



SANDRA C. S. MARQUES

*Babus, lokkhis e os outros:
representações do corpo na imprensa
diária da Índia bengali*

Análise Social, 203, XLVII (2.º), 2012

ISSN ONLINE 2182-2999

EDIÇÃO E PROPRIEDADE

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9
1600-189 Lisboa Portugal — analise.social@ics.ul.pt

Babus, lokkhis e os outros: representações do corpo na imprensa diária da Índia bengali. Este artigo procede a uma análise quantitativa e qualitativa de fotografias “jornalísticas” publicadas na imprensa escrita diária em Kolkata no Estado de West Bengal, Índia. Pretende examinar as representações massificadamente mediatizadas dos corpos de sujeitos adultos, com vista à identificação das estratégias de construção de modelos de ordenamento social e de adscrição identitária que, em última instância, se refletem na constituição/reprodução da cultura dominante bengali. Tomando como ponto de partida o exame das imagens fotográficas publicadas, procede-se à sua triangulação com imagens produzidas por outros mediadores representacionais, obtidas em contexto de trabalho de campo nesta região.

Palavras-chave: representações; corpo; imprensa; Índia bengali.

Babus, lokkhis and the others: representations of the body in the daily press of Bengali India. This article presents a quantitative and qualitative analysis of “journalistic” photographs in the daily press of Kolkata, West Bengal, India. It seeks to examine the representations of the bodies of adult subjects in the mass media in order to identify the strategies used in the construction of models of social order and of identity. These are correspondingly in the constitution/reproduction of dominant Bengali culture. Taking as the starting point the examination of the photographic images published in the daily press, we proceed to triangulate them with images produced by other representational mediators that were collected during field-work in the region.

Keywords: representations; body; press; Bengali India.

Babus, lokkhis e os outros: representações do corpo na imprensa diária da Índia bengali

INTRODUÇÃO¹

O sistema de significados a que recorremos para ler e inscrever o mundo que nos rodeia serve o propósito de preservação da integridade identitária no lugar certo do *nosso* sistema de ordenamento do universo, das pessoas e das coisas. E é no campo da economia simbólica, no jogo metonímico entre a produção de símbolos e a produção de espaços e hierarquias de visibilidades, que se consolidam as estratégias de construção de modelos para ordenar o universo social, o que, em última análise, se reflete na constituição de uma cultura dominante, fruto dos posicionamentos obtidos na competição para experimentar e controlar essas imagens e espaços.

Esta condição reflete-se num constrangimento ao nível da apropriação ou docilização do que é *olhado, representado*, a construções mentais familiares sobre os objetos, coibindo a incorporação de novos dados que possam colocar em causa ou provocar ambiguidade na ordem do sistema em que se procura inscrever o real. Como argumentou Mary Douglas, já em 1966, a propósito da associação simbólica entre perigo e poluição social, são várias as maneiras de lidar com o estranho, com o ambíguo – o que não é facilmente inserido numa das nossas categorias classificatórias, o que não se reconhece, o que não é familiar – e que incluem ignorá-lo, percebê-lo, percebê-lo e condená-lo ou enfrentá-lo e criar uma nova ordem do real onde possa ser inserido (Douglas, 1991, pp. 53-54). E a criação de novas ordens sociais, como é sabido, não é favorável aos que detêm posicionamentos confortáveis no ordenamento deposto.

¹ Este estudo insere-se no projeto de investigação: “Práticas e Representações do Corpo na Índia Bengali” [SFRH/BPD/63308/2009], financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Portugal.

As imagens visuais, juntamente com outras práticas narrativas e técnicas representacionais, concorrem para a organização dos modos de compreensão deste ordenamento das coisas e das relações sociais. Como já foi sobejamente descrito, o poder dos *mass media*, em particular da imprensa escrita, televisão, cinema de grande difusão e internet, e por inferência, dos que detém poder na sua instrumentalização para a fabricação de imagens e opiniões à escala global, transcende o condicionamento óculo-cêntrico (de limitação de visibilidades) para uma relação de controlo social, pelos efeitos associados de antecipação, classificação, demonstração, delimitação e obliteração de possibilidades alternativas de representação. A “verdade lapalissiana” usada pelos produtores de comunicação massificada sobre os produtos que oferecem serem aqueles que são desejados pelo seu público é suportada pela manipulação desta condição que serve à reprodução da ordem social.

Neste contexto, as fotografias “jornalísticas” são particularmente importantes, já que são frequentemente produzidas e reconhecidas como metonímicas. Enquanto a metáfora recorre à analogia, a metonímia é transnominiação: a expressão (ou imagem) substitui-se ao referente suportando-se numa associação convencional/comummente reconhecida a determinado significado. Segundo George Lakoff, “metonymy is one of the basic characteristics of cognition. It is extremely common for people to take one well-understood or easy-to perceive aspect of something and use it to stand either for the thing as a whole or for some other aspects or part of it” (1987, p. 77). A fotografia “jornalística” (metonímica) não é, portanto, escolhida aleatoriamente; a sua escolha tem o propósito de ser facilmente reconhecida pela coisa/objeto/ideia que substitui no repositório de conhecimento partilhado pelo produtor e recetores.

Neste estudo centrar-me-ei na análise de imagens de sujeitos (corpos) adultos² massificadamente mediatizadas no Estado de West Bengal, Índia, com vista à identificação das estratégias de construção de modelos de ordenamento social que, em última instância, se refletem na constituição/reprodução da

2 Por “adulto” entenda-se “com aparência de adulto”, podendo assim incluir sujeitos legalmente mais jovens com uma aparência de maturação física e social. Como se sabe, mesmo quando os sujeitos representados em fotografia são identificados, frequentemente não é possível conhecer a sua idade biológica. Por outro lado, é importante referir que, embora este pressuposto me pareça o mais adequado às representações sociais deste universo, entra em conflito com as categorias de idade legal na Índia. De acordo com o *The Prohibition of Child Marriage Act*, 2006, n.º 6 de 2007, ponto 2, a) “‘child’ means a person who, if a male, has not completed twenty-one years of age, and if a female, has not completed eighteen years of age” e no ponto 2, f) “‘minor’ means a person who, under the provisions of the Majority Act, 1875 is to be deemed not to have attained his majority”, ou seja, 18 anos para qualquer pessoa (*The Majority Act*, 1875 – Act n.º 9 of 1875).

cultura dominante bengali. Tomando como ponto de partida o exame de imagens fotográficas (apresentadas como “jornalísticas”) publicadas na imprensa escrita diária, procedo à sua triangulação com imagens produzidas por outros mediadores representacionais, obtidas em contexto de trabalho de campo nesta região. Este método permite alargar a abrangência da análise e o reforço dos dados obtidos pela utilização de fontes múltiplas.

CONTEXTUALIZAÇÃO DA AMOSTRA

Foi colhida uma amostra de três jornais diários de referência, de ampla distribuição em Kolkata e West Bengal: *The Times of India*, *The Telegraph* (ambos em língua inglesa) e o *Anandabazar Patrika* (em bengali), ao longo de um período de 4 meses. Foram selecionadas 12 edições de cada um destes jornais para os mesmos dias (3 em cada mês, distribuídas em diferentes semanas), totalizando uma amostra de 36 jornais e 3419 fotografias submetidas a análise, entre novembro de 2010 e fevereiro de 2011. Foram selecionadas todas as imagens fotográficas publicadas nestes jornais, em todas as secções, exceto nas secções de classificados, publicidade e programação de TV (por não entrarem na categoria de imagens “jornalísticas”) e todas as imagens de cabeçalhos.³ A escolha destes critérios para recolha da amostra deve-se à necessidade da sua limitação a características comparáveis na grelha de domínios operativos selecionados.

Estas imagens são captadas pelos repórteres fotográficos dos jornais mencionados (todos do género masculino, segundo a informação disponibilizada) ou adquiridas em bancos de imagens tais como o Getty Images, nomeadamente nas situações em que a representação pretendida é a de sujeitos e lugares estrangeiros (sobre este banco de imagens, v. Machin, 2004). Ainda que a decisão de publicação se encontre a cargo dos editores de secção (alguns do género feminino) e acima, de acordo com os fotógrafos locais entrevistados, as suas imagens são submetidas previamente a diretivas de “o quê” e “quando” mas não sobre o modo de representação. Todos declararam também nunca terem enfrentado censura direta, impondo antes a si próprios alguns pressupostos de circunscrição representacional: “A politican is presented in a way, an intellectual in a different one, an actor or an unknown woman in a party is different ... and so, and so” (fotógrafo TTI, Kolkata, 28-01-2011); “we are careful on

³ O *The Times of India* e o *The Telegraph* possuem um grafismo similar. Ao contrário do *Anandabazar Patrika* que tende a limitar graficamente os seus cabeçalhos a texto, estes jornais exibem cabeçalhos de primeira página e de separação de secções que incluem em cada extremo um *crop* de retrato ou plano aproximado de sujeitos que serão objeto de peças ao longo do jornal, e frequentemente outra vez objeto de representação fotográfica.

the presentation of women. Now it is more liberal, but Indian women are not supposed to be undressed, smoking cigarettes...you know, things like that" (fotógrafo TT, Kolkata, 25-01-2011).

Para enquadrar esta escolha de mediadores de comunicação popular em termos de impacto social, remeto para o estudo conduzido por Chaitali Dutta (2008) sobre *Information Literacy Competency and Readership Study of Five Specific Localities in Urban, Industrial and Semi-Urban Areas of Kolkata Metropolitan City*. São reportados os seguintes resultados para hábitos de leitura regulares entre a população residente adolescente e adulta (até aos 82 anos de idade): 76% para o género masculino e 90,19 % para o género feminino, sendo assumida a leitura como passatempo preferencial. A leitura de ficção e bengali, tanto ao nível da origem como da mediação linguística é a mais escolhida (dados também corroborados pelas bibliotecas), sendo apontados como favoritos autores como Ashapurna Devi, Mahasweta Devi e Shirshendu Mukhopadhyay, mas também, e sobretudo entre a população feminina, clássicos dos séculos xix e xx como Rabindranath Tagore, Saratchandra Chattapadhyay, Bankim Chandra Chattopadhyay ou Satyajit Ray, figuras amplamente reconhecidas como ícones da "identidade cultural" bengali. Entre as restantes escolhas ocupacionais para períodos de lazer, a televisão aparece em segundo lugar, com toda a população feminina e 92,5% da população masculina a afirmarem ver TV regularmente. Não obstante, a partir dos 20 anos de idade, os jornais continuam a constituir fontes de referência, sendo eleitos como os mais lidos o *Anandabazar Patrika*, seguido do *The Telegraph*, *Bartaman* e *The Times of India* (Dutta, 2008).

Estes dados convergem para a validação da informação cedida pelas casas de publicação e mercado de imprensa escrita na região. De acordo com a *Indian Readership Survey (IRS)* sobre os índices médios de leitura de jornais relativos ao terceiro trimestre de 2010, o *Anandabazar Patrika* lidera com mais de 2,8 milhões de leitores, seguido do *Bartaman* (diário também em bengali) que ultrapassa 1 milhão, *The Telegraph* com mais de 880 000 e o *The Times of India* a ser lido por mais de 0,5 milhão (IRS, 2010, Q3, disponibilizado pela agência Exchange4media).⁴ Note-se ainda que no que diz respeito à leitura de revistas, de acordo com o mesmo estudo de Dutta, as três mais lidas são comuns a homens e mulheres: a clássica publicação "literária" *Desh*, a "feminina" *Sananda* e a revista de "generalidades" *Saptahik Bartaman*, mais uma vez em bengali (Dutta, 2008). Expressivamente, o *Anandabazar Patrika*, *The Telegraph*, *Desh* e *Sananda* são publicações do influente grupo multimédia bengali Anandabazar e o jornal *Bartaman* e a *Saptahik Bartaman* pertencem ao grupo

4 O estado de West Bengal compreende uma população de aproximadamente 80 milhões de habitantes, com cerca de 15 milhões concentrados na área metropolitana da capital (KMC).

Bartaman também bengali, sendo comum a mobilidade dos autores/colabordadores entre as publicações do mesmo grupo. Neste enquadramento, o *The Times of India*, publicado pelo poderoso grupo de comunicação multimédia de difusão nacional The Times Group, sediado em Mumbai, emerge como único contraponto de produção não bengali com estes elevados níveis de penetração.

Sobre os seus consumidores, clarifico que a leitura destes jornais se sobrepõe. Por ser prática consensual manter os custos baixos e a facilitação da sua acessibilidade aos leitores, é frequente a presença diária de 2 ou 3 destes jornais na mesma casa e em espaços públicos de leitura. De acordo com a *National Youth Readership Survey* conduzida em 2009, 15% das famílias rurais e 39% das urbanas subscrevem pelo menos um jornal, das quais 9% são famílias em que pelo menos um membro tem educação básica e 57% em que pelo menos um membro tem educação superior (Shukla, 2010). Por outro lado, de acordo com o mencionado estudo de Dutta, a maioria dos inquiridos possuía qualificações de nível superior, o que se traduzia habitualmente no domínio de várias línguas, sendo usual a leitura de um jornal em língua vernacular e de outro em língua inglesa. Conquanto seja conhecido que na Índia os jornais em línguas vernaculares (e neste caso o *Anandabazar Patrika*) alargam mais a sua difusão à população rural (menos exposta à “occidentalização” e habitualmente descrita como mais conservadora), bem como a uma população socioeconomicamente mais desfavorecida e com níveis de literacia mais baixos (*The National Readership Study* de 2006, disponibilizado pelo National Readership Studies Council), é necessário salvaguardar que são várias as línguas “nativas” faladas entre os residentes (bengali, urdu, hindi, etc.) e os imigrantes, independentemente do seu estrato social e educação. A leitura mediada pelo inglês permite também, por isso, a acessibilidade dos seus conteúdos aos que não dominam a língua escrita bengali.

Finalmente importa dizer que ambos os diários mediados em língua inglesa incluem suplementos direcionados para um segmento de público urbano, jovem, de classe média e média alta, mais cosmopolita. Os seus conteúdos de entretenimento e lazer, “cultura popular” de modas e tendências, enredos e mexericos sobre celebridades, contribuíram inegavelmente para o aumento dos seus índices médios de leitura entre este público, como atestado pelas avaliações regulares da *Indian Readership Survey* e dos próprios jornais.

METODOLOGIA DE ANÁLISE

Em 1988, Patricia Albers e William James sintetizaram os modos de análise das fotografias enquanto representações em dois grandes grupos que considero referenciais metodológicos válidos: a análise ao nível de conteúdo, e a

análise ao nível da semiótica. Destes dois referenciais, apresento sumariamente algumas das dimensões com pertinência direta para as opções utilizadas na condução deste estudo.

O primeiro modo de análise incide sobre a quantificação e descrição do que é *manifesto* na imagem – temáticas (objetos), distribuição, frequência, contexto, etc. De acordo com os objetivos do estudo, o investigador estabelece parâmetros de análise de conteúdo e composição, ou seja, domínios operativos: quem e quantidade de sujeitos fotografados; apresentação dos sujeitos, tipo de enquadramento, vestuário; tipo de ambiente; distribuição e tipo de objetos materiais presentes nas fotografias ou outros elementos que se apresentem relevantes para a análise. A quantificação e descrição dos domínios operativos permitem aceder a curvas de variabilidade e prevalência de elementos pictóricos, temáticas de conteúdo e tipos de composição (Albers e James, 1988; Henderson, 2001; Pinto-Coelho e Mota-Ribeiro, 2005; Buzinde *et al.*, 2006). Esta metodologia é, por isso, particularmente interessante na análise de amostras de grandes dimensões em que se enquadra este estudo, permitindo retirar conclusões a partir da totalidade de dados conjugados e também por publicação, consentindo o estudo comparativo das diferentes tendências editoriais por jornal.

O segundo modelo é a análise semiótica. Baseada em modelos usados para o estudo da linguagem, a análise semiótica de fotografias procura tratar cada imagem como um todo, procurando padrões na relação dos elementos constituintes que se repetem ou que contrastam com outras fotografias, relacionando-os com outras narrativas que os acompanham. O recurso a este tipo de análise procura aceder aos significados simbólicos e às formações ideológicas subjacentes ao *manifesto* da imagem (Mauad, 1996; Clawson e Trice, 2000; Machin, 2004; Szörényi, 2006; Marques, 2009a, e 2009b).

VISIBILIDADES DE GÉNERO

Começo pela análise quantitativa das imagens publicadas pelos três jornais ao nível do domínio operativo “sujeitos humanos representados”. Numa primeira fase, foram contabilizadas as imagens que a) representam apenas adultos homens (um ou mais), b) apenas adultos mulheres (uma ou mais), c) apenas adultos homens e mulheres, d) sem participantes humanos ou com presença indefinida, e) com presença de crianças (discriminando-se a inclusão de adultos por género). Da totalidade das fotografias analisadas, apenas 13% não representam sujeitos humanos (ou têm presença indefinida) e as crianças surgem residualmente em 3% das restantes. O domínio da vida pública no discurso mediático da imprensa diária em Kolkata é portanto esmagadoramente dominado por sujeitos de aparência adulta, com 52% das imagens a representarem

exclusivamente sujeitos do género masculino, 11% a incluírem os dois géneros e 20% a representarem exclusivamente sujeitos do género feminino.

Quando avaliada a distribuição da presença de mulheres por secções, verifica-se ainda que mais de metade das imagens que as incluem se concentra nas secções “sociedade” e “arte/entretenimento” (58%). Assim, a primeira das constatações é a clara convergência das decisões editoriais de todos os jornais para uma concentração da representação fotográfica de sujeitos adultos do género feminino nas áreas “mais ligeiras/menos valorizadas da esfera pública” associadas ao lazer e entretenimento, demarcando a sua exclusão quase absoluta do domínio da “economia/negócios” (2%). O género feminino parece ser entendido como mais apropriado para representar corpos atraentes passivos, alienados da força de trabalho e dos meios de produção.

Quando avaliada a aparição de crianças com o propósito de discriminar a inclusão de adultos por género na fotografia, verifica-se ainda que estas aparecem maioritariamente acompanhadas por mulheres. No entanto, ao comparar as diferentes tendências editoriais, observa-se que este resultado resulta da contribuição direta dos jornais do grupo bengali *Anandabazar*, uma vez que no *The Times of India* as crianças aparecem maioritariamente acompanhadas por adultos dos dois géneros. Assim, a tendência para representar as mulheres como acompanhantes preferenciais das crianças, colocando a ênfase no seu papel parental, de educador/cuidador principal, parece ainda mais forte entre os jornais bengalis.

À semelhança dos resultados encontrados por Pinto-Coelho e Mota-Ribeiro (2005) para a imprensa diária portuguesa, no que diz respeito ao impacto da participação feminina na produção de informação, mesmo quando se encontra na produção de conteúdos e em posições intermédias de decisão (como as editoras de secção), persiste a cumplicidade na subordinação representacional ou invisibilidade do género feminino no que é entendido como importante na vida pública. Na Índia, e também em West Bengal, a feminização (a par da juvenilização) da participação na produção da imprensa escrita diária terá também ocorrido em período idêntico ao de Portugal, com um acentuado crescimento nas décadas de 1980 e 1990. Mas de igual modo, terá persistido como minoritária, e com a mesma tendência de limitação do acesso a posições de decisão e gestão de topo (Dagar, 2004; Press Institute of India, 2004).⁵

5 Significativamente, de acordo com o *The Global Gender Gap Report* de 2010, a Índia aparece posicionada entre os países cimeiros ao nível da participação feminina na esfera política em lugares de topo de decisão (23.^a posição entre 134 países) e, todavia, em termos da globalidade de indicadores de igualdade de género, mantém a 112.^a posição, ou seja qualifica-se entre os piores desempenhos.

Para um segundo nível de análise foram estabelecidos domínios operativos ao nível do enquadramento e composição fotográfica, tendo em vista a “escala dos sujeitos adultos representados”: a) grande plano (retrato), b) plano médio/ plano americano (meia-figura) e c) plano de corpo inteiro, permitindo, deste modo, a avaliação do fenómeno da proeminência facial nos três jornais considerados. “Face-ism” é um termo cunhado por Archer *et al.* (1983), podendo ser definido como o fenómeno em que a proeminência facial relativa de uma pessoa em fotografia ou noutra imagem pictórica se traduz numa avaliação mais positiva, em associação com qualidades intelectuais, atratividade, inteligência, ambição ou dominância, por comparação à sua representação de corpo inteiro.⁶ Este fenómeno terá sido avaliado em diversos estudos para diferentes mediadores de comunicação e países, tendo sido repetidamente confirmado o seu uso na discriminação representacional do género feminino *versus* masculino. Os homens tendem a ser representados “pelo rosto” e as mulheres tendem a ser representadas “pelo corpo”. No caso do “ocidente”, este fenómeno terá mesmo sido verificado para o desenho e pintura desde o século xv (Archer *et al.*, 1983; Anderson, 2003; Cooley e Smith, 2010).⁷

Como já reportado, quando considerada em conjunto, a imprensa diária em Kolkata segue a tendência verificada para outros países de sobre-representação masculina das visibilidades. Todavia, quando é avaliado o fenómeno de proeminência facial relativa dos sujeitos adultos representados, os resultados são menos lineares. Foram contabilizadas as fotografias que representam

6 A proeminência facial relativa é avaliada através de um índice em que o numerador é a distância entre o topo da cabeça e o extremo inferior do queixo e o denominador é a distância entre o topo da cabeça e o extremo inferior que se encontra visível do corpo. O índice varia teoricamente entre o valor mais baixo de 0,00 (a face não é mostrada) ao mais elevado de 1,00 quando só é visível a face (Archer *et al.*, 1983, p. 726). Para o presente estudo, a avaliação do fenómeno de proeminência facial foi simplificada, procedendo-se apenas à análise do crescendo do índice nas categorias: corpo inteiro (índice mínimo), meia-figura (índice médio) e retrato (índice máximo), descartando-se imagens de plano aproximado de pequenas partes do corpo ou em que a cabeça não é visível.

7 Este preconceito no julgamento do *outro* em função da proeminência facial na sua representação é explicado habitualmente em termos de psicologia cognitiva pelo recurso à teoria da distância pessoal; os indivíduos tendem a interagir em maior proximidade física com aqueles que consideram atraentes, a quem atribuem qualidades mais positivas e em quem depositam confiança (Argyle, 1975). Em contraste, e em acordo com as teorias proxémicas de variância da experiência do espaço e violação da zona espacial de privacidade (T. Hall, 1986), quando a representação corresponde ao corpo do próprio sujeito, a percepção tende a ser inversa, como demonstrado pelo estudo de Costa e Bitti (2000). O retrato é julgado pelo próprio como mais negativo em comparação com o plano de corpo inteiro (representação mais distante que preserva uma maior zona espacial de privacidade na sua exposição aos outros).

exclusivamente adultos do género masculino (um ou mais) e exclusivamente adultos do género feminino (um ou mais), tendo sido verificado que, na globalidade, os homens tendem a ser mais representados em retrato (66%) do que as mulheres (58%). No entanto, quando consideradas as representações de corpo inteiro (os índices mais baixos), os valores são respetivamente de 14% para os primeiros e de 10% para as segundas. Por outras palavras, apesar de ocorrer, globalmente, uma sobre-representação do género masculino pelo rosto, a sua representação de corpo inteiro também é superior. Significando isso que o género feminino é tendencialmente representado pelo rosto ou pela meia-figura.

Quando comparadas as diferentes tendências editoriais por jornal, revela-se ainda uma inversão de tendência representacional de género por parte do jornal *Anandabajar Patrika*. Ao contrário dos dois jornais em língua inglesa, este diário não apenas representa o género feminino com os índices mais elevados de proeminência facial relativa, como também apresenta a maior divergência na representação entre géneros: 81% das mulheres são representadas pelo rosto *versus* 68% de homens. Ou seja, o *Anandabajar Patrika*, o jornal diário mais lido em West Bengal, contraria as tendências representacionais de proeminência facial relativa de género verificadas para os seus congéneres de língua inglesa e, de acordo com os estudos referenciados, para largas dezenas de outros jornais em diferentes países.

De acordo com a fundamentação teórica do fenómeno, esta estratégia representacional conduz a avaliações positivas do género feminino, predispondo os leitores para associações cognitivas destes sujeitos com qualidades intelectuais como inteligência, ambição ou liderança. Todavia, eu sugiro que esta estratégia deve mais aos conceitos de exposição pública dos corpos e ao ideal de conduta e virtude dos corpos femininos nos espaços sociais, em que a cultura bengali conservadora é dominante. Esta sugestão será desenvolvida adiante quando forem incluídos os resultados sobre “quem” são estes corpos visíveis.

IMAGENS VERBAIS SOBRE IDENTIDADES MÚLTIPLAS

Porque esta é uma nação secular, de universos linguísticos, culturais e religiosos múltiplos, engloba, para além das inúmeras comunidades incluídas no que vulgarmente se designa como hinduísmo, várias comunidades islâmicas, tribais, nómadas, budistas, cristãs, judaicas, *sikh*, *jain*, *parsi*, *nepali*, etc. De acordo com o projeto “People of India” (poi) terão sido identificadas neste país 4693 comunidades distintas, das quais mais de 170 estarão representadas em West Bengal (Singh, 2003). Na Índia independente, as estratégias de reorganização

do ordenamento do real social da “nova” nação partiram de muitos dos pressupostos representacionais eficientemente implantados ao longo de dois séculos de colonialismo britânico. Pelo que algumas dessas categorizações servem ainda de base a recenseamentos e suportaram, por exemplo, o estabelecimento de critérios de discriminação constitucional de determinados grupos populacionais por relação à dominância da perspetiva nacionalista “hindu”. Ainda que esta discriminação seja enquadrada legalmente com o propósito de alcançar o direito à igualdade: “prohibition of discrimination on grounds of religion, race, caste, sex or place of birth” (*The Constitution of India*, 1949, art.º 15), a categorização de inúmeras comunidades em “scheduled castes (SC), scheduled tribes (ST) e other backward classes (OBC)”, com vista à “promotion of educational and economic interests of [...] weaker sections” (art.º 46), ao basear-se ainda nos velhos termos *race*, *caste*, *tribe* e *backward*, denuncia a apropriação dos seus significados essencializadores de objetificação categórica, e a desigualdade e inferioridade entre os seus membros.⁸

Em West Bengal, a cultura dominante é bengali hindu, e a sua influência e impregnação no universo social parecem também ser determinantes para a (re)configuração das várias unidades sociais que integram o território. Assim, a representação dominante utilizada como referente *nós* para diferenciação dos *outros* é a do corpo “bengali hindu”, confundindo-se, quando utilizada de modo metonímico (porque é aqui dominante), com “aparentemente indiano hindu”. Ainda assim, como será antecipável, existem diferenças entre este *nós*.

Relativamente ao uso de termos como “urbano” e “moderno”, quando aplicados entre si, são sujeitos a diferentes classificações em função do género, classe, geração e associam-se com frequência a um duo gradativo de “ocidental indianizado” e de “indiano ocidentalizado”. Assim, para os corpos masculinos, no espaço público e local de trabalho em ambiente secular, vestir calças de alfaiate e camisa (“ocidental indianizado”) constitui uma marca distintiva da cultura dominante em ambiente urbano, sendo a indumentária mais comum. No entanto, é conotada como conservadora por oposição ao *prêt-à-porter*,

8 Faço notar que na Constituição da Índia, se declara numa cláusula explicativa do artigo 25.º (2b): “the reference to Hindus shall be construed as including a reference to persons professing the Sikh, Jaina or Buddhist religion”, o que revela a dominância da perspetiva nacionalista “hindu” na sua elaboração, e as inconsistências que daí advém na aplicação da ideologia de igualdade e paridade. Todavia, também como é sua característica, a diversidade de identidades e a sua justaposição na Índia parecem ser mais direcionadas para lógicas de distinção interna num sistema inclusivo de unidades sociais múltiplas e não de dualismos essencializadores de contrários, mutuamente exclusivos, pelo que são encontradas comunidades classificadas como hindus, islâmicas, cristãs, budistas, *jain* ou tribais em categorias como SC, ST e OBC.

jeans e shirt (“indianizado” ao estilo de Bollywood)⁹ ou à *kurta* menos longa (com correspondência na *kamize* menos longa para o género feminino), a que são atribuídos significados de juventude, rebeldia e modernidade, e usados frequentemente pelos dois géneros. As indumentárias *salwar-kamize* ou *churidar-kamize* (com *dupatta*) e *sari* são as mais comuns entre a população feminina, sendo, sobretudo, os tecidos utilizados e os adornos, variantes de padrões, cor, forma e modos de usar que servem as estratégias de distinção. A primeira é conotada genericamente com indumentária “indiana moderna” e a segunda com “indiana tradicional”¹⁰

Notavelmente, este termo “tradicional” fica reservado para os itens que invocam um passado mais ou menos partilhado/nacional, a que são atribuídas qualidades de herança cultural (dominantemente “hindu”, ecoando os discursos românticos orientalistas sobre a Índia) e nunca os termos “étnico” ou “tradicional” são usados para conotar a roupagem de um estrangeiro “ocidental”. A sua estereotipação em termos absolutos na categoria de “modernidade” assim o parece impedir. Já o termo “étnico” é aplicado do modo descrito por Joanne Eicher e Barbara Sumberg: “often known as traditional, ethnic dress brings to mind images of coiffure, garments, and jewellery that stereotypically never change [...] There are several other words that fall into this category, such as folk, peasant, tribal” (1995, pp. 300-301). É usado em referência a especificidades de roupagem que indexam aqui como marcas distintivas

9 Sobre a “indianização” do vestuário “ocidental” e a influência do cinema de Bollywood (ou *Hindi film*) na dinâmica da moda e representações sobre vestuário na Índia, v., por exemplo, Wilkinson-Weber (2005).

10 *Kurta*, ou túnica longa (habitualmente de manga comprida e terminando um pouco acima ou abaixo do joelho) introduzida na Índia pelas populações muçulmanas e tornada popular nos períodos de domínio dos sultanatos e *mughal* (Tarlo, 1996, p. 28). Em Kolkata, esta designação refere-se à sua versão masculina, sendo a versão feminina mais comumente designada por *kamize*. *Salwar* são as calças de perneiras generosamente largas (ou drapejadas) e com fundo descido. O popular *Salwar-Kamize* largo é, também, conhecido como o estilo *punjabi* ou *punjabi suit*. Usa-se frequentemente com *dupatta*, uma peça de tecido rectangular longa, usada como *écharpe* ou véu. *Churidar* são as calças femininas de fundo descido com perneiras menos largas que as *salwar*, afunilando ao nível do joelho e ajustando-se à perna. De comprimento mais longo que a perna, proporcionam um efeito enrugado acima do tornozelo (criando a ilusão de *churi*, ou pulseiras). O *sari* “tradicionalmente” não se usa com vestuário talhado e costurado: “We [Bengali women] never used to wear *blouje*; we had a piece of cloth just to binding the breasts together so that they don’t jingle. The *saia* was also not there, we had the continuation of this body binding thing; and that was called the *shemije*” (AM, Kolkata, 22-01-2011). Todavia, a *saia* (saiote) e o *choli* ou *blouje* (blusa) que habitualmente acompanham o *sari* são, na atualidade, costurados. Em Kolkata, o formato do *blouje* varia em função da moda da estação, tal como a maioria das indumentárias, mas é habitualmente justo, com decote generoso na frente e costas, terminando acima do umbigo. O *kanchali* é semelhante, com botões à frente.

de algumas comunidades indianas “*folk, peasant, tribal*”, ora conotadas com ruralidade e atavismo quando usadas neste contexto, ora com atributos de “modernidade”, quando incorporadas com outras peças de vestuário urbano por outros indianos.

“*Western*”, “*European*”, (ou “*firangi*”/“*firingi*”)¹¹, designações utilizadas de modo intercorrente para o estrangeiro “ocidental”, são utilizadas nesta região com o sentido de “*definitely non Indian*”. A sua representação limita-se a pouco mais do que uma imagem economicamente centrada, e mais ou menos vaga de “ocidental-europeu” ou “ocidentalizado” (também metaforizado frequentemente em indiano urbano, materialista e moderno), enquadrada por uma retórica difundida pelo “Ocidente” sobre si próprio, que nos é familiar. Como sintetizado por Alistair Bonett, “ocidental” sintetiza “a social, political and ethnic designation designed to evoke those values, practices and people that are, in other contexts, described as one of the following: democratic, capitalist, free, modern, developed, Christian, white” (2003, pp. 332). No que se refere à aparência visual destes corpos, em Kolkata, o “ocidental” é genericamente associado ao uso de vestuário de estilo *prêt-à-porter* “globalizado”; pontualmente estereotipado como “*very tall*”, “*big*” (significando estatura física elevada e frequentemente com excesso de peso) e, em tom jocoso, com tez de “*pinkish/reddish colour*”, literalmente pele avermelhada, em referência à aparência adquirida por insolação da pele com pouca melanina perante as condições climatéricas da região. Não é evidente a sua conotação com “*white*”, termo que nunca ouvi ser utilizado fora dos meios intelectuais, a não ser que expressamente introduzido por mim em conversa (para mais sobre representações de “ocidental” e “bengali”, v. Marques, 2009b).

É no espaço doméstico e em situações públicas ostensivamente formais (cerimoniosas) que ainda prevalece para muitos o uso da indumentária entendida como “tradicional”, e usada do modo convencionado nas suas especificidades aos vários níveis de diferenciação identitária. Para a adscrição identitária “*hindu*” (sendo a bengali dominante nesta região), refere-se comumente a roupagem não talhada e não cosida, como são o *dhoti*, o *lungi* ou o *chador* (para o género masculino) e o *sari* (para o género feminino). Todavia, a incorporação de vestuário sincrético, por exemplo, ao estilo *mughal* ou “ocidentalizado” foi, desde há muito, amplamente realizada pelos dois géneros, como é evidente pela sua extensa utilização e adoção como vestuário “tipicamente indiano”: *kurta-pijama* ou *kurta-dhoti*, *salwar-kamize* ou *churidar-kamize*,

¹¹ *Firangi* / *Firingi* parece ter sido tomado do termo árabe *firang* (*rang*, “cor”, *firang* ou “sem cor”). “To the Turks [...] all Western Europe was for centuries simply *Frengistan*, ‘the land of the Franks’” (Davison, 1960, p. 666).

o uso de *dupatta*, *saia* e *blouje*, do *topi*, dos casacos *sherwani*, *achkan* e “Nehru” com e sem mangas, etc. (sobre o vestuário indiano e a sua história, v. Bayly, 1988; Bean, 1989; Tarlo, 1996; Cohn, 2001).¹²

VISIBILIDADES E ALTERIDADE

Para aceder aos conteúdos latentes e formações ideológicas de alteridade subjacentes às representações dos corpos adultos *manifestos* nas imagens destes jornais, os dados foram organizados em várias unidades, sob domínios operativos para “adscrição identitária”. Estas unidades emergiram ao longo do trabalho de campo continuado, recorrendo a uma aproximação “*multi-method*” de escrutínio consecutivo das fotografias e de imagens verbais mediadas por narrativas orais e outras fontes, tais como as descritas acima. A distribuição foi então operada através da combinação sucessiva de elementos que incluíram marcas identitárias exteriores de reconhecimento imediato neste universo sociogeográfico (aparência do corpo, vestuário, adornos, decoração, etc.), referências textuais de identificação e nomeação dos corpos representados, contexto situacional em que aparecem (atividade/trabalho, pose/lazer) e ambiente envolvente (público, doméstico). A este nível, foram procurados padrões de repetição e contraste na relação dos elementos constituintes das fotografias de meia-figura e corpo inteiro, procedendo à distribuição dos sujeitos em categorias largamente inclusivas, tais como aparentemente

12 O *dhoti* é uma peça retangular de tecido de algodão, “tradicionalmente” (para os bengalis) de cor branca ou neutra, sem costuras, usada em redor da cintura com drapeados que são passados entre as pernas. O *lungi* é uma peça retangular de tecido de algodão com padrões de cor, menos longa que a peça do *dhoti*, usada em redor da cintura como uma saia longa ou curta, se dobrada no sentido longitudinal. O *chador* é uma peça de vestuário semelhante a um grande xaile usada para cobrir a parte superior do corpo. “Tradicionalmente” usada apenas com *dhoti*, mas na atualidade é usada frequentemente sobre uma *kurta*. *Pijama*, palavra de origem portuguesa, incorporada no bengali. É utilizada para designar, especificamente, um tipo masculino de calças de algodão fino, de fundos baixos, largas na porção superior e afuniladas na perna, “tradicionalmente” de cor branca ou neutra. Todavia, o termo também é usado para designar “calças” masculinas de um modo genérico. *Topi*, barrete/chapéu. Existem múltiplas variantes de *topi* entendidas como “indianas”, entre as quais, o internacionalmente famoso (mas não muito usado) *khadi topi* inventado por M. K. Gandhi: de forma semelhante ao *kashmiri topi* (“tradicional” de Kashmira e em Kolkata, mais comum entre muçulmanos), mas feito de *khadi* (algodão fiado manualmente) branco. *Sherwani* e *achkan* são casacos masculinos longos, justos, com colarinho alto (ou sem colarinho) e abotoar centrado à frente, terminando abaixo do joelho. Usados em ocasiões formais e ceremoniosas, sendo os segundos de tecido mais leve do que os primeiros. São os percursores da jaqueta “Nehru” (*Nehru coat*), popularizada por Jawaharlal Nehru, e que é mais curta, podendo ser usada com ou sem mangas.

“indiano hindu”, “indiano não hindu”, “ocidental”, “não ocidental” e “não indiano e não ocidental”.

Começo por assinalar que da totalidade dos corpos adultos representados em meia-figura ou corpo inteiro nos três jornais, apenas 1% surge em ambiente doméstico. O domínio do interesse público para a imprensa diária em Kolkata surge, deste modo, no sentido muito europeu quinhentista do latim *publicus* – o que diz respeito a todos e que remete para tornar público (*publicare*) – evitando a exposição dos corpos no “domínio da casa”. Para esta homogeneidade nas decisões editoriais não será alheio o enquadramento jurídico das atividades de comunicação social e de publicação. Ao contrário da Constituição portuguesa, que confere o direito à privacidade e à imagem, a Constituição indiana não inclui qualquer disposição direta neste sentido, e a sua regulação é feita com base nas interpretações da jurisprudência. Todavia, as decisões do Supremo Tribunal tendem a impor aos mediadores de comunicação um código de conduta bastante restrito relativamente à exposição dos assuntos domésticos, como se pode verificar através deste exemplo:

The right to privacy is implicit in the right to life and liberty guaranteed to the citizens of this country by Article 21. It is a “right to be let alone”. A citizen has a right to safeguard the privacy of his life, family, marriage, procreation, motherhood, child-bearing and education among other matters. None can publish anything concerning the above matters without his consent, whether truthful or otherwise and whether laudatory or critical. If he does so, he would be violating the right to privacy of the person concerned and would be liable in an action for damages [R. Rajagopal *versus* State of Tamil Nadu, 1994, Supreme Court *in* Singh, 2010].

De todos os corpos representados, 80% são “aparentemente indianos hindus”. Ou seja, a esmagadora maioria dos corpos que compõem a paisagem social de interesse público têm aparência indiana hindu, revelando a sua preponderância na hierarquia da organização social. Esta aparência (masculina e feminina) domina as visibilidades em todas as esferas da vida pública, ocupando também o espaço dos corpos mais bem-sucedidos, ilustres e belos. Homens “aparentemente ocidentais” surgem em apenas 9% das fotografias e mulheres “aparentemente ocidentais” em 6%. Os corpos menos visíveis são os de aparência “indiana não hindu” ou “aparentemente não indianos e não ocidentais”, compreendendo somente 5%. Para a imprensa diária em Kolkata, parecem ser estes os corpos menos representativos da paisagem social de interesse público, quer em termos nacionais quer internacionais. Sendo ainda mais notável o desinteresse quase absoluto pelos corpos femininos deste tipo: apenas 16 das 1440 ocorrências (1%) de todos os corpos adultos em meia-figura e corpo inteiro.

Por outro lado, observa-se que 62% destes corpos de aparência “indiana não hindu” ou “não indiana e não ocidental” aparece com vestuário “ocidental”, sendo a inclusão nesta categoria dependente da sua identificação e de referências textuais que acompanham as fotografias. Contam-se aqui corpos de anônimos referenciados por nacionalidade, e de celebridades artísticas, desportistas e políticas, de origem chinesa, egípcia, iraquiana, japonesa, nigeriana, palestina, o casal Obama (categorizados no seu país de origem como “biracial African-Americans”), etc. As restantes aparições contam com imagens unidimensionais de alguns corpos masculinos indianos *sikh*, todos com vestuário “misto” de fato de calça e camisa com turbante e barba completa, com exceção do primeiro-ministro da Índia Manmohan Singh, igualmente de turbante e barba completa, mas vestindo a “tradicional” indumentária política de *kurta-pijama* e casaco “Nehru”, e alguns corpos identificados pela sua “identidade religiosa”, como os monges budistas (com variantes de longas túnicas de cor açafrão ou carmesim escuro, cabeça e cara rapadas) ou um *imam* (túnica longa, tupi e barba sem bigode). Um punhado de corpos em representações *folk*, “étnicas”, identificados como músicos bengalis *baul* (com variantes de longas *kurta* de cor açafrão ou alaranjadas com ou sem *patchwork* sobre *lungi* e cabelo comprido), *performers* paquistaneses, uma bailarina *noori* tailandesa e uma japonesa de quimono. O primeiro-ministro nepalês Jhalanath Khanal, usando *dhaka topi*; alguns corpos egípcios masculinos de *galabeya* (túnica mais longa e larga do que a *kurta*) e um feminino, vestido com casaco comprido e lenço a cobrir a cabeça e o pescoço, completam as aparições nesta categoria.

Considerando que também em 76% das fotografias que representam (um ou mais) homens com a aparência dominante “indiana hindu”, todos os seus corpos surgem com vestuário “ocidental”, pode concluir-se que de acordo com a imprensa diária em Kolkata, a paisagem dos corpos masculinos em espaço público secular é largamente representada por uma exterioridade “ocidentalizada”. O uso normativo de vestuário de calças e camisa, fato completo em situações mais formais ou *prêt-à-porter*, com *jeans* e *shirt* para os mais jovens, é reforçado pela dominância do uso de cabelo curto, rosto barbeado ou com bigode e ausência de brincos e decorações na pele. Residualmente aparecem alguns corpos com vestuário “misto”, combinando o uso de *shirt* com *lungi* (indumentária comum para trabalho manual) ou *Kurta* longa com *jeans*.

A minoria de corpos masculinos de aparência “indiana hindu”, que encontra lugar na imprensa usando vestuário “não ocidental” (apenas 16%), surge com variantes de vestuário “tipicamente indiano” como foi descrito acima. Destaca-se aqui que em cenários da política nacional e internacional, o *khadi*

branco é ainda o produto têxtil de eleição para a manufatura das indumentárias “tradicionalis” de *kurta-pijama* ou *kurta-dhoti*, usadas ceremoniosamente pelos políticos. Registou-se ainda uma ocorrência de um corpo masculino identificado como *sadhu*, termo usado frequentemente em substituição de *sannyasi* (“renunciante hindu”)¹³ ou, como me parece ter ocorrido, enquanto categoria genérica que inclui as muitas variantes de aparências conotadas com os “ascetas”, “iluminados”, “místicos errantes”, *yogis*, etc. A sua aparência é marcada pela aproximação a uma das representações masculinas da divindade *Shiva*: despojamento de vestuário, com genitais cobertos, uso de *rudraksha mala* (cordão de sementes de *rudraksha*) e cabelos em longas *jata* (rastas). É significativo que este tipo de aparência, repetidamente fotografada por visitantes internacionais enquanto corpos icónicos da Índia, e bastante visível em espaços urbanos durante a época festiva de Inverno compreendida nesta amostra, se encontre ausente quase em absoluto da imprensa local.

Quanto à representação dos corpos de (uma ou mais) mulheres da mesma categoria, a distribuição equivalente é a seguinte: em 54% das fotografias todos os seus corpos surgem com vestuário “não ocidental”, em 40% “ocidental” e em 6% surgem representações com um e outro tipo de vestuário. Em contraste com o corpo masculino, a representação da aparência do corpo feminino hindu é maioritariamente “não ocidentalizada”, surgindo com variantes da roupagem entendida como “indiana”, anteriormente descrita. Esta aparência é reforçada pela rejeição do uso de sapatos fechados, dominância dos cabelos negros longos (lisos ou ondulados), maquilhagem e uso de adornos e decorações “indianas” de adscrição identitária distinta, sendo as mais evidentes as definidoras de estado civil (ou “estádio de ciclo de vida” e que variam em função do grupo de pertença).¹⁴ Mais uma

13 O termo sânscrito para “estádio” do ciclo de vida é *ashrama*. De um modo resumido, o modelo de *ashramadharma* conceptualiza o desenvolvimento humano numa sucessão de quatro estádios. Uma primeira fase precoce, não explicitamente considerada, corresponderá à preparação da capacidade de compreender. À medida que o indivíduo cresce, entra no estádio *brahmacharya* (estudante) de aprendizagem do *dharma*: de competência e fidelidade; o estádio *gharasthya* (chefe de família), de prática do *dharma*: de amor e cuidar; *vanaprastha* (“floresta” ou extração) de ensino do *dharma*: ensinar, estender o cuidar; *sannyasa* (renúncia) de realização do *dharma*: sabedoria, renúncia da identidade social e do mundo ilusório (Kakar, 2005 [1978], pp. 42-43). *Sannyasi* (masculino) e *sannyasini* (feminino) serão representantes do estádio *sannyasa*.

14 Por exemplo, para mulheres casadas bengalis hindus, a distinção é feita comumente pela combinação do uso de *shitti sindur* – partição do cabelo coberta com vermelhão (ou em substituição, cobertura da *shitti* por um outro produto de coloração vermelha), do *sindurer tip* – círculo feito com vermelhão na fronte (ou em sua substituição, um *tip* prêt-à-porter de qualquer cor) e uso de *shanka-paula* e *loha* (pulseiras vermelha-branca e metálica coberta de ouro).

vez, uma única ocorrência de dois corpos femininos identificados como *sannyasini* (renunciantes) regista um desvio a esta representação normativa da “aparência indiana hindu”. Vestem despojadamente *sari* com *anchal/pallu* (a extremidade) não ornamentado e preso à cintura, *mala* (cordão de contas) e cabelos em longas *jata*.

Acrescento aqui que mesmo quando estes corpos são representados em versões de aparência mais “ocidentalizada”, não foi registada nenhuma ocorrência de cabelos de outras cores ou o uso de calções. Porém, enquanto na representação do homem de aparência indiana hindu não ocorrem diferenças significativas entre os três jornais, na representação deste corpo feminino identifica-se uma fratura importante estabelecida pelo *The Times of India* relativamente à imprensa bengali. Este jornal apresentou uma ocorrência de mulheres “manequins” em biquini e uma “atriz” aparentemente coberta apenas com um xaile. Este tipo de representações do corpo feminino “indiano”, mesmo em número tão residual e confinado a mulheres “claramente identificadas em categorias menos respeitáveis”, é ainda assim uma nota de transgressão de origem externa neste universo bengali. Veja-se o comentário de uma estudante universitária bengali hindu, que se assume como rebelde e cosmopolita, habitualmente vestindo ao estilo “indiano ocidentalizado”:

Imagine that! You are not supposed to step out of your house in shorts. Showing your legs like that. In the West, boys and girls can wear shorts together, right? In gyms, and all, and taking shower together? We cannot think of that. And in India, going around naked is like you put yourself at your most vulnerable point: you'll never do it! Just like guys are never supposed to cry, never, ever, at least in public. That's why those actresses who wear skin revealing clothes are not admired at all, generally speaking [...] Now you can also see the deep back cleavages in the *blouje*, a huge U, but many women think that those women are not really respectable or something [...] I also don't wear my *blouje* like that, they are all very decent like 9 inches or something! [...] And yes, people expose a lot through *sari* but, then, it is a different thing: you are wearing a *sari*! [AM, Kolkata, 22-01-2011]

Esta demarcação inequívoca dos corpos femininos “ocidentais” é claramente evidenciada pela imprensa diária em Kolkata. 70% das ocorrências de mulheres “ocidentais” surgem em situações de “pose/lazer” para contemplação, um número muito superior aos 52% de corpos femininos “aparentemente indianos hindus” e aos 25% da categoria “aparentemente indiano não hindu”/“aparentemente não indiano e não ocidental”. Habitualmente célebres na indústria global do entretenimento (atrizes, modelos, cantoras), estes corpos femininos “de aparência ocidental” são assumidos pelos jornais como os mais apropriados a representações transgressoras de corpos-objetos para

sedução sexual, com maior exposição de áreas do corpo desnudadas e poses explicitamente erotizadas. O *Anandabajar Patrika*, em língua bengali, é mais uma vez a exceção, não incluindo qualquer representação do corpo feminino deste tipo.

BABUS E LOKKHIS

Mencionei anteriormente que a literatura bengali, tanto ao nível da origem como da mediação linguística é a mais escolhida, sendo extremamente influentes, sobretudo entre a população feminina, clássicos dos séculos xix e xx de figuras amplamente reconhecidas como ícones da “identidade cultural bengali”. É necessário adicionar aqui o motivo por que assim são considerados. Nas várias formas de expressão (narrativa, teatro, sátira, música, pintura), um largo número destes autores (figuras masculinas e femininas) terá desempenhado um papel fundamental no movimento pró-independência e no debate e construção ideológica do movimento reformista da “identidade indiana” pós-colonial, que marca distintamente as referências de “bom gosto” (Bourdieu, 1984) utilizadas na “identidade bengali” da atualidade. São as referências incorporadas pelo estereótipo do *bengali babu* e da sua contraparte feminina *bhadramahila*, idealizados como os modelos conservadores do refinamento distintivo da sua classe média e média alta.¹⁵ O *Anandabajar Patrika*, impresso pela primeira em vez em 1922, é associado a este universo, contando com inúmeros ilustres revolucionários bengalis na história dos seus fundadores, autores e editores (Mukherji, 2009).¹⁶ Este facto torna expectável que corresponda ao peso da sua história, dando continuidade, nas palavras de uma professora reformada bengali hindu, “to those references of good taste that are quintessentially bengali” (ARC, Kolkata, 28-12-2010).

Este projeto de construção nacionalista da Índia terá encontrado a conciliação entre a preservação da sua singularidade identitária e a imersão na modernidade através de um princípio ideológico de seleção reificado sobre a diferença dos corpos femininos e masculinos. Os primeiros passam a ser conceptualizados como repositórios da “espiritualidade essencialmente indiana”, e os segundos como repositórios da “materialidade apropriada do ocidente”.

15 *Babu* ou *bhadralok* significa literalmente “pessoa (ou classe de pessoas) civilizada”. Sendo um termo criado no universo sociohistórico bengali durante o período colonial britânico, continua a ser utilizado nos discursos populares para indicar uma pessoa respeitável, com elevado nível de literacia, enquadrada pelo estatuto socioeconómico de classe média ou média alta bengali. Sobre os seus vários usos no contexto sociológico, v. Prasad (2006).

16 O *The Times of India*, sob este nome, foi fundado em 1861 pelo britânico Robert Knight, e o *The Telegraph* foi lançado em 1982.

Como descreve Partha Chatterjee:

The new norm for organizing family life and determining the right conduct for women in the conditions of the modern world could now be deduced with ease. Adjustments would have to be made in the external world of material activity, and men would bear the brunt of this task [...] No matter what the changes in the external conditions of life for women, they must not lose their essentially spiritual (that is, feminine) virtues; they must not, in other words, become essentially Westernized. ...There would have to be a marked difference in the degree and manner of Westernization of women, as distinct from men, in the modern world of the nation [Chatterjee, 1989, pp. 626-627].

Significando isso que os corpos femininos passam a ser submetidos a uma nova ordem patriarcal (entendida como superiormente refinada e emancipadora), distanciada da “ocidental” e da “indiana” anterior. Mas como descreve a autora Himani Bannerji:

Women shared with the male reformers the criteria for reform, which were framed within the colonial class discourse of “civilization,” “improvement,” “utility,” and “progress,” as contrasted with “savagery,” “barbarism,” “indecency,” “irrationality,” and “backwardness.” The notion of an appropriately reformed female subjectivity was conceived within these criteria and with reference to gender and family relations arising in the new context of colonially inflected social relations of classes [Bannerji, 1994, pp. 173-174].

Ou seja, os fundamentos para esta “nova” identidade feminina encontram-se num discurso importado do “ocidente vitoriano”, depois reinventado com uma roupagem adequadamente nacionalista, transfigurada em “tradicional indiana” sob a égide de conceitos associados a valores morais de uma Índia imemorial: *sabhyata* (civismo), *sobhanata* (decoro, decência) e *lajja* (vergonha, modéstia). As mulheres devem então ser educadas para a modernidade e para a participação na esfera pública, mas preservando as “imemoriais virtudes espirituais” de cuidadoras, de castidade, de pudor, submissão, autossacrifício, compaixão, gentileza e paciência, que se refletem na sua discreta visibilidade, exterioridade física, modos de comer e uso do corpo, devoção à família e religiosidade. A distanciação do “ocidente” na “identidade indiana moderna” será assim assegurada pelos seus corpos femininos, através das marcas “espirituais” de conduta e aparência, claramente distintas da figura (“materialista” e indecorosa) da *memsaheb* (“mulher ocidental”). E tal como é evidenciado pelos resultados apresentados, são os arquétipos destes corpos que dominam as visibilidades femininas na imprensa em Kolkata.

É interessante notar que a respeitabilidade, configurada em função da unidade social de pertença e de forma multidimensional (território de origem, religião, casta, clã, tribo, idade, género, posição na célula familiar, etc.), é reforçada nas relações interpessoais em espaço público através do uso da língua (em bengali e noutras línguas usadas no território). E, em West Bengal, o termo de tratamento para mulheres (casadas ou não) “em profissões respeitáveis” exercidas fora do domínio da casa (professoras, investigadoras, jornalistas, advogadas, etc.) é *mem* (diminutivo de *memsaheb*), denunciando assim a ambiguidade que prevalece relativamente à sua posição social e à conotação pejorativa da aproximação à imagem de “mulher ocidental”. Além disso, após o casamento, é esperado que sejam mães (e chamo a atenção para o facto de que as mães bengalis suportam a hierarquia patriarcal de controlo, mas o seu poder advém de uma progénia masculina), abandonando imediatamente o trabalho que possam ter exercido na esfera pública, retomando o papel ideal de educadoras e cuidadoras no domínio da casa (Donner, 2008).

Nesta região da Índia, é atribuído um elevado valor à educação, ao intervencionismo social, político e cultural, o que se reflete no elevado rácio F/M de literacia (posicionado como o 3.º melhor Estado a nível nacional desde a década de 1970), qualificações de nível superior (Bagchi, 2005) e participação feminina significativa na esfera da política. Contudo, apesar do esforço colocado na educação das suas filhas de classe média e média alta, o modelo da figura feminina ideal é ainda representado pela divindade *Lakshmi*, aqui denominada *Lokkhi*. Diz o provérbio: “*choto khato, lokkhi monto*”, “pequenina como a deusa *Lakshmi*”:

The goddess *lokkhi* is considered the ideal woman: she is very quiet, calm, she knows how to handle everything, she is the one who brings in prosperity, so ... the ideal women should be like her: short and should have short steps ... fair, small feet, well kept, well made it ... married ... *lokkhi* likes silence, likes everything cool and calm. And if she goes away from the house, if she leaves the household, all prosperity goes with her [SB, Kolkata, 15-02-2011].

Lakshmi, que é descrita nos *Vedas* como a divindade da riqueza, fortuna, poder e beleza (associada habitualmente à flor de lótus), é pequena e curvilínea, de cabelos negros, longos, lisos ou ondulados, podendo ser representada com coloração escura, rosada, dourada ou branca. Mas usa sempre as marcas exteriores da mulher casada hindu (é consorte da divindade masculina protectora *Visnu*), e em West Bengal é considerada filha do casal de divindades na forma de *Durga* e *Shiva* e irmã de *Saraswati* (feminina), *Ganesha* e *Kartik*

(masculinas). Ou seja, é uma deusa poderosa, porque é *filha, irmã e esposa* competente; bela, porque é *dócil*, silenciosa e submissa: pequenina, com pés e passos delicados (quase imperceptíveis), e independentemente da coloração da pele, possui os longos cabelos negros (nunca rapados, curtos, de outra cor, frisados ou em *jata*). Garantindo a prosperidade e fortuna da família pela sua omnipresença “na casa” como cuidadora.

CONCLUSÃO

Embora tenham sido sempre apresentadas conclusões parciais ao longo do processo expositivo de análise, cabem aqui algumas considerações finais. Na Índia, o estabelecimento de dialécticas dicotómicas *positivo/negativo* entre *nós* e os *outros* é dissuadido oficialmente. O artigo 19.º, 1- a) da Constituição indiana garante a liberdade de expressão, mas com várias restrições:

Nothing in sub-clause (a) of clause (1) shall affect the operation of any existing law, or prevent the State from making any law, in so far as such law imposes reasonable restrictions on the exercise of the right conferred by the said sub-clause in the interests of the sovereignty and integrity of India, the security of the State, friendly relations with foreign States, public order, decency or morality, or in relation to contempt of court, defamation or incitement to an offence.

Esta declaração de reserva permite a intervenção oficial nos vários mediadores de comunicação massificada, impondo, por exemplo, uma autorregulação “ética e moral” à imprensa e a outros órgãos mediáticos, bem como a censura regular na publicação e exibição de audiovisuais (como o Cinema e TV), através do Central Board of Film Certification (CBFC).¹⁷ Significando isso a impossibilidade ou limitação de exibir visualmente um manancial variado de temas como determinadas formas de violência e tensões políticas, descriminação negativa de “castas” ou “etnias”, sexo e nudez (se entendida como erótica), imagens potencialmente obscenas, ofensivas, difamatórias ou invasivas da privacidade e hostilidade figurada por não indianos.

Efetivamente, a expressão de hierarquias de importância representacional e descriminação dos inúmeros *outros* por referência à clara dominância cultural do “corpo indiano hindu” é conseguida, pela imprensa diária em Kolkata, não tanto pela seleção qualitativa de conteúdos e composição narrativa, mas pelo controlo das visibilidades. Através das decisões editoriais de (sobre-, sub- e in-) visibilidades de determinados corpos, a imprensa instrumentaliza assim

17 CBCF disponível para consulta em: <<http://www.cbfccindia.tn.nic.in/guidelinespage1.htm>>.

os recursos de expressão imagética de que dispõe para reprodução dos modelos dominantes para normalização e discriminação da alteridade.

Observa-se também um domínio claro da representação de secularidade e da aparência laica dos corpos que compõem a paisagem social, contrariando a imagética internacionalmente difundida de impregnação de marcas de religiosidade no espaço público desta nação. Inequivocamente, o corpo “masculino indiano hindu” (em West Bengal, confundindo-se com o *ben-gali babu*) domina a hierarquia de visibilidades sendo posicionado como o referente *nós* para adscrição identitária dos *outros*, mas é a representação da sua aparência “ocidentalizada”, com ausência de marcas religiosas exteriores diferenciadoras, que o define como o corpo metonímico indiano neste universo sociogeográfico. A “espiritualidade essencialmente indiana”, sendo remetida para o corpo feminino, passivo e submisso à ordem patriarcal, no domínio da casa, marca, portanto, a sua conspicuidade pela discreta visibilidade pública.

Poder-se-ia pensar que a procura de afirmação identitária “hindu” se apoia primariamente na demarcação face a uma identidade “islâmica” (ideia consolidada na célebre *History of British India* de James Mill), mas, de acordo com este estudo, no que se refere à imprensa diária em Kolkata, não é essa, de todo, a demarcação relevante. Os corpos indianos aparentemente islâmicos são submetidos categoricamente à quase invisibilidade, do mesmo modo que o são todos os outros que aparecam ser “indianos não hindus” ou “não indianos e não ocidentais”. Mesmo quando observamos a discriminação representacional do género feminino e dos modelos usados como normativos para referenciação identitária, só o corpo feminino de “aparência ocidental” parece adquirir visibilidade significativa no estabelecimento de dicotomias de composição representacional. Por um lado, consentindo a expressão do conceito da sua “menor respeitabilidade” relativamente a todas as outras categorias consideradas e, por outro, reafirmando o arquétipo da *memsaheb* como referência de imagética a opor para a representação de corpos de “identidade essencialmente indiana”.

Finalmente, ainda assinalável é a continuidade da importância dos *literati* de Bengala dos anos de 1800 e início do século xx na reinterpretação das conceções vernaculares de existência social e do ideal identitário bengali contemporâneos. Sobretudo quando mediadas pela sua língua, as imagens associadas aos modelos idealizados do refinamento distintivo dos valores e corpos bengali (incorporados pelas suas classe média e média alta) prevalecem. Num espaço sociogeográfico que partilham, desde há muito, com universos linguísticos, culturais e religiosos múltiplos, sob a presente influência da globalização de informação e mercados, a afirmação da sua singularidade (e superioridade

em relação aos inúmeros *outros*) mantém-se escorada na constância dessas “references of good taste that are quintessentially bengali”.

O que melhor define, hoje, os meios de comunicação e os jornalistas, dizem Félix Ortega e María Luisa Humanes, é a “capacidade de tornar visível a sociedade” (2000, p. 63). Com este estudo, espero ter contribuído para demonstrar como este poder de instrumentalização das visibilidades se traduz na capacidade de tornar invisíveis ou unidimensionalmente visíveis inúmeros actores da sociedade.

BIBLIOGRAFIA

- ALBERS, P.C. e JAMES, W.R. (1988), “Travel photography: a methodological approach”. *Annals of Tourism Research*, 15, pp. 134-158.
- ANDERSON, B. (2003), *Visual Framing: Study of Face-ism from the Websites of the 108th United States Congress*. Tese de Master of Arts in Professional Communication, East Tennessee State University.
- ARCHER, D. et al. (1983), “Face-ism: five studies of sex differences in facial prominence”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45 (4), pp. 725-735.
- ARGYLE, M. (1975), *Bodily Communication*, Londres, Methuen.
- BAGCHI, J. (ed.) (2005), *The Changing Status of Women in West Bengal, 1970-2000: The Challenge Ahead*, Nova Deli, Sage.
- BANNERJI, H. (1994), “Textile prison: discourse on shame (*lajja*) in the attire of the gentlewoman (*bhadramahila*) in colonial Bengal”. *Canadian Journal of Sociology*, 19 (2), pp. 169-193.
- BAYLY, C. (1988), “The origins of swadeshi (home industry): cloth and Indian society, 1700-1930”. In A. Appadurai (ed.) *The Social Life of Things*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 285-322.
- BEAN, S. (1989), “Gandhi and khadi, the fabric of Indian independence”. In A. Weiner e J. Schneider (eds.), *Cloth and the Human Experience*, Washington, Smithsonian Institution Press, pp. 355-376.
- BONETT, A. (2003), “From white to western: ‘racial decline’ and the idea of the West in Britain, 1890-1930”. *Journal of Historical Sociology*, 16, pp. 320-348.
- BOURDIEU, P. (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, Harvard University Press.
- BUZINDE, C. et al. (2006), “Ethnic representations: destination imagery”. *Annals of Tourism Research*, 33 (3), pp. 707-728.
- CHATTERJEE, P. (1989), “Colonialism, nationalism, and colonized women: the contest in India”. *American Ethnologist*, 16, pp. 622-633.
- CHOMSKY, N. (1991), “The new world order”. *Agenda*, 62, pp. 13-15.
- CLAWSON, R. e TRICE, R. (2000), “Poverty as we know it: media portrayals of the poor”. *Public Opinion Quarterly*, 64, pp. 53-64.
- COHN, B. (2001), “Cloth, clothes, and colonialism: India in the nineteenth century”. In D. Miller (ed.), *Critical Concepts in the Social Sciences*, Londres, Routledge, pp. 405-430.

- COSTA, M. e BITTI, P. (2000), "Face-ism effect and head canting in one's own and others' photographs". *European Psychologist*, 5 (4), pp. 293-301.
- COOLEY, S. e SMITH, L. (2010), "International faces: an analysis of self-inflicted face-ism in online profile pictures". Disponível em http://www.allacademic.com/meta/p404043_index.html, [consultado em 25-02-2011].
- DAGAR, R. (2004), "Media: stereotyping gender in India". *South Asian Journal*, 5. Disponível em <http://www.southasianmedia.net/Magazine/Journal>, [consultado em 25-02-2011].
- DAVISON, R. (1960), "Where is the Middle East?". *Foreign Affairs*, 38 (4), pp. 665-675.
- DONNER, H. (2008), *Domestic Goddesses: Maternity, Globalization and Middle-class Identity in Contemporary India*, Hampshire and Burlington vt, Ashgate.
- DOUGLAS, M. (1991), *Pureza e Perigo*, Lisboa, Edições 70.
- DUTTA, C. (2008), *Information Literacy Competency and Readership Study of Five Specific Localities in Urban, Industrial and Semi-Urban Areas of Kolkata Metropolitan City*, Nova Deli, UNESCO House.
- EICHER, J. e SUMBERG, B. (1995), "World fashion, ethnic, and national dress". In J. Eicher (ed.), *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*, Oxford, Berg, pp. 295-306.
- HENDERSON, J. (2001), "Presentations of the Orient: Singapore and UK tour operator brochures compared". *Tourism, Culture & Communication*, 3, pp. 71-80.
- KAKAR, S. (2005 [1978]), *The Inner World: A Psycho-analytic Study of Childhood and Society in India*, Nova Deli, Oxford University Press.
- LAKOFF, G. (1987), *Women, Fire, and Dangerous Things*, Chicago, The University of Chicago Press.
- MACHIN, D. (2004), "Building the world's visual language: the increasing global importance of image banks in corporate media". *Visual Communication*, 3 (3), pp. 316-336.
- MARQUES, S. C. S. (2009a), "Imaginando Kolkata: o turismo internacional e as representações de terceiro mundo em Photovoice". *Arquivos da Memória*, 5-6, pp. 119-151.
- MARQUES, S. C. S. (2009b), *As Câmeras e o Turismo em Kolkata: Representações em Photovoice*. Tese de doutoramento em Antropologia, Lisboa, ISCTE-IUL.
- MAUAD, A. M. (1996), "Através da imagem: fotografia e história interfaces". *Tempo*, 1 (2), pp. 73-98.
- MUKHERJI, P. (2009), "Ananda Bazar Patrika uniqueness: red ink printing". *Midia Mimansa*, Oct-Dec, pp. 92-96.
- ORTEGA, F. e HUMANES, M. L. (2000), *Algo Más que Periodistas: Sociología de una Profesión*, Barcelona, Ariel.
- PINTO-COELHO, Z. e MOTA-RIBEIRO, S. (2005), "O acesso das mulheres ao discurso da imprensa portuguesa". In *Actas do IV Congresso da SOPCOM, Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação*, pp. 1941-1951.
- PRASAD, S. (2006), "Crisis, identity, and social distinction: cultural politics of food, taste, and consumption in late colonial Bengal". *Journal of Historical Sociology*, 19 (3), pp. 245-265.
- PRESS INSTITUTE OF INDIA (ed.) (2004), *Status of Women Journalists in the Print Media*, Nova Deli, National Commission for Women.
- SINGH, K. S. (ed.) (2003), *People of India: Introduction* (rev. ed.), Nova Deli, Oxford University Press.
- SINGH, K. A. (2010), "Right to privacy under Indian Constitution and privacy protection in India". In *All India Reporter*. Disponível em <http://www.allindiareporter.in/articles/index.php?article=968>, [consultado em 24-05-2011].

- SHUKLA, R. (2010), *Indian Youth Demographics and Readership: Results from the National Youth Readership Survey*, Nova Deli, National Book Trust.
- SZÖRÉNYI, A. (2006), “The images speak for themselves? Reading refugee coffee-table books”. *Visual Studies*, 21 (1), pp. 24-40.
- T. HALL, E. (1986), *A Dimensão Oculta*, Lisboa, Relógio D’Água.
- TARLO, E. (1996), *Clothing Matters: Dress and Identity in India*, Nova Deli, Penguin Books.
- WILKINSON-WEBER, C. (2005), “Tailoring expectations”. *South Asian Popular Culture*, 3 (2), pp. 135-159.

Recebido a 27-06-2011. Aceite para publicação a 30-04-2012.

MARQUES, S. (2012), “*Babus, lokkhis e os outros: representações do corpo na imprensa diária da Índia bengali*”. *Análise Social*, 203, XLVII (2.º), pp. 424-449.