

A representação da globalização nos filmes *Dot.com* e *Babel*

Denize Correa Araujo, PhD – Universidade Tuiuti do Paraná - Brasil

Resumo

A proposta deste artigo é analisar a representação da globalização provocada pela mídia nos filmes *Dot.com*, do cineasta português Luís Galvão Teles, e *Babel*, de Alexandro González Iñárritu, diretor mexicano. Ambos os filmes, através de dois suportes midiáticos, contemplam o processo global que a sociedade contemporânea enfrenta na disseminação de notícias. Em *Dot.com*, a mídia a ser analisada é a Internet, que provoca questões sobre lusofonia, ao passo que, em *Babel*, a televisão será o objeto de análise. O objetivo geral é conduzir um estudo das aplicações teóricas de Arjun Appadurai e Roland Robertson, de caráter dialético e comparativo, com o intuito de verificar até que ponto a Internet e a TV convergem. Como objetivo específico, são enfatizadas as consequências das intervenções midiáticas nos personagens de ambos os filmes. Embora com estratégias diversas, ambos questionam identidade e nacionalidade. Os conceitos de “scapes” de Appadurai, com ênfase em mediascape e ethnoscape fundamentam este estudo, no que se refere à intervenção das mídias em ambos os filmes em questão, assim como o conceito de “glocalização” desenvolvido por Roland Robertson, que embasa a análise das negociações e mediações sobre identidade entre o local, o regional, o nacional e o global, que permeiam os argumentos dos filmes aqui analisados.

Palavras-chave: representação, glocalização, mediascape, ethnoscape, lusofonia.

Denize Correa Araujo é PhD em Literatura Comparada, Cinema e Artes pela University of California, Riverside, USA. Coordena o Programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.

Abstract

The objective of this paper is to analyze the representation of globalization provoked by the media in the films "Dot.com", by the Portuguese director Luis Galvão Teles, and "Babel", by Alexandro González Iñárritu, Mexican director. Both the films, through two media, portray the global process contemporary society has to face in the news broadcasting system. In "Dot.com", the media in analysis is the Internet, which raises lusophony questions, while in "Babel" it is the television the object of the analysis. The overall purpose of the paper is to apply the theories of Arjun Appadurai and Robert Robertson, dialectically and comparatively, in order to verify to what extent the Internet and the television converge. The specific purpose is to emphasize the consequences of the mediatic interventions upon the characters in both films. Although using different strategies, both question identity and nationality. The "scape" concepts of Appadurai, mainly mediascape and ethnoscape, are the basis of this study, in what they refer to the results of the media interventions, as well as the concept of "glocalization" developed by Robertson, which supports the analysis of negotiations and mediations about identity among the local, national and global spheres that permeate the arguments of the films under analysis.

Key words: representation; glocalization; mediascape, ethnoscape and lusophony.

Com o advento da Internet, problemas locais são vistos internacionalmente, e assuntos internacionais se propagam rapidamente por todos os países que oferecem aos seus habitantes acesso à rede. Esse processo é bastante explicitado no filme *Dot.com*, do diretor português Luís Galvão Teles. A criação do site “aguasaltas.com”, no vilarejo de Águas Altas, Portugal, não pretendia ser mais do que um meio de comunicação, com vídeos documentais que divulgassem depoimentos de seus 200 aldeões, para facilitar a construção da estrada que havia sido bloqueada pela barragem. Contudo, transformou-se em objeto de polêmica quando uma multinacional descobriu que não poderia usar o mesmo nome, apesar de já ser famosa pela sua produção de água mineral “Águas Altas”. De local, o site passa a ser assunto global, envolvendo diversos pareceres e opiniões, favoráveis ou não à permanência do site. O problema toma maiores proporções com a vinda da televisão, para entrevista com os moradores, que tiveram que se posicionar, alguns impulsionados pelo nacionalismo e pela lusofonia, outros pelo seu posicionamento desfavorável ao governo português, representado no filme como ineficiente, outros ainda levados pela idéia de poderem contar com uma ajuda financeira que iria beneficiar a vila.

Como Roland Robertson propõe, “globalização, como tema, é um verbete conceptual para o problema da ordem mundial, no sentido mais amplo... trata-se de um fenômeno que requer nitidamente aquilo que se chama convencionalmente tratamento interdisciplinar” (Robertson, 1999: 26). Para o autor, “a distinção entre o global e o local está se tornando muito complexa e problemática, a tal ponto que deveríamos agora falar em termos como da institucionalização global do mundo vital e a localização da globalidade” (Robertson, 1999: 27).

Difícilmente o problema abordado em *Dot.com* teria acontecido, caso a vila tivesse um folhetim impresso ao invés de um site. Nesse caso, nunca teria suscitado a atenção que teve em relação às necessidades locais. Por estarmos acostumados com a atuação abrangente da rede, não avaliamos concretamente seu poder. O endereço do site, levando a quem pudesse interessar seu conteúdo e forma, encontrou os diretores da multinacional que, a princípio, menosprezaram a capacidade de aglutinação dos moradores da vila. Impelidos mais pelo desejo de vencer a polêmica do que de debater seriamente sobre as conseqüências, a vila finalmente se uniu depois de perceber que suas opiniões individuais não conseguiriam chegar a um consenso. A manutenção do

site se transformou em ponto de honra, culminando na decisão final, cuja proposta afirmou a independência financeira da aldeia, ao recusar a ajuda do governo, o que deixou explícita a falta de confiança na promessa do representante do governo. A luta pela posse do site foi acompanhada pela Internet e pela televisão, duas mídias poderosas que podem manipular dados e opiniões e persuadir espectadores e usuários da rede, mas foi a televisão que levou ao mundo as entrevistas e imagens do vilarejo.

A televisão foi também a mídia que propagou ao mundo o problema do tiro que atingiu a turista americana, no filme *Babel*, fazendo com que os olhares convergissem para um vilarejo minúsculo, onde duas crianças inadvertidamente brincavam com uma arma. A notícia de que havia sido um atentado terrorista causou a morte de um dos irmãos e ocasionou a procura da arma e de seu dono, envolvendo quatro países em sua ânsia de achar e punir um culpado.

Quando o casal de turistas americanos decidiu viajar para um lugar distante, a idéia era de conhecer um país diferente, exótico, e de cenários diversos aos seus. A atitude especialmente da esposa, no entanto, demonstrou sua preocupação em não se deixar contagiar pelo ambiente local. Seu cuidado extremo com as bebidas e comidas deram lugar à sua pseudo-aceitação da cultura estrangeira quando sua situação se tornou dramática. Após o tiro, foi impossível sua volta aos Estados Unidos ou a qualquer lugar que tivesse um mínimo do conforto ao qual estava acostumada. Mesmo com a possibilidade financeira, não havia condições de sua remoção imediata.

Desterritorializados, os viajantes pediam ar condicionado no ônibus e reclamavam da falta de comunicação e de resolução dos problemas. O que até então havia sido um palco encantado para deleite de turistas foi aos poucos revelando suas fraquezas, na espera interminável da viagem, e na falta de recursos médicos e de estrutura básica para manutenção de suas necessidades.

Das cinco dimensões do fluxo da cultura global, “ethnoscapes, mediascapes, technoscapes, financescapes e ideoscapes” (em tradução equivalente como etnopanoramas, midiapanoramas, tecnopanoramas, finançopanoramas e ideopanoramas), acredito que as duas primeiras são as que melhor explicam o fenômeno ocorrido no filme *Babel*. Arjun Appadurai, pesquisador indiano, explica que, para esses conceitos, considerou o posicionamento histórico, lingüístico e político das diferentes espécies de agentes: “os estados nacionais, as multinacionais, as comunidades

diaspóricas, bem como os grupos e movimentos subnacionais (religiosos, políticos ou econômicos, e até mesmo os grupos intimamente mais relacionados, como as vilas, os bairros e os grupos familiares (Appadurai, 1999: 312). Através dessas paisagens, segundo o autor, podemos não só visualizar as formas regulares como as fluidas e desterritorializadas.

A desterritorialização, para o autor, diz respeito a imigrantes que deixam seus países e vão a outros em busca de melhores condições de vida, sentindo-se perdidos no novo cenário. No caso do filme *Babel*, no entanto, estou usando o conceito para indicar a posição do casal americano que está bem longe de casa, ansiando por sair da situação incômoda em que se encontra. Normalmente, no caso de imigrantes, há uma reterritorialização após certo tempo, o que não acontece nem com o casal nem com os outros turistas, que não procuram entender a situação e se reconhecem vítimas da situação. Appadurai inclui a situação de turistas em seu conceito de “ethnoscapes”, à medida em que os processos e resultados afetam a política interna, o que é o caso do filme, embora nesse ponto tenhamos que incluir o papel da mídia, que criou um tumulto muito maior do que o dos turistas.

Os midiapanoramas proporcionam, especialmente sob as formas de televisão, de filmes e de cassetes, vastos e complexos repertórios de imagens, de narrativas, e de etnopanoramas para os espectadores do mundo inteiro, nos quais o mundo de commodities, das “notícias” e da política estão profundamente misturados. O que isso representa é que muitas platéias do mundo inteiro conhecem a própria mídia como um repertório complexo e entrelaçado de impressos, de celulóides, de telas eletrônicas e de quadros para cartazes e anúncios. (Appadurai, 1999: 315)

No filme em questão, é exatamente o que acontece. Os conceitos de “ethnoscapes” e “midiascapes” se misturam, e a mídia envolve os espectadores em um mundo criado por eles mesmos, fazendo com que os turistas pareçam reféns do país onde estão, e a situação se intensifique. Ao invés de procurar soluções, a mídia maximiza e tira suas próprias conclusões, o que resulta em um conflito ainda maior entre as partes envolvidas e na mente dos espectadores, que acreditam estar presenciando cenas de um ataque terrorista. A brincadeira infantil se transforma em crime internacional. Como conclui o autor:

As linhas entre os panoramas “realistas” e os fictícios que os espectadores vêem estão embaçadas, de forma que, quanto mais afastadas estão as platéias das experiências diretas da vida das metrópoles, tanto maior a probabilidade elas têm de arquitetar “mundos imaginários” quiméricos, estéticos e até mesmo fantasmagóricos, principalmente se forem avaliados pelos critérios de alguma outra perspectiva, de algum outro “mundo imaginário”. Os midiapanoramas, sejam eles produzidos por grupos privados ou por interesses do estado, tendem a ser relatados em fitas da realidade,

centralizados nas imagens e baseados em narrativas, e o que os mesmos oferecem aos que os conhecem e os transformam é uma série de elementos (tais como personagens, enredos e formas textuais), dos quais podem ser formados scripts de vidas imaginárias baseadas no próprio ambiente dos espectadores ou de espectadores que vivem em outros ambientes. (Appadurai, 1999: 315-316)

Enquanto em *Babel* a televisão age de forma globalizante, isto é, do global ao local, partindo de pressupostos e dando informações confusas que só criam mais polêmica, em *Dot.com* a repórter Ana procura ir ao local para colher suas informações em processo inverso, do local ao global. Os resultados evidenciam os processos. Em *Dot.com* as decisões são tomadas pelos habitantes da vila e então disponibilizadas, como o conceito de “glocalização”, ao passo que em *Babel* a globalização não permite a evolução normal da investigação.

O conceito de “ideoscapes” de Appadurai explica parte do processo de *Dot.com*. Como o autor define, “os ideopanoramas são também idéias concatenadas, porém muitas vezes são diretamente políticas e se relacionam às ideologias dos estados e às contra-ideologias” (Appadurai, 1999: 316), que é o que acontece no filme, quando os moradores analisam a situação política e geográfica do local, em relação à promessa do representante do governo, decidindo não acreditar na mesma, o que evidencia um longo processo de promessas não cumpridas.

O autor continua sua explanação ao comentar que

as narrativas políticas que governam a comunicação entre as elites e os seguidores em diferentes partes do mundo envolvem problemas tanto de natureza semântica como de natureza pragmática: semântica, na medida em que as palavras (e seus equivalentes léxicos) exigem uma tradução cuidadosa de contexto para contexto, em seus movimentos globais; e pragmática, na medida em que o uso dessas palavras pelos agentes políticos e pela sua platéia pode estar sujeito a conjuntos muito diferentes, de convenções contextuais que intermedeiam a sua tradução para a política pública. (Appadurai, 1999: 316)

Os dois filmes convergem no sentido do prosseguimento de ambos os processos, que se iniciam localmente e se transformam em polêmicas políticas, envolvendo outros países. Apesar da condução diferenciada já mencionada anteriormente, em *Babel* do global ao local e em *Dot.com* do local ao global, ambos os processos envolvem questões de identidade, nacionalidade e comunicação. Em *Dot.com* há uma defesa de direitos nacionalistas que ultrapassa o local e o assunto em pauta. Em meio às discussões, há um morador que diz: “nosso país não está à venda”, quando o assunto em questão era apenas a posse do site. Também em *Babel* há uma defesa exacerbada dos direitos do

casal americano, enquanto nada é dito quanto aos direitos das duas crianças em questão ou do dono inicial da arma, que mora no Japão.

O que mais diverge nos dois filmes, contudo, é o conceito de “glocalização”, aqui usado para explicar a interação da globalização com os interesses locais. Para discutirmos esse conceito nos filmes, é necessário contextualizá-lo para em seguida adaptá-lo aos filmes em questão. O consultor internacional de empresas Gilbert Gilles Gerteiny, em seu artigo “Mundialização, globalização, localização e glocalização”, cita dois pesquisadores que elaboraram esse conceito. Roland Robertson, já citado anteriormente neste estudo, define a “glocalização” como sendo a mistura entre global e local, evitando que o termo “local” fique muito restrito e simplista e que o termo “global” se transforme em propriedade das multinacionais. Para o sociólogo da Universidade de Aberdeen, Escócia, “glocalização” é a globalização que deve considerar as realidades locais. Blaise Galland, sociólogo suíço nascido em Montevideu, define o processo de “glocalização” de outra maneira, como sendo o “duplo processo no qual a cidade abdica de sua função de produção, de câmbio e de tratamento da informação e se desloca no ciberespaço desenvolvendo conseqüentemente novas formas de organizações sócio-espaciais no nível local” (Gerteiny online).

Adaptando esses dois enfoques à análise do filme *Dot.com*, proponho que o filme representa o conceito de “glocalização” como a forçada adaptação da multinacional espanhola aos interesses locais da pequena aldeia de Águas Altas, que passou do estágio de nem constar do mapa a ser o centro do debate, iniciado pelo espaço da Internet, uma mídia poderosa que não se restringe aos grandes centros e pode ser uma solução viável para divulgação de projetos locais. Neste ponto, concordo com Gerteiny quando este afirma que “ao provocar resistência a si própria--suscitando um movimento mundial de contestação--a globalização, ironicamente e paradoxalmente, termina contribuindo para a concentração de atenção sobre as realidades locais” (<http://mercado-global.blogspot.com/2007/06>).

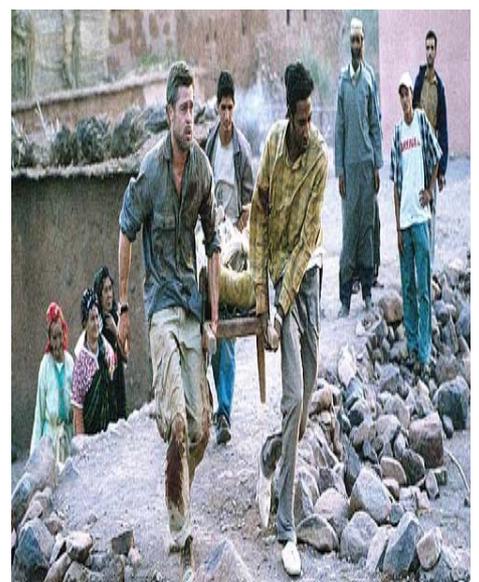
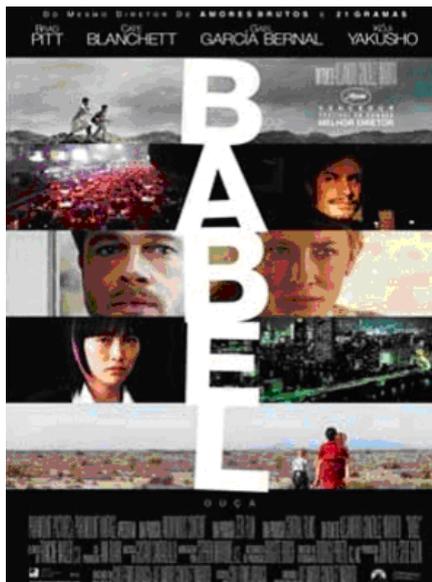
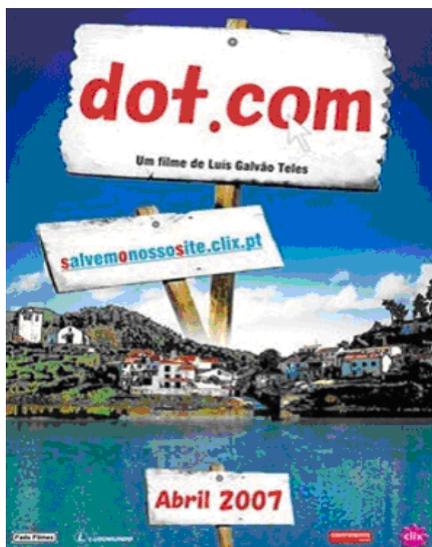
A empresa multinacional Drinam, achando-se detentora dos direitos da marca registrada da água mineral Águas Altas, ao impor sua soberania obrigando a aldeia a pagar uma indenização de 500 euros, provocou um movimento contra si mesma, forçando uma reflexão generalizada sobre o poder das multinacionais e a sobrevivência local de pequenas aldeias. Em uma semana, debates e discussões acirradas sobre o tema

agitaram Águas Altas, o lugarejo que recebeu a visita da imprensa e ficou conhecido por todos em Portugal e na Espanha. O conflito, como diz Gerteiny (analisando outros casos, mas podendo ser adaptado a este), concentrou sua atenção sobre a realidade local, que finalmente decidiu impor sua soberania nacional, evitando o pagamento da indenização e exigindo que a multinacional arrendasse seu site por dez anos.

Em *Babel*, a divulgação da mídia e a manipulação das informações, mais pressupostas do que analisadas em seu contexto original, não permitem o mesmo processo de “glocalização”. Ao contrário, o local e suas peculiaridades devem se adaptar e serem julgados pelo que a mídia os transforma. As conseqüências são desastrosas, provocando morte e deportação, em processo provocado pelo jornal televisivo e sua aceleração de notícias sobre o acontecido que, como em *Dot-com*, coloca um simples lugarejo na Tunísia em posição de destaque internacional mas, ao contrário de *Dot.com*, não considera o contexto local como importante, privilegiando interesses políticos com os Estados Unidos e sua estereotipada prepotência nacional. Se um árabe fosse baleado inadvertidamente nos Estados Unidos, a situação certamente não seria conduzida da mesma maneira.

No que se refere à questão da lusofonia, o filme *Dot.com* expressa a questão de soberania nacional de maneira clara e contundente. Após desconfianças e incertezas que chegam a afetar relacionamentos entre casais, a decisão é unânime quando se trata de invasão da Espanha. Ao ser lembrado o fato da invasão espanhola de 1580, alguns levantam a possibilidade de logo estarem falando espanhol e o caso se decide a favor de lutar pelo site e pelo idioma nacional. O diretor Galvão Teles, em entrevista sobre seu filme, destaca a personalidade dos “agualtenses”, comentando que a questão é mais do que a identidade nacional, é uma oposição a tudo que venha de fora e tente se impor. O diretor enfatiza que é como se os aldeões dissessem que não aceitam ordens de ninguém, o que é corroborado pela fala de um dos moradores, que diz: “devemos pensar com nossas próprias cabeças”. Galvão Teles conclui dizendo que a filme é também uma homenagem à personalidade própria das pessoas da aldeia (Levi, entrevista). Em *Babel*, por outro lado, a mídia é bem mais invasora e direciona telespectadores, espetacularizando e maximizando dados, sem ter certeza dos fatos, com pressuposições prejudiciais.

Para concluir, acredito que os dois filmes, *Dot.com* e *Babel*, compartilham dos mesmos temas e convergem em representar episódios equivalentes, mas divergem em suas resoluções. O que no primeiro é resolvido sem danos físicos, no segundo a situação é levada a catástrofes bem mais extensas e significativas que o conflito inicial. A análise dos dois filmes leva à conclusão que os processos de globalização nem sempre são negativos como podem parecer, e que a mídia tanto pode ser utilizada de maneira positiva como provocar danos irreparáveis.



Bibliografia

Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.

Appadurai, Arjun (1999). “Disjunção e diferença na economia cultural global”. In Mike Featherstone, org. *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, pp. 311-327.

Hamelink, Cees (1983). *Cultural Autonomy in Global Communications*. NY: Longman.

Robertson, Roland (1999). “Mapeamento da condição global: globalização como conceito central”. In Kike Featherstone, org. *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, pp. 23-41.

--- (1997). “Social Theory, Cultural Relativity and the Problem of Globality”. In Anthony D. King, ed. *Culture, Globalization and the World System*. London and NY: Routledge.

---. (1990b) “Globality, Global Culture and images of world order. In H.Haferkamp and N. Smelser, eds. *Social Change and Modernity*. Berkeley: Univ of California Press.

Webgrafia

Dot.com. www.interfilmes.com

Gerteiny, Gilbert Gilles. “Mundialização, globalização, localização e glocalização”. <http://mercado-global.blogspot.com/2007/06>.

Levi, Daniel. Dot.com. O Globo Online. <http://oglobo.globo.com>

Lusofonia. <http://portugal.gov.pt/Portal/PT/geral/Lusofonia>

Filmografia

Babel – França, EUA, México, 2006

Diretor: Alejandro González Iñárritu

Roteirista: Guillermo Arriaga, Alejandro González Iñárritu

Elenco: Brad Pitt, Cate Blanchett, Mohamed Akhzam, Peter Wight, Harriet Walter, Trevor Martin

Dot.Com – Portugal, 2007

Diretor e Roteirista: Luis Galvão Teles

Elenco:

Isabel Abreu, María Adán, Pedro Alparça, Rui Luís Brás, Margarida Carpinteiro. José Conde, Tony Correia, Marco Delgado, José Eduardo, Lia Gama, Maria José, Adriano Luz.