

EXPERIÊNCIA DE MIDIATIZAÇÃO REGIONAL DA FESTA DE SANT JORDI PELA EMISSORA BETEVÉ (BTV) EM BARCELONA

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho

INTRODUÇÃO

Os eventos festivos tradicionais têm se mostrado como um ótimo cenário para reprodução imagética e documental pelos meios de comunicação de massa na atualidade. Com o intuito de fazer uma reflexão a respeito desse constante processo de midiática, tomamos como interesse principal nesse âmbito, a experiência da midiática regional a partir de uma emissora de televisão pública espanhola, a Barcelona TV (Betevé), a respeito de uma manifestação cultural de uma região de grande importância da Espanha, a Catalunha. Trata-se do evento comemorativo ao padroeiro da região, Sant Jordi, realizado todo dia 23 de abril, festejado juntamente com o que mais recentemente passou a ser conhecido como o festival dos livros e das rosas.

O artigo se realiza a partir de pesquisa bibliográfica sobre a temática cultural, festiva e comunicacional; sob o qual tomamos como ponto de partida a leitura do artigo “A festa de Sant Jordi no jornal La Vanguardia” das autoras Isabel Travancas e Marta Scherer, que contém a análise que fizeram na edição do festival do ano de 2017, a qual tomamos como referência para análise da repercussão midiática do evento, a partir do olhar de uma emissora de televisão pública regional, a fim de perceber o quanto a emissora esteve presente durante a sua realização em termos de cobertura, matérias, reportagens e envolvimento com o público e telespectadores do festival. Para tal compreensão, realizou-se levantamento, através de sua página¹³⁹ oficial na web, dos conteúdos abordados pela emissora Betevé sobre a Festa de Sant Jordi nos dias de véspera e na própria data do evento do ano de 2017.

139 Disponível em: <https://beteve.cat/>. Acesso em: 14 de abril 2021.

A MIDIATIZAÇÃO COMO CONCEITO

A midiática é um conceito amplo presente no campo da Comunicação que está cada vez mais disseminado desde o aprofundamento do fenômeno da globalização no mundo contemporâneo. O avanço das economias capitalistas e das tecnologias vem repercutindo nos últimos anos e penetra no cotidiano social e nas relações humanas. Os meios de comunicação tradicionais na atualidade disputam espaço com as denominadas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) como novos meios e formas de comunicação, o que contribui para complexificar ainda mais o espaço midiático dessa nova era digital.

Segundo estudiosos do fenômeno, a midiática acontece quando o uso das técnicas, mecanismos e demais estratégias do campo oficial da comunicação midiática saem de seu domínio laboral exclusivo e passam a ser praticamente de domínio público, fazendo parte da rotina diária e das formas de interação dos agentes sociais em suas práticas cotidianas, de modo que os atores sociais podem assumir variadas posições em determinados momentos, oferecendo maior flexibilidade ao campo midiático. Sobre o assunto, a jornalista e estudiosa de comunicação midiática Fabiane Sgorla (2009) esclarece:

Os atores sociais individuais e coletivos (originários de campo sociais não midiáticos) passaram a utilizar as tecnologias midiáticas como mediadoras de suas práticas diárias e até das relações particulares, as quais agora estão coligadas à lógica midiática. (SGORLA, 2009, p. 62).

Nesse sentido, o conceito de midiática ultrapassa o simples ato de fazer propagar e divulgar determinada informação por meio da imprensa e mídia convencional (jornais, revistas, rádio, televisão) e atinge o tecido social em suas mais diversas atividades desempenhadas na vida diária.

A "midiática" estimula uma espécie de "processo de afetação" em que as tecnologias midiáticas, os meios de comunicação social tradicionais e os atores sociais individuais e coletivos acabam por implicar-se mutuamente e de modo não-linear, diluindo as fronteiras de quem é quem. Assim, as alterações surgidas pelos "processos de midiática", tanto podem afetar e reconfigurar as práticas e relações sociais dos atores individuais e coletivos, como repercutir nos fenômenos recorrentes no próprio campo protagonista da midiática – o campo das mídias – pelos meios de comunicação social mais tradicionais. (SGORLA, 2009, p. 64).

Ocorre que o processo de midiaticização não acontece sem que se tenha algum tipo de planejamento com objetivos e finalidades bem definidos por trás, já que sempre que se torna algo público há o intuito de garantir visibilidade e também relevância a determinado conteúdo. Dentro desse cenário extremamente visibilizado e midiaticizado pelas tecnologias em curso, o ritmo da sociedade se movimenta de acordo com a velocidade dos novos meios. Assim explica o professor e pesquisador Fausto Neto (2006):

A sociedade na qual se engendra e se desenvolve a midiaticização é constituída por uma nova natureza sócio-organizacional na medida em que passamos de estágios de linearidades para aqueles de descontinuidades, onde noções de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidades. (FAUSTO NETO, 2006, p. 3)

Para a midiaticização acontecer é necessário um suporte (não necessariamente, mas cada vez mais tecnológico) que garante a manutenção da cultura midiática. Segundo o sociólogo argentino Eliseo Verón, que foi um dos primeiros a estudar o conceito ainda na década de 1980, a internet é uma das grandes responsáveis pelo processo digital em curso através do uso de plataformas ou dispositivos eletrônicos que promovem uma possibilidade maior de acesso um pouco menos desigual às instituições, à cultura e ao conhecimento. Sob esse olhar, o sociólogo brasileiro Muniz Sodré é capaz de definir o conceito da seguinte forma:

Uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação a que poderíamos chamar de 'tecnointeração', caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. (SODRÉ, 2002, p. 21).

É, então, dentro de um território global que acontece o processo de midiaticização em que estão em constante fluxo de atividades e interação diversos segmentos; comparados a uma espécie de jogo de tabuleiro, que dentre os participantes, estão os meios de comunicação tradicional, a sociedade, as tecnologias midiáticas e os agentes sociais dentro de suas esferas de atuação.

Por fim, entendemos que o processo de midiaticização está muito atrelado à produção de sentidos das relações humanas que acontecem através de um modelo de

uso das relações técnicas disponíveis na realidade presente, tendo consciência de que o apressado desenvolvimento tecnológico promovido pela ação humana também condiciona ao próprio ser humano e afeta a toda uma massa coletiva no sentido de reorganização de costumes e hábitos como um amplo sistema de intercessões dentro da esfera social.

A REGIÃO: BARCELONA – CATALUNHA

A Espanha é um país extenso e significativo do continente europeu, possui uma história marcada por disputas, conquistas e reinados. Possui grande riqueza natural e cultural. Sua maior cidade é Madri, que também é a capital do Reino da Espanha e atualmente possui importantes espaços urbanos espalhados pelo país, como Sevilha, Barcelona, Valência e Granada, com um total de dezessete comunidades autônomas com variações linguísticas.

Para o estudo de caso de interesse deste trabalho, destacamos a região da Catalunha, situada a leste do país e que possui dois idiomas oficiais, o Castelhanos (ou Espanhol) e o Catalão. A região da Catalunha dispõe de quatro províncias principais: Lérida, Girona, Barcelona e Tarragona, sendo Barcelona a sua principal cidade e também a sede capital da referida comunidade autônoma.

Imagem 1– Localização geográfica da região da Catalunha



Fonte: <http://www.adelsonmeira.com.br/2017/10/10/mundo-catalunha-declara-independencia-em-relacao-espanha-mas-suspende-efeitos/>. Acesso em 05/07/21.

A Catalunha desfruta de uma grande beleza natural; observada, sobretudo, a partir de sua extensa faixa litorânea a ser explorada pelas praias banhadas pelo oceano mediterrâneo. Entretanto a capital da região se destaca ainda mais pela sua riqueza arquitetônica e cultural encontrada em diferentes edificações antigas e modernas, além de inúmeros museus e da valorização dos artistas locais e das artes em geral. Em razão disso, inúmeras construções passaram a ser consideradas Patrimônios da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco).

A FESTA DE SANT JORDI EM 2017

A festa de Sant Jordi, também conhecida como “o festival das rosas e dos livros”, tal como acontece nos dias de hoje, é uma tradição catalã muito popularizada desde, pelo menos, o ano de 1931, quando passou-se a considerar a data de 23 de abril oficialmente pela Unesco como o dia internacional do livro em menção às datas de falecimento dos consagrados escritores Shakespeare e Miguel de Cervantes. Adiciona-se a isso o fato de acontecer neste mesmo dia a conhecida feira das rosas na cidade, sob a organização do governo, desde os tempos medievais. Um terceiro elemento de grande relevância para esta data é a celebração de São Jorge (Sant Jordi, em catalão), o padroeiro da Catalunha.

Ressalta-se que apesar de todos esses fatores, o dia da festa não é oficialmente um feriado na cidade e todos os estabelecimentos seguem funcionando normalmente; obtendo destaque as livrarias, que trabalham sob um ritmo intenso neste momento e nos dias que antecedem o evento; nota-se que “é estruturado um movimento de editores e livreiros que estimulam a população a ir para a rua e comprar livros. Ao longo do tempo, todos os municípios da Catalunha passaram a ter no dia de Sant Jordi uma festa de livros e rosas” (Travancas, Scherer; 2018, p. 2-3). Trata-se, portanto, de uma festividade bastante tradicional e representativa que movimenta a cidade inteira e já se estende também aos *pueblos* (povoados) próximos à capital Barcelona.

O mercado literário fica bastante aquecido neste período em que a população segue a tradição de presentear seus conhecidos, parentes e/ou amigos com títulos de livros e obras literárias disponíveis nos idiomas castelhano e catalão, levando em consideração que a Espanha em si já é um país que possui uma alta efervescência na sua indústria editorial.

A Espanha tem uma indústria editorial de peso que publicou em 2016 mais de 80 mil títulos, segundo dados da Agência ISBN. De acordo com a Federación de Gremios de

Editores em Espanha (FGEE), os livros infantis, juvenis e didáticos representam 22,8% do total de livros editados. Madri e Barcelona são as duas cidades com maior presença de editoras: no ano passado a capital do país publicou 27.223 títulos e a cidade catalã 23.538. A indústria editorial espanhola movimenta anualmente cerca de três milhões de euros e emprega direta e indiretamente cerca de 30 mil pessoas nas 840 editoras que fazem parte da Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). De acordo com a pesquisa *Hábitos de Lectura 2012*, realizada na Espanha pela já citada FGEE, com a colaboração da Dirección General de Libros, Archivos y Bibliotecas Del Ministerio de Cultura, 92% de toda a população com mais de 14 anos são leitores e afirmaram ter lido ao menos um livro no último trimestre. No país, a presença das bibliotecas está muito disseminada e aparecem frequentadas por 30% da população que lê principalmente em casa. (TRAVANCAS, SCHERER; 2018, p. 3 - 4).

Na chamada *diada* para os catalães, ou seja, a data específica do festival, são declamadas poesias nos coretos das praças. Além disso, os editores, escritores e demais personalidades do mercado literário distribuem autógrafos em longas filas de espera para o público que deseja obter um contato próximo com seu escritor favorito, que tanto pode ser da região ou até mesmo estrangeiros. Estes personagens transformam-se em uma espécie de celebridades ao longo da *diada* de *Sant Jordi*.

Outra tradição da festividade é o romantismo dos tempos medievais em que os rapazes costumavam entregar rosas para suas amadas e que o povo catalão carrega até hoje como uma tradição dos homens comprarem rosas nas barracas da feira para entregar às suas namoradas ou esposas, e que por isso, pode ser considerado também como uma espécie de dia dos namorados para a população local.

Imagem 2 – Diada de Sant Jordi em Barcelona



Fonte: <https://www.elperiodico.com/es/fotos/ocio-y-cultura/sant-jordi-vuelve-calle-11676464/11678765>. Acesso em 06/05/21.

Apesar da data da festa não ser considerada oficialmente como feriado; na edição específica de 2017, o dia 23 de abril aconteceu, coincidentemente, em um dia de domingo; o que contribuiu para movimentar ainda mais a *diada* do povo catalão. Desde as vésperas do festival, a cidade - praças, estabelecimentos e comércios - se revestiram de decoração nas cores da bandeira catalã, amarelo e vermelho, ornamentadas de acordo com as temáticas de livros e rosas, conforme se pode verificar na imagem acima situada na principal avenida do festival *Las Ramblas*.

Podemos notar que o evento cresceu em importância nestes últimos anos em muitos aspectos. A Festa ganhou visibilidade internacional, passou a ocupar mais áreas da cidade - e não apenas a parte central de Barcelona -, assim como aumentou a presença de escritores, inclusive estrangeiros, e teve sua agenda de palestras e lançamentos ampliada. (TRAVANCAS, SCHERER; 2018, p. 3).

Para concluir, um aspecto importante a ser mencionado sobre a edição de 2017, é que a cidade se candidatou à Unesco a fim de garantir que a festa seja reconhecida e protegida como patrimônio cultural e imaterial da humanidade e, portanto, a expectativa sobre essa candidatura, segundo as autoras, atraiu muitos turistas e refletiu em uma euforia mais notória entre os participantes desta edição do evento.

BARCELONA TV (BTV OU BETEVÉ)

A emissora de televisão *Barcelona TV* é conhecida pela pronúncia da sigla como *Betevé* (BTV). Trata-se de um meio de comunicação público existente há quase trinta anos, tendo sido fundada no ano de 1994, pertence ao Conselho de Informação da Catalunha e permanece se modernizando na atualidade e se adaptando aos novos formatos digitais e às exigências do mundo contemporâneo, estando presente em mais de setenta perfis nas redes sociais. Em seu portal¹⁴⁰ oficial disponível na internet, a emissora se define:

Somos criadores de conteúdo e estamos abertos à participação e inovação entendida em um sentido amplo. Não só ao nível da incorporação de novas tecnologias, mas também ao nível da adoção de novas abordagens que repensem os formatos e dinâmicas existentes. Nossa missão, como meio de comunicação pública, é enriquecer a

140 Disponível em: <https://beteve.cat/>. Acesso em: 14 de abril 2021.

vida das pessoas com conteúdos de qualidade que informem e gerem pensamento crítico, reforçando o pluralismo e a diversidade.

Além de realizar o papel comunicativo na cobertura do evento de grande representatividade para a cidade, a emissora também costuma promover ações e atividades para os cidadãos conseguirem se envolver mais diretamente no evento, de acordo com o que consta na missão em sua página oficial disponibilizada na internet já mencionada. Na edição de 2017, a emissora realizou uma gincana para o povo catalão participar na busca de livros escondidos em partes da cidade. Dessa forma, percebe-se os efeitos e consequências do processo de midiaticização, que não se resume a simples atividade jornalística e/ou midiática e se estende à realização de atitudes humanas interativas.

Uma das missões da *Betevé* é ultrapassar os limites dos ecrãs onde oferecemos conteúdos e exercitamos a proximidade com a rua. É por isso que todos os dias você encontra times do *Betevé* gravando nas ruas, e também fazendo ações especiais em datas importantes como Sant Jordi, els Reis ou La Mercè e em eventos significativos para a cidade.

Refletindo sobre a presença regional de emissoras desse tipo percebe-se o compromisso com a população local, fortalecendo estruturas de criação de vínculos entre os cidadãos de forma amistosa, divertida e prazerosa. Aí se encontra uma forte marca da midiaticização dos tempos contemporâneos globalizados. A regionalidade é marca forte dentro do trabalho de midiaticização realizado pela *Betevé*, tendo em vista que nada do que se divulga escapa dos limites territoriais de abrangência da capital catalã. Vejamos:

Território é o começo e o fim de todo o conteúdo que criamos. Mas não é um elemento geográfico que se torna uma barreira, mas sim uma oportunidade. Uma oportunidade de dominá-lo com um olhar compartilhado sobre o aqui e agora. O território permite nos aproximarmos do mundo de uma certa forma, e Barcelona é um microcosmo global. Nesse sentido, é quando falamos de proximidade. Compartilhar o mesmo espaço nos faz ter um olhar específico para as coisas, para a realidade. O olhar se encheu.

Observamos neste trecho que a localização geográfica é fator que mais sustenta a manutenção desse instrumento público de comunicação de grande interesse para

o público residente na localidade, tendo em vista que é o que aproxima o sistema governamental com o conhecimento regional e a opinião pública.

A MUDIATIZAÇÃO DA FESTA DE SANT JORDI ATRAVÉS DA BTV

A emissora Barcelona TV, como vimos, funciona desde 1994 e desde já algum tempo costuma pautar em suas atividades televisivas; seja em reportagens longas ou curtas, em notícias jornalísticas, em *flashes* breves ou ao vivo, ou efetivamente na cobertura mais completa, a Festa de Sant Jordi como sendo parte oficial do calendário anual da região, por onde já observa a força e a representatividade que o festival significa para o povo catalão.

Para observar melhor como a emissora se comportou com relação ao festival dos livros e das rosas do ano de 2017, realizamos um balanço a respeito dos conteúdos exibidos pela *Betevé* durante o mês de abril. Na tabela a seguir constam as datas, os títulos das matérias e seu respectivo tempo de exibição. Justificamos que onde se registra “não se aplica” na tabela se deve ao fato de que se tratam de matérias que não foram exibidas no formato audiovisual convencional da televisão, mas são reportagens geralmente longas escritas e disponíveis para leitura dos internautas que acessem na *web* o site oficial da *Betevé*, de onde extraímos as informações da tabela abaixo.

Cobertura da Festa de Sant Jordi 2017 – Emissora *Betevé*

Data	Título da Matéria	Tempo de Exibição
18/03/2017	As livrarias esperam ter um bom dia de São Jorge graças à Páscoa.	1m 32s
18/03/2017	A Sant Jordi em termos de gênero	Não se aplica
19/04/2017	O Bairro e o livro, gincana de <i>Betevé</i> , esconde 146 novas publicações	Não se aplica
20/04/2017	Xavier Alberti e Yasmina Reza inauguram Sant Jordi 2017	37 s
20/04/2017	Entrevista com Aurora Massip e Josep Maria Civit sobre a Campanha “Dragon & Roses”	9m39s
21/04/2017	Rosas na fachada e Chuva de pétalas dentro da Casa Batlló para celebrar Sant Jordi	1m27s
21/04/2017	Luta política na prévia para reivindicar São Jorge como Patrimônio Mundial da Unesco	30 s
22/04/2017	O que você precisa saber para viver no dia de São Jorge 2017 em Barcelona?	Não se aplica

Data	Título da Matéria	Tempo de Exibição
22/04/2017	A Câmara Municipal avança Sant Jordi com a Noite do Dragão	51 s
23/04/2017	Os escritores enfrentam uma maratona de assinaturas	2m50s
23/04/2017	Monitoramento ao vivo da vizinhança e livro, o jogo das trilhas da Betevé	Não se aplica
23/04/2017	Betevé instala seu ponto de encontro para Sant Jordi na Praça da Catalunya	1m 13s
23/04/2017	Jogue com Betevé para encontrar os livros escondidos	Não se aplica
23/04/2017	O Fenômeno Casa Batlló transborda Passeig de Gràcia	41 s

Fonte: Elaborada pela autora.

Neste balanço notamos um total de 15 matérias sobre o festival desde a sua véspera, contabilizada a partir do dia 18 de março até a *diada* de 23 de abril de 2017, o que demonstra uma ampla visibilidade em torno do evento no período celebrativo. Destacamos que, além das matérias realizadas, a emissora promoveu uma gincana em que sua equipe de trabalho escondeu algumas obras literárias pela cidade para que os cidadãos pudessem se inscrever virtualmente e sair à procura dos livros durante a *diada* de Sant Jordi.

Essa atitude por parte da emissora apresenta uma forma de midiaticização regional estimulando a população local a acompanhar suas transmissões e a participar ativamente da proposta do festival. Desse modo, vê-se que a imprensa regional trabalha muito em favor do festival e reproduz um cenário participativo, que favorece a interação entre turistas e habitantes locais em torno da *diada* de Sant Jordi.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Identificamos que a festa de Sant Jordi ou festival dos livros e rosas representa um importante movimento celebrativo para a região da Catalunha e para sua capital Barcelona em razão do caráter tradicional do festival, que carrega mais de séculos de existência. O envolvimento do mercado literário e a presença marcante dos meios de comunicação social simbolizam o grau de representatividade e identidade que o povo catalão assume como traços culturais da sua formação histórica e social.

A questão da grande visibilidade por parte da imprensa pública dada às manifestações culturais e populares se evidencia como processo de midiaticização efetuada dentro de uma escala regional. Conforme visto, o fato da realização de uma gincana

promovida pela emissora na edição de 2017 demonstra o quanto os meios de comunicação e a disseminação dos suportes tecnológicos se estendem em atitudes socio-interativas entre os indivíduos, deixando claro o quanto a midiatização enquanto fenômeno contemporâneo condiciona posturas e atitudes individuais e/ou coletivas.

REFERÊNCIAS

CAL, Danila; HELLER, Bárbara; ROSA, Ana Paula da. **Mediatização,(in)tolerância e reconhecimento**. EDUFBA, Salvador, 2020.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mediatização, prática social: prática de sentido**. In: Encontro Aual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 15, 2006, Bauru/SP. Anais eletrônicos. CD- ROM.

FERREIRA, Jairo (org.). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a mediatização?** FACOS – UFSM. Santa Maria, 2018.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o “processo de mediatização”. In: **Mediação**. V. 9, n. 8, Belo Horizonte, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAVANCAS, Isabel; SCHERER, Marta. A Festa de Sant Jordi no Jornal La Vanguardia. In: **SBPC Intercom**, v.41, n.3, p.1-15, set./dez. São Paulo, 2018.

SITES CONSULTADOS

<https://beteve.cat/>

PERFIL DA AUTORA

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho

Graduada em Licenciatura e Bacharelado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Comunicação pela UFC, com bolsa CAPES. Especialista em Telejornalismo. Doutoranda em Comunicação pela UFC, tendo sido bolsista da CAPES pelo Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) na Universidade de Vigo (Espanha). Possui experiência com locução em meios de radiodifusão. Avaliadora parecerista da Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social (Revista INICIACOM). Foi membro do corpo editorial, como editora-adjunta, da Revista Passagens do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFC).