orientado para a “posição do falante” ou para a “posição do ouvinte”, um direcionamento

¹⁵ Disponível em

http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20081103/not_imp271303,0.php. Acesso em: 20 jul. 2011.

semelhante pode ser inerente a determinadas culturas como um todo” (2003, p. 109).

No Brasil, se voltar para o ouvinte no momento de se expor internacionalmente é usual e traz algumas vantagens. Uma delas está no fato de que no país, que deseja “ser o povo mais brando e mais comportado do mundo” (HOLANDA, 1995, p. 177), se apegando a “princípios tidos universalmente como os mais moderados e os mais racionais” (idem), voltar-se para o ouvinte e selecionar nele referenciais que contribuam para modelar um discurso com teor de afeto e sedução é um esforço natural e até instintivo. Afinal, o Brasil, como observa Celso Lafer, é um país “propenso à integração cultural e razoavelmente aberto ao sincretismo da diversidade” (2004, pp. 39-40).

Outro ponto relevante está no fato de que manter o discurso atrelado a clichês e, coerentemente, a ícones primários, afastando-se dos detalhes e optando por uma visão mais ampla, distante, reduz a necessidade de ser fiel a minúcias que provoquem ruído na comunicação. Pois, em tais construções, conforme explica Irene Machado, “os textos serão forçados a aspirar a uma convencionalidade mínima e imitarão o socialmente dado, orientando-se conscientemente para o tipo de mensagem “nua”, [...]. O “autêntico”, o “verdadeiro” e o “simples” serão considerados as características axiológicas mais importantes” (2003, p.109).

Para completar esse pensamento, é fundamental lembrar o que diz Bakhtin em relação à postura do emissor quando fala ao receptor, criando o seu discurso pelo que presume do ouvinte. Sobre isso, Irene Machado observa que é preciso distinguir o papel do falante e do ouvinte no processo de comunicação, uma vez que cada um tem o seu papel, embora, por vezes, intercambiáveis. “Como diria Bakhtin, no circuito dialógico da comunicação o ouvinte é um falante potencial: tão logo seu interlocutor toma a palavra, ele passa a transformar seus próprios estados cognitivos, interpretando os enunciados gerados pelo enunciador” (2003, p. 144).

7 A racionalidade e o provável

Interpretar o que se passou na Exposição de Xangai, e como os países tentaram se apresentar de forma diferenciada, isto é, ser a diferença do outro e, portanto, identificável, vale uma análise mais profunda, inclusive, fora do contexto vivido naquele momento, uma vez que a globalização coloca as Nações em estado permanente de convivência, troca, influência, conflito e concórdia, dependendo dos interesses em questão. Foram 184 dias de evento e uma enorme necessidade, nutrida por cada participante, de ser reconhecido e, para isso, se identificar pela contracultura. Ou melhor, pelo que tinham de mais genuíno e original.

Embora estivessem todos os 189 países disputando público e espaço, como acontece com barraquinhas de uma pequena festa paroquial, a Exposição foi um retrato fiel da globalização, seus problemas e vantagens, tão bem descritos por Ianni. Para ele, “são múltiplas as possibilidades abertas ao imaginário científico, filosófico e artístico, quando se descortinam os horizontes da globalização do mundo, envolvendo coisas, gentes e idéias, interrogações e respostas, explicações e intuições, interpretações e previsões, nostalgias e utopias”. (2010, pp. 14-15).

Mas Ianni é ainda mais sagaz ao buscar McLuhan para colocar seu pensamento de forma mais óbvia, lembrando que “hoje passamos da produção de artigos empacotados para o empacotamento de informações. Antigamente invadíamos os mercados estrangeiros com mercadorias. Hoje invadimos culturas inteiras com pacotes de informações, entretenimentos e idéias”. (MCLUHAN apud IANNI, 2010, p. 17).

E foi exatamente o que aconteceu com as Nações reunidas na China, que cumpriram com a obrigação de narrar suas histórias tal como aparecem nos livros, na mídia e na cultura popular. São “[...] imagens, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à Nação” (HALL, 1999, p. 53).

O que se construiu lá poderia ser descrito como um poliglotismo cultural, como observa Irene Machado quando discorre sobre a real

existência da cultura, que implica na convivência de textos transmitidos pela tradição cultural com novos textos (2003, p. 113).

Cumprindo o desafio de se integrar sem perder sua identidade, sem se diluir, cada país forjou uma parte do quebra-cabeça identitário que foi a grande Exposição de Xangai. Aquilo que Bauman utiliza para afirmar que uma identidade não pode ser formada de maneira similar à montagem de um quebra-cabeça. Segundo ele, “não se começa pela imagem final, mas por uma série de peças já obtidas ou que pareçam valer a pena ter, e então se tenta descobrir como é possível agrupá-las e reagrupá-las para montar imagens agradáveis”. (2005, pp. 55-56). O fundamental, explica Bauman, é ter claro o que se pode alcançar com os recursos que se tem, seguindo a “lógica da racionalidade *instrumental* (selecionar os meios adequados a um determinado fim)” (idem, grifo do autor).

O resultado da análise aqui feita mostra que apesar de toda a sofisticação alcançada pela sociedade, ocidental e oriental, os discursos nacionais em grandes eventos culturais ainda são, em sua maioria, conduzidos pelo mais primário sentimento de envolver rápida e emocionalmente o público. A ousadia perdeu para a necessidade de ser compreendido. O que se viu, massivamente, foram discursos que conduziram para a perpetuação de imagens já contidas no imaginário popular. As poucas possibilidades de mudar o discurso com pequenas entropias, como fez a Inglaterra, são ideias passíveis de experimentação, e podem dar bons resultados. Mas, mesmo no século XXI, com o nível de globalização alcançado no mundo, tais soluções ainda são infrequentes. E isso ficou claro na Exposição de Xangai.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade. A busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2003.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. **A saia de Marilyn: do arquétipo ao**

estereótipo nas imagens midiáticas. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v. 12, n. 1, jan/abr 2009. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/365/321>.

CHANG, Changfu. **Asian Communication Tradition and Communicative Rationality: Rethinking Models for Intercultural Studies.** 2007. Tese (Intercultural Communication Studies). International Association for Intercultural Communication Studies, Pensilvânia, EUA, 2007.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HENDERSON, Joseph L. Os mitos antigos e o homem moderno. In: JUNG, Carl. (Org.). **O homem e seus símbolos.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação. Conceitos, Escolas e Tendências.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

HOLANDA, Sergio Buarque. **Raízes do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. **A Administração da Identidade. Um estudo semiótico da comunicação e da cultura nas organizações.** 1997. 228 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica. São Paulo.

JUNG, Carl. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia.** Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LAFER, Celso. **O Povo Brasileiro. A Formação e o Sentido do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

MACHADO, Irene. **Escola da Semiótica. A experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura.** Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2003.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 8 – 2011.1

RIBEIRO, Darcy. **As Américas e a civilização**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

TREVISAN, Claudia. Empresário brasileiro desconhece a China. **O Estado de São Paulo**, São Paulo. Disponível em:

http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20081103/not_imp271303,0.php

Acesso em: 20 Jul. 2011.