

Organizadores
Cláudio Novaes Pinto Coelho
Rosana de Lima Soares

PRODUTOS MUDIÁTICOS, PRÁTICAS CULTURAIS E RESISTÊNCIAS



EDITORA
CÁSPER LÍBERO

**MIDI
ATO**

Organizadores

Cláudio Novaes Pinto Coelho

Rosana de Lima Soares

PRODUTOS MUDIÁTICOS,
PRÁTICAS CULTURAIS E
RESISTÊNCIAS

1ª edição



São Paulo
2019

Organização

Cláudio Novaes Pinto Coelho
Rosana de Lima Soares

Produção e arte

Giulia Elisa Garcia de Souza
Simonetta Persichetti

Capa

iStock

Revisão

Cláudio Novaes Pinto Coelho
Rosana de Lima Soares

Projeto gráfico

Giulia Elisa Garcia de Souza

Diagramação

Giulia Elisa Garcia de Souza

Conselho editorial:

Carlos Sadano (Mackenzie)

Kátia Saisi (PUC-SP)

Mara Rovida (Uniso)

Deysi Cioccarri (PUC-SP)

Maria Ribeiro do Valle (Unesp)

Sandra Lucia Goulart (FCL)

Juremir Machado da Silva (PUC-RS)

Mônica Martinez (UNISO)

Regina Giora (MACK)

Ana Carolina Escosteguy (UFSM)

Roberto Mancuzo (Unoeste)

Paulo Boni (UEL)

Silas de Paula (UFC)

Jairo Getulio Ferreira (Unisinos)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicidade (CIP)

Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira

P956

Produtos midiáticos, práticas culturais e resistências [recurso eletrônico] / organização Cláudio Novaes Pinto Coelho e Rosana de Lima Soares. – 1.ed. – São Paulo: Cásper Libero, 2019.

ISBN 978-85-88668-07-2
recurso digital : il.

1. Ação cultural. 2. Produtos midiáticos. 3. Cultura - Identidade.
4. Cultura – Narrativas. I. Coelho, Cláudio Novaes Pinto. II. Soares,
Rosana de Lima.

CDD 302.23

Bibliotecária responsável: Daniela Paulino Cruz Bissolato - CRB 8/6728

Editora Cásper Libero

Av. Paulista, 900 – CEP: 01310-000 – São Paulo/SP

Fone: (11) 3170-5841

monitoria@casperlibero.edu.br

SUMÁRIO

Apresentação 10

PARTE I: CRÍTICA CULTURAL E CRÍTICA DA MÍDIA

**Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo:
a dimensão política da crítica cultural**

Cláudio Novaes Pinto Coelho 20

**Culturas juvenis e estigmas sociais:
entre reconhecimento e resistência**

Rosana de Lima Soares 40

PARTE II: ESPAÇOS E PRÁTICAS CULTURAIS

Entre o verbo e a verba: dilemas da cultura na cidade de São Paulo

Ethel Shiraishi Pereira 62

**Cidade, espaço e musealização:
uma reflexão sobre a 31ª e 32ª Bienal de São Paulo**

Márcia Eliane Rosa 79

**Pixador, grafiteiro, muralista:
a espetacularização da ocupação do espaço urbano**

Beatriz Fontes Jacinto 94

**Apontamentos sobre a crítica de arte e as práticas artísticas,
dos anos 60 e 70 do século XX: as intervenções no espaço
e a cena teatral contemporânea**

Antonio Luiz Gonçalves Junior 112

Resistência, memória e teatro: reflexões sobre os 50 anos do Teatro Popular União e Olho Vivo	
<i>Mei Hua Soares</i>	127

O teatro de cultura popular e a comunicação: a trajetória da Companhia da Tribo	
<i>Giulia Elisa Garcia de Souza</i>	143

PARTE III: PRODUTOS MIDIÁTICOS E CONSUMOS

Narrativas híbridas sobre a saúde na televisão	
<i>Amanda Souza de Miranda</i>	165

A “economia de troca” disparada pelo ambiente digital: uma cultura comunicacional contemporânea de promoção de confiança e de ajuda mútua	
<i>Fernanda Elouise Budag</i>	182

Gol contra na abertura para crítica: conflitos sobre a representação nacional na recepção da campanha “Avião da Seleção”	
<i>Ivan Paganotti e Mariana de Toledo Marchesi</i>	201

A saga Star Wars como produto midiático: o consumo como experiência	
<i>Homero Odisseus Massuto</i>	220

Kéfera Buchmann: do anonimato a uma marca de sucesso	
<i>Mariane de Pinho Reghin</i>	244

André Rieu e a espetacularização da música clássica	
<i>Fernando Gonzalez</i>	258

PARTE IV: NARRATIVAS, IDENTIDADES E RESISTÊNCIAS

A ficção como narrativa política:

novos arranjos no audiovisual contemporâneo

Sofia F. Guilherme, Eduardo Paschoal e Thiago S. Venanzoni 277

O Prédio dos Chilenos: documentário latino-americano contemporâneo e animação do testemunho

Jennifer Serra 296

“O que foi feito de(V)era”. O Clube da Esquina na perspectiva da crítica do espetáculo e da cultura

Emerson Ike Coan..... 313

100% feminista: cultura no espetáculo e feminismo negro

Viviane Garbelini Cardoso..... 352

Contornando o Dia Internacional da Mulher

Mayra Rodrigues Gomes 367

Articulações discursivas em torno do eixo identitário

gênero/sexualidade em críticas de *ombudsmans* na *Folha de S.Paulo*

Nara Lya Cabral Scabin 383

APRESENTAÇÃO

Os organizadores

O livro *Produtos midiáticos, práticas culturais e resistências* é fruto de uma parceria intelectual entre o grupo de pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo, da Faculdade Cásper Líbero, e o grupo Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (MidiAto), da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. O diálogo entre as linhas de pesquisa e os projetos desenvolvidos em ambos os grupos é a base desta parceria.

A principal característica do livro é a combinação de uma reflexão crítica acerca de produtos midiáticos específicos com uma indagação a respeito da possibilidade destes produtos, e das práticas culturais às quais estão vinculados, resistirem aos processos de mercantilização e espetacularização, e de reprodução de situações de opressão e discriminação.

As temáticas da crítica cultural e midiática e das possibilidades de resistências aparecem desde o início, com textos produzidos pelos organizadores do livro. O capítulo redigido por Cláudio Novaes Pinto Coelho analisa a dimensão política dos conceitos de indústria cultural e sociedade do espetáculo, que são os principais conceitos da teoria crítica da comunicação: a corrente teórica para a qual a cultura possui uma dimensão contraditória, podendo servir tanto para a reprodução quanto para o questionamento da sociedade capitalista. A capacidade destes conceitos servirem para a compreensão do crescimento de tendências políticas totalitárias presente na contemporaneidade é ressaltada pelo autor, que analisa também a defesa da arte autônoma feita por Adorno e a defesa da indistinção entre arte e vida cotidiana realizada por Debord.

Por sua vez Rosana de Lima Soares, também organizadora do livro, desenvolve um percurso teórico e metodológico, localizado no

campo de estudos da linguagem e do discurso, visando uma análise crítica de produtos midiáticos audiovisuais, em especial produções de cunho realista e marcadas pelas culturas juvenis. O objetivo principal do capítulo é apontar as representações presentes nas mídias em relação às juventudes contemporâneas e, além disso, investigar os modos como os jovens, enquanto receptores, delas se apropriam, resignificando as imagens produzidas; e também os modos como eles se tornam produtores de novas imagens (especialmente por meio das mídias digitais), interferindo no imaginário social a eles relacionado.

Na sequência, há um conjunto de trabalhos voltados para a pesquisa de práticas culturais que se desenvolvem em espaços urbanos das grandes metrópoles, com destaque especial para a cidade de São Paulo. O capítulo escrito por Ethel Shiraishi Pereira analisa a atuação da Secretaria da Cultura durante a gestão de João Dória Jr. na prefeitura de São Paulo. Do ponto de vista governamental, as práticas culturais foram encaradas como sinônimo de entretenimento, e valorizadas como promotoras da imagem da cidade visando à competição com outras cidades globais, que buscam atrair investimentos e gerar lucro. Mas, a atuação dos artistas em defesa das políticas culturais adotadas em gestões anteriores pode ser vista como uma forma de resistência da comunidade artística, marcada pela conexão com o espaço urbano e o exercício da cidadania.

O texto de Márcia Elaine Rosa tem por tema práticas artísticas que interagem com o espaço urbano. O foco do trabalho são as bienais de São Paulo de 2014 e 2016. A questão que articula o capítulo é se os espaços seriam tomados de tal forma pela sociedade capitalista do espetáculo que já não possibilitariam as experimentações sociais de um vivido fora do poder e da questão mercadológica. Não se pretende dar uma resposta cabal a esta questão, mas sim chamar a atenção para a necessidade de reflexões mais desenvolvidas sobre as relações entre as práticas artísticas, os museus e os espaços urbanos.

Uma análise da trajetória do artista Eduardo Kobra, que se sustenta na gradação “pixador, grafiteiro, muralista”, é a proposta do trabalho publicado por Beatriz Fontes Jacinto. O propósito do capítulo é estimular uma reflexão acerca dos limites da arte política voltada para a ocupação do espaço urbano, quando produzida na sociedade do espetáculo. Dentro deste contexto, para a pesquisadora, a pixação de São Paulo se coloca como um movimento combativo e de luta perante a sociedade, enquanto o mural é tão passivo e espetacular quanto possível, uma forma de arte puramente comercial e acrítica.

O capítulo escrito por Antonio Luiz Gonçalves Júnior chama a atenção para a influência que o campo das artes visuais, especialmente a produção das chamadas pós-vanguardas, exerce sobre a cena teatral contemporânea, particularmente na cena praticada pelos chamados Teatros de Grupo em São Paulo. O objetivo é sondar como tais práticas no teatro podem, ou não, se mostrarem resistentes à lógica espetacular. O objeto do estudo é um trabalho *site-specific*, criado a partir das características de um local específico, o bairro de uma cidade, no caso o Bom Retiro, em São Paulo.

A pergunta a respeito da possibilidade do teatro popular, ainda hoje, consistir em contraponto às formas espetacularizadas que medeiam grande parte dos produtos culturais na contemporaneidade, é o que norteia o capítulo produzido por Mei Hua Soares. O ponto de partida do trabalho é o grupo paulistano Teatro Popular União e Olho Vivo (TUOV). Busca-se entender se a trajetória de uma companhia que completou cinquenta anos de existência em 2016 permanecendo, portanto, ativa inclusive em períodos instáveis como o da ditadura militar, em alguma medida colabora na construção de uma memória teatral que, para além de sua manutenção pragmática, faz sobreviver simbólica e historicamente um teatro de resistência estética e política.

O capítulo que encerra a segunda parte do livro, escrito por Giulia Elisa Garcia de Sousa, desenvolve uma reflexão a respeito do teatro

de cultura popular como forma de comunicar às crianças as tradições brasileiras. A partir da trajetória da Companhia da Tribo e do processo de sua última montagem, são analisadas a importância de compreender nosso folclore para questionar a espetacularização do mundo e valorizar o fazer teatral como troca de saberes, a partir da ótica de Paulo Freire. A Companhia da Tribo, por meio de suas peças que quebram a quarta parede teatral, substituindo contemplação por vivência, seria um exemplo de resistência à sociedade do espetáculo.

A terceira parte do livro é composta por textos que resultam de pesquisas sobre os processos de produção e de consumo de produtos midiáticos. Amanda Souza de Miranda, em seu artigo, investiga, mediante a utilização da etnografia da narrativa, os processos produtivos do programa *Bem Estar*, exibido pela *Rede Globo*. A principal característica deste produto midiático televisivo é a hibridação entre narrativas médicas, amparadas na racionalidade, e narrativas populares, características da linguagem televisiva. Trata-se de um recurso para a atração da audiência, tendo em vista o papel da televisão como um agente familiar. Alguém a quem se escuta, alguém com quem é possível se informar e se divertir, alguém que cede conselhos e participa de um cotidiano.

O capítulo redigido por Fernanda Elouise Budag reflete sobre a possibilidade da cultura comunicacional participativa e do consumo colaborativo promoverem mudanças sociais, com a valorização da cidadania e promoção da justiça, tendo por base a perspectiva dos estudos culturais, que entende o consumo como uma prática socio-cultural. O objeto da pesquisa é a “economia de troca” que aflora hoje especialmente de dentro do ambiente digital, quer como discurso quer como experiência, buscando espaço ao lado do sistema econômico hegemônico assentado no dinheiro. Para revelar como os atores sociais vêm efetivamente empreendendo trocas de experiências com o uso da moeda-tempo, a autora tece considerações sobre registros de troca realizadas por membros do TimeBanks.

O tema do artigo de Ivan Paganotti e Mariana de Toledo Marchesi é a recepção no Facebook da campanha da *Gol*, de maio de 2014, intitulada “Avião da Seleção”. A campanha apresentava a nova pintura dessa aeronave, realizada pela dupla de grafiteiros paulistanos Gustavo e Otávio Pandolfo, conhecida como OSGE-MEOS. As críticas e os elogios recebidos pela campanha evidenciam uma disputa sobre o sentido da intervenção visual na aeronave que pretendia propor uma relação entre a empresa de aviação, a seleção brasileira, a arte de rua e imagens tradicionais sobre o povo brasileiro. A pesquisa mostrou que a expectativa do público sobre o imaginário brasileiro foi um ponto de conflito ao redor da campanha, que pretendia superar estereótipos cristalizados sobre os brasileiros e o futebol.

O propósito principal do capítulo produzido por Homero Odiseus Massuto é compreender como o produto midiático *Star Wars* se transformou em uma marca, e como a essa marca foram associados inúmeros produtos não midiáticos, e quais as implicações da compra da marca *Star Wars* pela Disney: uma empresa capaz de promover o consumo por meio de experiências memoráveis, independentemente de o consumidor ser ou não um fã fervoroso da saga cinematográfica criada em fins da década de 70 pelo cineasta e produtor americano George Lucas. O texto destaca também a inserção da marca na cultura pop, a partir do seu vínculo com elementos da indústria cultural.

Mariane de Pinho Reghin, por meio do conceito de sociedade do espetáculo, desenvolveu uma pesquisa procurando compreender as estratégias comunicacionais utilizadas por Kéfera Buchmann, fenômeno multimídia que surgiu em 2010 no YouTube e, desde então, conquista cada vez mais seguidores como influenciadora digital e se consolida como marca. A proposta é discutir a lógica do discurso espetacular e sua capacidade de atrair uma audiência cada vez maior com a exibição da intimidade. A metodologia consiste na

análise do canal de Kéfera no YouTube em três momentos da sua trajetória: início, mercantilização da imagem e carreira atual.

As práticas culturais presentes no processo de construção da obra do violinista André Rieu, como um produto midiático a ser consumido em larga escala, são analisadas no capítulo redigido por Fernando Gonzales, que conclui a terceira parte do livro. O culto de adoração ao solista, existente desde o século XIX, é o que permite o reconhecimento dos vínculos entre música clássica, indústria cultural e sociedade do espetáculo. O papel de Rieu é sustentado pela imagem do herói-romântico, o sujeito que, sozinho, comanda as circunstâncias, domina o contexto e faz dele sua consagração, o que acaba por influenciar também a maneira como seu público se relaciona com ele como produto, deixando para a orquestra, que muitas vezes faz a maior parte (senão todo) o trabalho, o rodapé de seu nome (em letras miúdas).

Na quarta e última parte do livro estão presentes trabalhos que refletem sobre o processo de construção de narrativas, tendo em vista a questão das identidades no contexto da contemporaneidade, e a possibilidade de práticas de resistência. Sofia Franco Guilherme, Eduardo Paschoal e Thiago Siqueira Venanzoni investigam a presença de grupos minoritários em obras audiovisuais contemporâneas, seja em suas temáticas, seja na perspectiva de suas produções. As séries *Atlanta* (Donald Glover, 2018) e *Dear White People* (Justin Simien, 2017), os filmes *Corra!* (Jordan Peele, 2017) e *Nós* (Jordan Peele, 2019), assim como produções brasileiras, constituem-se em um território propício para a construção de narrativas políticas. Em termos estéticos há a recorrência do terror e do medo como experiência social, e do horror como gênero narrativo.

O ponto de partida do artigo de Jennifer Serra é o uso de recursos de animação para a representação da memória no documentário latino-americano contemporâneo, em especial em filmes que tematizam as ditaduras militares. Há, como destaque, uma análise do

documentário chileno *O Prédio dos Chilenos* (Macarena Aguiló, 2010). Percebe-se que a animação pode se configurar como um tipo de depoimento em formato audiovisual, que dialoga com os testemunhos apresentados nesses filmes. O passado é retratado a partir de uma perspectiva subjetiva, porém, sem abdicar da relação íntima e documental com a história. Nesse sentido, filmes como *O Prédio dos Chilenos* podem contribuir para sensibilizar a população sobre a violência do Estado em um regime não democrático.

O tema das ditaduras militares na América Latina também é abordado por Emerson Ike Coan, que investiga a produção do Clube da Esquina, movimento cultural que tinha Milton Nascimento como seu principal representante, no contexto da ditadura militar brasileira. Mediante principalmente a análise de canções do álbum duplo *Clube da Esquina 2*, de 1978, o autor reflete sobre a possibilidade de a produção cultural criticar os principais aspectos da sociedade do espetáculo existentes naquele momento, em particular o esvaziamento dos indivíduos como sujeitos históricos. Nas canções do Clube da Esquina, o recurso à memória do sujeito narrativo tornava-se uma estratégia de preservar a história do país e de pensar a transformação da sociedade.

O capítulo escrito por Viviane Garbelini Cardoso busca traçar relações entre a canção *100% feminista* e questões de identidade, representação e memória. O estudo desenvolvido pela autora se atém à letra escrita pela funkeira MC Carol. Pretende-se refletir sobre a contemporaneidade brasileira, com as cotidianas desigualdades sociais, racismos e machismos. Dialoga-se com o pensamento de Guy Debord, em especial nas concepções de sociedade do espetáculo, tempo e memória, e com Angela Davis, que fornece uma leitura possível a partir do feminismo negro, com leituras interseccionais de gênero, raça e classe. De que maneira podemos nos reapropriar de nosso passado? O Brasil, filho de estupro e genocídio, vive atualmente uma crise política que nos convida a repensar nossas raízes.

Mayra Rodrigues Gomes publica um capítulo que é parte de um estudo mais amplo, intitulado *Os nomes da violência contra as mulheres. Das narrativas no jornalismo*. A pesquisa desenvolvida pela autora é motivada pelos altos índices de violência contra as mulheres, tanto no sentido do feminicídio quanto no sentido do abuso sexual. O foco do artigo aqui apresentado são matérias publicadas na semana do Dia Internacional da Mulher de 2019, coletadas junto ao jornal *Folha de S.Paulo* a fim de entender a representação social dos direitos mulheres. A produção jornalística é o lugar em que essa investigação pode ser apropriadamente conduzida, pois é lugar de registro de fatos, de trânsito de informações, de mobilização de discursos e indivíduos.

O último artigo do livro *Produtos midiáticos, práticas culturais e resistências*, escrito por Nara Lya Cabral Scabin, faz parte de uma pesquisa mais ampla, em que se analisam as articulações discursivas presentes em textos jornalísticos sobre a emergência de discussões em torno de pautas, disputas e políticas identitárias no debate público brasileiro. O artigo aqui publicado baseia-se principalmente na análise de discurso de Maingueneau, e investiga os modos como questões relacionadas ao eixo identitário gênero/sexualidade são – e se de fato são – discutidas nas críticas presentes no espaço reservado à figura do *ombudsman* na *Folha de S.Paulo*. Segundo a autora, em anos mais recentes, os textos, quando abordam a temática “gênero”, deixam de fazê-lo de modo colateral e passam a apresentar essa categoria como chave para a crítica jornalística, articulando-a a critérios e valores fundamentais desse campo.

Em tempos de grave crise política no país, que afeta especialmente aqueles que atuamos em instituições educacionais e culturais, esperamos que as reflexões possam suscitar debates produtivos sobre nossa realidade e possíveis formas de intervenção resistência. Esperamos que o espaço acadêmico contribua para a consolidação de posicionamentos críticos e engajados na trans-

formação social e na construção de uma sociedade cada vez mais democrática e igualitária. Boas leituras a todas e todos!

PARTE I

**Crítica Cultural e
Crítica da Mídia**

INDÚSTRIA CULTURAL E SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: A DIMENSÃO POLÍTICA DA CRÍTICA CULTURAL

Cláudio Novaes Pinto Coelho¹

Este texto procura desenvolver uma reflexão sobre a dimensão dialéctica da cultura, que foi o tema do III Seminário Comunicação, Cultura e Sociedade do Espetáculo. Indústria cultural e sociedade do espetáculo são os principais conceitos da teoria crítica da comunicação, que é a corrente teórica para a qual a cultura possui uma dimensão contraditória, podendo servir tanto para a reprodução quanto para o questionamento da sociedade capitalista. A reflexão sobre estes conceitos será a base para uma análise da dimensão política da crítica cultural feita por Adorno/Horkheimer e por Debord.

Para Adorno/Horkheimer, assim como também para Debord, a política não é uma dimensão que deve ser acrescentada posteriormente aos conceitos desenvolvidos por eles. A política é inerente tanto ao conceito de indústria cultural quanto ao conceito de sociedade do espetáculo, que são conceitos críticos da sociedade capitalista, e não meras descrições de como esta sociedade está organizada, de como ela funciona, etc.

INDÚSTRIA CULTURAL E DOMINAÇÃO

O conceito de indústria cultural chama a atenção para o processo histórico de apropriação da produção cultural por conglomerados empresariais. É necessário lembrar que para a teoria crítica os conceitos não são fechados e determinados de uma vez para sempre, mas correspondem a

¹ Doutor em Sociologia pela USP. Atualmente desenvolve estágio pós-doutoral no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais na PUC-SP. Docente do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero e Coordenador do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo.

realidades históricas. Com a transformação da cultura em produtos industrializados, os artistas perdem a autonomia que haviam conquistado na fase inicial da sociedade capitalista, quando a cultura tinha se transformado em mercadoria, mas ainda não era um produto vendido em larga escala.

Nesta primeira fase, que pode ser caracterizada como a fase do capitalismo concorrencial, a possibilidade do artista determinar as características da sua produção dependia de um jogo de forças entre ele (e as suas necessidades de sobrevivência), os anseios do público consumidor, e a busca do lucro pelos empresários envolvidos com a cultura: os proprietários dos teatros, das editoras, das galerias, dos jornais, etc. Esses empresários eram pequenos proprietários, não sendo proprietários de grandes conglomerados empresariais como na fase seguinte do capitalismo (o capitalismo monopolista), sendo que os artistas procuravam influenciar o gosto do público com textos em jornais e revistas, justificando as suas opções estéticas. Não se tratava de uma autonomia artística absoluta, mas de um grau maior de autonomia, se comparado com o período histórico feudal e a dependência diante da nobreza e do clero.

A dimensão política é inerente ao conceito de indústria cultural, pois com este conceito Adorno e Horkheimer questionam a perda de poder dos artistas em detrimento do poder que as corporações empresariais passam a ter:

o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade.(...) Por enquanto , a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social (Adorno/Horkheimer, 1985, p. 114).

Mas, o poder das corporações que constituem a indústria cultural não esvaziou apenas o poder dos artistas da cultura erudita, modificou também o caráter da cultura popular. Até o advento da indústria cultural, a cultura popular era a representação do modo de vida de grupos sociais

específicos, produzida por pessoas que fazem parte destes próprios grupos, e consumida fundamentalmente pelos membros dos grupos. Adorno e Horkheimer ressaltam a presença do lúdico, do entretenimento, na cultura popular, e a sua dimensão, muitas vezes, crítica. Para eles a “arte leve”, marcada pelo entretenimento, é uma correção das pretensões de “pureza” da cultura erudita, e da exclusão das classes populares do acesso a esta cultura:

A arte “leve” como tal, a distração, não é uma forma decadente. Quem a lastima como traição do ideal da expressão pura está alimentando ilusões sobre a sociedade. A pureza da arte burguesa, que se hipostasiou como reino da liberdade em oposição à práxis material, foi obtida desde o início ao preço da exclusão das classes inferiores, mas é à causa destas classes – a verdadeira universalidade – que a arte se mantém fiel exatamente pela liberdade dos fins da falsa universalidade. A arte séria recusou-se àqueles para quem as necessidades e a pressão da vida fizeram da seriedade um escárnio e que têm todos os motivos para ficarem contentes quando podem usar como simples passatempo o tempo que não passam junto às máquinas. A arte leve acompanhou a arte autônoma como uma sombra. Ela é a má consciência social da arte séria. (Adorno/Horkheimer, 1985, p. 126,127).

A indústria cultural promove uma fusão da cultura erudita com a cultura popular, esvaziando as relações contraditórias existentes entre elas, e transformando a cultura erudita e a cultura popular em produtos de consumo: “Mas o que é novo é que os elementos irreconciliáveis da cultura, da arte e da distração, se reduzem mediante sua subordinação ao fim a uma única fórmula falsa: a totalidade da indústria cultural. Ela consiste na repetição” (Adorno/Horkheimer, 1985, p.127).

Mas, a crítica de Adorno e Horkheimer à indústria cultural não está baseada apenas na dominação das empresas capitalistas sobre produtores e consumidores dos produtos culturais. Eles se preocupam com a

possibilidade da indústria cultural colocar em risco os regimes políticos democráticos, devido à presença de elementos do totalitarismo, como a redução da linguagem a slogans publicitários. Para eles, a repetição é o elo que articula a indústria cultural e a publicidade:

Tanto técnica quanto economicamente, a publicidade e a indústria cultural se confundem. Tanto lá como cá, a mesma coisa aparece em inúmeros lugares, e a repetição mecânica do mesmo produto cultural já é a repetição do mesmo slogan propagandístico. Lá como cá, sob o imperativo da eficácia, a técnica converte-se em psicotécnica, em procedimento de manipulação das pessoas (Adorno/Horkheimer, 1985, p.153).

Se a repetição é o elo entre indústria cultural e publicidade, ela é também o fim da relação entre as palavras e experiências concretas. O esvaziamento das experiências individuais na relação com as palavras, reduzidas a slogans propagandísticos, é um elemento do totalitarismo:

A repetição cega e rapidamente difundida de palavras designadas liga a publicidade à palavra de ordem totalitária. O tipo de experiência que personalizava as palavras ligando-as às pessoas que as pronunciavam foi esvaziado, e a pronta apropriação das palavras faz com a linguagem assumisse aquela frieza que era própria dela apenas nos cartazes e na parte de anúncios dos jornais. Inúmeras pessoas usam palavras e locuções que elas ou não compreendem de todo, ou empregam segundo seu valor behaviorista, assim como marcas comerciais, que acabam por aderir tanto mais compulsivamente a seus objetos, quanto menos seu sentido linguístico é captado (Adorno/Horkheimer, 1985, p.155).

Os argumentos de Adorno e Horkheimer sobre a possibilidade da indústria cultural colocar em risco a existência de regimes políticos democráticos, ao chamar atenção para a presença de técnicas de manipulação

das pessoas, estão inseridos dentro do argumento mais abrangente, que articula o livro *Dialética do esclarecimento*, ou seja, a redução do conhecimento racional à razão instrumental, a uma técnica voltada para a dominação social, esvaziando o potencial emancipatório da razão.

Trazendo para o contexto contemporâneo, das redes sociais virtuais, as reflexões de Adorno e Horkheimer sobre as possíveis relações entre indústria cultural, publicidade e totalitarismo, é possível perceber o quanto a redução da linguagem à slogans publicitários é um componente essencial de boa parte da comunicação feita, por exemplo, pelo Facebook, já que o que caracteriza, de modo geral, as postagens nesta rede social é a autopromoção. Não deve causar surpresa que parte importante das mensagens de cunho político que circulam no Facebook tenha um conteúdo totalitário, de negação do diálogo e da defesa da eliminação dos “inimigos”.

Não resta dúvida de que nas redes sociais virtuais as mensagens circulam deslocadas das experiências pessoais, já que o que se pretende é que elas sejam acessadas pelo número maior de pessoas. Estas duas características, esvaziamento das experiências individuais e a repetição, estão presentes, por exemplo, na produção dos “selfies”, que numa quantidade incalculável circulam por estas redes, e são, do ponto de vista estético, muito parecidos uns com os outros. As características da comunicação produzida pela indústria cultural estão naturalizadas e interiorizadas pelos indivíduos, estando presente mesmo quando a comunicação está sendo feita fora de veículos da indústria cultural.

IMAGEM E SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

O esvaziamento da relação entre as experiências individuais e a representação destas experiências é o ponto de partida das reflexões de Debord sobre a sociedade do espetáculo. O argumento de Debord é que na sociedade do espetáculo a representação imagética está separada da experiência real, concreta, que foi esvaziada de sentido:

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação.

As imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum, no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser restabelecida (Debord, 1997, p. 13).

O texto acima é um diálogo de Debord com o pensamento de Marx. Para este, “a riqueza das sociedades modernas onde rege a produção capitalista configura-se como uma imensa acumulação de mercadorias, e a mercadoria isoladamente considerada é a forma elementar dessa riqueza” (Karl Marx, 1975, p.41). Ao dialogar com Marx, Debord está atualizando a concepção marxista do capitalismo, que continua a ser uma sociedade onde ocorre uma imensa acumulação de mercadorias, mas na qual a produção mercantil passou a estar associada com uma imensa acumulação de espetáculos, ou seja, com uma acumulação da produção e consumo de imagens.

A atualização da crítica marxista do capitalismo, promovida por Debord, é uma atualização da crítica ao fetichismo da mercadoria. Se Marx afirmou que no capitalismo, “uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. (...) Chamo a isto de fetichismo” (1975, p.81). Debord postula que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas um a relação social entre pessoas, mediada por imagens” (1997, p.14).

A reflexão feita por Marx sobre o fetichismo da mercadoria procura compreender a incapacidade dos trabalhadores, os produtores dos objetos, das mercadorias, reconhecerem-se nesta condição de produtores. Para eles, e para os membros da sociedade capitalista de modo geral, as mercadorias aparecem como se fossem coisas dotadas de valor por si mesmas. Nós, seres humanos, atribuímos às mercadorias propriedades que não são delas, pois são fruto das relações entre seres humanos. Na sociedade do espetáculo, o fetichismo está vinculado às imagens que

estão associadas às mercadorias pelas práticas comunicacionais: as qualidades que nós atribuímos às mercadorias decorrem da nossa identificação com as imagens destas mercadorias.

A alienação, a perda pelos trabalhadores do controle sobre o processo de produção, é a base para o fetichismo. Na sociedade do espetáculo, a alienação atinge também o universo da produção da representação. Com a separação entre as experiências concretas e a representação imagética destas experiências, perdemos o controle sobre a dimensão simbólica, as experiências concretas são esvaziadas de sentido, e as imagens passam a ser também fetichizadas.

Segundo Debord:

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele.(...) O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação (1997, p.24).

Na contemporaneidade, também é possível perceber o quanto os procedimentos da sociedade do espetáculo estão naturalizados e interiorizados pelos indivíduos, já que, retomando o exemplo do Facebook, “espontaneamente” os indivíduos postam imagens feitas por eles mesmos, com suas próprias câmeras, onde uns repetem os gestos feitos pelos outros.

A mesma separação entre as experiências individuais e a representação das experiências, apontada por Adorno e Horkheimer como um dos resultados da existência da indústria cultural, é destacada por Debord como a principal característica da sociedade do espetáculo, e da forma

específica de alienação que está na base na sua existência. Evidentemente, indústria cultural e sociedade do espetáculo são conceitos complementares. Segundo Debord, “a cultura tornada integralmente mercadoria deve também se tornar a mercadoria vedete da sociedade espetacular” (1997, p.126).

SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E PODER

Se o conceito de indústria cultural questiona o poder exercido pelos grandes conglomerados empresariais, Debord desenvolveu o conceito de poder espetacular difuso para questionar este mesmo poder. Com este conceito, pretende-se dar conta do enraizamento da produção e consumo de espetáculos na vida cotidiana do capitalismo, dominada pelo processo de produção e consumo de mercadorias, que está sob o controle dos conglomerados empresariais:

O espetacular difuso acompanha a abundância de mercadorias, o desenvolvimento não perturbado do capitalismo moderno. Cada mercadoria considerada separadamente é justificada em nome da grandeza da produção da totalidade dos objetos, cujo espetáculo é um catálogo apologético (Debord, 1997, p.43).

Mas, se nas sociedades capitalistas desenvolvidas, o espetáculo está disseminado socialmente, como consequência das ações dos grandes conglomerados empresariais, para dar conta da produção de espetáculo, e do poder a ela associado em sociedades onde o Estado possui grande relevância na vida econômica, concentrando boa parte dos meios de produção, Debord criou o conceito de poder espetacular concentrado. Nas sociedades marcadas pelo que ele caracterizou como um capitalismo burocrático (e para ele a antiga União Soviética, por exemplo, assim como a Alemanha Nazista se enquadravam nesta categoria), a produção de espetáculo é monopolizada pela burocracia estatal, e gira em torno da figura do “Líder da Nação”.

No entanto, a existência de duas formas distintas de manifestação do poder espetacular, que correspondem a graus diferentes de desenvolvimento das forças produtivas e a regimes políticos distintos, só na aparência pode ser entendida como significando a existência de sociedades distintas, e que estão em confronto. Segundo Debord, as formas de poder espetacular fazem parte de um único sistema, o do capitalismo como modo de produção mundial:

No espetáculo, essas diversas oposições podem aparecer segundo critérios diferentes, como sociedades totalmente distintas. Mas, na condição real de setores particulares, a verdade de sua particularidade reside no sistema universal que as contém: no movimento único que transformou o planeta em seu campo, o capitalismo (1997, p.38).

Os Comentários sobre a sociedade do espetáculo, texto escrito por Debord em 1988, podem ser considerados uma atualização das reflexões de Adorno e Horkheimer, feitas no início da década de 1940, sobre os riscos para a existência de regimes políticos democráticos. Analisando o movimento do capitalismo em escala mundial, Debord argumenta sobre o fortalecimento da sociedade do espetáculo, que no período entre 1967, ano da publicação do livro Sociedade do espetáculo, e 1988 intensificou-se nos países onde já existia, e passou a estar presente onde ainda não existia.

Ele afirma que aconteceu uma fusão das formas de poder espetacular anteriormente existentes, o difuso e o concentrado, com o surgimento do poder espetacular integrado. A base para a existência desta forma de poder é a fusão Estado/empresas. Características do poder espetacular concentrado, como o esvaziamento do conhecimento histórico e da opinião pública, agora estão disseminadas por todo o planeta.

Adorno e Horkheimer chamavam a atenção para os vínculos entre a indústria cultural e a publicidade, com a redução da linguagem a slogans propagandísticos, Debord aponta para os vínculos entre a sociedade do

espetáculo contemporânea e a circulação de informações desprovidas de sentido histórico e sobre temas irrelevantes:

A construção de um presente em que a própria moda, do vestuário aos cantores, se imobilizou, que quer esquecer o passado e dá a impressão de já não acreditar no futuro, foi conseguida pela circulação incessante da informação, que a cada instante retorna a uma lista bem sucinta das mesmas tolices, anunciadas com entusiasmo como novidades importantes, ao passo que só se anunciam pouquíssimo, e aos arrancos, as notícias de fato importantes, referentes ao que de fato muda (Debord, 1997, p. 176).

O próprio Debord, em outro momento do seu texto, lembra os vínculos entre conhecimento histórico e democracia, chamando a atenção para o quanto o desaparecimento do conhecimento histórico pode ser considerado como uma ameaça para a existência da democracia: “pensava-se que a história aparecera, na Grécia, com a democracia. Pode-se verificar que ela desaparece do mundo com esta” (1997, p.182).

ADORNO E A CRÍTICA CULTURAL

Os conceitos de indústria cultural e sociedade do espetáculo permitem uma reflexão sobre o processo de apropriação da produção cultural por grandes conglomerados empresariais, e sobre as práticas de dominação e de exercício de poder que estão vinculadas a esta apropriação. Mas, como fica a possibilidade da cultura servir para um questionamento da sociedade capitalista?

Para Adorno, o primeiro aspecto que precisa ser levado em consideração é que a crítica cultural não pode ser feita de uma perspectiva aristocrática, dos especialistas em cultura, que se colocam numa posição exterior à produção cultural, e de defesa de uma cultura separada da vida cotidiana. Estes especialistas fetichizam a cultura:

o seu supremo fetiche é o conceito de cultura enquanto tal. Pois nenhuma obra de arte autêntica e nenhuma filosofia verdadeira jamais esgotaram seu sentido em si mesmas, em seu ser-em-si. Sempre estiveram relacionadas ao processo vital da sociedade, do qual se separaram (Adorno, 1998, p.12).

Por outro lado, e esta é a dimensão dialética da cultura para Adorno, a defesa da autonomia da cultura pode ter uma dimensão crítica, desde que se perceba que esta autonomia não pode existir numa sociedade baseada em relações de exploração e de dominação:

(...) a insistência na independência e na autonomia, no rompimento com o reino estabelecido dos fins, implica, ao menos como elemento inconsciente, a referência a uma situação na qual a liberdade seria realizável. Mas a liberdade permanecerá uma promessa ambígua da cultura enquanto sua existência depender de uma realidade mistificada, ou seja, em última instância do poder de disposição sobre o trabalho de outros (Adorno, 1998, p.12).

Se a dimensão política não é exterior ao conceito de indústria cultural, ela também não é, para Adorno, exterior à produção cultural. A possibilidade de questionamento da sociedade capitalista depende de uma ruptura formal, isto é, de uma negação da linguagem dominante, principalmente do realismo fotográfico, que seria uma característica dos produtos da indústria cultural, e a base para os exercícios de manipulação ideológica praticas por ela:

(...) Na práxis da indústria cultural, o respeito servil perante pormenores empíricos, a aparência sem falha da fidelidade fotográfica alia-se apenas com tanto maior êxito à manipulação ideológica, mediante a utilização desses elementos. Na arte, é social o seu movimento imanente contra a sociedade, não a sua tomada de posição manifesta (Adorno, 1988, p.254).

Para Adorno, a dimensão política da crítica cultural não está vinculada diretamente à divulgação artística de mensagens com conteúdos políticos. A presença da dimensão política depende da forma como as contradições sociais são trabalhadas internamente pela obra artística:

A compreensão da negatividade da cultura só é concludente quando demonstra ser a prova certa da verdade ou inverdade de um conhecimento, da coerência ou incoerência de um pensamento, do acerto ou desacerto de uma formação, da substancialidade ou nulidade de uma figura de linguagem. (...) Compreende nestas antinomias as antinomias sociais. Para a crítica imanente uma formação bem-sucedida não é, porém, aquela que reconcilia as contradições objetivas no engodo da harmonia, mas sim a que exprime negativamente a ideia de harmonia, ao imprimir na sua estrutura mais íntima, de maneira pura e firme as contradições (ADORNO, 1998, p.23).

A obra de Kafka é apontada por Adorno como um exemplo de uma obra que trabalha internamente, no nível da forma artística, as contradições sociais do capitalismo monopolista. Não se trata, para ele, de uma substituição do conteúdo pela forma, mas de uma incorporação do conteúdo social às estruturas formais da obra:

Socialmente decisivo nas obras de arte é o que, a partir do conteúdo se exprime nas suas estruturas formais. Kafka, em cuja obra o capitalismo monopolista só de longe aparece, codifica com maior fidelidade e força no refugio do mundo administrado o que acontece aos homens colocados sob o sortilégio total da sociedade do que os romances acerca da corrupção dos trusts industriais. Em Kafka, o facto de a forma ser o lugar do conteúdo social deve ser concretizado na linguagem (ADORNO, 1988, p.258).

A política, no que diz respeito à produção cultural, é imanente à estética. Adorno é um defensor dos movimentos de vanguarda de modo geral, e na música em particular:

Na música se dá também o que Clement Greenberg chamou de divisão de toda arte em falsificação grosseira e vanguarda; e a falsidade grosseira, o preceito dos benefícios sobre a cultura, há tempos recolheu-se a esta na esfera particular que lhe está socialmente reservada. Por isso as reflexões sobre o desdobramento da verdade na objetividade estética limitam-se unicamente à vanguarda, que está excluída da cultura oficial (ADORNO, 1989, p.19).

Mas, a defesa da vanguarda não impede que Adorno aponte o caráter contraditório da relação da arte de vanguarda com o público que, acostumado com os produtos da indústria cultural, rejeita os movimentos de vanguarda. Essa rejeição, que condena os artistas ao isolamento, tende a enfraquecer esses movimentos, pois acaba por esvaziar a própria arte.

A música não-conformista não está protegida contra essa dessensibilização do espírito, isto é, do meio sem fim. Em virtude da antítese frente à sociedade, conserva sua verdade social, graças ao isolamento, mas precisamente este, passado o tempo, provocará seu perecimento. É como se ficasse privada do estímulo para produzir, e é mais ainda, sua *raison d'être* (ADORNO, 1989, p.26).

Se, para Adorno, a defesa da autonomia artística pelos movimentos de vanguarda é a única possibilidade de a produção cultural resistir à sociedade capitalista, ele mesmo argumenta a respeito dos limites dessa resistência, que tende a chegar a um impasse, correndo o risco de sucumbir às contradições existentes na relação artistas/público.

DEBORD E A CRÍTICA CULTURAL

Se Adorno reflete sobre a dimensão contraditória das vanguardas artísticas, devido ao seu isolamento social, Debord defende explicitamente a necessidade de uma superação destes movimentos, ainda que ele

também não defenda o esvaziamento da arte, mas sim a sua realização no interior da vida cotidiana. O aspecto central para ele é a defesa de uma não separação entre arte e vida, o que inclui a não separação entre artistas e público (não artistas). O público, cuja importância para a arte é reconhecida por Adorno, precisa abandonar, para Debord, a sua condição de espectador. O situacionismo, movimento cultural do qual ele foi um dos principais membros, tinha como objetivo promover a superação da arte (inclusive da arte de vanguarda), que seria, ao mesmo tempo, a realização da arte: “O dadaísmo quis suprimir a arte sem realizá-la; o surrealismo quis realizar a arte sem suprimi-la. A posição crítica elaborada pelos situacionistas mostrou que a supressão e a realização da arte são os aspectos inseparáveis de uma mesma superação da arte” (Debord, 1997, p.125).

O situacionismo seria uma resposta para o impasse produzido pela defesa da autonomia artística, que pode levar a arte ao seu fim. Mas a resposta situacionista vai muito além do argumento de que a política é imanente à estética. A integração arte/vida cotidiana só se efetivará plenamente com uma revolução social. Debord, inclusive, possui uma interpretação alternativa para os impasses decorrentes do isolamento social da vanguarda. Para ele, o isolamento decisivo aconteceu não com o público em geral, mas sim frente aos movimentos revolucionários:

O dadaísmo e o surrealismo são as duas correntes que marcaram o fim da arte moderna. Embora de modo relativamente consciente, são contemporâneos da última grande investida do movimento revolucionário proletário. O fracasso desse movimento, que os deixou encerrados no próprio campo artístico do qual haviam proclamado a caducidade, é a razão fundamental da imobilização deles (Debord, 1997, p.125).

A crítica cultural defendida por Debord leva necessariamente a uma ação política revolucionária:

Nossa primeira ideia: é preciso mudar o mundo. Queremos a mais libertadora mudança da sociedade e da vida em que estamos aprisionados. Sabemos que essa mudança é possível por meio de ações adequadas. Nosso intuito é utilizar certos meios de ação, e descobrir ainda outros, mais facilmente identificáveis na área da cultura e dos costumes, mas que sejam aplicados na perspectiva de uma interação de todas as mudanças revolucionárias (Debord, 2003, p. 43).

Mas, esta ação revolucionária não era considerada por Adorno como algo possível no contexto social dos países capitalistas desenvolvidos, devido à ausência de uma consciência revolucionária na classe operária. Por outro lado, Debord apostava na possibilidade de desenvolvimento dessa consciência. Para ele, o desenvolvimento das forças produtivas promovido pelo capitalismo, que estava possibilitando o acesso a bens de consumo pelo operariado (e que estaria, segundo Adorno neutralizando o desenvolvimento da consciência revolucionária), estava gerando um enorme avanço do processo de alienação, de perda do controle sobre todas as dimensões da vida cotidiana. Devido ao crescimento da alienação, a consciência revolucionária se manifestaria, agora, com mais força, lutando contra todas as formas de controle social, inclusive as colocadas em prática pelos partidos e sindicatos dirigidos pela esquerda stalinista.

Nesse desenvolvimento complexo e terrível que conduziu a época das lutas de classes para novas condições, o proletariado dos países industriais perdeu toda a afirmação de sua perspectiva autônoma e, em última análise, suas ilusões, mas não o seu ser. Ele não foi suprimido. Permanece irreduzivelmente existente na alienação intensificada do capitalismo moderno. (...) Ele traz em si a revolução que não pode deixar nada fora dela mesma, a exigência da dominação permanente do presente sobre o passado, e a crítica total da separação; e ele deve encontrar na ação a forma adequada disso (Debord, 1997, p.81,82).

ADORNO, DEBORD E A CONTEMPORANEIDADE

Debord, e os situacionistas, tiveram uma atuação importante no movimento de maio de 1968, na França, que começou com ocupações estudantis de universidades, para em seguida continuar com confrontos entre manifestantes e forças policiais pelas ruas de Paris, e teve o seu ponto culminante numa greve geral com a participação de cerca de 10 milhões de trabalhadores. O movimento chegou perto de uma situação revolucionária, que não chegou a se concretizar.

Adorno, por sua vez, foi hostilizado pelos estudantes, ao se manifestar de forma contrária às ocupações de universidades na então Alemanha Ocidental, inclusive do Instituto de Pesquisas Sociais em Frankfurt, onde era docente. Para ele, o radicalismo das ações estudantis, bem como de grupos políticos de extrema-esquerda, que não encontrava eco na classe operária, levaria a um fortalecimento da dimensão repressiva do Estado alemão. Com a transformação revolucionária, pelo menos no contexto da Alemanha Ocidental, sendo uma realidade distante, Adorno questionava o ativismo dos militantes estudantis, que, de forma análoga aos seus colegas franceses, manifestavam-se contra o compromisso apenas teórico dos professores de esquerda com a Revolução.

Tendo vivenciando as agressões do totalitarismo nazista contra a liberdade intelectual, Adorno não podia aceitar que estudantes de esquerda também promovessem agressões em nome da revolução proletária, e que rejeitassem a teoria em nome da práxis revolucionária.

Hoje, abusa-se outra vez da antítese entre teoria e práxis para denunciar a teoria. Quando destroçaram o quarto de um estudante porque ele preferia trabalhar a participar em ações políticas, picharam-lhe a parede: quem se ocupa com teoria, sem agir praticamente, é um traidor do socialismo (ADORNO, 1995, p.207, 208).

De todo modo, a crítica que Adorno faz ao esvaziamento da discussão promovido pelos defensores do ativismo político é de grande utilidade, tendo em vista o contexto contemporâneo de crescimento de tendências políticas conservadoras, de viés muitas vezes fascista, e que vem acontecendo simultaneamente com a deterioração do debate político, principalmente nas redes sociais:

O que poderia resultar das discussões, acordos que apresentam uma objetividade superior porque intenções e argumentos se ajudam e se interpenetram mutuamente, não interessa àqueles que, de maneira automática, mesmo em situações inadequadas, exigem discussão. As facções que dominam cada um dos lados já prepararam de antemão os resultados que procuram obter. A discussão serve à manipulação. Cada argumento é recortado sob medida para uma intenção, sem que se leve em conta a sua solidez. Mal se escuta o que diz a outra parte; quando muito, para poder replicar com fórmulas estereotipadas (Adorno, 1995, p.216).

Ainda que Adorno e Debord possam ser considerados como pensadores que fazem parte da mesma corrente teórica, a da teoria crítica, evidentemente, no que diz respeito à ação política, na conjuntura da segunda metade da década de 1960, eles não poderiam estar em posições mais opostas.

A diferença entre eles já existia, no que diz respeito à relação produção cultural/política. Enquanto Adorno argumentava a favor da dimensão política da estética, e defendia, diante da mercantilização generalizada, a autonomia posta em prática pelas vanguardas artísticas, Debord argumentava a favor da indistinção arte/vida, e fazia parte de um movimento que procurava fundir revolução artística e revolução política.

Mas, o posicionamento de Adorno, de que ao fim da década de 1960 inexistiam condições para uma ação revolucionária, e que era necessário preservar as condições que tornavam possível a teoria crítica, não signifi-

cava a recusa de qualquer ação. Segundo ele, “uma práxis oportuna seria unicamente a do esforço de sair da barbárie” (Adorno, 1995, p. 214).

Sem dúvida, é possível apontar a presença de vários aspectos da realidade contemporânea, no Brasil e no mundo, que podem ser considerados “bárbaros”. Mas, o diagnóstico adorniano, vinculado aos argumentos desenvolvidos no livro *Dialética do esclarecimento*, sobre o uso da razão instrumental para se atingir objetivos irracionais (como o massacre de seres humanos em larga escala), não deixa de ser genérico, podendo servir para vários períodos históricos.

Neste aspecto, os argumentos de Debord nos *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, sobre a existência do poder espetacular integrado, parecem ser mais concretos. Nesse texto, escrito em 1988, ele usa o fracasso das tentativas revolucionárias em países europeus nas décadas de 1960 e 1970, principalmente o movimento de maio de 1968 na França, para chamar atenção para o desaparecimento das forças sociais de oposição à sociedade do espetáculo. As referências ao proletariado praticamente não existem no texto. É sobre este período histórico, marcado pela emergência da ideologia neoliberal e pelo domínio do capital financeiro em escala mundial, e que é ainda o nosso momento histórico, que ele desenvolve sua reflexão sobre a mistura de elementos de regimes políticos democráticos e ditatoriais, que caracteriza o exercício do poder espetacular integrado.

Guarda grande atualidade, por exemplo, os argumentos de que o desaparecimento do conhecimento histórico promovido por regimes ditatoriais faz parte da realidade contemporânea. Debord (1997, p.180) menciona os processos de Moscou, durante a ditadura stalinista na antiga URSS, como significativos para a compreensão de elementos do poder espetacular integrado. Qualquer semelhança entre os processos de Moscou, onde inimigos políticos de Stalin, após serem presos, confessaram serem traidores, e processos judiciais contemporâneos, onde as “provas” são produzidas após a prisão dos acusados não é mera coincidência:

Os falsos testemunhos, talvez canhestros – mas que capacidade de sentir essa falta de jeito pode sobrar nos espectadores que serão testemunhas das façanhas desses falsos testemunhos? -, e os falsos documentos, sempre excelentes, nunca podem faltar aos que governam o espetacular integrado, ou a seus amigos. Logo, já não é possível acreditar, a respeito de ninguém, em nada que não se tenha visto por si mesmo, diretamente (DEBORD, 1997, p. 180, p.181).

Mas, se o pensamento de Debord é bastante útil para a compreensão da contemporaneidade, isto não quer dizer que as reflexões de Adorno não possuam relevância. Basta verificarmos os textos da coletânea Ensaios sobre psicologia social e psicanálise, publicada recentemente no Brasil, para percebermos o contrário. Em um dos capítulos, escrito em 1946, intitulado Antisemitismo e propaganda fascista, Adorno analisa programas radiofônicos nos EUA que transmitiam propagandas antidemocráticas. Ele chama a atenção, por exemplo, para os vínculos entre a destrutividade e o espírito fascista:

(...) deve-se prestar atenção à destrutividade como o fundamento psicológico do espírito fascista. Os programas são abstratos e vagos, as satisfações são espúrias e ilusórias, porque a promessa expressa pela oratória fascista nada mais é do que a própria destruição. Não é acidental que todos os oradores fascistas insistam na iminência de catástrofes de alguma espécie. Enquanto advertem de perigos iminentes, eles e seus seguidores se excitam com a ideia da ruína inevitável, sem sequer diferenciar claramente entre a destruição de seus inimigos e de si mesmos. (...) O desejo psicológico inconsciente de autoaniquilação reproduz fielmente a estrutura de um movimento político que, em última instância, transforma seus seguidores em vítimas (ADORNO, 2015, p.152).

Não é preciso muito esforço para se reconhecer a atualidade dessas observações de Adorno, em um momento em que discursos sobre a iminência do caos e a defesa de uma “intervenção militar” retornam aos es-

paços públicos, representando uma ameaça para o que ainda permanece de garantias e direitos individuais e coletivos.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W. Teoria estética. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1988.

ADORNO, T.W. Filosofia da nova música. 2ª edição. São Paulo: Editora Perspectiva, 1989.

ADORNO, T.W. Palavras e sinais – modelos críticos 2. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

ADORNO, T.W. Crítica cultural e sociedade. In: Prismas. São Paulo: Editora Ática, p.7-26, 1998.

ADORNO, T.W. Antissemitismo e propaganda fascista. In: Ensaios sobre psicologia social e psicanálise. São Paulo: Editora Unesp, p.137-152, 2015.

ADORNO, T.W. & HORKHEIMER, M. Dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

DEBORD, G. Sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBORD, G. Relatório sobre a construção de situações e sobre as condições de organização e de ação da tendência situacionista internacional. In: JACQUES, P.B. (Org.). Apologia da deriva- escritos situacionistas sobre a cidade. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, p.43-59, 2003.

FOUCAULT, M. História da Sexualidade I – A Vontade de Saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1977.

FOUCAULT, M. Microfísica do Poder. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

MARX, K. O capital: crítica da economia política. Livro I, v.1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

CULTURAS JUVENIS E ESTIGMAS SOCIAIS: ENTRE RECONHECIMENTO E RESISTÊNCIA

Rosana de Lima Soares²

INTRODUÇÃO: CRÍTICA DE MÍDIA E CULTURA AUDIOVISUAL

Este texto integra uma pesquisa em andamento que busca conjugar elementos de crítica da mídia e crítica audiovisual, reunindo um material empírico capaz de alcançar, de modo abrangente, a diversidade de obras televisivas e cinematográficas (em meios tradicionais ou digitais) na perspectiva dos novos realismos nelas presentes. Para além dos estudos de gêneros discursivos ou hibridismos narrativos, a temática das lutas identitárias e das disputas por reconhecimento – relacionadas aos estigmas sociais – torna-se o eixo de nossas preocupações, aliada à investigação sobre os alcances e os limites da crítica midiática, em âmbito latino-americano e em caráter multidisciplinar. Identidades e representações, individualidades e coletividades, visibilidades e politicidades engendram as tramas complexas e cada vez mais desafiadoras nos estudos da comunicação e das mídias, apontando para um importante deslocamento nesse campo³.

² Doutora em Ciências da Comunicação e professora livre-docente na Escola de Comunicações e Artes da USP, foi pesquisadora visitante no King's College Brazil Institute (Londres, 2014, Fapesp). Atualmente desenvolve investigação sobre culturas juvenis urbanas junto ao Programa de Pós-Doutorado em Ciências Sociais, Infância e Juventude (PUC-SP/Cinde/Clacso). É uma das coordenadoras do MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas e autora, entre outros, de *Sutileza e grosseria da exclusão nas mídias* (Alameda/Fapesp, 2019). Bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq.

³ Ao concluir uma extensa pesquisa sobre mídias e estigmas sociais, cujos resultados foram sistematizados no livro *Sutileza e grosseria da exclusão nas mídias* (2019), temos desenvolvido dois projetos cujas premissas encontram-se sintetizadas neste texto, que terá continuidade em outros ensaios voltados para a análise de produções audiovisuais (mídias corporativas, independentes ou periféricas). A primeira pesquisa é intitulada “Crítica de mídia e estigmas sociais: visibilidades juvenis em narrativas audiovisuais” (2017-2019) e integra o Programa de Pós-Doutorado em Ciências Sociais, Infância e Juventude (Cinde/Clacso), na linha de pesquisa “Cultura, Comunicação e Política”. A segunda, denominada “Crítica de mídia e cultura audiovisual: visibilidades periféricas

Entre seus objetivos gerais, a pesquisa busca indicar o papel desempenhado hoje pelos meios e processos audiovisuais, e as diferentes maneiras pelas quais as culturas juvenis neles se inscrevem. Trata-se, portanto, de indagar sobre os modos de construção de representações, identidades e visibilidades juvenis em discursos audiovisuais, especialmente em produções de coletivos (documentários, reportagens ou séries) disponibilizadas em plataformas digitais⁴. Os conceitos de identificação e subjetividade são fundamentais para o direcionamento das análises e a delimitação da amostragem, exigindo aportes teóricos de diferentes áreas do conhecimento. Consideramos, assim: 1) os discursos como práticas sociais e manifestações de heterogeneidade, especialmente aqueles tidos como não-hegemônicos; 2) as diferentes posicionalidades do sujeito (e seus lugares de fala) em meio às transformações no imaginário social; 3) as políticas da representação e de partilha do sensível, estabelecendo as tensões entre as narrativas do mesmo e do outro nelas apresentadas.

Ao nos indagarmos sobre as maneiras pelas quais a autenticação da realidade e o retorno a uma estética realista se impõem em narrativas audiovisuais, indagamo-nos, também, sobre as possibilidades de delinear os contornos de um realismo crítico e político, oscilando entre uma estética documental de expressividade e o melodrama ficcional. Além disso, assumimos que, em cada um desses gêneros e formatos, processos de ficcionalização se tornam presentes para o engendramento da referencialidade pretendida em tais discursos, usualmente voltados para temáticas sociais. Buscaremos, assim, problematizar narrativas de caráter referencial, tensionando tais discursos por meio de suas figuras de

e reconhecimento social” (2018-2020), é realizada com bolsa do CNPq como desdobramento de projetos anteriores, apoiados desde 2009 por essa agência.

⁴ A pesquisa está vinculada ao Grupo de Pesquisa Imagens, Metrôpoles e Culturas Juvenis, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), coordenado pela profa. dra. Silvia Helena Simões Borelli (Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais/Antropologia), que tem como foco desenvolver uma investigação comparada e interdisciplinar privilegiando o diálogo entre saberes e conhecimentos relacionados às infâncias e às juventudes, visando promover a aproximação de perspectivas epistemológicas produzidas nos diferentes países latino-americanos.

alteridade, em que regimes de visibilidade são acionados para orientar políticas da representação.

É nessa vertente que inserimos a proposição trazida no texto, relacionada a investigações anteriores em torno dos discursos das mídias e dos estigmas sociais, para sustentar uma temática singular, consolidando e adensando os referenciais teóricos, expandindo os procedimentos metodológicos e estendendo o *corpus* da pesquisa a objetos empíricos diversos, compondo um protocolo que se desdobrará em análises dos dados e resultados. Nosso principal objetivo é, portanto, apontar as representações presentes nas mídias em relação às juventudes contemporâneas e, além disso, investigar os modos como os jovens, enquanto receptores, delas se apropriam, ressignificando as imagens produzidas; e também os modos como eles se tornam produtores de novas imagens (especialmente por meio das mídias digitais), interferindo no imaginário social a eles relacionado.

Incluem-se, no trabalho, as concepções de jovens em suas formas de ser e viver, englobando: a) narrativas de si e de outros; experiências de visualidades e sonoridades; b) modos de agrupamento e convívio; c) produção e apropriação de mídias digitais, sempre com ênfase nas articulações entre a estética e o caráter político das ações culturais, cada vez mais permeadas pelas tecnologias de comunicação e informação. Nessa perspectiva, a juventude é definida como uma categoria ao mesmo tempo genérica e específica, e a experiência juvenil é percebida como complexa e atravessada por grandes temáticas e modos heterogêneos de inserção no tecido social (BORELLI; ROCHA; OLIVEIRA, 2009).

Em termos teóricos, o texto se insere no campo de estudos da linguagem e do discurso, buscando analisar as mídias em perspectiva crítica. A análise crítica nos desafia a “colocar em crise” as imagens presentes nas mídias considerando três aspectos: quem pode fazer a crítica; que critérios devem ser utilizados; com que intencionalidade a crítica resgata seu lugar e seu sentido na sociedade atual. Alguns desafios se colocam, portanto, para a crítica da mídia: 1) da autoridade, do direito e da liberdade para cri-

ticar; 2) dos parâmetros de como deve se operar a valoração da qualidade dos objetos sob apreciação; e 3) da finalidade última de qualquer crítica, que deseja avançar no esforço de compreensão e interpretação, promovendo alguma ação de transformação do mundo (SILVA; SOARES, 2013).

No campo do discurso, atemo-nos, especialmente, aos conceitos enumerados a seguir. De um lado, os discursos contemporâneos (feminismos, ambientalismo, urbanidades, juventudes) possibilitam que observemos as inúmeras práticas discursivas a eles correlatas, algumas vezes concordantes, em outras dissonantes na multiplicidade de suas “políticas da representação” (RANCIÈRE, 2005; 2010; XAVIER, 2003). De outro, se definimos o discurso como um modo de representação e ação (HALL, 2000; 2016) e as práticas discursivas como práticas sociais, podemos compreender tais processos por meio da análise de discurso crítica (ADC), voltando-nos para as “formas discursivas” (modelos que apontam quais são os discursos) e os “contextos discursivos” (matrizes que estabelecem de onde vêm os discursos) no estudo das narrativas midiáticas (FAIRCLOUGH, 2001; 2003).

Se as tensões sociais podem ser expressas ou ocultas pelos discursos, a análise de discurso crítica pretende, entre outros fatores: a) apontar conexões entre linguagem, ideologia e poder (nos campos da linguística, da sociologia e da política); b) empreender seu esforço analítico como forma de intervenção social; c) buscar contradições nos sistemas sociais; d) articular os atos de fala em relação a graus de performatividade e agenciamento. Tendo em vista esse intuito, enfatiza três aspectos – como os discursos são construídos, como são interpretados e quais contextos são neles evocados – e, ao fazê-lo, compreende que os discursos constituem identidades (função identitária) e relações sociais (função relacional), articulando sistemas de conhecimento e crenças (função ideacional). São, ainda, organizados por cadeias de textos (função textual) capazes de reproduzir e transformar condições sociais (PAGANOTTI, 2007).

Buscando aportes nos quais distinguir os conceitos de discurso e narrativa, é como “mediação” (SILVERSTONE, 2002) que eles se colocam.

Em suas várias correntes, o campo da análise do discurso nos traz interessantes contribuições para pensarmos as formas narrativas como articuladoras de sociabilidades, e a língua como instituição social fundante, afirmando que a linguagem não é um simples suporte para a geração e transmissão de informações, mas aquilo que permite construir e modificar as relações entre interlocutores, enunciados e referentes. O termo discurso designa, assim, a língua em ato e sua manifestação na comunicação viva entre os falantes, bem como qualquer enunciação que integre em suas estruturas o locutor (ou enunciatador) e o destinatário (ou coenunciador). É, ainda, um espaço heterogêneo, sempre em disputa, e cuja unidade se faz em relação a outros discursos, que muitas vezes se manifestam naquilo que é dito em uma instância de interditos, ou em marcas que indicam trajetos para a cena enunciativa (MAINGUENEAU, 1997).

A fim de dar conta da polissemia do termo discurso, Michel Foucault (1996; 1997) propõe uma possível delimitação por meio da noção de “formações discursivas”, por ele definida como “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço que definiram uma época dada, e para uma área social, econômica, geográfica ou lingüística dada, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 1997, p. 136). Os “discursos circulantes” (CHARAUDEAU, 2006), por sua vez, atualizam e materializam uma formação discursiva, que se “manifesta tanto em um só discurso quanto nos vários que se cruzam e se apoiam nela, em determinado tempo e lugar. Esta se manifesta num entendimento de mundo ao qual nos adequamos e que comporta uma verdade segundo a qual seremos levados a agir” (GOMES, 2012, p. 14). É, portanto, como elemento instituidor de realidades e por elas instituído que o discurso se coloca. Essa perspectiva aponta para a correlação e a reciprocidade entre processos de constituição social e textual, ponto crucial se considerarmos a função testemunhal e de autenticação das narrativas audiovisuais (SOARES, 2009; 2010).

Se partirmos da definição clássica de narrativa como “relato de uma transformação, a passagem de um estado inicial para o final” (GOMES,

2000, p. 49) e de discurso como “laço social” (FREITAS, 1992), tecido e estruturado na linguagem, podemos afirmar que narrar é contar uma história e que os discursos, quaisquer que sejam eles, possuem uma estrutura narrativa: são definidos por funções a serem desempenhadas pelos sujeitos no desenrolar da história contada, imprimindo transformações por meio de ações movidas por seus atuantes (SOARES, 2010). Na narrativa, portanto, estão implicados tanto as formas de arranjo de seus elementos (fabulação) como as estratégias usadas pelo narrador (narração) e a maneira de contar o enredo (personagens).

Ou seja, é na polêmica multiplicidade de vozes que compõem seus discursos que se articulam narrativas coesas e unívocas, mas ao mesmo tempo contraditórias e polifônicas. Independentemente de suas marcas visíveis, todo discurso é constituído a partir de um debate com a alteridade que o constitui. Desse modo, a dialogia e a heterogeneidade discursivas não se devem apenas à presença de sujeitos diversos em um mesmo enunciado, mas podem resultar da construção, pelo enunciador, de níveis distintos no interior de seu próprio discurso (BAKHTIN, 1995). Se texto e contexto não são preestabelecidos, mas interdependentes, a enunciação é sempre assimétrica, mobilizando saberes diversos. Aquele que interpreta os enunciados reconstrói seus sentidos por meio de marcas textuais, mas nada garante que essa reconstrução coincida com as representações do emissor. As polêmicas envolvendo as diversas narrativas não surgem, portanto, do exterior, mas presumem um mesmo campo discursivo.

DISCURSOS: IDENTIDADES E REPRESENTAÇÕES

Ao tratar de questões relativas aos discursos midiáticos, abordamos as políticas da representação em narrativas audiovisuais, apontando para processos de visibilidade e reconhecimento nas mídias, e articulando questões sobre estigmas, estereótipos e preconceitos (GOFFMAN, 1978; ELIAS; SCOTSON, 2000; STAM; SHOHAT, 2006) relacionados aos jovens. Os estigmas diferenciam e dividem os sujeitos em grupos sociais, mas nem todo estigma traduz-se em estereótipos ou preconceitos, levan-

do-nos a considerá-los sob três perspectivas: a) como forma, por estarem diretamente relacionados às mídias; b) como temática, por serem recorrentes em produções audiovisuais; c) como critério de seleção da amostragem, por delimitarem as especificidades de tais produções.

Além disso, a temática dos estigmas sociais é tomada sob uma vertente específica: a alternância entre estigmas de reforço e transposição. Em alguns momentos, notamos nas mídias alto grau de reafirmação e manutenção dos lugares sociais estabelecidos, em que os traços de redundância operam como marcadores desses lugares, articulando narrativas reiteradas em diferentes produções midiáticas. Em outros, vemos processos de resistência e deslocamento que revelam traços de ressonância por meio de brechas e passagens, observando ainda que muitos desses discursos realizam, em graus maiores ou menores, o movimento entre os dois polos. De modo geral, podemos definir os estigmas como marcas visíveis (físicas e/ou simbólicas), que despertam nos outros, ao mesmo tempo, um sentimento de atração e repulsa (SOARES, 2019).

Mais do que uma oposição, entretanto, redundância e ressonância são pensadas como processos de construção de imaginários, pontuando relações muitas vezes conflituosas entre grupos sociais. Nesse sentido, visibilidades e invisibilidades se definem como discursos compartilhados que conferem reconhecimento a determinados grupos quando, em momentos específicos, suas reivindicações são acolhidas e efetivamente transformadas em ações políticas concretas. Tais estratégias estabelecem parâmetros pelos quais desafiar a questão das identidades, apontando seu caráter transitório e possibilitando que atores sociais diversos se instaurem como sujeitos ao contar suas histórias, seja por eles mesmos ou narrados por outros. Frente a esse cenário, algumas questões se colocam: como deslocar discursos? Como romper estigmas, estereótipos e preconceitos? O que cada discurso reafirma ou renova? A problematização dos discursos hegemônicos se faz, justamente, por meio da proposição de outras representações – não aquelas tidas como mais próximas de uma realidade idealizada ou essencialista, mas de imagens que possam questionar as representações dominantes.

Tomando como base os pressupostos acima, acreditamos que novas políticas da representação podem desafiar os modos de estigmatização nas mídias, ampliando os regimes de visibilidade, os espaços de reconhecimento, e gerando debates no campo político e social. Algumas questões, entretanto, surgem : como ouvir, de fato, o outro sem por ele falar? Como escutar o outro deixando que ele fale por si mesmo e seja ouvido em seus discursos? Por meio das contribuições de Gayatri Spivak (2010) propomos uma pergunta em relação às produções midiáticas: o subalterno pode realmente falar e ser ouvido? Para a autora, ele permanecerá silenciado frente a vozes hegemônicas a menos que consiga interferir nas estruturas que o oprimem, deslocando os discursos circulantes e assim, deslocando-se para lugares sociais menos subalternizados.

De acordo com Spivak, entretanto, o subalterno não é qualquer sujeito marginalizado, mas aquele que se encontra excluído “dos mercados, da representação política e simbólica, da possibilidade de se tornar membro do extrato dominante” (SPIVAK, 2010). Ainda que o subalterno não possa falar enquanto tal, pois não seria ouvido, as políticas da representação que o fixam neste lugar devem ser problematizadas, inclusive recusando a busca por uma possível autenticidade em relação a ele e a crença em sua pureza originária. Se não podemos falar pelo subalterno, podemos ao menos aprender a falar com ele e contra a subalternidade, desconstruindo discursos instituídos e propondo interpretações divergentes e contestadoras.

As imagens inscritas nas diversas mídias, seus modos de produção e recepção, criação e circulação, distribuição e apropriação, trazem aberturas para observarmos essas estratégias e suas implicações políticas, movimentos de resistência e transformações sociais em torno dos processos de construção de identidades e representações. Nas variações entre reforço ou transposição de estigmas, portanto, os discursos midiáticos propõem processos de assujeitamento ou protagonismo que podem ser analisados por meio de uma crítica midiática que realize a análise de produções existentes, mas, ainda, inspire produções inovadoras tanto em seus conteúdos temáticos, como em suas formas expressivas.

Esses apontamentos nos conduzem aos estudos de Nancy Fraser (2002) sobre a questão da ética e da moral em relação aos processos de reconhecimento cultural e redistribuição econômica voltados às minorias, visando superar desigualdades e injustiças. A autora problematiza a distinção entre dois tipos de reivindicações por justiça social: as lutas identitárias e aquelas visando a reconfiguração do social, em que o reconhecimento, ao ser vinculado apenas às identidades, sobrepõe-se às lutas por redistribuição, anteriormente mais fortes, gerando o consequente afastamento entre elas. Em um debate com Axel Honneth, Fraser defende que as temáticas relativas à subordinação ou insubordinação se referem, simultaneamente, às questões de reconhecimento e redistribuição (FRASER; HONNETH, 2006).

Ao diferenciar a redistribuição do reconhecimento, Fraser afirma ser possível analisar suas relações sem dicotomizá-las, apontando a superação de oposições. Essa postura permite conceituar dificuldades práticas que emergem dos embates políticos e, ao mostrar sua interdependência, alertamos para a possibilidade do surgimento de efeitos não desejáveis. Assim, não haveria redistribuição sem reconhecimento, nem reconhecimento sem redistribuição, pois as reivindicações redistributivas (programas sociais ou políticas igualitárias) influenciam as posições de sujeito e suas identidades, mas podem gerar novas estigmatizações. De modo análogo, as reivindicações por reconhecimento (políticas identitárias enfatizando singularidades) afetam as relações econômicas ao modificar o status social, mas podem levar a um reconhecimento meramente performativo.

Na pesquisa, partimos do pressuposto de que as ações culturais – entre elas aquelas realizadas pelas mídias – servem como elementos de mediação para o exercício de práticas identitárias e sociais. Cultura e política são, portanto, eixos centrais ao trabalho, privilegiando a análise crítica das mídias como modo de conhecer diferentes experiências individuais e ações coletivas, relações entre estado e organizações sociais, bem como formas de produção, circulação e apropriação dos discursos midiáticos por diferentes sujeitos.

Nas sociedades contemporâneas, discursos e narrativas são permanentemente questionados por diferentes atores sociais, levando a disputas contínuas por reconhecimento, nem sempre em condições de igualdade. Entre visibilidade e identificação, afirmação de identidades e embates sociopolíticos, instauram-se fronteiras e possibilidades para a atuação dos sujeitos em suas demandas por representatividade e participação social, incluindo as variáveis de gênero, etnia, classe social, geração, entre outras. Um desafio, então, é colocado: como tratar das lutas identitárias para além da atomização dos indivíduos, concebendo-os como sujeitos coletivos em disputa por reconhecimento não apenas particular, mas também geral?

Nesse confronto de representações, para além de visões hegemônicas uma pergunta retorna: se as visibilidades são sempre encenadas, como inserir de modo ativo (e altivo) o outro nas políticas da representação e disputas por reconhecimento? Como produzir discursos que tragam à cena diferentes atores sociais a fim de ampliar não apenas o campo de visibilidade e reconhecimento dos diversos grupos, mas possibilitar que sujeitos subalternizados falem e sejam ouvidos por mais pessoas, instaurando formas de resistência às representações dominantes? A crítica das mediações midiáticas é uma das possibilidades para observarmos esses reposicionamentos identitários e reconstruções sociais nas mídias.

Por sua vez, as políticas da representação – e a ampliação dos regimes de visibilidade a elas correlatos – podem ser sublinhadas por uma estética realista que privilegia os modos de endereçamento da alteridade em narrativas audiovisuais em pelo menos dois vieses: aqueles realizados a partir do ponto de vista do próprio realizador ou aqueles articulados em torno dos sujeitos neles retratados, atribuindo maior ou menor grau de reversibilidade em sua enunciação. Quanto maior a abertura para a troca de posições entre sujeitos narradores e sujeitos narrados, ou o estabelecimento de lugares autorais divergentes, maior a variedade de olhares evocados em suas imagens.

Ao apontar para a urgência de interpelar lugares de visibilidades e invisibilidades sociais – sejam aqueles performatizados no cotidiano, sejam aqueles encenados pelas mídias – buscamos demarcar como grupos socialmente minoritários se apropriam dessas representações. Para além da oposição entre lutas identitárias e disputas por reconhecimento, portanto, algumas estratégias parecem contribuir para a desconstrução desses lugares hegemonicamente estabelecidos, propondo novos arranjos sociais.

VISIBILIDADE E RECONHECIMENTO EM COLETIVOS JUVENIS

Por meio do mapeamento de coletivos juvenis de comunicação audiovisual atuantes na cidade de São Paulo (SP), buscamos pontuar processos culturais em torno das políticas da representação, abrangendo os conceitos de visibilidade e reconhecimento, bem como possibilidades de reconfiguração do social e reconstrução do espaço comum. Em um primeiro momento, identificamos doze coletivos de comunicação, voltados para produções audiovisuais, visuais ou sonoras, em sua maioria jornalísticas. Nessa modalidade cultural, também encontramos coletivos de arte, música ou performance, mas que não foram incluídos na amostra. Em um segundo momento, indagamos se as produções desses coletivos geram, em suas narrativas, mais deslocamentos do que as produções dominantes, reinterpretando sentidos correntes. Ao transformar lutas identitárias em práticas efetivas de reconhecimento e reconfiguração do social, ultrapassando as bordas do visível, essas narrativas parecem instaurar, ainda que de modo provisório, a possibilidade de escutar outras vozes e ouvir outras falas.

A amostragem integra um cenário maior no qual se desenvolveu extenso trabalho de investigação sobre coletivos juvenis em São Paulo, agrupando-os em três eixos: migração, gênero e etnia⁵, e em distintas

⁵ A pesquisa sobre coletivos juvenis de comunicação audiovisual está articulada a uma investigação mais ampla, envolvendo teorias e metodologias diversas, sobre jovens urbanos e coletivos juvenis, intitulada “Jovens urbanos: políticas públicas, ações culturais, políticas e comunicacionais em São Paulo” (2016-2018), realizada na área de

modalidades culturais, entre elas a produção audiovisual. Em seus resultados, a pesquisa ressalta uma forte conexão entre os eixos, que se cruzam de modo transversal e, ao fazê-lo, imprimem diferentes ênfases nesses atravessamentos. A questão étnica e racial destaca-se como sendo profundamente imbricada às demais, além de tensionar de modo radical a questão da juventude, eixo ordenador não apenas no mapeamento de coletivos, mas na própria delimitação da pesquisa. Os resultados alcançados apontam, ainda, para as relações que integrantes dos coletivos criam entre migração, gênero e etnia, além dos eixos macrossociais de classe e geração, contribuindo para entendermos como eles vivenciam as realidades em que se encontram e como experimentam distintas interseccionalidades, possibilitando a problematização e a elucidação das relações entre juventude, cultura e política.

As interseccionalidades, fundamentais na compreensão dos aspectos abordados, dizem respeito não apenas aos integrantes de cada coletivo, mas às distintas posições que os grupos ocupam na sociedade e uns em relação aos outros (RIBEIRO, 2017), sublinhando as múltiplas formas na produção cultural dos jovens e sua polifonia discursiva, manifestada por meio de distintas narrativas. Mais do que apagar diferenças, essas vozes denotam suas visibilidades e a interrelação entre pautas que visam potencializar ações políticas. Essa potência, entretanto, não se faz de modo tradicional ou seguindo as convenções institucionais de partidos, sindicatos ou movimentos, mas prevendo estratégias e ações de acordo com as táticas de cada coletivo. O quadro abaixo traz os coletivos juvenis de comunicação audiovisual selecionados.

Antropologia do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais (PUC-SP). Vincula-se à Red Iberoamericana de Posgrado en Infancias y Juventudes – RedINJU e ao Grupo de Trabalho “Juventud e Infancia: prácticas políticas y culturales, memorias y desigualdades en el escenario contemporáneo” (2016-2019), do Clacso (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales). Nessa pesquisa, foram realizadas observações etnográficas com aproximadamente setenta coletivos e entrevistas em profundidade com cerca de vinte deles (nas modalidades presencial e virtual), além da análise dos dados em um programa qualitativo (MaxQda) para construção de modalidades culturais e categorias analíticas derivadas dos eixos teóricos principais.

QUADRO 1 – COLETIVOS JUVENIS (SP)

Nome	Eixo temático	Modalidade cultural	Atuação virtual	Atuação territorial
Blogueiras negras	Gênero/ Etnia	Comuni- cação/ Jornalismo	Blog	X
Coletivo Odara	Gênero	Comuni- cação/ Artes	Facebook/ Instagram	
Coletivo Estopô Balaio	Migração	Audiovisual/ Artes	Site/ Facebook	X
Coletivo Vernelha	Gênero	Audiovisual	Site/ Facebook	X
Empoderadas	Gênero/ Etnia	Audiovisual	Site/ Facebook	
Fala guerreira	Gênero/ Etnia	Audiovisual	Site	X
Nós, Mulheres da Periferia	Gênero/ Etnia	Audiovisual/ Jornalismo	Site/ Facebook	X
Nossa História Invisível	Gênero/ Etnia	Audiovisual	Facebook	
Periferia em Movimento	Etnia/ Direitos	Comuni- cação/ Jornalismo	Site/ Facebook	X
Revista Capitolina	Gênero	Comuni- cação/ Jornalismo	Site/ Facebook	
Revista Vaidapé	Etnia/ Direitos	Comuni- cação/ Jornalismo	Site/ Facebook	
Visto Permanente	Migração/ Etnia	Audiovisual	Site/ Facebook	X

Fonte: “Jovens urbanos: políticas públicas, ações culturais, políticas e comunicacionais em São Paulo” (São Paulo, 2018).

Entre os coletivos, notamos, em seu conjunto, a ênfase na produção audiovisual divulgada por mídias digitais online como parte de uma “cultura audiovisual” mais ampla (RODOWICK, 1994) e, de modo mais específico, a forte presença de coletivos de mulheres (oito de um total de doze grupos); produção de conteúdos noticiosos (cinco grupos); produção exclusiva ou prioritária em formato audiovisual (cinco grupos); interfaces com formas artísticas (dois grupos). Notamos, ainda, a preponderância de temáticas étnico-raciais, muitas vezes associadas às de gênero e, mais recentemente, àquelas ligadas às novas migrações em diversas regiões do país. As redes sociais, especialmente Facebook, surgem como forma de divulgação principal não apenas dos coletivos, mas também de suas produções (mesmo quando eles possuem sites ou blogs).

Essas páginas mobilizam participantes e seguidores na organização de eventos virtuais ou presenciais, entre eles debates, projeções de filmes e atividades diversas. Além de vídeos, podcasts, séries, reportagens, temos a produção de revistas, mesclando formas do jornalismo impresso com formatos audiovisuais⁶. Nesse quadro, aqui apenas apresentado e que será mais bem explorado na continuidade da pesquisa, julgamos importante enfatizar a variedade geográfica nas regiões da cidade, a diversidade temática e a multiplicidade de vozes e realizações empreendidas por esses coletivos, ao mesmo tempo englobando problemáticas comuns, mas também bastante situados em seus territórios de origem e focados nas questões específicas que os desafiam, tanto em termos físicos quanto simbólicos.

É assim que a temática das “identidades culturais” enquanto busca política (HALL, 1997) surge como um dos principais aspectos relatados, propiciando a percepção de novas “políticas culturais da diferença” (WEST, 1990), presentes nas narrativas desses e de outros coletivos juve-

⁶ É importante notar a grande diferença numérica entre os seguidores virtuais dos coletivos. Na amostragem, a variação é de 2 mil seguidores e 200 mil, com predominância de grupos em torno de 40 mil seguidores (em geral nos coletivos de produção noticiosa ou documental). Em um segundo momento da pesquisa, iremos nos deter também sobre o número de interações (curtidas, compartilhamentos, publicações) efetivados nas respectivas páginas dos grupos.

nis integrantes da pesquisa. A heterogeneidade de tais processos sociais engendra questões críticas sobre hibridismos e identidades, rompendo simplificações binárias: “Paulatinamente y en relación con la literatura sobre nuevos movimientos sociales y las reconceptualizaciones de lo político (...), aparece en los estudios sobre juventud una revaloración de lo político que deja de estar situado más allá del sujeto, constituyendo una esfera autónoma y especializada, que adquiere corporeidad en las prácticas cotidianas de los actores, en los intersticios que los poderes no pueden vigilar” (REGUILLO, 2003, p. 113). A busca por novas maneiras de pensar e agir politicamente, portanto, é ao mesmo tempo causa e consequência desses novos modos de organização coletiva disseminados nas culturas juvenis (REGUILLO, 2017).

Numa abordagem preliminar, além de pontuar alguns dos coletivos de comunicação no que se refere às disputas, sempre recorrentes, travadas entre as lutas identitárias e as possibilidades de, por meio delas, reconstruir o tecido social, um outro aspecto se destaca: os processos criativos e os modos de produção de conteúdos por parte dos grupos, sobretudo em redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, além de sites e blogs), tão próprios nas expressões juvenis. Ressaltamos, nesse sentido, a profusão de obras audiovisuais em diferentes formatos (texto, imagem, áudio, audiovisual), e a variedade de usos e apropriações de linguagens próprias das mídias digitais. Para além dos temas e enfoques, observamos uma variedade de aspectos imagéticos e visuais, apontando singularidades em termos estéticos, estilísticos e tecnológicos, valendo-se de uma gramática própria tanto em relação às mídias audiovisuais, como no que diz respeito a suas singulares e inventivas potencialidades.

Nesse sentido, observamos, entre outros elementos comuns: 1) busca por credibilidade em páginas nas redes sociais e na imagem pública por elas projetada; 2) grande número de curtidas e compartilhamentos nas páginas, bem como de interações em postagens únicas, incluindo comentários e menções; 3) produção de conteúdo próprio mesclada àquela disponibilizada por outros sites; 4) variedade e originalidade de

conteúdo, tanto em termos qualitativos quanto quantitativos, especialmente no que diz respeito a aspectos temáticos e figurativos; 5) uso de recursos próprios à linguagem da internet, tais como hiperlinks, vídeos, áudios, hipertextos, gifs, memes, multimídia, entre outros; 6) constância na periodicidade e atualização das postagens; 7) atualidade (por meio de postagens recentes) e organização cronológica da página em termos de ações e eventos; 8) uso de elementos visuais com alta qualidade e diversidade de formas e/ou estilos; 9) estabelecimento de um vínculo com o leitor em termos artísticos e técnicos, por meio da interatividade própria das redes; 10) construção de uma rede ampliada por meio das indicações feitas pela plataforma utilizada, mas também por indicações mútuas que visam engajar e fidelizar o público nas páginas dos grupos.

No geral, cada um dos coletivos desempenha de modo eficiente e produtivo o conjunto desses elementos, compondo páginas bastante ativas e participativas nas redes sociais e na integração entre elas, apontando também para a familiaridade dos grupos e de seus seguidores no manuseio dessas linguagens. Ainda que com variações, a maneira como essas páginas digitais são desenvolvidas e compostas é bastante semelhante (estabelecendo uma linguagem particular para os usos), mostrando que a distinção entre elas deve ser feita com base em outros elementos, mais voltados aos eixos temáticos do que às modalidades culturais (abrindo diferentes possibilidades para a apropriação desses conteúdos). Em termos temáticos, notamos grande número de pautas voltadas para questões atuais e factuais, demonstrando engajamento político e posicionamento social, além de reflexão crítica não apenas sobre questões contextuais, mas também àquelas relacionadas às realidades juvenis e seus cotidianos, sobretudo nos eixos trabalhados na pesquisa (migração, gênero e etnia).

Finalmente, sublinhamos o tensionamento em termos de lutas identitárias e visibilidades, e disputas por representação e reconhecimento. Em outros termos, trata-se de um embate entre pautas por vezes individualizadas e outras que problematizam causas coletivas e seus modos de engajamento. Se a visibilidade e o reconhecimento se tornam um objetivo

comum a diversos coletivos, tal busca se dá de modo desafiador, situando o debate em torno das questões de identidades e diferenças, igualdades ou desigualdades. Esse empreendimento aponta para a urgência – quando se trata de questões relacionadas às juventudes – de se encontrar lugares próprios e, ao mesmo tempo, modos de atuação que transbordem para causas sociais e reconfigurem o comum, comunitário, compartilhado. Nessa perspectiva, novos regimes de visibilidade levam a transformações nos processos de estigmatização presentes em discursos audiovisuais, ampliando as políticas da representação e as fronteiras da inclusão social.

À GUIA DA CONCLUSÃO: POLÍTICA E RESISTÊNCIA

Ao final desses apontamentos, algumas recorrências podem ser pontuadas. Se há grande variedade entre os coletivos, há entre eles pontos de proximidade e confluência, constituindo uma nova maneira de ser e estar no mundo, de agir e reagir à política, visando uma ação e uma atuação coletivas, tanto em termos de organização como de reivindicações. Aos coletivos juvenis é colocada, de maneira premente, a busca por intervenção e transformação de desigualdades e injustiças que, reiteradamente, excluem os jovens da participação social. Os grupos almejam, assim, a construção de identidades e novas maneiras de representá-las por meio das mídias, alcançando visibilidade (especialmente na internet) e alçando espaços de reconhecimento e pertencimento social ao ressaltar a indissociabilidade entre cultura e política, universalismo e diversidade (MARTÍN-BARBERO, 2017; ORTIZ, 2015).

Desse modo, cada coletivo apresentado – que representa um conjunto de outros coletivos – dota de um sentido diferente a própria definição do que é ser um coletivo e estar atuando coletivamente. Entre hegemônias ou resistências, domesticações ou empoderamentos, alienações ou posicionamentos vemos, pouco a pouco, a desmontagem de cânones estabelecidos e sua apropriação por meio de narrativas cotidianas e contra-discursivas, deslocando lugares de exclusão social. Ao final, podemos nos perguntar sobre a dimensão coletiva pressuposta em cada coletivo

para desconstruir estruturas vigentes cristalizadas nas esferas política e cultural. Os coletivos, afirmamos, visam o lugar do social e as lutas identitárias tornam-se fundamentais na articulação de um campo comum onde construir esse lugar, imprimindo uma dimensão de fato política a suas ações culturais.

É também no circuito da recepção – na relação com o público presencial ou virtual – e não apenas no campo da produção que tais ações se colocam e, ao fazê-lo, abrem espaço para o deslocamento de estigmas, estereótipos e preconceitos. Se assumimos o lugar dos estigmas como dinâmico, devemos considerar que quando algo é incorporado ou assimilado (como resistência ou domesticação), desloca-se para outro lugar, estabelecendo novas demarcações nos circuitos cristalizados dos estereótipos e preconceitos.

Essas marcas podem tanto denunciar preconceitos como gerar outras maneiras de segregação, demandando ações concretas para a produção de mudanças que reverberem nas práticas cotidianas, nas leis vigentes e nas maneiras pelas quais cada um interage com os outros. Nas narrativas produzidas por esses grupos, vislumbramos possíveis lugares de aprendizagens, experimentações e vivências; identidades, diferenças e pluralidades; atuações, engajamentos e ativismos, exigindo novos referenciais nos quais buscar sua compreensão e interpretação. No texto, buscamos explorar os eixos teóricos e metodológicos articuladores da pesquisa, estabelecendo parâmetros para a crítica midiática, e observações gerais advindas de um primeiro contato com o material empírico selecionado. A análise aprofundada desses e de outros aspectos sobre os coletivos aqui elencados será desenvolvida em investigações futuras.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, Hucitec, 1995.
- BORELLI, S. H. S.; ROCHA, R. L. M.; OLIVEIRA, R. A. *Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2009.

- CHARAUDEAU, P. O discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006.
- ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. Os estabelecidos e os outsiders. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Editora da UnB, 2001.
- _____. Analysing discourse: textual analysis for social research. New York: Routledge, 2003.
- FOUCAULT, M. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 1996.
- _____. Arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- FRASER, N. A justiça social na era da política da identidade: Redistribuição, reconhecimento e participação. Revista Crítica de Ciências Sociais. n. 63, 2002.
- FRASER, N.; HONNETH, A. “Redistribución o reconocimiento? Un debate político-filosófico”. Morata: Madrid, 2006.
- FREITAS, J. M. M. Comunicação e psicanálise. São Paulo: Escuta: 1992.
- GOFFMAN, I. Estigma. 2a. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1978.
- GOMES, M. R. Jornalismo e ciências da linguagem. São Paulo: Hacker/Edusp, 2000.
- _____. Ao abrigo dos discursos circulantes. Revista Rumores. Ano 6, n. 2, 2012.
- HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade. Vol. 22, N. 2, jul./dez. 1997.
- _____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, T. T. (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.
- _____. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2016.

MAINGUENEAU, D. Novas tendências em análise do discurso. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.

MARTÍN-BARBERO, J. Jóvenes: entre el palimpsesto y el hipertexto. Colección: Biblioteca de Infancia y Juventud. Ned Ediciones, 2017.

ORTIZ, R. Universalismo e diversidade. São Paulo: Boitempo, 2015.

PAGANOTTI, I. Análise de discurso crítica. In: “Uma certa libertinagem, muito carnaval e um pouco de pecado” – O Brasil dos correspondentes internacionais [Trabalho de Conclusão de Curso]. São Paulo: ECA-USP, 2007.

RANCIÈRE, J. A partilha do sensível. São Paulo: Editora 34, 2005.

_____. O efeito de realidade e a política da ficção. Revista Novos Estudos Cebrap. Número 86, 2010.

REGUILLO, R. Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión. Revista Brasileira de Educação. N. 23, maio/jun./jul./ago. 2003.

_____. Paisajes insurrectos: jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio. Barcelona: Ned Ediciones, 2017.

RIBEIRO, D. O que é: lugar de fala? Belo Horizonte: Letramento, 2017.

RODOWICK, D. N. Audiovisual culture and interdisciplinary knowledge. Digital essay. Program in Film Studies. University of Rochester, 1994. Disponível em: <http://xroads.virginia.edu/~drbr/rodowick.html>.

SILVA, G.; SOARES, R. L. Para pensar a crítica de mídia. Revista Famecos. Volume 20, n. 3, 2013.

SILVERSTONE, R. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002.

SOARES, R. L. Margens da comunicação: discurso e mídias. São Paulo: Anablume/Fapesp, 2009.

_____. Pequeno inventário de narrativas midiáticas: verdade e ficção em discursos audiovisuais. Revista Significação. N. 34, 2010.

_____. Sutileza e grosseria da exclusão nas mídias. São Paulo: Alameda/Fapesp, 2019.

SPIVAK, G. Pode o subalterno falar? Belo Horizonte: UFMG, 2010.

STAM, R.; SHOHAT, E. Crítica da imagem eurocêntrica. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

WEST, C. The New Cultural Politics of Difference. In: FERGUSON, R. et al. (eds.). Out there. Marginalization and Contemporary Cultures. Cambridge: MIT Press, 1990.

XAVIER, I. O olhar e a cena. Melodrama, Hollywood, cinema novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

PARTE II

Espaços e Práticas Culturais

ENTRE O VERBO E A VERBA: DILEMAS DA CULTURA NA CIDADE DE SÃO PAULO

Ethel Shiraishi Pereira⁷

INTRODUÇÃO

Relatar as ações da secretaria de cultura de São Paulo, no período da gestão municipal de João Doria Jr. (janeiro de 2017 a abril de 2018) é, na verdade, um passeio por estórias recheadas de polêmicas, muitas vezes provocadas pelo próprio Prefeito, envolvendo o então secretário André Sturm. Nesta fase da gestão municipal, não se pode dissociar as ações do Secretário daquelas habilmente projetadas pelo marketing do Prefeito João Doria. Ainda que, em alguns momentos, Sturm tenha tentado se “descolar” da imagem conservadora do Prefeito. Diante de um modelo de gestão empresarial, vemos que “a instalação da dominação espetacular é uma transformação tão profunda que mudou radicalmente a arte de governar” (DEBORD, 1997, p. 236).

De qualquer forma, o que presenciamos foi um claro exemplo de como a cultura pode estar alinhada a uma política de venda da imagem da cidade de São Paulo. Tratada como fetiche, “a cultura tornada integralmente mercadoria deve também se tornar a mercadoria vedete da sociedade espetacular” (DEBORD, 1997, p. 126). Assim, colocada nas mãos de planejadores urbanos que, em nome do desenvolvimento, estão dispostos a privatizar de tudo, incluindo a cultura, São Paulo se proje-

⁷ Ethel Shiraishi Pereira é Relações Públicas, Pós-Graduada em Administração e Organização de Eventos pelo SENAC, Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero. Iniciou sua carreira no setor automobilístico e, desde então, presta serviços para importantes empresas e entidades de classe. Atualmente é professora de Relações Públicas e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo da Cásper Líbero. Também atua como docente da pós-graduação em Comunicação Corporativa e do MBA e Aperfeiçoamento em Eventos e Gastronomia da Universidade Anhembi Morumbi e do Curso de Marketing Político e Propaganda Eleitoral da ECA-USP.

tou como uma cidade global, gerenciada como uma mercadoria de luxo, capaz de se tornar extremamente competitiva para atrair capital estrangeiro e grandes investimentos. Debord (1997, p. 115) ao discorrer sobre a questão do urbanismo já nos adiantava que “a organização técnica do consumo está no primeiro plano da dissolução geral que levou a cidade a se consumir a si mesma”. Ainda sobre o tema, Debord destaca:

A sociedade que modela tudo o que a cerca construiu uma técnica especial para agir sobre o que dá sustentação a essas tarefas: o próprio território. O urbanismo é a tomada de posse do ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver sua lógica de dominação absoluta, pode e deve agora refazer a totalidade do espaço como seu próprio cenário (DEBORD, 1997, p. 112).

João Doria não foi, portanto, o primeiro político a fazer uso de técnicas do marketing para vender a imagem de uma grande cidade. Carlos Vainer nos explica:

A cidade é uma mercadoria a ser vendida, num mercado extremamente competitivo, em que cidades também estão à venda. Isto explicaria que o chamado marketing urbano se imponha cada vez mais como uma esfera específica e determinante do processo de planejamento e gestão das cidades. Ao mesmo tempo, aí encontraríamos bases para entender o comportamento de muitos prefeitos, que mais parecem vendedores ambulantes que dirigentes políticos (VAINER, 2000, p. 78).

Estamos diante de um contexto em que cidades globais estão inseridas e submetidas às forças do mercado, aliadas a um Estado cada vez mais interessado em criar condições para o desenvolvimento de políticas neoliberais. Com isso, torna-se importante o esclarecimento de Otília Arantes sobre gestão urbana e os elementos que conectam cultura e economia:

A partir da desorganização da sociedade administrada no ciclo histórico anterior, a cultura e a economia parecem estar correndo uma na direção da outra, dando a impressão de que a nova centralidade da cultura é a econômica e a velha centralidade da economia tornou-se cultural, sendo o capitalismo uma forma cultural entre outras rivais. O que faz com que convirjam: participação ativa das cidades nas redes globais via competitividade econômica, obedecendo, portanto a todos os requisitos de uma empresa gerida de acordo com os princípios da eficiência máxima, e prestação de serviços capaz de devolver aos seus moradores algo como uma sensação de cidadania, sabiamente induzida através de atividades culturais que lhes estimulem a criatividade, lhes aumentem a autoestima, ou os capacitem do ponto de vista técnico e científico. Tais iniciativas, sejam elas grandes investimentos em equipamentos culturais ou preservação e restauração de algo que é alçado ao status de patrimônio, constituem, pois, uma dimensão associada à primeira, na condição de isca, ou imagem publicitária (ARANTES, 2000, p. 47).

CULTURA E SUAS POLÊMICAS NA CIDADE DE SÃO PAULO

Primeiro candidato eleito no primeiro turno desde 1992, com 53,3% dos votos nas eleições municipais de 2016, João Doria do PSDB só perdeu em duas zonas eleitorais (Parelheiros e Grajaú), para Marta Suplicy do PMDB. Com apoio, portanto, nas regiões periféricas da cidade de São Paulo, Doria iniciou o período de transição do governo, anunciando os nomes de seus secretários e realizando reuniões com a equipe de Fernando Haddad do PT.

Para a pasta da Cultura, Doria convidou, inicialmente, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, ex-diretor da TV *Globo*. Sócio da TV Vanguarda, afiliada da TV *Globo* para a região de São José dos Campos, Boni recusou o convite por considerar inviável o tempo necessário para dedicação ao cargo. Em alternativa à Boni, Doria convidou o cineasta e empresário, diretor do Museu da Imagem e do Som (MIS), André Sturm.

Mesmo antes de assumir a Secretaria Municipal de Cultura da cidade de São Paulo, Sturm se viu envolvido com situações polêmicas provocadas por declarações do Prefeito eleito João Doria Jr., em dezembro de 2016. Entre as poucas promessas na área da cultura apresentadas pelo programa de governo de Doria durante a campanha eleitoral, havia a proposta de “redimensionar e readequar os investimentos da Virada Cultural para descentralizar a iniciativa, ampliar sua capilaridade e democratizar a participação”. Uma vez eleito, o gestor que prometeu acelerar a cidade de São Paulo, não perdeu tempo em declarar que a Virada Cultural seria transferida para o Autódromo de Interlagos, provocando reações por parte de artistas, produtores culturais e urbanistas que defendem a permanência do evento no Centro da cidade. A polêmica ganhou força quando o indicado para a secretaria de comunicação, Fábio Santos, declarou à imprensa que um dos motivos da transferência do evento para Interlagos seriam os arrastões provocados pela “galera da perifa”. Sturm entrou em cena para “colocar panos quentes” e declarar que o evento permaneceria no centro, e que o Autódromo de Interlagos seria apenas um dos palcos da Virada. No entanto, o que estava por trás desta declaração, é que a permanência do evento no centro da cidade é garantida por Lei. O Plano Municipal de Cultura de São Paulo, instituído pelo Decreto Nº 57484 de 29/11/2016, define a Virada Cultural como:

Evento promovido pela Prefeitura de São Paulo, com duração de 24 horas, que oferece atrações culturais para os cidadãos nas ruas e equipamentos culturais da cidade desde 2005, promovendo a convivência em espaço público e convidando a população a se apropriar do centro da cidade e, mais recentemente, por meio das atividades descentralizadas (PLANO MUNICIPAL DE CULTURA DE SP, 2016, p. 223).

O ano de 2016 terminou com a notícia de que a verba da cultura seria congelada em 43,5%, sendo motivação para uma série de protestos realizados em 2017. João Doria iniciou seu mandato surpreendendo o Secre-

tário da Cultura ao iniciar uma batalha contra as pichações na cidade e, em 14 de janeiro, devidamente paramentado para promover uma limpeza na cidade, foi à Avenida 23 de Maio para apagar os grafites ali colocados durante a gestão petista de Fernando Haddad. Diante de protestos dos artistas urbanos, vestido de gari, Doria declara: “Se preferirem continuar pichando a cidade, terão o rigor da lei. É tolerância zero...”. Por outro lado, Sturm declarou que o apagamento dos grafites foi realizado sem a sua participação e, sob pressão, anunciou a criação do MAR – Museu de Arte de Rua e a Escola do Grafite. Em abril, em entrevista para o jornalista Mário Sérgio Conti, no programa *Diálogos*, da *GloboNews*, Doria declarou:

Quando determinamos a recuperação da 23 de maio não avaliamos bem a relação dos pichadores com grafiteiros e muralistas. Grafiteiros já foram pichadores. Pichadores são agressores. Não sabíamos quão próxima era essa relação. Pichadores ameaçam os grafiteiros, porque a arte dos grafiteiros é arte de rua. Deveríamos ter avaliado melhor como fazer aquilo, deveríamos ter fotografado as artes que estavam pichadas e com eles ter feito o trabalho e não à revelia ainda que as obras estavam pichadas. Avaliamos mal (G1, 2017).

Sabemos que João Doria não foi o primeiro Prefeito a se envolver em polêmicas com grafiteiros na cidade de São Paulo. Gilberto Kassab e Fernando Haddad também “apagaram” grafites de artistas famosos e tiveram que se retratar posteriormente. Mas o que estaria por trás da decisão para apagar os grafites? No caso de João Doria Jr., podemos supor que seja a pressa em cumprir promessas de campanha, motivada por uma forte necessidade de promover sua fama de trabalhador e gestor eficiente. Mais do que responder aos anseios de seus eleitores, poderíamos considerar a necessidade de apagar, literalmente, ações bem-sucedidas de seu antecessor. Por outro lado, as ações de zeladoria, ligadas ao projeto Cidade Linda, nos remete ao modelo de gestão consolidado nos anos 90, conhecido como movimento *City Beautiful*:

Arquitetos-planejadores enfatizavam quase que exclusivamente a aparência, o lado decorativo das cidades; eles mostraram uma inclinação marcante para o tratamento dos grandes espaços públicos centrais, em detrimento dos lugares onde os moradores comuns da cidade vivem e trabalham; assim, deixaram para um segundo plano profundos problemas sociais mais graves e menos tratáveis, como o desemprego estrutural e a emergência de uma classe urbana muito baixa (HALL, 2016, p. 557).

A reação da classe artística às decisões do novo Prefeito acontece logo no começo da gestão. Em 22 de fevereiro aconteceu o primeiro protesto contra o congelamento das verbas de investimento em cultura: artistas liderados pelos grupos teatrais se reúnem em frente ao Theatro Municipal para mostrar que havia articulação para exigir o descongelamento da verba e permitir o acesso à cultura por parte da população. Com a promessa de ajudar a classe artística, o secretário André Sturm declara que “houve um equívoco na Secretaria Municipal da Fazenda, já que no orçamento os programas foram denominados como “projetos”, portanto passíveis de serem congelados”.

Na semana seguinte, a realização do carnaval traz uma aparente trégua às batalhas culturais da cidade. Mas o carnaval de rua São Paulo termina com uma marcha contra a organização do evento e a Praça Roosevelt transforma-se em espaço de manifestação com uso de bombas de efeito moral pela Polícia Militar. Temos, ainda, uma investigação sobre irregularidades no processo de licitação para contratação da empresa organizadora do evento. O desdobramento das investigações do Tribunal de Contas do Município mostra que a empresa *Dream Factory* foi beneficiada após intervenção do Secretário André Sturm, que a convidou a alterar a proposta e com isso torná-la “de interesse público”. Nova auditoria comprovou irregularidades no contrato, tais como banheiros químicos sem drenagem, falta de ambulância, falta de banheiros em locais indicados, falta de sinalização de sanitários e equipe médica incompleta.

Em março a Secretaria Municipal de Cultura suspende edital de 5 milhões de reais para a dança. Em um novo edital, o orçamento de até 700 mil reais foi reduzido para 250 mil reais, foi retirada a proposta de pesquisa e imposta a obrigatoriedade de que todos os projetos culminem em apresentações ou circulação de espetáculos. Desta vez, são os grupos de dança que protestam. Em entrevista concedida ao site *Rede Brasil Atual*, a atriz e bailarina Ana Sharp afirma:

A gestão que acabou de entrar pegou um processo de dez anos de construção e o desmontou sem nenhum diálogo com os artistas e educadores desse setor. Mas agora a gestão Doria diz que o edital não foi amplamente divulgado. Não só foi, como essa edição teve o maior número de concorrentes. O que se quer é impedir a atuação de grupos independentes para entregar a cultura na mão das Organizações Sociais como fez o governo estadual. O secretário (André Sturm) está fomentando um discurso de que a cultura na cidade está tomada por grupos de esquerda, como forma de criminalizar os coletivos e grupos (GOMES, REDE BRASIL ATUAL, 2017).

Em 15 de março, durante a cerimônia de abertura da 4ª Mostra Internacional de Teatro de São Paulo, um festival de vaías impede que representantes do Ministério da Cultura e da Prefeitura de São Paulo fossem ouvidos em seus discursos. Faixas contra o congelamento são expostas pelos artistas. No final de março, grupos de teatro realizam nova manifestação em frente à sede da Prefeitura, utilizando geladeiras para representar o congelamento, bem como encenando um velório da cultura na cidade. Em abril, o que ocupa o noticiário da cultura nos jornais é a notícia de que, por falta de verba, o Clube do Choro perde a sua sede. O clube não poderia mais realizar suas apresentações no Teatro Arthur Azevedo. Em entrevista ao jornal *O Estado de São Paulo*, Sturm declara sobre a ausência de verba e a formação de público:

Clube do Choro não é meta. Como ocupação do Teatro Arthur Azevedo, tinha dois anos, não tinha uma história. E veja, infelizmente entrou na categoria emendas internas que foi 100% congelada. Então, eu não tinha o que fazer. Mesmo assim, propus uma solução intermediária, que seria uma apresentação por mês para não perder a marca do choro. Agora, os 500 mil reais eu não tenho, e não tenho de onde tirar. Por concordar com isso (sobre o argumento de que sem frequência maior o grupo não formaria público), sugeri shows uma vez por mês. Não é a mesma coisa que uma vez por semana, claro, mas você garante uma permanência. E eu ia usar recurso de outra fonte. Eu tenho zero para o Clube do Choro. Não foi um ato de vontade, mas uma circunstância do congelamento. (MARIA, OESP, 2017)

Na mesma entrevista concedida ao *O Estado de São Paulo*, André Sturm afirmou que não esperava a falta de diálogo e acusação de desmonte da cultura por parte dos representantes dos diversos setores da cultura na cidade de São Paulo. Disse, ainda, que das ações propostas no Plano Municipal de Cultura, somente o edital da dança havia sido cancelado. Desabafou dizendo que o seu entendimento de cultura é diferente do entendimento até então apresentado pelo Prefeito João Doria Jr., muito mais próximo da concepção de entretenimento e que acredita ter sido chamado para ocupar a Secretaria Municipal de Cultura por sua competência como gestor do MIS – Museu da Imagem e do Som. Sturm declarou: “eu faço parte de uma gestão, mas o prefeito é o prefeito e eu sou eu. Ele me chamou porque considerava o meu trabalho na cultura positivo. Então, eu também sou um influenciador com minhas ideias. Eu tenho esse espaço”.

O mês de maio chegou com a expectativa da Virada Cultural. Realizada com alguns palcos vazios, mas sem registro de violência (apesar da operação na Cracolândia pelo Governo do estado de São Paulo), o evento foi, para o Secretário da Cultura, promovido de forma descentra-

lizada, com participação democrática dos artistas e eficiente do ponto de vista financeiro, uma vez que “recebeu seu maior patrocínio privado em 13 anos, oriundo de uma única empresa, o Bradesco, o que permitiu à prefeitura economizar R\$ 4 milhões” (STURM, FSP, 2017).

A verdade é que a grande polêmica do mês ficou à cargo de um descontrolado do próprio Secretário da Cultura, denunciado por uma gravação durante uma reunião para discutir a gestão e a continuidade das atividades na Casa de Cultura, ameaçou “quebrar a cara” do agente cultural Gustavo Soares, do Movimento Cultural Ermelino Matarazzo. No dia seguinte, o Secretário admitiu o erro, mas afirmou ter sido provocado:

Desde sábado eu estava nervoso, porque fui perseguido na saída de uma audiência pública na sexta. Fiquei 1h40 lá sendo ofendido, toda vez que tentava falar, eles vaiavam. E eu mantive a fleuma, como deveria fazer. Quando tentei sair, a Guarda Municipal teve que fazer um corredor, porque queriam me agredir. Um guarda me falou: ‘Corre!’, e eu tive que me trancar na cozinha! É claro que isso não justifica. Não estou dizendo isso para falar ‘coitadinho de mim’. Nunca deveria ter dito ‘vou quebrar a sua cara’ para um garoto, claro que não devia. O problema é que muitas pessoas não estão interessadas em dialogar, elas querem brigar. Aí eu caí na armadilha, perdi a linha, fiquei nervoso. Eu deveria ter mantido a calma. Agora, eu sou um ser humano, tenho sangue, e erro. Então, novamente, peço desculpas. (BERGAMO, 2017)

No dia seguinte ao pedido de desculpas do Secretário, após assembleia de artistas, a sede da Secretaria Municipal de Cultura é invadida por manifestantes que se recusam a dialogar com Sturm: os manifestantes pedem o descongelamento da verba e a saída do Secretário. O indicado para as negociações foi o Secretário de Relações Institucionais, Milton Flávio, que afirmou serem inexequíveis as reivindicações dos manifestantes e conquistou o fim da ocupação, em primeiro de junho, após ame-

açar o grupo por meio de uma reintegração de posse. Dias depois, André Sturm foi filmado batendo boca com Milton Flávio por causa de uma convocação de reunião na sede da Prefeitura para discutir questões relacionadas ao orçamento e que fez com que Sturm se encontrasse com os agentes culturais que haviam invadido a sede da SMC. Ao estilo Doria, os secretários gravaram um vídeo para desfazer o mal-entendido. Sturm utilizou uma analogia ao futebol para explicar que “É comum você xingar seu colega porque ele não passou a bola direito, brigar, discutir. Acabou o jogo, todo mundo é amigo, o objetivo é ganhar” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2017). Neste episódio percebeu-se, novamente, um modelo de gestão fechado para o diálogo, incapaz de compreender as demandas periféricas da cultura numa cidade como São Paulo. Seria o Movimento Cultural Ermelino Matarazzo e a ocupação da Casa de Cultura do bairro um exemplo do que Harvey considera espaços de esperança?

Nenhuma alternativa à forma contemporânea de globalização surgirá do nada. Terá de vir de uma multiplicidade de espaços locais – espaços urbanos, em particular –, combinando-se em um movimento mais amplo e é nesses espaços que as contradições enfrentadas pelos capitalistas em sua busca por renda de monopólio assumem certa importância estrutural. Na tentativa de negociar valores de autenticidade, localidade, história, cultura, memórias coletivas e tradição, abrem espaço para o pensamento e a ação política em que alternativas socialistas podem ser concebidas e perseguidas. O espaço desses comuns merece uma intensa exploração e cultivo pelos movimentos de oposição que adotam a causa dos produtores de cultura e da produção cultural como um elemento-chave de sua estratégia política. Há abundantes precedentes históricos para nos orientar na tentativa de mobilizar as forças da alta cultura dessa maneira (...) mas a cultura popular como é produzida nas relações comuns da vida cotidiana, também é de importância crucial. É onde se encontra um dos espaços fundamentais da esperança de

construção de um tipo alternativo de globalização e uma vibrante política antimercantilização: uma política em que as forças progressistas da produção e transformação cultural podem buscar apropriar-se das forças do capital e suprimi-las, e não o contrário. (HARVEY, 2014, p. 206-207)

Em agosto, em plena campanha para a eleição presidencial de 2018, João Doria, fantasiado de peão, prometeu durante a abertura da Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos, no interior de São Paulo, realizar uma festa semelhante na capital do Estado. No dia seguinte, publicou em seu Facebook um vídeo dizendo que não poderia promover o evento na cidade de São Paulo pois uma lei vigente proíbe sua realização. Interessante notar, mais uma vez, o desconhecimento do Prefeito sobre os mecanismos de gestão pública e sua legislação. Mas, aparentemente, na corrida eleitoral, vale mais uma declaração de efeito popular do que a cautela em relação às promessas. Mais uma vez, observa-se que para o Prefeito, eventos de impacto midiático, de grande concentração de público e possibilidade de captação de recursos da iniciativa privada são mais importantes do que a manutenção de um programa de desenvolvimento cultural efetivo para a população, especialmente a periférica, da cidade.

Poderíamos encerrar por aqui os relatos de situações polêmicas ligadas ao setor cultural na cidade de São Paulo. Afinal de contas, mais de 8 meses se passaram desde o início da gestão, e a ocupação da sede da Secretaria parecia ter sido o ponto alto das manifestações ligadas à cultura. Mas a imprensa ganhou novos motivos para ter o Prefeito João Doria e seu secretário André Sturm nas suas manchetes. Em setembro, o MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo é acusado de pedofilia, após veiculação nas mídias sociais de um vídeo em que uma criança, acompanhada de sua mãe, manipula os pés de um artista nu, durante uma performance. Manifestantes contrários à exposição vão para a porta do Museu e ofendem funcionários, exigem o fechamento da exposição. O Prefeito em sua página no Facebook diz que não é contra a arte, mas

“tudo tem limite!”, declarando apoio aos manifestantes. A polêmica tomou conta das mídias sociais e da imprensa tradicional. E a resposta em defesa ao MAM também ocorre: um manifesto assinado por curadores e diretores de museus e espaços culturais sai em defesa da liberdade de expressão e do papel dos museus para o fomento da arte contemporânea. André Sturm se vê forçado a se posicionar de forma contrária ao Prefeito: “A liberdade é o maior valor da democracia. Não concordo com nenhuma violência e agredir funcionários do MAM ou ameaçar destruir a exposição é inaceitável. Mas cabe aos gestores informar sobre o conteúdo do que apresentam e o MAM fez isso” (BRASIL 247, 2017).

Em outubro, Doria declarou que o carnaval de rua que acontecia na Vila Madalena seria transferido, em 2018, para a Av. 23 de Maio, local mais adequado e com potencial para, inclusive, reunir um número ainda maior de foliões e logicamente, em condições para patrocínios mais vantajosos. O Prefeito declarou: “Mais seguro, mais eficiente, melhor conforto para a população e para os serviços públicos. Ambulância, atendimento, abastecimento, Bombeiros. Tem muito mais condições e não molesta os moradores”. Dias depois os assessores ligados à Prefeitura Regional da Sé informam que o carnaval de rua não poderia acontecer na Av. 23 de Maio pois alguns viadutos são muito baixos para a altura dos trios elétricos, inviabilizando a ideia do Prefeito de fazer com que os trios percorressem o trajeto saindo do Vale do Anhangabaú com dispersão no Parque do Ibirapuera. Apesar dos estudos técnicos contrários, a Av. 23 de maio foi palco para grandes blocos do carnaval de rua em 2018. A prefeitura comemorou o crescimento do número de foliões que passou de 3,5 milhões em 2017 para quase 9 milhões em 2018.

Ainda em outubro, o jornal *Valor* nos trouxe a informação de que durante viagem à Itália, o Prefeito João Doria firmou parceria com a prefeitura de Veneza e anunciou a “intenção de fomentar o intercâmbio entre as Bienais de Veneza e de São Paulo, de levar sambistas para representar o Carnaval paulistano no município italiano e de ampliar a presença de filmes brasileiros no Festival de Cinema de Veneza, um dos mais im-

portantes do mundo”. Com ações concentradas na Biblioteca Mário de Andrade, agora dirigida por Charles Cosac, e no Theatro Municipal, as atividades destinadas à parceria pertencem às artes consideradas de “alta cultura”, comprovando o caráter elitista da parceria.

Ainda no final do ano de 2017, Sturm se viu envolvido com vazamento de áudio em que discute com a assessora de dança, Lara Pinheiro, sobre viagem realizada em novembro ao Canadá. Estávamos tão acostumados a ver nosso secretário de cultura envolvido em polêmicas, que não foi surpresa saber detalhes da discussão: de acordo com Plínio Aguiar (2018), do portal de notícias R7, “Sturm diz que não quer mais a companhia de Lara e que iria dispensar a assessora”. Ela responde: “Vai alegar o que? Que eu não dei pra você no Canadá?”. O secretário rebate: “Ah, Lara, você se acha muito. Se eu quisesse te comer, Lara...”. Sturm assumiu “ter sangue quente” e que disse coisas que não devia por ter sido provocado. Em outro vazamento de conversa gravada, Sturm se viu em situação delicada: o áudio mostrou o Secretário chantageando o Instituto Odeon, administrador do Theatro Municipal. De acordo com a imprensa, “ele disse que só aprovaria a prestação de contas se o instituto decidisse cancelar a parceria”. O caso foi investigado pelo Ministério Público: André Sturm negou a chantagem e alegou obedecer às regras para romper o contrato.

Em abril de 2018 o Prefeito João Doria Jr. se afasta para concorrer ao cargo de Governador de São Paulo nas eleições majoritárias. Em janeiro de 2019, o Prefeito Bruno Covas anuncia demissão de André Sturm, substituído pelo produtor cultural Alê Youssef.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das promessas tímidas para a cultura no período de campanha eleitoral, os primeiros meses da gestão municipal de João Doria e André Sturm foram marcados pela presença constante de controvérsias na mídia. A classe artística, respaldada por um decreto que estabelecia o funcionamento de um plano de cultura para a cidade de São Paulo, assinado no final da gestão de Fernando Haddad, parecia disposta a não dar trégua

ao Prefeito, fazendo barulho e lutando para a manutenção de seus direitos. Por outro lado, Doria iniciou seu mandato deixando claro que cultura, como sinônimo de entretenimento, faria uso do espetáculo, de maneira oportuna, para mantê-lo sempre em evidência, especialmente em período extraoficial de sua campanha ao Governo do estado de São Paulo.

A cultura, considerada por Harvey (2014) um elemento capaz de ampliar e reafirmar poderes de monopólio às cidades, é no caso de São Paulo, um dos caminhos utilizados pela gestão de João Dória para justificar ações da Secretaria de Desestatização, termo utilizado para o conceito de privatização de equipamentos urbanos da cidade. Ainda de acordo com Harvey (2014), torna-se possível construir, por meio da cultura, um discurso que agrega valor e qualifica o espaço urbano como uma localidade especial, uma vez que eleva os traços distintivos e amplia o seu capital simbólico. Observa-se na gestão Doria, uma tentativa de adotar estratégias de comunicação e marketing com intuito de alavancar o desenvolvimento urbano, tendo a lógica da economia criativa, de estímulo ao empreendedorismo artístico e conseqüentemente, de valorização imobiliária de algumas regiões da cidade e do turismo, com a expectativa de atrair investidores internacionais, especialmente aos projetos de parcerias público-privadas e de venda dos equipamentos urbanos, fazendo da cidade um negócio potencialmente lucrativo.

No entanto, a articulação dos artistas em defesa das políticas culturais adotadas na gestão de Fernando Haddad, demonstra uma forma de articulação política da comunidade artística para estabelecer conexão com o espaço urbano, defender o exercício de cidadania e, por que não dizer, manifestar uma certa “resistência” às forças do mercado e de uma governança urbana interessada em utilizar a cultura como mecanismo de obtenção de renda monopolística. Entre o congelamento da verba e o discurso de que, com o apoio da iniciativa privada, seria possível realizar eventos culturais com investimento bem abaixo, quando comparados às gestões anteriores, André Sturm e João Doria Jr. não trouxeram inovações e/ou desenvolvimento para a área. As promessas de privatização

das bibliotecas e do Centro Cultural São Paulo, felizmente não saíram do papel. No entanto, o marketing, sustentado por promessas vazias de que estávamos diante de uma gestão eficiente, ajudou a eleger o novo governador de São Paulo. E André Sturm? Agora que saiu da Secretaria de Cultura declarou que não tem interesse no setor público pois “é muita burocracia”.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, P. Secretaria da maior cidade do Brasil pega fogo nos bastidores. R7, São Paulo, 16 de janeiro de 2018. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/sao-paulo/secretaria-da-maior-cidade-do-brasil-pega-fogo-nos-bastidores-06022018>>. Acesso em: 06 mar. 2019.

ARANTES, O. (et al.) A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BERGAMO, M. ‘Errei, peço desculpas’, diz secretário após briga com agente cultural. Folha de S.Paulo, São Paulo, 30 mai. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2017/05/1888613-errei-peco-desculpas-diz-secretario-de-cultura-apos-briga-com-agente-cultural.shtml>>. Acesso em: 05 set. 2017.

BRASIL 247. Sturm discorda de Doria e defende o MAM. São Paulo, 03 out. 2017. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/pt/247/cultura/320447/Sturm-discorda-de-Doria-e-defende-o-MAM.htm>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

DEBORD, G. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, T. “É comum no futebol você xingar o colega”, diz Sturm após discutir com Secretário. UOL, São Paulo, 13 jun. 2017. Disponível em: <<https://entertainment.uol.com.br/noticias/redacao/2017/06/13/e-comum-no-futebol-voce-xingar-o-colega-diz-sturm-apos-discutir-com-secretario.htm>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. A Segregação da Virada. São Paulo, 08 dez. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2016/12/1839432-a-segregacao-da-virada.shtml>>. Acesso em 05 set. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. Após bate-boca, secretários de Doria falam em ‘caneladas’ e fazem as pazes. São Paulo, 13 jun. 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/06/1892636-apos-bate-boca-secretarios-de-doria-falam-em-caneladas-e-fazem-as-pazes.shtml>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

G1. Doria diz que avaliou mal a questão dos grafites da Avenida 23 de Maio. São Paulo, 07 de abril de 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/doria-diz-que-avaliou-mal-a-questao-dos-grafites-da-avenida-23-de-maio.ghtml>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

GENTILE, R. Secretário de Doria interferiu em concorrência para Carnaval de rua. Folha de São Paulo. São Paulo, 17 de maio de 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/05/1884640-secretario-de-doria-interferiu-em-concorrencia-para-carnaval-de-rua.shtml>> Acesso em: 06 mar. 2019.

GOMES, R. Trabalhadores e artistas acusam gestão Doria de desmonte na cultura. Rede Brasil Atual, 2017. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/entretenimento/2017/03/trabalhadores-e-artistas-acusam-gestao-doria-de-desmonte-na-cultura>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

HALL, P. Cidades do amanhã: uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos do século XX. São Paulo: Perspectiva, 2016.

HARVEY, D. Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

MARIA, J. O secretário da Cultura de João Doria fala dos pouco mais de 100 dias de gestão, entre projetos, polêmicas, debates e xingamentos. O Estado de São Paulo. São Paulo, 18 de abril de 2017. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,andre-sturm-o-prefeito-e-o-prefeito-eu-sou-eu,70001741990>>. Acesso em: 17 ago. 2017.

PLANO MUNICIPAL DE CULTURA DE SP. Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, 2016.

STURM, A. Precisamos falar da Virada Cultural. Folha de S.Paulo. São Paulo, 30 de maio de 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2017/05/1888524-precisamos-falar-da-virada-cultural.shtml>>. Acesso em: 17 ago. 2017.

VAINER, C. B. Pátria, empresa e mercadoria. In ARANTES, O. (*et al.*) A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

CIDADE, ESPAÇO E MUSEALIZAÇÃO: UMA REFLEXÃO SOBRE A 31ª E 32ª BIENAL DE SÃO PAULO

Márcia Eliane Rosa⁸

INTRODUÇÃO TEÓRICA

Marc Augé (2012) nos atenta para algo que nomeia de “não-lugar”. Ao contextualizar a contemporaneidade, a qual chama de supermodernidade, caracterizada pelo excesso de fatos, de espaços e de referências, Augé explica que esta “superabundância” nos transfere constantemente para outras instâncias, onde não se pode ter controle dos sentidos gerados. “Na realidade concreta do mundo de hoje, os lugares e os espaços, os lugares e os não lugares misturam-se, interpenetram-se” (AUGÉ, 2012, p. 98). Muito antes deste autor, Michel Foucault (2013), na França de 1966, fazia uma conferência destacando sua “obsessão” por estudar a questão do espaço e elucidava como se formava o espaço-outro nas sociedades atuais: as heterotopias. Dizia que a partir da observação do espaço podia-se entender como o poder atua.

Espaço-lugar-poder, dimensões interligadas que também se estabelecem como base para compreender o universo das manifestações artísticas que hora estão em galerias, museus e instituições culturais e em outro momento estão expostas nas ruas, espaço público ou não, como intervenções que interpelam transeuntes e cidadãos. As obras de arte,

⁸ Pesquisadora e professora, integra o corpo docente do curso de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC - Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Pós-doutora em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, onde também fez o mestrado em Comunicação e Mercado, possui doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e graduação em Comunicação Social - Jornalismo, pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Exerce docência na área de comunicação e pesquisa com ênfase em midiatização, cultura, artes e sociedade do espetáculo. Atualmente investiga as características das grandes exposições itinerantes tanto em seus aspectos da comunicação como no propósito da interação social e mercadológica do espaço das artes.

projetos e instalações artísticas transitam nos espaços contemporâneos: o objeto, que era do universo externo, (de muros, jardins ou calçadas), agora vai para o “cubo branco”, espaço aurático⁹ das artes. E o movimento contrário também é exequível.

Os espaços “fechados” para as exposições é um tema debatido com ênfase na arte contemporânea, principalmente, após a publicação de *No interior do Cubo Branco – a ideologia do espaço da arte*, revelado por Brian O’Doherty, nos anos 1970, primeiro como uma série de artigos na revista *October* e depois no formato livro. Este debate é essencial para esta pesquisa, assim como também esclarece que o termo “cubo branco” ao ser utilizado como um lugar de exposição não guarda apenas a ideia do circuito artístico, mas também e a recepção da arte. O’Doherty, ao debater sobre o espaço das artes plásticas e visuais (galerias, museus) traz à tona o questionamento sobre uma certa higienização destes ambientes de recepção da arte, que (em alguns momentos) pareceu necessário para a exposição e a completude de interlocução das obras entre artista e espectador, desde meados dos anos 1970. Se as paredes brancas permitiam desnudar o signo do que se apresentava nas galerias e museus, por outro lado interrogava-se se a arte produzida ainda não idealizava demasiado um espaço de exposição sacralizado e distante da realidade do mundo.

O cubo branco é geralmente visto como um emblema do afastamento do artista de uma sociedade à qual a galeria também dá acesso. É um gueto, um recinto remanescente, um protomuseu com passagem direta para o atemporal, um conjunto de situações, uma postura, um lugar sem local, um reflexo da parede nua, uma câmara mágica, uma concentração mental, talvez um equívoco. Ele preservou a exequibilidade da arte, mas a fez difícil. (O’DOHERTY, 2002, p. 91)

⁹ No texto: A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica, de 1935, de Walter Benjamin, o autor debate a questão da aura da obra de arte (autenticidade e unicidade) como elemento presente na produção cultural no século 20.

Lugares incertos, sujeitos incertos. Maffesoli (2010) afirma que, em tempos atuais, o sujeito perdeu a noção do individualismo para adotar a noção comunitária de sentir. Este sujeito se faz presente porque experimenta de forma conjunta. O seu lugar é aquele onde pode dividir experiências com outros. É o que o faz pertencente. “O lugar faz a ligação. A ligação, quer dizer o espaço, a natureza e os elementos primordiais que os compõem, tornam visível a força invisível da ligação que me une aos outros” (2010, p. 104). Assim, as manifestações artísticas em espaços urbanos suscitam a interação do transeunte, a integração do morador, mas também ascendem à possibilidade do não estar, do não lugar, das inconstâncias do “nomadismo” (MAFFESOLI, 2001) urbano. E, certamente, dão novos significados ao lugar e às pessoas. Da mesma forma, os objetos retirados do urbano que vão para o espaço fechado também estabelecem outra relação com o sujeito.

Para estudar a questão do espaço, propomos refletir a partir do método teórico de Henri Lefebvre, que sugere uma perspectiva de análise partindo de uma tríade que define a produção social do espaço em três momentos: o espaço concebido; o espaço vivido; e o espaço percebido (LEFEBVRE, 2006). Compreender estes espaços desta forma significa dar representações que envolvem definir respectivamente o que é construído segundo seu valor arquitetado; aquele que pode ser experimentado; e aquilo que é dado historicamente. O pensamento de Lefebvre é importante, nesta análise, porque pode fundamentar a questão do espaço dentro de uma realidade contemporânea que dialoga com os aspectos da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) – crítica presente na investigação sobre as grandes exposições – e do consumo da arte. Mais ainda, relaciona o tema com a questão do espaço urbano como uma maneira de expressão material da questão social representada hoje. Para Lefebvre, o urbano poderia ser definido como uma forma social que se afirma e na cidade pode ocupar um lugar ou uma situação. O urbano é como uma mensagem que pode ser decodificada.

Lefebvre afirma que o espaço é uma prática social (coexistem produto e produtor) e que se relaciona com a cidade. O espaço é dado como representação. Esta questão suscita o debate quando tomamos como base a

afirmação de Debord (1997) em que as representações já não apresentam o vivido, mas um mundo simbólico e subjetivo de relações entre imagens caracterizando a sociedade do espetáculo, como um universo de contemplação passiva. Os espaços seriam tomados de tal forma que já não possibilitariam as experimentações sociais de um vivido fora do poder e da questão mercadológica? Lefebvre indica uma possibilidade de brecha que surgiria a partir de um “espaço diferencial” porque se a cidade é um espaço de poder, também está em transformação vislumbrando um código visível, algo que Foucault (2013) chamaria de heterotopias.

Assim, poderíamos relacionar também outra tríade, partindo de Lefebvre, que compreende os espaços como absoluto, abstrato e diferencial respectivamente ao concebido, vivido e percebido. A partir daí despontariam perguntas que nos guia nesta investigação: é possível haver o vivido tanto nos espaços das cidades como nos espaços-museus recriando a experiência? O espaço diferencial, ao oferecer brechas no espaço-poder das cidades, emerge como possibilidade que podem ser captadas pela arte e experimentadas pela mesma? Mas se transferidas para os espaços do museu, de qual transformação ainda estaríamos nos referindo?

Nicolas Bourriaud (2009) afirma que arte pode ser um campo fértil de experimentação social e que “ a atividade artística constitui não uma essência imutável, mas um jogo, cuja as formas, modalidades e funções evoluem conforme as épocas e os contextos sociais” (p. 15). Para o autor, a produção da arte contemporânea pode superar a separação do seu contexto cultural e o questionamento da perda de historicidade, estabelecendo uma relação com o vivido e com o cotidiano. “Deixemos de lado o problema da historicidade desse fenômeno: a arte sempre foi relacional em diferentes graus, ou seja, fator de sociabilidade fundadora de diálogo” (p.21).

A MUSEALIZAÇÃO E O DIÁLOGO COM OS ESPAÇOS CONTEMPORÂNEOS

O fato é que, desde as artes vanguardistas, crescem não só as tensões que podem ser percebidas com os novos espaços, imagens e for-

mas como também a percepção do modo de ver arte e suas definições. A relação entre os espaços da cidade e do museu é o tema que suscita este artigo, assim como as artes que transitam entre estes espaços. Carla Padró (2003) considera que os museus são práticas significativas que se relacionam com outras práticas que e tramam valores culturais como por exemplo os parques temáticos, centros comerciais, publicidades e meios de comunicação. Ou seja, possuem seus valores discursivos culturais que vão se relacionar com os objetos e pessoas.

Assim, faz-se relevante pensar os espaços e os objetos no processo de musealização como um meio de (auto)afirmação e reinvenção do museu (NORONHA, 2017). Não se trata da preservação de um passado, objetos, fatos e circunstâncias, mas também do processo de construção de preservação do presente, considerando os critérios e seus valores nas relações históricas sociais e culturais. A partir deste ponto é pertinente pensar a ideia de contextualização e descontextualização dos objetos no processo de musealização. E ainda, no sentido contrário, como se estabelece as relações simbólicas dos objetos que saem dos museus e espaços fechados para parques e cidades.

Bourriaud (2009) sairia com a provocação “quais são os verdadeiros interesses da arte contemporânea, suas relações com a sociedade, a história, a cultura?” (p. 9). Nesta conversa com os espaços, muitas das respostas podem surgir ao tentarmos contextualizar e descontextualizar. Ao buscar a imanência e transcendência do próprio objeto cultural como propôs (ADORNO, 1998) podemos, a partir do antagonismo, encontrar respostas para além dos fenômenos analisados.

A BIENAL DE SÃO PAULO COMO ESPAÇO

Para entender melhor esta transposição, este duplo movimento (do “cubo branco” às ruas; da arte integrada à vida à sua “espetacularização”), observemos um evento conhecido no mundo das artes visuais contemporâneas: a Bienal de Arte de São Paulo. É também claro que ao se tratar da Bienal, não falamos especificamente das características

do cubo branco com seus elementos de espaços simples e polidos, com sequencias lineares e iluminação específicas nos objetos, apesar de parte das exposições utilizar tais características, em casos peculiares. No entanto, estamos tratando de um espaço contemporâneo significativo que desde 2006 (27ª Bienal – Como viver junto), vem propondo relacionar-se com os espaços sociais e nesta última edição (Incerteza Viva – 2016) concretizou a ideia dialogando com o espaço do parque Ibirapuera, onde fica localizado o prédio da Bienal. Esta transposição de objetos e espaços suscita o desnudar de signos e interroga o processo de musealização.

Neste trabalho, o foco centra-se nas últimas duas edições das Bienais (31ª e 32ª). Já na sua penúltima edição, a 31ª, o tema central se expressa através do *slogan* “Como (...) coisas que não existem”. Podemos observar a constituição de tal evento sob a perspectiva de Lefebvre, uma específica construção social de um dado espaço urbano. Neste sentido, o intuito é tentar entender a Bienal como um espaço urbano socialmente concebido (na medida em que se trata de um evento minuciosamente planejado), socialmente vivido (na medida em que é experimentado e vivenciado pelos diversos públicos durante sua vigência – num aspecto da experiência da arte) e socialmente percebido (na medida em que sua existência e funcionamento gera diálogos sociais, representações midiáticas e construções históricas antes, durante e muito tempo depois de sua vigência).

Historicamente, a Bienal de Arte de São Paulo demonstrou ser uma rica e interessante plataforma para a discussão do estado da arte contemporânea. Em diversas de suas edições, por exemplo, é possível encontramos eco para a reflexão que esta pesquisa propõe. Como em 2008, quando da 28ª edição, que ficou conhecida como a “Bienal do Vazio”, uma espécie de metáfora clara da crise conceitual atravessada pelos sistemas expositivos tradicionais e enfrentada pelas instituições que as organizam.

Podemos destacar que 1. As 31ª e 32ª edições da Bienal de São Paulo, seja através da presença de “obras” e de “artistas” que questionam diretamente a primazia do “cubo branco”, seja através de suas concepções curatoriais inovadoras, ou ainda pela sua vocação educativa e

itinerante, problematizam de forma bastante curiosa questões que nos interessam (as dualidades dentro/fora, público/privado; o evento como sendo a construção de um espaço urbano concebido, vivido e percebido socialmente; e sua possível e parcial espetacularização reificada em objeto de consumo); e 2. A 31ª Bienal proporcionou a primeira itinerância internacional (Museu de Serralves - Portugal) onde acrescentou às suas problematizações de espaço e lugar a questão do estrangeirismo e estranhamento cultural de um discurso construído fora do país de origem, seguida pela segunda experiência com 32ª edição, quando o evento utiliza-se não só do espaço fechado do museu como também do parque Serralves.

Sobre a 31ª Bienal: Como (...) coisas que não existem

Segundo os próprios organizadores, o título da 31ª Bienal de São Paulo – Como (...) coisas que não existem – é uma invocação poética do potencial da arte e de sua capacidade de agir e intervir em locais e comunidades onde ela se manifesta.

Em termos curatoriais, a 31ª edição foi bastante inovadora, por vários motivos. Primeiro tratou-se de uma curadoria coletiva e internacional, composta por 7 pessoas. Segundo, porque a curadoria coletiva resolveu levar ao extremo sua concepção coletivista. Para tanto: 1) elegeu como ponto de partida a ideia de “virada”; 2) como ponto de confluência, elegeu quatro conceitos norteadores (coletividade, conflito, imaginação, transformação); 3) como base para o diálogo transversal, tentou promover a ressignificação de alguns outros conceitos como o de “processo” e “jornada”, mas também o de “projeto” (no lugar de “obra”) e o de colaborador (em lugar de “artista”); e 4) por último, optou por aprofundar suas dinâmicas de “itinerância”, inclusive promovendo pela primeira vez uma itinerância internacional (a exposição 31ª Bienal de São Paulo esteve no Museu Serralves, no período de 3 de outubro de 2015 a 24 de janeiro de 2016).

Sobre a 32ª Bienal: Incerteza Viva e a pesquisa no Museu Serralves (Portugal)

Sob o título *Incerteza viva*, a 32ª Bienal de São Paulo esteve em exposição no Pavilhão da Bienal de 10 de setembro a 11 de dezembro de 2016. O curador foi Jochen Volz e contou como uma equipe de co-curadores: Gabi Ngcobo, Júlia Rebouças, Lars Bang Larsen e Sofia Olascoaga. Segundo a curadoria, a proposta desta Bienal trouxe a questão da incerteza a fim de refletir sobre atuais condições da vida em tempos de mudança contínua e sobre as estratégias oferecidas pela arte contemporânea para acolher ou habitar incertezas. A exposição quis instigar questões sobre o tema da cosmologia, inteligência ambiental e coletiva e ecologias naturais e sistêmicas.

Em Portugal, o Museu de Arte Contemporânea de Serralves, a partir da 32ª edição da Bienal, organizou a exposição com o título “*Incerteza viva: uma exposição a partir da 32ª Bienal de São Paulo*” que acontece no parque e espaço do museu entre os dias 30 de junho a fevereiro 2018.

Para a apresentação no Parque de Serralves foram encomendados cinco pavilhões a ateliês de jovens arquitetos do Porto. Estas estruturas, distribuídas por vários locais do Parque, apresentam obras de Gabriel Abrantes, Jeremy Deller / Cecilia Bengolea, Priscila Fernandes, Barbara Wagner / Benjamin de Burca e Jonathas de Andrade. Ainda no Parque, Carla Filipe traz uma obra construída a partir da recolha de plantas comestíveis não-convencionais (PANCS), Alicia Barney mostra o Vale de Alicia e estará também patente uma obra sonora de Öyvind Fahlström. No Museu, são mostradas obras de Lais Myrrha, Lourdes Castro, Vídeo nas Aldeias, Leon Hirszman, Grada Kilomba e uma instalação de Sonia Andrade na Galeria Contemporânea.

A seguir serão destacadas algumas obras das edições das Bienais estudadas que fazem o caminho de transposição de espaços e por último, a obra/projeto do artista Éder de Oliveira que transita também no campo mercadológico cultural.



1. Marta Neves • *Não-ideias*

“A própria imaginação é dissolvida justamente pela ausência de imaginação. Porém, na narrativa de Marta Neves, a proposição não resolvida, supostamente fracassada, retorna de forma bem-humorada diante

da dificuldade de tomar iniciativas na nossa realidade mais ordinária. Esse vazio das não ideias é, curiosamente, a fonte mais preciosa de imaginação das pessoas – o que se vê em certo brilho estranho de seus relatos. Só o descanso das ideias parece poder manter viva a força de tê-las”¹⁰.

Originalmente, tais sentenças são propagadas de forma pública, pelas ruas da cidade. Um projeto que sai das ruas para ganhar o espaço fechado da exposição.



2. Ana Lira • *Voto!*

“Em meses de campanha política, as equipes de marketing eleitoral constroem todos os detalhes da imagem dos candidatos para ganhar a empatia e o voto do público. Após o pleito, em muitas cidades é

possível encontrar os retratos impressos em pôsteres e panfletos espalhados nos muros e no chão. Depois da eleição para prefeito de Recife em 2012, Ana Lira começou a documentar essas mídias de campanha obsoletas, abandonadas pelos candidatos e apropriadas pela população em intervenções anônimas”¹¹.

¹⁰ Extraído de 31ª BIENAL. Disponível em: <<http://www.31bienal.org.br/pt/post/1521>>. Acesso em: 20/10/2017.

¹¹ Extraído de 31ª BIENAL. Disponível em: <<http://www.31bienal.org.br/pt/post/1368>>. Acesso em: 20/10/2017.

Num sentido inverso, aqui o projeto artístico “Voto!” traz para dentro do espaço de exposição aquilo que um olhar desatento poderia negar como tendo o status de arte. É o “grito” dos muros borrando os limites da arte/não arte. Daí o interesse para este trabalho.



3. Koo Jeong , 1967, Seul

O artista vive em Berlim, Alemanha. “A instalação de Koo Jeong A, ARROGATION [Arrogação] (2016), é uma pista de skate projetada para uso público e que pode ser vista de dentro do Pavilhão da Bienal. Construída

no Parque Ibirapuera, a pista, todas as noites, fosforesce e convida os skatistas a uma nova experiência de espaços”¹².

O projeto foi debatido durante meses com a comunidade de skatistas do parque Ibirapuera antes de ser concebido pela artista.



4. opavivará!

Baseado no Rio de Janeiro, OPAVIVARÁ! é um coletivo artístico que faz uso de elementos do cotidiano para modificar a dinâmica dos espaços onde se insere. Eles intervêm em objetos e hábitos, alteram seu funciona-

mento e propõem outras engrenagens, cujo uso requer desaprender o que se pensava conhecido, de modo a reinserir o prazer e o afeto como valores políticos. Trata-se de uma reflexão sobre a condição dos agentes nômades da cidade: sua situação vacilante entre lei e improviso, a gambiarra como prática de subsistência e seu estado permanente de migração”¹³.

¹² Extraído de 32ª BIENAL. Disponível em: <http://www.32bienal.org.br/pt/participant-s/o/2569>. Acessado em 11/09/2017.

¹³ Extraído de 32ª BIENAL. Disponível em: <http://www.32bienal.org.br/pt/participant-s/o/2585>. Acesso em: 11/09/2017.

4. Éder Oliveira • Sem título

“Como costuma fazer na cidade em que mora, Belém do Pará, Éder Oliveira realizou para a 31ª Bienal pinturas murais de retratos em grandes proporções. Pode-se afirmar que os retratos são monumentais, em detri-



mento do uso do termo monumento como algo relativo a eventos e personagens hegemônicos na história. O artista torna monumentais justamente aqueles personagens que a dinâmica social estigmatiza: envolvidos em crimes e cujas imagens são estampadas de modo sensacionalista nas páginas policiais de jornais paraenses. Transpostos para os muros de Belém, e agora também de São Paulo, eles se tornam amplamente visíveis, embora ainda anônimos. A despeito de detalhes da sua identidade e do lugar onde são originalmente fotografados – dados dos quais Éder Oliveira abre mão –, a pintura evoca uma reflexão sobre como os direitos civis são desrespeitados socialmente, aqui de modo mais evidente na cobertura fotojornalística”¹⁴. Mais uma vez, num sentido inverso, aqui o projeto artístico também traz para dentro do espaço de exposição aqueles que em outro contexto dificilmente poderiam ali estar. Mais “grito” dos muros borrando os limites da arte/não arte.

Nesta próxima figura, o mesmo painel do artista Éder de Oliveira está exposto nos produtos vendidos na loja do museu Serralves, em Portugal. Este produtos foram confeccionados após a autorização do autor, especialmente a para a intuição. Tal ato foi necessário porque a Bienal de São Paulo não reproduz as obras dos artistas. É interessante observar que a transposição de espaços, neste caso, não nos faz apenas refletir

¹⁴ Extraído de 31ª BIENAL. Disponível em: <http://www.31bienal.org.br/pt/post/1495>. Acesso em: 20/10/2017.

sobre a possibilidade do vivido e do experimentado não estar mais presente, mas no esvaziamento condizente ao que podemos presenciar na sociedade do espetáculo.



O tema em torno do “cubo branco” traz a dubiedade de ao mesmo tempo esclarecer sobre os recintos das galerias e museus como necessários para dar áurea e destaque aos objetos que são retirados do cotidiano e que fora dele não poderiam alcançar tal significado assim como levanta a mesma questão em seu contrário, criticando o espaço fechado na tentativa de provocar o *status quo*. No entanto, a problematização não está

apenas em torno do “cubo branco”, mas nas questões dos espaços de exposições de ontem o hoje. Assim, poderíamos relacionar também outra tríade, partindo de Lefebvre, que compreende os espaços como absoluto, abstrato e diferencial respectivamente ao concebido, vivido e percebido. A partir daí despontariam outros questionamentos: é possível haver o vivido tanto nos espaços das cidades como nos espaços-museus recriando a experiência? O espaço, ao oferecer brechas no espaço-poder das cidades, emerge como possibilidade que podem ser captadas pela arte e experimentadas pela mesma? Mas se transferidas para os espaços do museu, de qual transformação ainda estaríamos nos referindo? A partir da reflexão proposta neste artigo, talvez pudéssemos pensar que o espaço como prática social e como representação está separado do vivido e da possibilidade de experiência. Está ainda suscetível ao esvaziamento que a própria experiência propõe. Estamos tratando, portanto, neste caso, de um vivido artístico e cultural construído para sua própria existência que responde às outras práticas. Quais? É talvez, para onde vale continuar estes estudos.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W. P. *Crítica cultural e sociedade*. São Paulo: Ática, 1998.
- AUGÉ, M. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 2012.
- BOURDIEU, P.; DARBEL, A. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. Trad. Guilherme João de Freitas Ferreira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Zouk, 2003.
- BOURRIAUD, N. *Estética relacional*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRIAN O’Doherty. *No interior do cubo branco: A ideologia do espaço da arte*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

CAUQUELIN, A. Arte Contemporânea: Uma Introdução. São Paulo: Martins, 2005.

CIFUENTES, A. Entre caixa preta e cubo branco: O vídeo o nos espaços das artes plásticas. Tese de doutorado apresentada na Faculdade de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais. 283f. Belo Horizonte: UFMG, 2011.

COELHO, C. N. P.; CASTRO, V. J. de (Org.). Comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, 2006.

CYPRIANO, F.; OLIVEIRA M. (Org.). História das exposições/casos exemplares. São Paulo: EDUC, 2016.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERVENZA, H. O Mais é deserto. São Paulo: Escrituras, 2003.

FOSTER, H. O retorno do real. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

FOUCAULT, M. O corpo utópico, As heterotopias. São Paulo: n-1 edições, 2013.

GROSSMANN, M. Museu Arte hoje. São Paulo: Hedra, 2011.

JAMESON, F. Pós-modernismo. São Paulo: Ática, 1996.

LARA FILHO, D. O Museu no século XXI ou o museu no século XXI? Periódico Permanente, v. 1, n. 1, 2012. Disponível em: <<http://www.forumpermanente.org/revista/edicao-0/textos>>. Acesso em: 7 nov. 2017.

LEFEBVRE, H. A produção do espaço [1974]. Trad. Grupo “As (im)possibilidades do urbano na metrópole contemporânea”, do Núcleo de Geografia Urbana da UFMG (do original: La production de l’espace. 4^o éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000).

MAFFESOLI, M. Sobre o nomadismo. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. Saturação. São Paulo: Iluminuras / Itaú Cultural, 2010.

NORONHA, E. Discurso e Reflexividade: Um Estudo Sobre a Musealização da Arte Contemporânea. Porto-Portugal: Edições Afrontamento, 2017.

PADRÓ, C. “La Museología Crítica Como una Forma de Reflexionar Sobre los Museos como Zonas de Conflicto e Intercambio.” In *Museologia Crítica y Arte contemporaneo*, organizado por Jesús-Pedro Lorente, 51–70. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2003.

PEIXOTO, M. I. H. Arte e grande público: a distância a ser extinta. In: BRITES, B.; TESSLER, E. (Org.). *Por uma abordagem metodológica da pesquisa em artes visuais. O meio como ponto zero : metodologia da pesquisa em artes plásticas*. Porto Alegre : Editora Universidade/UFRGS, 2002.

XAVIER, D. W. Museus em movimento: uma análise sobre experiências museológicas itinerantes. *Cadernos de Sociomuseologia - 2-2013* (vol. 46), p. 5-15. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomologia/article/view/4519/3049>>. Acesso em: 7 nov. 2017.

PIXADOR, GRAFITEIRO, MURALISTA A ESPETACULARIZAÇÃO DA OCUPAÇÃO DO ESPAÇO URBANO

Beatriz Fontes Jacinto¹⁵

INTRODUÇÃO

O trabalho se inicia com a base teórica usada em seu desenvolvimento, apresentando as ideias de espetacularização e seus derivados, e segue tecendo o caminho teórico que une arte, política e demais ideais, até chegar à contextualização dessa teoria no ambiente urbano da cidade de São Paulo. Após o desenvolvimento teórico e aplicação crítica, uma conclusão resumindo as considerações da autora é apresentada no final do projeto.

Sendo este um trabalho efetuado como parte do grupo de pesquisa Cultura, Comunicação e Sociedade do Espetáculo, é fundamental que, antes de se dedicar ao objeto de estudo, o conceito de sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) seja elucidado. Isto posto, o primeiro item do presente artigo propõe-se a discutir brevemente a obra de Guy Debord para, então, no segundo item, abordarmos o lugar da arte em um contexto espetacular para levantar a seguinte reflexão: há espaço para a arte política?

Diante de tal ponderação, entendemos a Pixação de São Paulo como uma forma de arte que contesta e, ainda além, luta contra o sistema capitalista e o governo. Contudo, como tudo em uma sociedade do espetáculo é passível de sofrer um processo de espetacularização, esta forma de arte também o é. O grafite e, em seguida, o mural são os desdobramentos da Pixação que, diferentemente deste, sujeitam-se às regras do poder público e do sistema capitalista, tornando-se uma forma de arte comercial.

¹⁵ Beatriz Jacinto é graduada em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo.

O objetivo deste escrito é estimular uma reflexão acerca da arte no espaço urbano e seus limites enquanto manifestação política. Para tal, selecionamos a trajetória e o trabalho do artista Eduardo Kobra como objeto de estudo, buscando compreender como se estabelece o movimento de espetacularização na transição do pixo para o grafite e do grafite para o mural.

SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Para entender o conceito de sociedade do espetáculo, faz-se necessário, antes, se debruçar sobre o termo “espetáculo”. Segundo o *Dicionário da Comunicação*, de Ciro Marcondes Filho, espetáculo é o “conjunto de coisas ou de fatos que são apresentados ao olhar do público”. Espetáculo é, portanto, o que atrai a vista e a atenção visual dos assistentes (MARCONDES FILHO, 2014). Não existe espetáculo sem o olhar.

Tal afirmação se reforça quando observamos a origem latina do termo: *spectaculum*, que se traduz como vista, show, e, por sua vez, vem do vocábulo *spectare*, que significa ver (WAINBERG, 2010). A relação entre o espetáculo e a visão é intrínseca.

Sociedade do espetáculo é a sociedade cujas relações sociais se baseiam na lógica do espetáculo, na qual tudo o que é diretamente vivido se esvai na fumaça da representação (DEBORD, 1997). “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas a relação social mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). Afirmo Guy Debord, escritor francês cujo *magnum opus* é a obra que trouxe ao mundo o conceito base para o presente artigo: *Sociedade do Espetáculo*, de 1967.

O olhar do indivíduo vivente da Sociedade do Espetáculo é a todo momento, portanto, estimulado, ao passo que seus outros sentidos definham. É importante ressaltar, porém, que este não é um olhar reflexivo, mas vazio de compreensão do mundo. “Toda hipertrofia gera uma distrofia compensatória. Quanto mais imagens, menos visibilidade” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 61). As imagens, num contexto espetacular, atuam na reunificação, sob a forma de aparência, de uma sociedade fragmentada (MARCONDES FILHO, 2014).

O espetáculo, é, portanto, alienador, uma vez ao espectador cabe a função de assistir, não a de atuar. Inserido nessa sociedade, o assistente realiza produções alienadas de seu sentido (DEBORD, 1997): são significantes sem significados. A arte, assim, perde sua potência de luta. Entretanto, tal estado de arte acrítica e alienada não é absoluto, conforme citado por Coelho:

Para os teóricos da alienação, a possibilidade de se escapar dela depende do desenvolvimento de uma consciência crítica que resgate para os trabalhadores, mediante a ação política, a capacidade de serem sujeitos dos seus próprios atos (2010, p. 74).

Sendo a arte, portanto, passível de voltar-se à luta e à política, como ela poderia fazê-lo e, principalmente, o que difere a arte crítica da arte espetacular?

ARTE É POLÍTICA (?)

A fim de que entremos na discussão acerca das diferenças entre pichação, grafite e mural, perpassando o documentário *PIXO* e os murais de Eduardo Kobra, cabe refletirmos sobre os limites da arte política na sociedade do espetáculo. É Jacques Rancière, no capítulo “Paradoxos da Arte Política” do livro *O Espectador Emancipado*, quem vai afirmar que ninguém resumiu melhor a relação paradoxal entre arte e política do que o poeta Rainer Maria Rilke, no poema por ele dedicado ao Torso arcaico de Apolo (RANCIÈRE, 2012).

As últimas palavras do poema, que aqui são as que importam, dizem: “Nela não há lugar que não te mire: precisas mudar de vida” (RILKE, 1908 *apud* RANCIÈRE, 2012). A força do sentimento causado no poeta pela contemplação da estátua mutilada nos remete à potência política, que é também subjetiva, da arte: aquele que fita a obra é tomado pela necessidade de repensar e revolucionar a própria vida. Para o filósofo francês Rancière (2012), cujo trabalho se concentra sobretudo nas áre-

as da estética e da política, a diversidade de práticas e estratégias pelas quais manifesta-se a vontade de repolitizar a arte “não traduz apenas a variedade dos meios escolhidos para atingir o mesmo fim. Reflete uma incerteza mais fundamental sobre o fim em vista e sobre a própria configuração do terreno, sobre o que é a política e sobre o que a arte faz” (RANCIÈRE, 2012, p. 52).

No decorrer de seu texto, delimita o lugar do qual parte para falar de política como um espaço de dissenso, de ruptura.

Ela rompe a evidência sensível da ordem ‘natural’ que destina os indivíduos e os grupos ao comando ou à obediência, à vida pública ou à vida privada, voltando-os sobretudo a certo tipo de espaço ou tempo, a certa maneira de ser, ver e dizer (RANCIÈRE, 2012, p. 60).

Quando a experiência estética também se apresenta como experiência de dissenso, ela é capaz de tocar a política, e de ser, ela mesma, política. A ideia de consenso, por sua vez, se explica justamente pela forma que se define o seu oposto. De acordo com Rancière (2012, p. 67):

Consenso significa acordo entre sentido e sentido, ou seja, entre um modo de apresentação sensível e um regime de interpretação de seus dados. Significa que, quaisquer que sejam nossas divergências de ideias e aspirações, percebemos as mesmas coisas e lhes damos o mesmo significado.

A potência política da arte, ainda segundo Rancière (2012), portanto, reside na ruptura da ordem e do senso comum. Para além de despertar naquele que contempla a obra o desejo por transformação, a arte política não dá margens ao consenso – talvez por ser o consenso oposto por excelência à transformação. Pelo contrário, ela aflora as diferenças de pensamento e as diferentes interpretações do mesmo objeto, observado

muitas vezes pelo mesmo ângulo. Com base nas ideias sobre consenso e dissenso que expõe, o autor analisa a expressão artística moderna:

O contexto de globalização econômica impõe essa imagem de mundo homogêneo no qual o problema de cada coletividade nacional é adaptar-se a um dado sobre o qual ela não tem poder, adaptar a ele seu mercado de trabalho e suas formas de proteção social. Nesse contexto, desvanece-se a evidência da luta contra a dominação capitalista mundial que sustentava as formas de arte crítica ou da contestação artística. (...) E a extensão da dominação capitalista global é equiparada a uma fatalidade da civilização moderna, da sociedade democrática ou do individualismo de massa (RANCIÈRE, 2012, p. 67-68).

Ainda em relação à arte moderna, o filósofo Jean Baudrillard (1990-1993 *apud* HOME, 2004a, p. 24) tece uma crítica à sua manifestação, mas de forma mais incisiva:

A arte moderna deseja ser negativa, crítica, inovadora e perpetuamente quebrar barreiras, ao mesmo tempo que é imediatamente (ou quase) assimilada, aceita, consumida, integrada. É preciso se render à evidência: a arte não mais contesta qualquer coisa. Se é que o fez.

Tanto Baudrillard quanto Rancière são críticos e, de certa maneira, céticos, em relação às possibilidades políticas da arte moderna. Apesar de fazerem cada um à sua maneira, ambos embasam a crítica na experiência de consenso proporcionada pelas produções artísticas, sobretudo as mais recentes, que torna a arte passível de rápida assimilação e aceitação. Ou seja, que faz com que a arte exista dentro e a partir de um sistema de dominação capitalista, integrando-se a ele e impulsionando-o, sem um caráter questionador ou combativo contra esse mesmo sistema.

Mesmo em meio a um contexto capitalista e, sobretudo, espetacular, algumas formas de arte mostram sua força política ao apresentarem alguma ameaça à ordem vigente. Stewart Home, o principal idealizador do Neoísmo, filosofia artística influenciada por movimentos de vanguarda, compilou em *Manifestos Neoístas* diversas produções de cunho neoísta. Entre tais obras, destaca-se um trecho que cabe para discutir o que revoaria à arte sua potência de luta no atual momento histórico e social:

Afirmamos que o plágio é o verdadeiro método artístico moderno. O plágio é o crime artístico contra a propriedade. É roubo, e na sociedade ocidental o roubo é um ato político (HOME, 2004b, p.24).

Quando Home (2004b, p.24) afirma que “o plágio é o crime artístico contra a propriedade”, podemos expandir essa lógica ao pensar que plágio não é o único crime artístico contra a propriedade, mas o vandalismo também. Se plágio é esta configuração de crime, mas intelectual, o vandalismo é sua versão equivalente no plano físico. Em uma sociedade despedaçada, os valores se invertem e o indivíduo tem de ser um ladrão se quiser manter a honestidade (CRIMETHINC, 2013). Assim, a arte é crítica ao capitalismo – e, por conseguinte, ao espetáculo – a partir do momento que não apenas questiona, mas que desafia as imposições do sistema hodierno.

É este o caso da Pixação de São Paulo, objeto de estudo deste artigo. Para além do caráter explicitamente questionador ao capitalismo, é importante, aqui, falar mais do que sobre um sistema econômico e ideológico, mas sobre as suas consequências práticas, que muitas vezes agem sobre a própria subjetividade do indivíduo, condicionando o olhar ao que foi estabelecido como belo e, conseqüentemente, vendável. A pixação, como veremos a seguir, coloca em xeque o próprio conceito de arte e questiona a arte apolítica que serve como aliada do capitalismo.

PIXADOR

Em 2009, João Wainer e Roberto Oliveira produziram o documentário *PIXO*, que remonta a história da pixação desde o seu surgimento na década de 1960 até os dias atuais, perpassando por todas as diferentes fases do movimento. *PIXO* é um dos únicos documentos que se propõe a salvar a memória da pixação e, assim, é a principal fonte histórica utilizada como base para analisarmos a pixação enquanto movimento artístico.

São três fases destacadas pelo fotógrafo Adriano Choque no documentário *PIXO* para delinear a história da pixação no contexto nacional. A primeira fase da pixação no país é a Pixação Política Contra a Ditadura, que começou nos anos 1960 e consistia em palavras de ordem escritas de forma clara, conforme observa-se na Figura 1. O principal objetivo era que qualquer pessoa letrada fosse capaz de ler o que tivesse pixado. A Pixação Poética sucedeu a Pixação Política Contra a Ditadura como a segunda fase da pixação nacional. De estética também legível, as frases políticas deram lugar a frases poéticas (PIXO, 2009), de acordo com a Figura 2.

Figura 1 – Exemplo de pixação contra a ditadura



Fonte: Reprodução/PIXO.

Figura 2 – Exemplo de pixação poética



Fonte: Reprodução/PIXO.

A terceira fase, ainda segundo Choque (PIXO, 2009), nasce na capital paulista durante a década de 1980 como um desdobramento do movimento Punk. Também de cunho político, a Pixação de São Paulo é um movimento artístico contracultura de intervenção urbana. Apesar de o ato de pixar – escrever nos muros com tinta – não ser propriamente brasileiro, a Pixação de São Paulo, da forma como se vê na Figura 3, é proveniente de zonas periféricas e de baixa renda, esta fase incorporou as filosofias anticapitalista e anarquista dos movimentos Punk e Hardcore.

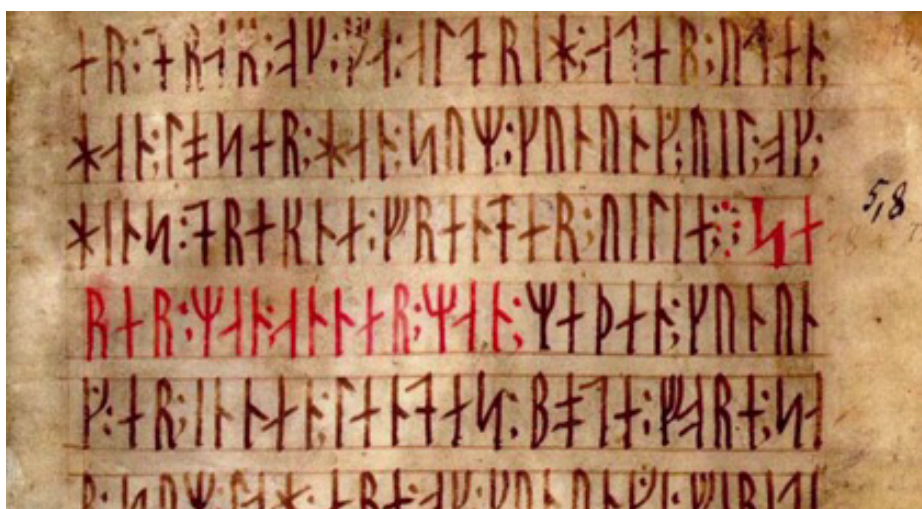
Além da ideologia, também a estética da Pixação de São Paulo foi inspirada pelas bandas que os precursores do movimento se identificavam. O pixador, para a construção de seu logo, a assinatura que vai representá-lo na cena da pixação, utiliza como referência visual a tipografia característica que os conjuntos de Rock e Metal empregam nas capas de seus álbuns. Esta identidade, por sua vez, faz uso das runas anglo-saxônicas como inspiração (PIXO, 2009) (Figura 4). “É impressionante como a escrita dos povos bárbaros de milhares de anos atrás migrou para São Paulo, para os povos bárbaros de São Paulo: os pixadores” (PIXO, 2009, 10min 24s – 10min 33s).

Figura 3 – Exemplo de pixação de são Paulo



Fonte: Reprodução/PIXO.

Figura 4 – Runas anglo-saxônicas



Fonte: Reprodução/PIXO.

Sobre esse fenômeno, conforme *Pixo* (2009, 07min 24s – 07min 36s), Choque, um narrador deste documentário, afirma que “a Pixação de São Paulo é uma comunicação fechada, é da pixação para a pixação. Então, ela, na verdade, não se comunica com o resto da sociedade. Ela é uma agressão. Ela é feita para agredir a sociedade”. De fato, o objetivo Pixação é a agressão, tanto por ser um crime contra a propriedade privada como por não prezar pela legibilidade. Entretanto, a defesa deste artigo diverge da opinião do fotógrafo ao passo que ele não reconhece a agressão como uma maneira de comunicar. Uma resposta agressiva é, também, – por que não? – uma resposta. A Pixação reflete a ojeriza da periferia frente ao restante da sociedade, ao capitalismo, ao governo. É a reação das classes mais baixas à violência a qual o Estado age frente a elas. Recusar-se a estabelecer um diálogo sob os termos impostos pela sociedade é uma forma potente de comunicar algo: que não se está disposto a negociar.

Dessa forma, a sociedade enxerga a Pixação como sujeira e vandalismo, incapaz de reconhecer valor artístico no movimento. É nesta constatação que mora o reconhecimento da Pixação como arte política e não-assimilada. Se a Pixação agride o olhar, quem a compraria? Tal forma de arte não foi assimilada pelo capitalismo no Brasil e, por conseguinte, não foi espetacularizada. Assim, diante da discussão acerca da potência política da arte, reiteramos o lugar da Pixação de São Paulo como um movimento de luta. No entanto, seria possível vestir uma roupagem assimilável e comercial nesta forma de ocupação do espaço urbano?

GRAFITEIRO

O termo “espetacularização” pressupõe movimento de um estado de não-espetáculo para um estado de espetáculo. Ao passo que a pixação é vista como crime, não-arte, e nega o diálogo com o governo e a sociedade, o grafite é o primeiro passo adiante da espetacularização da apropriação do espaço urbano. Ao passo que o grafite abraça o status de arte e passa a dialogar com o poder público em busca de aprovação, ainda tenta

se vincular com “a rua”, como explica o pixador Ivson “Djan” Silva em uma entrevista concedida ao portal *Catraca Livre*:

Nós [os pixadores] queríamos atropelar tudo que fosse autorizado e financiado. Não tem como você correr com a polícia e com o crime, você tem que se decidir. Os caras [os grafiteiros] corriam com o Estado e queriam ficar correndo com a rua? O Estado combate a rua, irmão. Nossos interesses entraram em conflito. Por isso a gente separou o joio do trigo, rachou de vez (SILVA, 2014).

Djan explica que o que fez com que o grafite perdesse o seu lugar como arte de rua e, para nós aqui, como arte política foi quando se tornou algo autorizado e comercial:

O grande erro dos grafiteiros não foi entrar para o circuito das galerias, foi quando eles fizeram o contrário: transformaram a rua em galeria. Foi quando eles começaram a ganhar para pintar na rua. E, aí, você está abrindo mão do que legitima seu trabalho, que é pintar na rua de forma ilegal, transgressora (SILVA, 2014).

O grafite, assim, seria o processo intermediário de espetacularização da ocupação do espaço urbano, uma vez que tenta se encaixar no meio termo e acaba por não ser nem inteiramente política e nem inteiramente comercial. O estágio final deste movimento é o mural, que nega a rua e a ilegalidade em prol da mercantilização desta forma de arte. Para entender determinada maneira de produzir, cabe analisarmos as obras e a trajetória de Eduardo Kobra, famoso muralista da cidade de São Paulo.

MURALISTA

“Quando tem permissão, é mural”¹⁶. Primeiro pixador, depois grafiteiro e, agora, muralista. A gradação é sintomática. A trajetória de Edu-

ardo Kobra é a materialização do movimento de espetacularização pelo qual passa a pixação, que se torna grafite e, em seu estado de maior domesticação, o mural.

Eduardo Kobra nasceu em 1976 em um polo artístico e econômico do Brasil: São Paulo, capital. A matéria de Carolina Cunha para a parte de artes do site *Saraiva Conteúdo*¹⁷ descreve o início da carreira de Kobra:

Crescendo na periferia de São Paulo, Kobra segurou a primeira lata de spray aos 12 anos. Assim como muitos grafiteiros, começou pichando muros, muitas vezes com cal, fugindo frequentemente da polícia para não ser preso. Aprendeu a desenhar sozinho e, aos poucos, foi se envolvendo com o circuito do rap.

Periferia, polícia, rap: são palavras usadas no trecho e que em muito conectam os primeiros passos de Kobra ao cenário da Pixação de São Paulo. O texto ainda expõe que o trabalho do artista com o grafite, que começou pelos 15 anos, indicava forte influência de elementos do hip-hop. Em 2005, no entanto, o projeto “Muros da Memória” foi como um divisor de águas de sua carreira, quando começou a consolidar o estilo pelo qual é conhecido hoje e também a se enxergar como muralista.

Ao ser questionado, em entrevista ao Edição Extra, da *TV Gazeta*¹⁸ qual a diferença em si mesmo a partir da passagem de pixador para grafiteiro e de grafiteiro para muralista, Eduardo Kobra afirma continuar a mesma pessoa. Ainda assim, reconhece uma diferença prática crucial entre as atividades: a ilegalidade da pixação e do grafite torna sua realização passível de prisão e outras formas de agressão.

¹⁶ Fala de Eduardo Kobra em entrevista para o Edição Extra, da TV Gazeta. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hW1_xi-dtOg>. Acesso em: 05 dez. 2016.

¹⁷ Disponível em: <<http://www.saraivaconteudo.com.br/Materias/Post/46117>>. Acesso em: 05 dez. 2016.

¹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hW1_xi-dtOg>. Acesso em: 05 dez. 2016.

“Quando você tem permissão, você tem mais liberdade para fazer seu trabalho”, é a análise que Kobra emenda à resposta. A isso, soma-se outra análise sobre a própria trajetória: “Foi também uma mudança de comportamento, eu mudei a minha atitude em relação à cidade”. Ele coloca que época em que se dedicou à Pixação ou ao grafite foi seu “momento de destruir”, enquanto seu estágio como muralista é um “momento de preservar”. Kobra ainda lembra que já pintou salas de delegados, tem um painel dentro da Cavalaria da Polícia Militar no centro de São Paulo e ganhou uma medalha Anchieta⁵ na Câmara dos Vereadores da cidade.

Numa breve reflexão sobre o comentário, podemos retomar as ideias de Rancière sobre a potência política da arte para pensar sobre os efeitos de uma arte socialmente aceita e assimilada. Torna-se conflitante, então, o uso da palavra “liberdade” para se referir a um modelo artístico que está à mercê da permissão. A liberdade artística de Kobra é condicionada. Cabe a nós refletir: se ele cruzar a linha da parede a qual foi determinada que deveria pintar, ainda estaria livre? A liberdade em um contexto capitalista, de fato, a liberdade que buscamos, ou que buscava Kobra quando era pixador?

Na obra escolhida para análise neste artigo, Kobra aplica sobre uma imagem já famosa uma padronagem que lhe é característica. Com cores vivas e formas angulosas, o muralista pasteuriza as obras nas quais escolhe intervir. Assim, subtrai destas a bagagem histórica e cultural que cada qual carrega, suprimindo suas particularidades ao torná-las uniformizadas.

A famosa fotografia intitulada “O Beijo” data de 1945, foi tirada na Times Square, em Nova York, e é de autoria de Alfred Eisenstaedt. A imagem retrata um beijo entre um marinheiro e uma enfermeira – as vestes de ambos, características das profissões, deixam claro. Atrás deles, várias pessoas parecem caminhar, outras pararam para olhar com encanto o beijo, e o clima de festa parece generalizado. O contexto da cena capturada é de comemoração pelo fim da Segunda Guerra Mundial. É, por isso, uma das mais icônicas imagens do século XX.

Para além de seu caráter histórico, foi considerada por muito tempo, e ainda o é atualmente por parte das pessoas, símbolo romântico. Em

2012, com a publicação do livro *The kissing sailor: the mystery behind the photo that ended World War II*, em tradução livre *O ladrão de beijos: o mistério por trás da foto que acabou com a Segunda Guerra Mundial*, de Lawrence Veria, a imagem passou a ser observada por outra perspectiva.

Conforme podemos notar na Figura 5, a expressão corporal de Greta Zimmer Friedman, a mulher que está sendo beijada, indica seu desconforto e vulnerabilidade diante do beijo. A posição e a força que o homem deposita em suas mãos para abraçar a mulher, aliadas à expressão rígida de seu rosto, reiteram que aquele não era um momento romântico, mas violento.

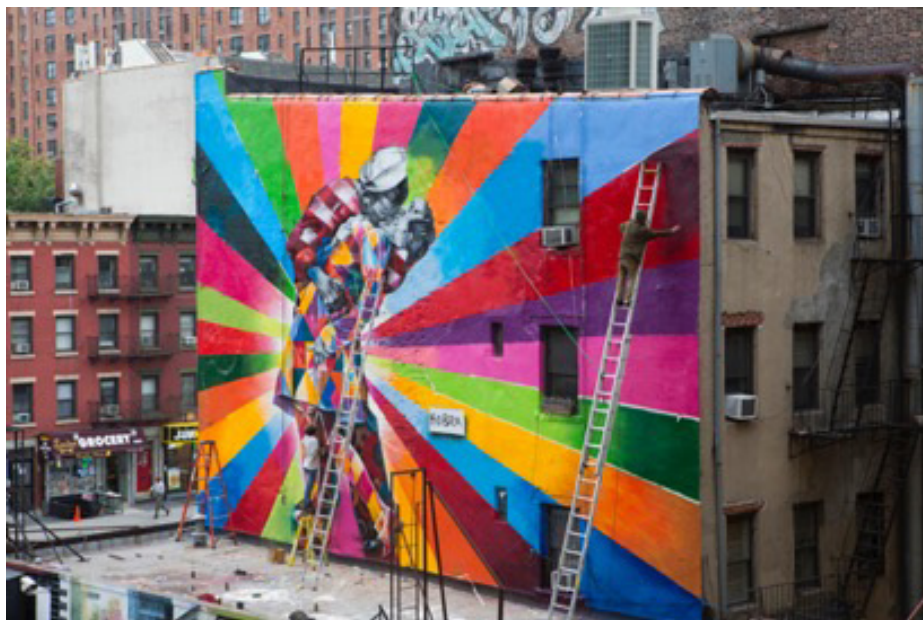
Figura 5 – *O beijo*, de Alfred Eisenstaedt



Fonte: Reprodução.

“O Beijo”, de Eduardo Kobra, por sua vez, é um mural pintado na parede de um edifício dos anos 1930 em Manhattan (Figura 6). A obra promove uma releitura do icônico (e polêmico) clique de Eisenstaedt, trazendo-a para as cores e formas características do trabalho de Kobra. Durante as duas semanas em que foi produzido em junho de 2012, norte-americanos e turistas tiraram tantas fotos do mural que um funcionário da High Line, importante ponto turístico de Nova York de onde é possível ter uma visão privilegiada do mural de Kobra, ficou responsável por dispersar as pessoas a fim de evitar aglomerações no local.

Figura 6 – *O beijo*, de eduardo kobra



Fonte: Reprodução do Flickr de Eduardo Kobra.

Hoje a obra é cartão postal da maior cidade dos Estados Unidos da América e atrai turistas diariamente. Nesse aspecto, faz-se necessária a comparação dos murais com o pixo: enquanto o primeiro é agradável, procurado e popular, o segundo é socialmente repugnado; enquanto as tintas que compõem o primeiro são tidas como responsáveis por embelezar uma parede em branco, a mesma parede em branco teria sido considerada poluída se tomada pelas tintas de um pixador.

Ainda que com uma pretensa política no sentido de preservar ou construir a memória, não há nada que permita o dissenso no mural em questão. As vestes da enfermeira preenchidas por triângulos em cores diversas e os raios igualmente coloridos e uniformes que saem dos personagens e ocupam todo o cenário não nos lembram da complexidade do momento retratado pela fotografia. Não nos lembram de coisa alguma, aliás. Os padrões reproduzidos por Kobra suprimem da imagem usada para a releitura todos os seus significados históricos e sociais; à nossa frente, apenas formas vazias.

Assim, observamos que Eduardo Kobra não é mais que um indivíduo inserido na lógica do espetáculo, tão natural a sua obra. O caráter mercadológico de suas produções, somado à alienação de seu processo artístico e a transformação da imagem de si em também uma imagem a ser vendida são aspectos que denotam tal constatação. Isto mostra que a ocupação do espaço urbano, em si, não é política, mas a maneira como tal ocupação é feita é o que difere, como entende Silva (2014), o joio do trigo; a arte crítica da arte espetacular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ocupação do espaço urbano não é, em si, política, visto que tudo produzido dentro da sociedade do espetáculo é passível de tornar-se espetáculo, se não sempre o for. Entretanto, dependendo da forma como essa ocupação se desenvolve e dialoga com a sociedade, ela pode, sim, ser uma ferramenta de luta anticapitalista e antigovernamental. Para tal, é preciso que duas características sejam presentes em tal forma de arte: a ilegalidade e a agressividade estética.

A Pixação de São Paulo surge como uma arte política de ocupação urbana dentro do contexto brasileiro, ao passo que se nega a negociar com o poder público para continuar agindo de maneira ilegal e, como eles próprios defendem, transgressora. Também a estética da Pixação é propositalmente violenta, incômoda para o restante da sociedade alheio ao movimento.

A pixação, entretanto, pode ser espetacularizada à medida que as características que a tornam política são subtraídas de seu fazer. Quando a arte produzida se torna palatável, agradável ao olhar, e permitida, legal, ela se torna vendável. Quando a arte é mercadoria, ela deixa de ser política.

O Grafite é o segundo momento da espetacularização da arte urbana, quando os artistas passam a dialogar com o poder público e mercantilizar o trabalho que eles produzem na rua. Na lógica de ocupar o espaço urbano por meio da tinta, o Mural é o ápice da espetacularização. O Grafite ainda busca se comunicar com a Pixação, enquanto o Mural nega todo e qualquer vínculo com a rua, hierarquizando tal forma de produção artística e se colocando no topo.

Eduardo Kobra é objeto de estudo do presente artigo pois carrega em sua própria trajetória o movimento da espetacularização, e utiliza-se da gradação “pixador, grafiteiro, muralista” para marketing pessoal, com o intuito de que não apenas sua arte seja comercializada, mas também seu nome. Ao estudar o percurso de Kobra, percebemos que o espetáculo tudo permeia e tudo é capaz de assimilar. Cabe a quem produz a arte o processo incessante de autorreflexão para que não se torne mais uma peça no sistema que pretensamente critica.

REFERÊNCIAS

BAITELLO JUNIOR, N. A era da iconografia. 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=SwA6DAAAQBAJ&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s>. Acesso em: 12 nov. 2016.

COELHO, C. N. P. Enciclopédia intercom de comunicação: volume 1 - Conceitos. 2010. Disponível em: <<http://www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2016.

CRIMETHINC. Porque amo roubar – Dias de Guerra, Noites de amor. 01/09/2013. Disponível em: <http://pt-br.protopia.wikia.com/wiki/Por_que_amo_roubar>. Acesso em: 02 dez. 2016.

DEBORD, G. Sociedade do Espetáculo. ebooksbrasil.com. 2003. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2016.

HOME, S. Greve da arte: Manifestos Neoístas. São Paulo: Conrad, 2004a.

_____. Manifestos Neoístas: Greve da Arte. São Paulo: Conrad, 2004b.

MARCONDES FILHO, C. Dicionário da Comunicação. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2014.

WAINBERG, J. Enciclopédia intercom de comunicação: volume 1 - Conceitos. 2010. Disponível em: <<http://www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2016.

PIXO. Direção: João Wainer; Roberto T. Oliveira. Brasil: 2009, 61 min, color. Disponível em: <<https://filmow.com/pixo-t51464/>>. Acesso em: 22 out. 2016.

RANCIÈRE, Jacques. O espectador emancipado. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

SEVERINO, A. Metodologia do trabalho científico. 22. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

SILVA, I. O pixo é o que tem de mais conceitual na arte contemporânea. Catraca Livre, 28/11/16. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/sp/arte-edesign/indicacao/o-pixo-e-o-que-tem-de-mais-conceitual-na-arte-contemporanea-hoje/>>. Acesso em: 05 dez. 2016.

APONTAMENTOS SOBRE A CRÍTICA DE ARTE E AS PRÁTICAS ARTÍSTICAS, DOS ANOS 60 E 70 DO SÉCULO XX: AS INTERVENÇÕES NO ESPAÇO E A CENA TEATRAL CONTEMPORÂNEA

Antonio Luiz Gonçalves Junior¹⁹

Esta reflexão dá continuidade aos estudos anteriores no mesmo intuito de questionar sobre as possibilidades, ou não, de resistência da arte aos processos hegemônicos da cultura espetacular. Por meio de um diálogo com as ideias do historiador e crítico de arte norte-americano Hal Foster, no livro *O Retorno do Real*, o propósito é rastrear na história recente da arte no período pós-guerras, nas chamadas neovanguardas, em particular no minimalismo, alguns procedimentos e debates da crítica cultural que possam ajudar a refletir suas possíveis influências no teatro contemporâneo, assim como seus desdobramentos, particularmente na cena teatral praticada pelos chamados Teatros de Grupo em São Paulo. Uma prática que tem, como um de seus princípios norteadores, estabelecer um processo de pesquisa para a criação de uma peça teatral.

Para isso foi selecionado um trecho da fala²⁰ de uma personagem do espetáculo *Bom Retiro 958 metros*²¹ realizado pelo Teatro da Vertigem entre 2012 e 2013, no bairro do Bom Retiro em São Paulo. Esta cena selecionada foi o ponto de partida que gerou essa reflexão. O nome da personagem é Cracômano, um homem usuário de crack, e o texto que ele diz está sendo encenado em um teatro abandonado, e em ruínas, na parte final da peça. O público, agora sentado em poltronas semidestruídas,

¹⁹ Doutor em Artes Cênicas pela USP, Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo. E-mail: aluiz6@hotmail.com

²⁰ Ver trecho: ANEXO (p. 124).

²¹ Texto escrito por Joca Reiners Terron para o Teatro da Vertigem.

vem acompanhando sua trajetória desde o início do espetáculo que começou em um shopping center, passou por um trecho de rua e terminou nesse teatro, totalizando um percurso de novecentos e cinquenta e oito metros. Desde o início, a personagem quer encontrar sua ‘pedra’, com a qual mantém uma relação afetiva.

FIGURAS 1 E 2 – CRACÔMANO



Crédito: Flavio Morbach Portella.

Gostaríamos de chamar a atenção para o ponto de vista do público: é possível considerar o texto dito pela personagem a partir da trajetória de sua história que vem se desenvolvendo desde o início da peça, como também é possível atentar-se ao significado que o espaço exerce, somado ao significado do texto, isto é, da ficção. Esta dupla camada, digamos assim, de narrativas é que está sendo exposta à percepção do público, ou seja, da fala da personagem e do significado do espaço. Situação esta diversa, caso a mesma cena estivesse sendo apresentada em um palco convencional, por exemplo, do palco italiano, onde não há uma solicitação eloquente de leitura do significado, ou da narrativa do espaço em diálogo com a narrativa da ficção.

Colocado esse exemplo, que será retomado ao final, partimos para o recorte do pensamento de Debord acerca da sociedade do espetáculo e, na sequência, para o exame que Hal Foster efetua sobre a arte do pós-guerras, as chamadas neovanguardas.

As análises e prognósticos realizados por Guy Debord sobre a lógica de operação da sociedade de sua época continuam sendo uma ferramenta eficaz, que ajuda a distinguir certas peculiaridades de funcionamento da cultura do espetáculo na contemporaneidade, particularmente o que Debord denominou de “Espetacular Integrado”, posteriormente aos modelos de “Espetacular Concentrado” e “Espetacular Difuso”.

Quando o espetacular era concentrado, a maior parte da sociedade periférica lhe escapava; quando era difuso, uma pequena parte; hoje, nada lhe escapa. O espetáculo confundiu-se com toda a realidade ao irradiá-la (DEBORD, 1997, p.173).

Para Debord não é possível distinguir entre o que é a realidade espetacular e a atividade social efetiva, uma vez que:

A realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem

espetacular à qual adere de forma positiva. (...) a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente (DEBORD, 1997, p.15).

Esta impossibilidade de discernimento dificulta o acesso às camadas mais próximas do acontecimento real, e por sua vez do seu significado, visto que a proliferação das imagens e, geralmente, a explicação que vem junto com elas banalizam e naturalizam seu sentido, podendo provocar certa apatia da sensibilidade. Para Guy Debord, vive-se uma vida adormecida, uma pseudo-vida que aceita reconhecer-se nas imagens dominantes, e quanto mais isso se dá, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo (DEBORD, 1997, p. 24). Nesse sentido, o espetáculo confundiu-se com toda a realidade, uma vez que a realidade surge no espetáculo.

No que se refere ao entendimento de Hal Foster das práticas artísticas das chamadas neovanguardas, ele observa nessas atividades significativa influência de modelos críticos que atuam no âmbito da resistência. Sua abordagem relaciona as atividades artísticas da neovanguarda, em especial o minimalismo, às práticas efetuadas no modernismo para então repensar a arte contemporânea. Nesse sentido, Foster encaminha sua reflexão para a ideia de que enquanto a vanguarda histórica moderna, praticada nos anos 10 e 20 do século XX (cubismo, futurismo, dadaísmo, expressionismo) enfoca o convencional, a neovanguarda (dos anos 50 aos 70 do século XX) concentra-se no institucional. Um dos exemplos que Foster destaca é Marcel Duchamp que em 1917 assinou com o pseudônimo um urinol virado de cabeça para baixo. Para ele o *ready made* de Duchamp articula as condições enunciadoras da obra de arte de fora, como um objeto extrínseco ao mundo da arte, no caso um produto industrial, vulgar e comum (FOSTER, 2014, p. 37), revelando os limites convencionais da arte naquele contexto. Esse seria um exemplo crucial para Foster da ação da vanguarda, em um momento que a instituição arte não estava muito definida.

Cinquenta anos depois, na década de 60, alguns artistas se interessaram em elaborar os mesmos modelos da vanguarda para investigar o *status* de exposição e o nexo institucional, cujo objetivo era elaborar uma crítica das convenções dos meios tradicionais. Entre eles Dan Flavin, Donald Judd e Robert Morris no início da década e, mais tarde, outros como Michael Asher, que Foster toma como um dos exemplos. O artista concebeu um projeto para uma exposição coletiva no Art Institute of Chicago em que uma réplica em bronze da estátua de George Washington foi removida da frente do museu, do lado de fora da entrada, desempenhando um papel comemorativo e decorativo, para uma das galerias internas que expunham pinturas, esculturas e artes decorativas europeias do século XVIII onde suas funções estética e histórico-artística passavam para o primeiro plano. Esse procedimento tornou evidente, no simples ato de deslocamento, que as funções da estátua se tornaram eminentemente históricas, implicando assim em uma limitação do museu de arte como lugar de memória histórica. Como se o visto fosse direcionado pelo ambiente, como se o lugar fosse capaz de influenciar a atenção para alguns aspectos da obra em detrimento de outros.

Segundo Foster, esse exemplo denota certo tipo de crítica das convenções dos meios tradicionais, tal como efetuada pelo movimento dadaísta, pelo construtivismo e outras vanguardas históricas, desenvolvidas pelas artes neovanguardistas. O que colocaria, segundo Foster, o projeto da vanguarda histórica em prática, e estabeleceria as bases para sua tese. Primeiro tópico: a instituição arte é captada como tal não com a vanguarda histórica, mas com a neovanguarda. Segundo tópico: a neovanguarda, em sua melhor expressão, aborda essa instituição com uma análise criativa a um só tempo específica e desconstrutiva, “diferente do ataque niilista abstrato e anarquista, como ocorre com frequência com a vanguarda histórica” (FOSTER, 2014, p. 20). Terceiro: em vez de suprimir a vanguarda histórica, a neovanguarda põe seu projeto em prática pela primeira vez, “uma primeira vez que é teoricamente infundável” (FOSTER, 2014, p. 20). Nesse exemplo, Foster retifica a dialética da

vanguarda formulada por Peter Burger, em sua obra *Teoria da Vanguarda*, na qual Burger defende que as vanguardas históricas orientaram-se visando contestar o estatuto da autonomia da arte na sociedade burguesa, preconizando sua reinserção nas práticas do cotidiano. Segundo Burger, contudo, as vanguardas empreenderam uma jornada inglória contra esse descolamento da arte em direção à realidade do cotidiano, uma vez que ela foi fundida nas tendências de um esteticismo da arte pela arte, entendendo que:

A vanguarda intenta a superação da arte autônoma no sentido de uma recondução da arte em direção à práxis vital, [mas que isto] não aconteceu e porventura não pode acontecer na sociedade burguesa, a não ser sob a forma de falsa superação da arte autônoma (FOSTER, 2014, p. 36).

No entanto, Hal Foster, embora reconhecendo a relevância do texto de Peter Bürger para as discussões em torno das vanguardas, afirma que seus pontos cegos já estariam suficientemente mapeados, e que

A principal premissa [da teoria de Bürger] – de que uma [única] teoria poderia compreender a vanguarda, e de que todas suas atividades poderiam ser reduzidas ao projeto de destruir a falsa autonomia da arte burguesa – é problemática (FOSTER, 2014, p. 39).

As neovanguardas tentaram “reposicionar a arte em relação não apenas ao espaço-tempo mundano, mas às práticas sociais” (Conf. Foster, 2014, p. 10), promovendo um retorno (nos anos 1950 e 1960) a práticas preconizadas cinquenta anos antes pelos dadaístas, tendo os readymades de Marcel Duchamp como emblema, e os construtivistas russos (Tatlin e Rodchenko) como exemplo:

embora diferentes política e esteticamente, ambas as práticas contestam os princípios burgueses da arte autônoma e do artista expressivo, o primeiro através do acolhimento dos objetos cotidianos e uma postura de indiferença, e o segundo através do uso de materiais industriais e da transformação da função do artista (FOSTER, 2014, p.38).

Foster entende que sua tese tem problemas, percebe que certa reconexão da arte com a vida ocorreu, mas não nos termos do desejo da vanguarda histórica, mas nos termos da indústria cultural, cujos procedimentos foram assimilados nas operações da cultura do espetáculo, em parte mediante as próprias repetições da neovanguarda. Nesse sentido, Foster também reconhece as contradições do empreendimento modernista apontadas por Burger, a falsa superação da distância entre arte e vida, assim como de outros críticos como Buchloh, que identificava uma função na vanguarda em fornecer modelos de identidade cultural e legitimação para a recém-construída audiência burguesa liberal do período pós-guerra. Tal audiência buscava uma reconstrução da vanguarda que preencheria suas necessidades não para a integração da arte na prática social, mas sim o oposto: a associação da arte com o espetáculo. Para Buchloh, é no espetáculo que a neovanguarda encontra seu lugar como provedora de um semblante mítico de radicalidade, e é no espetáculo que pode incutir a repetição de suas estratégias modernistas obsoletas com a aparência de credibilidade (FOSTER, 2014, p.39). Entretanto, Foster questiona tais afirmações como um pronunciamento geral e definitivo sobre a neovanguarda, e afirma que esse tanto é a parte do diabo, mas só esse tanto, uma vez que mais do que anular e esvaziar a vanguarda, esses desdobramentos produziram novos espaços de atuação crítica e forneceram novos modos de análise institucional, reconhecendo que essa reelaboração revelou-se o projeto mais vital em arte e crítica das três últimas décadas, pelo menos (FOSTER, 2014, p.40)

O assim chamado fracasso da vanguarda histórica e da primeira neovanguarda em destruir a instituição arte capacitou a segunda neovanguarda a submeter essa instituição a um exame desconstrutivo - exame que, mais uma vez, agora é estendido a outras instituições e discursos na arte do presente (FOSTER, 2014, p.43).

Foster encaminha seu argumento salientando que a discussão sobre a crítica da vanguarda continua, e que não há uma receita para o hermetismo ou o formalismo, como as vezes se alega.

O PONTO CRUCIAL DO MINIMALISMO E A VIRADA ETNOGRÁFICA DA ARTE

Acerca do minimalismo, como desdobramento da primeira neovanguarda, Foster destaca as condenações que a crítica efetuou a esse movimento como irrelevantes. Para essa crítica, o minimalismo consumava um modelo formalista de modernismo. Todavia, ele declara que o minimalismo está longe de ser uma questão morta e destaca que suas práticas abriram um novo campo da arte, que a arte contemporânea continua a explorar. Foster entende que a percepção, no minimalismo, torna-se reflexiva nessas obras e, conseqüentemente, complexa, uma vez que rompe com o espaço transcendental de grande parte da arte modernista: o espaço imanente do *readymade* dadaísta ou do relevo construtivista (FOSTER, 2014, p.52). Em suma, com o minimalismo a escultura não fica mais à parte, sobre um pedestal ou como arte pura, mas é reposicionada em meio a objetos e redefinida em termos de lugar. Nessa transformação, o espectador, uma vez negado o espaço seguro e soberano da arte formal, é trazido de volta para o aqui e agora; e em vez de examinar a superfície de uma obra para fazer um mapeamento topográfico das propriedades de seu meio, é instigado a explorar as conseqüências perceptivas de uma intervenção particular num local determinado. Essa seria a reorientação fundamental que o minimalismo inaugura (FOSTER, 2014, p.53). Sua

ênfase está na temporalidade da percepção e tal aspecto, por sua vez, ameaça a ordem disciplinar da estética moderna na qual a arte visual é considerada estritamente espacial. Isto é, para Foster, a partir do minimalismo há uma virada fenomenológica da relação do corpo no espaço junto a uma obra, no sentido de haver um deslocamento da percepção em direção à temporalidade da relação entre o corpo e o espaço, um deslocamento da atenção para a própria experiência²².

Acerca das práticas artísticas, seguindo o pensamento de Foster, ele identificará, no capítulo *O artista como etnógrafo*, o surgimento de um novo modelo estruturalmente semelhante ao antigo paradigma do autor como produtor de Walter Benjamin, que seria o artista como etnógrafo. Nesse novo modelo, também identificado como um desdobramento das neovanguardas, o objeto da contestação do artista ainda é, em grande medida, a instituição de arte capitalista-burguesa (o museu, a academia, o mercado, a mídia) suas definições excludentes de arte e artista, identidade e comunidade. Entretanto, Foster detecta nesses novos procedimentos da arte contemporânea um deslocamento para o campo do outro cultural e/ou étnico, distinguindo que o sujeito da associação mudou: passou a ser o outro cultural e/ou étnico (FOSTER, 2014, p.161).

Tal virada etnográfica na arte contemporânea se mostra então motivada também por desdobramentos no interior da genealogia minimalista da arte desde o final dos anos 50, assim como no começo dos anos 60 até a arte conceitual, performance, *body art* e arte *site-specific* do começo dos anos 70. Tais desdobramentos constituíram uma sequência de investigações da arte: dos materiais constituintes do meio artístico; das condições espaciais de sua percepção; das bases corpóreas dessa percepção.

²² Para Hal Foster, a condenação do minimalismo feita por Michel Fried decorre de sua ameaça ao modernismo formalista, uma vez que a qualidade da presença perante uma arte minimal acontece como uma experiência. Como se não fosse mais preciso enquadrá-la e pensar sobre ela, bastaria experimentá-la, diferentemente do que ocorreria com o modernismo. Para Fried, no minimalismo, o objeto é apenas o que ele é, existe somente na “literalidade de um acontecimento” (idem p.64), sendo essa uma característica teatral (para ele), porque diz respeito ao tempo mundano, qualidade imprópria às artes visuais.

Assim sendo, houve um movimento das práticas artísticas para um eixo mais horizontal, principalmente a partir de tal virada etnográfica. Essa expansão horizontal envolveu a arte, como também a teoria e a crítica cultural em locais e audiências há muito tempo delas afastadas, abrindo assim outros eixos verticais, outras dimensões históricas, para o trabalho criativo (FOSTER, 2014, p.9).

Esse deslocamento, tanto da arte quanto da crítica, também implicou uma nova carga para o artista e o público à medida que o artista passa de um projeto ao outro, ele precisa aprender a amplitude discursiva e a profundidade histórica de muitas representações diferentes, como um antropólogo que entra numa nova cultura a cada nova exposição (FOSTER, 2014, p.10). Ou, na perspectiva da cena teatral contemporânea, a cada novo processo de criação de um espetáculo, em especial naqueles que tem o espaço urbano como uma vertente fundamental do trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma primeira leitura mais superficial desse movimento das atividades artísticas, no campo das artes plásticas e visuais, é possível identificar como as artes visuais e, também, determinadas práticas da cena teatral contemporânea são influenciadas por tais gestos artísticos da virada social, entendida como horizontal, espacial e etnográfica da arte contemporânea, que está no campo do outro.

No caso da peça *Bom Retiro 958 metros*, tornam-se reconhecíveis alguns aspectos que inicialmente esboçamos no início desse texto. No campo da criação artística, o espetáculo foi realizado fora do espaço institucional do teatro, ou seja, o palco italiano. Foi um trabalho *site-specific*²³, criado a partir das características de um local específico, tendo o bairro de uma cidade, no caso o Bom Retiro, na cidade de São Paulo,

²³ Tomamos a ideia de um trabalho *site-specific* como aquele que relaciona noções de lugar e espaço. “Pode articular e definir-se através de propriedades, qualidades ou significados produzidos nas relações específicas entre um ‘objeto’ ou ‘evento’ e a posição que ele ocupa” (KAYE, 2006, p.1).

como objeto de estudo. Durante o processo de pesquisa para a criação o grupo deparou-se com o “outro cultural”, as diversas etnias presentes no bairro, em especial, judeus, coreanos e bolivianos, assim como os usuários de crack, os quais demandaram uma reflexão acerca de como se dariam as abordagens de cada um desses grupos sociais, configurando assim, uma aproximação de caráter etnográfico. No campo da percepção e recepção, o trabalho incluiu uma ficção, trajetórias de personagens e narrativas, em tensão com os espaços reais do bairro, seja o shopping center, as ruas do bairro e o teatro abandonado em ruínas. Nesse campo da recepção, voltamos à cena de nosso personagem Cracômano, em que o público está em uma determinada situação, dentro de um teatro abandonado em estado de completo abandono e destruição, ao mesmo tempo em que acompanha a ficção, a trajetória de vida da personagem. Nesse contexto, da relação entre o corpo e o espaço, a percepção do espectador se torna complexa, no sentido de que ele é instigado a relacionar os significados dessas duas instâncias, da ficção e do espaço real em ruínas, na temporalidade de sua experiência no aqui e agora.

Nessa perspectiva, é possível assinalar que o processo de criação do espetáculo *Bom Retiro 958 metros* mobilizou características e procedimentos que denotam o movimento para uma virada horizontal na arte em direção a espaços não institucionalizados, como também à virada etnográfica, que se depara com outro cultural e/ou étnico. Assim como no campo da percepção, o espectador é orientado a explorar as consequências perceptivas de uma intervenção particular em um local determinado. Logo, esta condição de experiência na cena contemporânea, que considera tais perspectivas, pode ser entendida como um modo de resistência da arte, uma maneira de requisitar outro tipo de percepção sensível do público e, portanto, outra capacidade de cognição e simbolização não alienada, diversa da condição em que a lógica espetacular se confunde com a realidade. Nesta experiência do espectador a realidade e o espetáculo, no sentido de Debord, deixam de ser a mesma coisa, uma vez que a ficção, isto é, o espetáculo, passa a ser um modo de compreender e significar o real.

Resta ao pensamento crítico, obviamente, continuar investigando as possibilidades de resistência da arte, por exemplo, acerca das armadilhas que os artistas incorrem, por exemplo, quando estão fora dos espaços convencionais e se defrontam com o outro cultural: como lidar com a autoridade etnográfica na abordagem aos grupos sociais pesquisados? Como não exercer um comportamento assistencialista em relação a eles? Já em relação às possíveis consequências de um trabalho no espaço urbano, a questão é como encarar o impacto que uma intervenção desse tipo, que pode acarretar a valorização de espaços degradados da cidade e que podem ser, futuramente, alvo de especulação imobiliária?

Entretanto, o objetivo desta reflexão preliminar foi chamar atenção para possibilidades de resistência da arte aos processos hegemônicos da lógica espetacular, pelo viés da criação artística e da sua percepção, assim como da leitura de um trabalho artístico.

REFERÊNCIAS

DEBORD, G. A Sociedade do Espetáculo – Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1997.

FOSTER, H. O retorno do real: a vanguarda no final do século XX. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

KAYE, N. Site-Specific Art: Performance, Place and Documentarion. Londres: Routledge, 2006.

ANEXO

[Após o musical, o **CRACÔMANO** sai do porão debaixo do palco, circunda as cadeiras quebradas enquanto fala e retorna por cima delas em sentido ao palco. Ao final da fala, o **CRACÔMANO** ultrapassa o fosso e escala o palco no mesmo tempo em que a pedra enorme começa a descer do urdimento.]

CRACÔMANO

[Descendo do palco à procura da pedra] Aqui tô eu, minha pedra, onde é que você tá? Já falei que não saio daqui sem você! Ei, ei, vocês aí... onde pensam que tão indo? Tão fugindo de quê? Pensam que vão pra onde, pra casa? Mas que casa, não existe mais nenhuma casa... Eles botam a gente pra correr, e a gente corre, dá a volta ao mundo e retorna ao mesmo lugar: bem aqui. E aqui não é nossa casa, mas é aqui, e não existe outro aqui, só este aqui, sempre este mesmo aqui, o lugar que ninguém quer. Até alguém querer, claro, é sempre assim: não é de ninguém, até inventarem um dono. Isto aqui não é nosso, mas também não é deles! Quem chegou primeiro aqui, a pedra ou o homem? Tudo que tá abandonado é nosso, é meu, é de quem quiser! É da pedra, que chegou primeiro que o homem. [Vendo morcegos] Tá cheio de sanguessuga aqui se aproveitando da gente... Tem um monte de morcego neste lugar. Cadê a minha pedra? Ei, você, viu ela? Cadê você, pedrinha? Será que esses filhos da puta te internaram à força, é? Esses lazarentos! Eu não quero saber de internação obrigatória! Por que eu não sou cachorro, pra cima de mim não! Ninguém vai me levar pra carrocinha! Vocês ficam inventando essa historinha pra tapear todo mundo... Tão só enxugando gelo, tão empurrando com a barriga... E também não vou pro SUS! Prefiro ir pra igreja! Ganhar uns trocados, dar depoimento! Inventar umas histórias, a minha história, que não existe mesmo e precisa ser inventada. É isso, eu sou uma história sem começo nem fim! Preciso alimentar esta história, preciso recheiar com alguma coisa que tenha acontecido. Mas o que aconteceu? Olha isto aqui, ó! Parece um barco afundado! Este barco afunda-

do sou eu, é a minha história, somos nós. Não aconteceu nada, é isso. Só que eu tenho minha companheira! Cadê minha pedra, tenho minhas responsabilidades, eu não tô sozinho no mundo, não! Eles querem tirar você de mim, querem arrancar minha vida de mim! Esses desgraçados querem iludir a gente, ficam inventando coisas, esse hospital ambulante, esses banheiros químicos, eu não sou obrigado a cagar num só lugar, vai todo mundo se foder, não sou dentadura que político dá de presente em eleição! Não vou ficar babando na gravatinha, não vou usar calça social! Deixa eu falar, eu falo, é meu direito! Vocês aí tão preocupados com o quê? [afastando-se do público e escalando as cadeiras em direção ao palco] Vocês têm um lugar, não têm, e também têm um bairro e têm uma cidade cheia de pontes e marginais e torres e piscinas e agora querem as pedras? Querem pedras pra que, hein, pra construir mais um estádio de futebol, é? Estádio! Estádio! Estádio! Eles querem um estádio, Papai Noel! [pulando nas poltronas] Pois esta cidade inteira e esta vida inteira, tudo isto aqui é uma ilusão! Vocês estão enganados, vocês estão dentro deste mesmo barco que eu, neste barco afundado aqui, tão sentindo a água poluída entrando no seus pulmões? Ai, cadê a minha pedra? Te empurraram pra debaixo do tapete, foi, pedrinha? Ninguém quer curar nada. Eu num tô querendo casa, num tô querendo sala, quarto nem nada. Não quero morar debaixo do tapete. Só quero minha pedra! A única coisa que é real é esta água que a gente respira, esta água que enchendo nossos pulmões agora. Tão sentindo? Se despejarem a gente daqui, nós vamos pro outro lado do mundo, pra qualquer lugar bem perto da tua porta... Vamos dar a volta ao mundo e retornar aqui pra este navio no fundo do mar... No final tudo é igual, a gente aperta e então explode! E tem muita gente que quer explodir a gente. Que que eu fiz! Ficam falando pra gente fazer exame de sangue, fazer isso, fazer aquilo, mas pra quê? Quem vai examinar os exames? Eu não cheguei aqui de uma hora para outra enquanto eles dormiam. Você também não. Nós sempre estivemos aqui embaixo, aqui debaixo das pedras, aqui debaixo deste tapete. Tá cheio de gente que me oferece tanta coisa, me leva pra casa, me dá banho, corta

a unha e de noite, ó, CRAU! Querem outra coisa e depois nos despejam na rua de novo! Filhos da puta, eu só quero minha pedra, minha pedrinha, a minha companheira. Onde cê tá? A gente não pode se separar... [Perto do palco, o **CRACÔMANO** vê a pedra descendo do urdimento] Ah, você tá aí! Nem acredito, você tá aí! Mas por que não falou nada, tô te procurando faz um tempão, o que foi que aconteceu? Tá chateada comigo, é? Que que eu te fiz? Olha, se eu errei com você, me perdoa, foi sem querer. Os culpados são eles lá, que não sabem que este lugar é teu, que você chegou primeiro aqui, que você é a primeira habitante deste lugar. Mas eles não sabem nada, são uns ignorantes... Olha, eu vim aqui pra salvar você, eu quero cuidar de você, eu não quero fazer como eles fazem, a gente não pode ficar separado, sabe, a gente foi feito um pro outro, a gente é um do outro, eu sou teu e você é minha, nós somos uma coisa só! Vê se entende isso, tá? Olha, eu gosto de você assim do jeitinho que você é... E agora a gente vai ficar junto, pra sempre juntinho, vamos ser uma coisa só, eu e você, uma coisa só!

[Quando a pedra atinge o piso do palco, ela se abre. O **CRACÔMANO** então a penetra, ela se fecha e ambos se tornam uma coisa só.]

RESISTÊNCIA, MEMÓRIA E TEATRO: REFLEXÕES SOBRE OS 50 ANOS DO TEATRO POPULAR UNIÃO E OLHO VIVO

Mei Hua Soares²⁴

*Sou como soca de cana,
me cortem
que eu nasço sempre!*

(Lema do Teatro Popular União e Olho Vivo)

A experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorreram todos os narradores. E, entre as narrativas escritas, as melhores são as que menos se distinguem das histórias orais, contadas pelos inúmeros narradores anônimos.

Walter Benjamin

Tempo não é dinheiro. Tempo é o tecido da nossa vida.

Antonio Candido

TEATRO COMO ACONTECIMENTO

O teatro, por excelência, consiste numa arte efêmera. Por mais que se façam registros fotográficos, audiovisuais ou escritos, somente a presença física e material o define. No entanto, justamente em virtude dessa peculiaridade, o teatro pressupõe o encontro mediado que se caracteriza enquanto acontecimento. Por mais que outras linguagens permitam a interlocução

²⁴ Doutora em Linguagem e Educação pela Faculdade de Educação da USP, docente no curso de Comunicação Social da Faculdade Cásper Líbero, pesquisadora nas áreas de Literatura, Comunicação, Educação e Teatro. Membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo.

entre artistas e público, o teatro, a cada apresentação, se reconfigura – dentro dos limites da encenação – e é tornado vivo, o que faz com que cada evento seja único, tanto para plateia como para os artistas envolvidos.

No entanto, o presente texto gostaria de apontar o que poderia ser perene no teatro, mais especificamente no teatro de grupo, e se o teatro popular poderia ainda hoje consistir em contraponto às formas espetacularizadas que medeiam grande parte dos produtos culturais na contemporaneidade. Para tanto, tomamos como ponto de partida o grupo paulistano Teatro Popular União e Olho Vivo (TUOV) cuja linha estética e política está orientada pelo teatro popular, segundo os expoentes da própria companhia. Como “pano de fundo”, temos em nosso horizonte o panorama teatral paulistano impulsionado por leis de incentivo, mas ressaltaremos aqui o Programa de Fomento ao Teatro para a cidade de São Paulo, existente desde 2002, por se reportar especificamente ao teatro de grupo e por apresentar como pré-requisito para a submissão de projetos a contrapartida social e a continuidade de trabalhos²⁵. Acredita-se que a existência da supracitada lei torna possível a continuidade de trabalhos de diferentes grupos, dentre eles o União e Olho Vivo, uma vez que a dependência de subsídios provenientes de leis de incentivo fiscal – portanto sofrendo a intervenção direta ou indireta de empresas e instituições privadas – possivelmente inviabilizaria determinadas temáticas e/ou experimentos estéticos do grupo.

Buscaremos entender se a trajetória de uma companhia que completou cinquenta anos de existência em 2016 permanecendo, portanto, ativa inclusive em períodos instáveis como o da ditadura civil-militar, em alguma medida colabora na construção de uma memória teatral que, para além de sua manutenção pragmática, faz sobreviver simbólica e historicamente um teatro de resistência estética e política.

²⁵ A afirmação é feita com base no levantamento de dados realizado em minha pesquisa de doutorado (sobre práticas teatrais de leitura em grupos paulistanos fomentados, defendido em 2014) junto ao acervo do Programa de Fomento da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, é possível acompanhar o sensível aumento de grupos teatrais e seus respectivos trabalhos após a existência da lei.

BREVE HISTÓRICO DO UNIÃO E OLHO VIVO

Existente desde 1966 sob a batuta do diretor e dramaturgo César Vieira, ou Idibal Pivetta, o TUOV era chamado anteriormente de Teatro do Onze, em função de sua origem relacionada ao Centro Acadêmico XI de Agosto, da Faculdade de Direito da USP. Posteriormente ficou conhecido também com Teatro Casarão (quando teve como sede uma casa situada no centro da cidade) e, finalmente, foi batizado como Teatro União e Olho Vivo. Seus integrantes eram e são essencialmente estudantes e trabalhadores, o que traz implicações na forma de organização do grupo, em sua concepção e formação teatrais. O núcleo mais antigo é formado por César Vieira, diretor e dramaturgo, Neriney Moreira, ator, e Graciela Rodriguez, figurinista. César Vieira, ou Idibal Pivetta, além de ter atuado artisticamente durante os anos ditatoriais, foi preso político²⁶ no DOPS em São Paulo e advogou em causa de diferentes artistas, como Augusto Boal.

A escolha estética das peças do União e Olho Vivo parece estar intimamente ligada a escolhas políticas, ou seja, que tenham implicação direta ou indireta na *pólis*. Uma das premissas do grupo, registrada no livro “Em busca de um teatro popular” que conta a história da companhia, é o teatro como finalidade, não apenas como um fim em si mesmo.

A primeira peça encenada pelo grupo, *O evangelho segundo Zebedeu*, trazia à cena a narrativa bíblica sob a ótica de Antônio Conselheiro e de Canudos. Fundamentalmente voltado a questões de cunho histórico, as apresentações são direcionadas principalmente ao público popular, à

²⁶ Ao mencionar a prisão de César Vieira, é interessante ter acesso à sua opinião recente quanto ao atual contexto político brasileiro: “Nunca o país viveu uma situação tão ruim, nem na época da ditadura mais dura, como está vivendo hoje, tão fantasiosa. Ao ver uma notícia em jornal, você pode pensar que daqui a um ano você vai ler a mesma coisa. Vão mudar os cozinheiros, mas a comida continua sendo a mesma nefasta e ruim. (...) A diferença é que naquela época a gente tinha um inimigo visível, era a polícia, o exército que atacava, matava, hoje ele é enrustido. (...) Fui preso por 95 dias, fiquei no DOI-CODI, Departamento de Ordem Política e Social, onde a gente sofreu todo tipo de sevícia, espancamento” (César Vieira, diretor do TUOV. “História de Resistência do Teatro União e Olho Vivo”, Edição Extra – TV Gazeta, Julho de 2017).

época de sua fundação, quase completamente excluído do circuito teatral. A chamada “tática Robin Hood” (apresentação para públicos pagantes que subsidiavam apresentações a públicos que não podiam pagar) possibilitava a ida do grupo a regiões afastadas do centro, a sindicatos, associações de moradores, escolas, praças, ruas.

Após as apresentações, o grupo debate questões relacionadas à peça e ao contexto social dos espectadores, o que alimenta as temáticas das peças seguintes. De acordo com as demandas que se originam nas conversas com o público, informações são coletadas para futuramente erigir dramaturgia, cenas, espetáculo²⁷. Por exemplo, a partir de consultas junto às plateias que assistiam aos espetáculos do TUOV, a companhia teve acesso ao assunto mais pleiteado por elas à época de 1970-1980: a greve. Em consonância com os anseios do público e buscando aliar a temática escolhida às formas populares (no espetáculo em questão, *Bumba, meu Queixada*, figuras como Bumba-meu-boi e personagens da cultura nordestina estruturaram a trama), a dramaturgia da peça foi tecida a partir de pesquisas, relatos, registros e criação ficcional reunidos em esquemas que visavam à organização do material bruto reunido coletivamente e foram incorporados enquanto método de pesquisa e de construção dramática ao longo dos demais espetáculos do grupo: as Fichas Dramáticas e os Quadros Dramáticos.

PROCESSOS COLETIVOS E COLABORATIVOS

Bumba, meu Queixada, é considerado um espetáculo emblemático do TUOV não só por envolver uma sistematização mais específica do processo de construção da dramaturgia, mas também por ser considerado

²⁷ Os espetáculos do TUOV são mantidos em repertório e foram reencenados e reapresentados ao longo de sua trajetória. São eles: O Evangelho segundo Zebedeu, Coríntios, meu Amor, Rei Momo, Bumba, meu Queixada, Morte aos brancos – a lenda de Sepé Tiaraju, Barbosinha Futebol Crubi – uma história de Adonirans, Us Joãos e os Magalis, João Cândido do Brasil – a Revolta da Chibata, A cobra vai fumar – uma história da FEB, O transplante (não encenada), Bom Retiro, meu Amor (em processo). Há ainda os musicais (apresentação das canções do grupo).

uma referência do que foi posteriormente chamado de processo coletivo ou colaborativo (que pautou e pauta modos de organização e práticas cênicas de diferentes grupos teatrais).

O teatro de grupo brasileiro fortalece-se primeiramente entre as décadas de 1960-1970, caracterizando-se pela revisão dos parâmetros de organização, horizontalização das funções e descentralização das demandas do ato cênico (FISCHER, 2010). Essas características comuns aos grupos da época mencionada são encontradas também, em alguma medida, no teatro de grupo da atualidade. Acostumou-se no meio teatral a nomear as etapas de criação desses grupos de processos coletivos ou processos colaborativos, sendo que ambos não constituiriam sinônimos conceituais. Em breve explicação, os processos coletivos, característicos dos anos de efervescência (60-70), consistiam em práticas teatrais realizadas coletivamente. As funções eram exercidas em conjunto, o que diferencia, portanto, do que atualmente é considerado processo colaborativo, quando as funções são exercidas por pessoas ou grupos específicos, mas sofrem alterações mediante as sugestões do coletivo. Além disso, os processos colaborativos se caracterizam pelas “hierarquias móveis” (ARAÚJO, 2006) e pelo foco não no resultado final enquanto espetáculo fechado e fixo, mas no processo (ênfase processual)²⁸. Tanto os proces-

²⁸ “Conceitualmente, entende-se por processo colaborativo o procedimento de grupo que integra a ação direta entre ator, diretor, dramaturgo e demais artistas, sob uma perspectiva democrática ao considerar o coletivo como principal agente de criação e aglutinação de seus integrantes. Essa dinâmica propõe um esmaecimento das formas hierárquicas de organização teatral, embora com imprescindível delimitação de áreas de trabalho e delegação de profissionais que as representam. Ao estabelecer um organismo no qual todos os responsáveis pelos diversos campos partilham de um plano comum de ação, o trabalho de equipe baseia-se no princípio de que todos têm o direito e o dever de contribuir com a finalidade artística e manutenção das equipes de trabalho. Seu caráter processual delega à obra uma moldagem que vai se desenhando conforme a sua elaboração em conjunto, a partir do cruzamento das diferentes áreas, desde o momento inicial até o encerramento das apresentações, considerando também o público como colaborador desse complexo coletivo e aberto. (...) É importante frisar que é característica do processo colaborativo a preservação das funções e distribuições de tarefas: o dramaturgo é responsável pela elaboração textual, o ator pelo desenvolvimento dos personagens e ações dramáticas, o diretor pela proposta de cena e estruturação das unidades e assim sucessivamente (FISCHER, 2010, pp.61-62).”

tos coletivos como os colaborativos não mantêm um criador epicêntrico, ou seja, a criação não se dá como no teatro comercial. Portanto, criação coletiva e criação colaborativa, embora apresentem diferenças entre si, consistem em *modos compartilhados de criação*.

No teatro mercantil, via de regra, se sobressai a figura de alguém (produtor, diretor, dramaturgo) que detém o dinheiro ou os trâmites para a arrecadação da verba que financiará a peça, ou seja, os meios de produzir o espetáculo além de dispor de recursos para destinar à mídia. É então escolhido um texto, um diretor, os atores e atrizes, um figurinista, um cenógrafo, um iluminador etc. A divisão de trabalho é nítida e está delimitada em função da redução de gastos com o tempo para “otimizar” a produção do resultado final, a peça. Não há espaço para divergências, debates, embates, consensos, dissensos. O trabalho se dá em bases de comando-obediência e na execução de funções que vão ser justapostas no resultado cênico final. No teatro de grupo, em oposição ao teatro de mercado, não há alguém que mande porque detém os meios de produção ou a verba e outro(s) que obedeça(m) porque foi(foram) contratado(s). Nele, comumente, texto, música, cenário, luz nascem juntos, criando não uma justaposição, mas uma aglutinação de elementos que, em processo conjunto visam à unidade, mas sem sobredeterminar como exatamente ela será, embora haja um mote de pesquisa (tanto de linguagem, como de temas) e linhas que norteiam o trabalho. Tampouco o intuito é buscar técnicos e especialistas, salvo raras exceções, para desempenhar as tarefas que estão envolvidas nos processos: são as próprias pessoas, integrantes do grupo, que vão dar forma e conteúdo ao espetáculo, que vão fazer surgir, processualmente, aquilo que talvez não tenha um refinado acabamento estético, já que a ênfase não está no produto, mas no processo. São elas que vão dar conta dos resultados teatrais a partir do que pesquisaram, praticaram e vivenciaram enquanto grupo experimentando e testando possibilidades cênicas e teatrais. Como, em primeiro lugar, um processo como esse é demorado, lento, gradual, não há interesse por parte das empresas em financiá-lo. Em segundo lugar, como esse pro-

cesso desaliena o artista de sua função pontual e obrigando-o a repensar as relações de trabalho bem como o teatro espetaculoso e eventual, em geral ele se torna arriscado no âmbito empresarial.

A dramaturgia dos processos coletivos e dos colaborativos também opera em bases diferenciadas. Ela pode ser tecida ao longo dos ensaios, improvisações e criações pelo próprio grupo ou pode haver um dramaturgo responsável por alinhar e criar falas ou ajeitar textos que são produzidos pelo grupo. No entanto, a dramaturgia faz parte da criação em conjunto, nascerá a partir das criações em grupo, não a *posteriori*.

Nos moldes do teatro mais comercial ou “tradicional”, os atores e atrizes compõem um elenco, mas não necessariamente constituem um grupo de teatro. Encontram-se, ensaiam, trabalham em conjunto, mas não estão autorizados, na maioria das vezes, a interferir na linguagem ou na concepção daquilo que está sendo estruturado ou organizado, o que fica a cargo do diretor, do dramaturgo, da produção ou ainda das empresas que dão as diretrizes do que se pode ou não montar e apresentar.

Essa condição limitada dos processos cênicos comerciais, muito provavelmente envolve determinações estéticas nas resultantes teatrais. Não há espaço para debates, questionamentos ou divagações em processos pautados pelo lucro, mesmo porque as “empreitadas” devem ser breves, o que pressupõe que o elenco esteja “semi-pronto”. Em contrapartida, no teatro que lida com a formação coletiva e contínua de seus integrantes é perceptível o maior envolvimento com tudo aquilo que possa subsidiar as práticas teatrais em virtude de um comprometimento com o “todo” do processo, com a realização de algo maior que também dele depende, uma vez que está proposta uma coautoria na criação.

MEMÓRIA, VELHICE E FUNÇÃO SOCIAL

Em seu livro *Memória e Sociedade – lembranças de velhos*, a psicóloga, professora e pesquisadora Ecléa Bosí, sob a ótica da Psicologia Social, versa sobre aspectos importantes das relações travadas com o que ou com quem envelhece em sociedade. Já a jornalista Eliane Brum,

em reportagem realizada em uma casa de acolhimento para idosos, ao entrevistar diferentes pessoas que passaram a residir no abrigo, sintetiza em uma frase metafórica a diminuição da relevância social de quem envelhece: “A vida inteira espremida numa mala de mão”.

Bosi, em sua tese de livre-docência, parte de relatos de velhos (como prefere nomear) para salientar a importância ainda mais premente da memória numa sociedade que relega quem ou que envelhece à marginalidade social²⁹. Segundo ela, há uma modificação histórica e cultural na percepção da velhice que culmina com o confinamento e exclusão de quem envelhece na sociedade industrial, diferentemente do que ocorria, por exemplo, nas organizações tribais ou na antiguidade. Para a autora e outros especialistas³⁰, quem envelhece desempenha uma função social ainda mais necessária por ser, ele próprio, um elo entre passado e futuro. O velho se aproximaria então da figura ancião, do sábio ou do líder tribal que, por ter acumulado experiências ao longo da vida, estaria apto a, pela rememoração, transferir conhecimentos perpetuando, desse modo, uma tradição³¹, o que proporcionaria aos mais jovens a capacidade de vislumbrar o futuro a partir da lente do passado:

²⁹ Para Marilena Chauí, que assina a apresentação do livro de Bosi, a degradação de quem envelhece está intimamente ligada à degradação da mão-de-obra, traço contínuo do sistema capitalista: “A degradação senil começa prematuramente com a degradação da pessoa que trabalha. Esta sociedade pragmática não desvaloriza somente o operário, mas todo trabalhador: o médico, o professor, o esportista, o ator, o jornalista. Como reparara destruição sistemática que os homens sofrem desde o nascimento, na sociedade da competição e do lucro? A resposta é radical: seria preciso que ele sempre tivesse sido tratado como um homem” (CHAUÍ apud BOSI, 1987, p.XIX).

³⁰ “A função social do velho é lembrar e aconselhar (...) unir o começo e o fim, ligando o que foi e o por vir. Mas a sociedade capitalista impede a lembrança, usa o braço servil do velho e recusa seus conselhos. Sociedade que, diria Espinosa, ‘não merece o nome de Cidade, mas o de servidão, solidão e barbárie’; a sociedade capitalista desarma o velho mobilizando mecanismos pelos quais oprime a velhice, destrói os apoios da memória e substitui a lembrança pela história oficial celebrativa. Que é ser velho? Pergunta você. E responde: ser velho é lutar para continuar sendo homem” (CHAUÍ apud BOSI, 1987, p.XVIII).

³¹ O termo “tradição” está sendo utilizado aqui na acepção daquilo que merece ser preservado ao longo das gerações como relevante, necessário, ancestral e sagrado. No entanto, sabe-se que o termo pode envolver conotações diversas, inclusive as que equivocadamente autorizam a perpetuação de preconceitos e formas de opressão.

Não há evocação sem uma inteligência do presente, um homem não sabe o que ele é se não for capaz de sair das determinações atuais. (...) o ancião não sonha quando rememora: desempenha uma função para a qual está maduro, a religiosa função de unir o começo ao fim, de tranquilizar as águas revoltas do presente alargando suas margens (...). Ele, nas tribos antigas, tem lugar de honra como guardião do tesouro espiritual da comunidade: a tradição (BOSI, 1987, p.39).

São raros os grupos teatrais que conseguiram longos períodos de existência. Em São Paulo, atualmente os três grupos mais antigos são o Teatro Oficina, sob a direção de Zé Celso Martinez Corrêa (80 anos), Teatro Ventoforte, dirigido por Ilo Krugly, e o TUOV, a encargo de César Vieira (87 anos). Ambos os grupos surgiram em períodos brasileiros conturbados, realizaram trabalhos premiados dentro e fora do país, conseguiram se manter mesmo mediante a ausência de subsídios ou políticas públicas voltadas ao fomento de práticas teatrais continuadas. O fato de permanecerem tanto tempo desenvolvendo cenas, criando, encenando faz com que outros grupos também vislumbrem um tempo maior de duração de suas respectivas companhias e trabalhos, principalmente os de pouco apelo comercial ou os que se debruçam sobre temáticas, formas e experimentações que vão de encontro ao que vige na cultura hegemônica.

A capilaridade envolvida no teatro desenvolvido pelo TUOV pôde ser sentida, em alguma medida, durante as comemorações dos 50 anos do grupo, quando, mediante projeto aprovado na 28ª edição do Programa Municipal de Fomento ao Teatro para a cidade de São Paulo, diferentes artistas e companhias apresentaram peças do repertório do TUOV e relatos em homenagem à sua importância histórica e à sua trajetória de resistência:

Um dos motivos que nos influencia é tratar de temas históricos para repensar o presente. O TUOV assume uma perspectiva de circular por outros espaços que

não os espaços das instituições culturais, principalmente as instituições em que se cobra ingresso caro, onde há um público de classe média alta. O TUOV opta por ir a outros espaços, criar um outro diálogo e com isso recriar a sua obra artística também (*Diogo Noventa, diretor da Cia. Estudo de Cena. “História de Resistência do Teatro União e Olho Vivo”, Edição Extra – TV Gazeta, Julho de 2017*).

O acesso territorial ao teatro brasileiro é uma dificuldade muito grande, uma das formas é a censura econômica. (É preciso) entender a censura como um processo que pertence a esse sistema. Porque a censura não deixa de existir. Ela faz parte disso. E ela aparece em determinados momentos históricos de uma determinada forma. (...) O teatro político está sempre se referindo criticamente, ao mesmo tempo em que tenta apontar que isso não é o fim, nós não estamos no fim da história, nós estamos fazendo a história (*Thiago Reis Vasconcelos, diretor da Cia. Antropofágica. “História de Resistência do Teatro União e Olho Vivo”, Edição Extra – TV Gazeta, Julho de 2017*).

O termo “resistir” etimologicamente origina-se do latim *resistentia* e do verbo *resistere*, que significa manter-se firme, persistir, opor-se reiteradamente sem perder seu posto. Podemos afirmar que o teatro popular realizado pelo União e Olho Vivo consiste em um teatro de resistência, seja por seu caráter de permanência no trato com uma arte que tem por característica a fugacidade, seja por se contrapor tanto ao teatro meramente comercial como à indústria cultural. Essa resistência poderia nos remeter a outro braço reflexivo: que importância tem a memória dessa resistência teatral, dentro e fora da cena, no cenário contemporâneo?

TEMPOÉTICO E TEMPO PSEUDOCÍCLICO/ACONTECIMENTO E PSEUDOACONTECIMENTO

As práticas teatrais necessariamente envolvem artistas e plateia *in locu*, exigem a presença corpórea, bem como a percepção sensorial é solicitada do espectador em tempo real. Há pouca mediação: artistas e público, durante o espetáculo, comungam do mesmo espaço físico e simbólico, respiram a mesma atmosfera, recebem praticamente os mesmos estímulos, veem-se, ouvem-se, trocam energia. Diferentemente do que ocorre em outros tipos de interlocução artística (um quadro, uma música tocada na vitrola, um filme), o caráter de acontecimento parece impor peculiaridades à recepção teatral.

O filósofo Guy Debord ressalta a ausência de *acontecimentos* em uma sociedade espetacularizada, chamando a atenção para a condição de espectador do homem moderno que, por sua vez, passa a não vivenciar acontecimentos, mas somente *pseudoacontecimentos*:

Os *pseudoacontecimentos* que se sucedem na dramatização espetacular não foram vividos por aqueles que lhes assistem; além disso, perdem-se na inflação de sua substituição precipitada, a cada pulsão do mecanismo espetacular. Por outro lado, o que foi realmente vivido não tem relação com o tempo irreversível oficial da sociedade e está em oposição direta ao ritmo pseudocíclico do subproduto consumível desse tempo. Esse vivido individual da vida cotidiana separada fica sem linguagem, sem conceito, sem acesso crítico a seu próprio passado, não registrado em lugar algum. Ele não se comunica, é incompreendido e esquecido em proveito da falsa memória espetacular do não memorável (DEBORD, 1997, pp.107-108).

Debord desdobrará a questão inserindo a ideia de *tempo pseudocíclico*, ou seja, um tempo que é instaurado pelos pseudoacontecimentos

e pautado por controle constante, inação e perda da experiência (pensada aqui sob a perspectiva benjaminiana). Esse *modus operandi* espetacularizado estaria diretamente relacionado, segundo ele, ao trabalho alienado e ao tempo fabril-industrial³².

Poderíamos questionar se a ruptura com o pseudoacontecimento e com o tempo pseudocíclico seria passível de acontecer em práticas desenvolvidas por grupos teatrais como o União e Olho Vivo. Mas em qualquer evento teatral assim denominado, inclusive os praticados pela indústria cultural, isso seria realizável? Seria interessante, nesse ponto, mencionar características presentes nos trabalhos de boa parte do chamado “teatro de grupo” que fazem com que práticas como as do TUOV, para além da fruição teatral, possam ser entendidas como possíveis elementos de resistência a formas espetacularizadas de arte e cultura. São elas a já mencionada ênfase processual (quando as práticas teatrais se voltam não apenas à resultante artística final, mas consideram de igual importância os processos de criação do grupo); o caráter formativo (preocupação não apenas com a formação de público – o que no teatro mercadológico resume-se a impulsionar a venda de ingressos e a transformar os espetáculos em sucessos de bilheteria –, mas também com a formação de artistas, uma vez que estão abrigados nos grupos componentes oriundos de diferentes regiões da cidade, pertencentes a diferentes camadas da população); a relação forma-conteúdo (busca por diferentes conteúdos, formas e estéticas que dialoguem com o público-alvo, o popular, o que geralmente inclui o questionamento de formas espetacularizadas disseminadas pela mídia e pelos meios de comunicação de massa); a perspectiva teleológica (apesar da preocupação com a encenação, com a dramaturgia a ser elaborada, com seu rigor estético-teatral, o teatro não é visto como um fim em si mesmo, mas sim como instrumento de transformação social).

³² “O tempo pseudocíclico é o do consumo da sobrevivência ampliada. Nele, o vivido cotidiano fica privado de decisão e submetido, já não à ordem natural, mas à pseudo-natureza desenvolvida no trabalho alienado, (...) é um tempo que foi transformado pela indústria” (DEBORD, 1997, p.104).

A SOLICITAÇÃO DA ATENÇÃO E DO CORPO

Voltando à necessidade exigida durante o ato teatral, a presença do corpo – do artista e do público – é solicitada de diferentes maneiras. Além da atenção, o corpo do espectador teatral, diferentemente dos demais espectadores³³, por vezes se vê obrigado a fazer parte da ação cênica, o que faz com que a sua percepção seja pautada por sensações que ficarão registradas em sua memória corpórea e psíquica, fazendo com que o espectador tenha parâmetros ao lidar com outras recepções. Nesse sentido, uma vivência teatral pode, juntamente com outras práticas desalienantes, ajudar a constituir uma outra memória receptiva, mais sensorial e corpórea, que se diferencia de recepções mais passivas ou inativas, capaz de proporcionar disrupções.

A esse respeito, Ecléa Bosi toma de empréstimo conceitos desenvolvidos por Bergson na tentativa de refletir sobre a *experiência da percepção*:

A posição introspectiva de Bergson em face do seu tema leva-o a começar a indagação pela autoanálise voltada para a experiência da percepção: o que percebo em mim quando vejo as imagens do presente ou evoco as do passado? Percebo, em todos os casos, que cada imagem formada em mim está mediada pela imagem, sempre presente, do meu corpo. O sentimento difuso da própria corporeidade é constante e convive, no interior da vida psicológica, com a percepção do meio físico ou social que circunda o sujeito. (...) a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo ‘atual’ das representações. Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como

³³ “O espetáculo não é uma óptica do poder, mas uma arquitetura. A televisão e o computador pessoal, apesar de convergirem para uma operação maquinal única, são processos antinômades que fixam e estriam. São métodos para controlar a atenção por meio da compartimentalização e sedentarização, tornando os corpos controláveis e úteis, ao mesmo tempo em que geral a ilusão de escolha e ‘interatividade’” (CRARY, 2013, p.101).

também empurra, ‘desloca’ estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora. (...) A memória seria ‘o lado subjetivo de nosso conhecimento das coisas’ (BOSI, 1987, p.6).

Já o corpo dos artistas é solicitado de modo ainda mais reiterado e, pelo fato de estar em foco no momento da ação cênica, pode despertar no espectador a pergunta direta ou indireta sobre a divisão entre quem age e quem assiste. No caso do teatro popular, que tende a absorver possíveis artistas que antes faziam parte apenas do público em sua configuração, o jogo fica ainda mais interessante. A distância entre quem estaria “autorizado” a fazer teatro e quem está apenas destinado a ser espectador ou diminui consideravelmente (na medida em que a inclusão do espectador enquanto integrante é vista como possibilidade) ou se extingue (quando grupos de teatro passam a manter, entre seus artistas, pessoas que anteriormente eram público e demonstraram interesse em fazer parte das companhias).

Nesse sentido, poderíamos salientar a capacidade que as práticas teatrais de grupos como o União e Olho Vivo detêm de fundar uma memória individual, mas também social – na medida em que envolvem agrupamentos humanos e podem reverberar em outros.

AUSÊNCIA DE MEMÓRIA E TEATRO COMO RESISTÊNCIA

Em contrapartida, a constância de ações que implícita ou explicitamente pretendem o apagamento da memória de movimentos de resistência – de práticas culturais, políticas, sociais que ousaram se contrapor às ideologias dominantes e à cultura hegemônica – já é conhecida. O ataque à memória, localizado ou sistêmico, não acontece inadvertidamente, conforme explica a filósofa e professora Jeanne Marie Gagnebin ao discorrer sobre o holocausto e os testemunhos dos sobreviventes de Auschwitz. Sem registros, marcas, rastos de quem resistiu ou lutou apesar da violência e da opressão, não há história possível:

(...) aquilo que não tem nome, aqueles que não têm nome, o anônimo, aquilo que não deixa nenhum rastro, aquilo que foi tão bem apagado que mesmo a memória de sua existência não subsiste – aqueles que desapareceram tão por completo que ninguém lembra de seus nomes. Ou ainda: o narrador e o historiador deveriam transmitir o que a tradição, oficial ou dominante, justamente não recorda (GAGNEBIN, 2009, p.54).

Nesse sentido, não só grupos, artistas, mas também o público, desempenham papel fulcral no resgate e manutenção de uma memória social, mesmo quando não se sentem aptos a agir ou percebem os impeditivos para transformações no presente:

Testemunha também seria aquele que não vai embora, que consegue ouvir a narração insuportável do outro e que aceita que suas palavras levem adiante, como num revezamento, a história do outro: não por culpabilidade ou por compaixão, mas porque somente a transmissão simbólica, assumida apesar e por causa do sofrimento indizível, somente essa retomada reflexiva do passado pode nos ajudar a não repeti-lo infinitamente, mas a ousar esboçar uma outra história, a inventar o presente (GAGNEBIN, 2009, p.57).

A partilha, a escuta atenta e a predisposição à experiência no contexto das práticas teatrais aqui pesquisadas podem, nesse sentido, fomentar trocas significativas resultando em ferramenta importante na preservação de histórias e memórias. Memórias essas geralmente ausentes em registros oficiais, institucionais ou em veiculações midiáticas, o que reitera a necessidade de contrapontos. Uma das muitas funções teatrais, a de contribuir para se repensar o que nos chega enquanto formas e recepções espetacularizadas – pseudorecepções – pode se revelar um mecanismo de resistência frente a elas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A. O processo colaborativo no Teatro da Vertigem. In: Revista Sala Preta, n.º6, 2006.

BENJAMIN, W. Obras escolhidas – magia, técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOSI, E. Memória e sociedade – lembranças de velhos. São Paulo: Edusp, 1987.

CRARY, J. Suspensões da percepção – atenção, espetáculo e cultura moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo – comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FISCHER, S. Processo colaborativo e experiências de companhias teatrais brasileiras. São Paulo: Hucitec, 2010.

GAGNEBIN, J. M. Lembrar escrever esquecer. São Paulo: Editora 34, 2009.

SOARES, M. H. Práticas de leitura no teatro de grupo: aproximações com a escola. Tese de Doutorado. São Paulo: Universidade de São Paulo (FEUSP), 2014.

VIEIRA, C. Em busca de um teatro popular. 4ª ed. São Paulo: Funarte-Ministério da Cultura: 2007.

O TEATRO DE CULTURA POPULAR E A COMUNICAÇÃO: A TRAJETÓRIA DA COMPANHIA DA TRIBO

Giulia Elisa Garcia de Souza³⁴

INTRODUÇÃO

A fusão das tradições culturais e religiosas de índios, negros escravos e portugueses no Brasil-Colônia dava origem ao que hoje chamamos de cultura popular brasileira. As manifestações, apesar de contarem com um autor inicial, foram apropriadas e recriadas pelo povo, tornando-se algo coletivo, de responsável desconhecido. Os atos apresentam funcionalidades específicas em seu primeiro momento, por isso são apreendidos pelas comunidades, que os utilizam para funções ritualísticas, de protesto, entre outras. Porém, as práticas, passadas principalmente pela oralidade e literatura de cordel – formas mais acessíveis à maioria dos grupos –, têm, comumente, seus significados diluídos com o passar do tempo.

A consolidação dos cultos por meio da tradição – conquistada pela aceitação coletiva, tornando-os normativos – é, segundo o dicionário de Câmara Cascudo (2010, p.240), o folclore. Esse termo fora enunciado pela primeira vez por William John Thoms em 1846 nos Estados Unidos, definindo o saber popular (ALMEIDA, 1977, p.3)³⁵. Ao analisarmos a *Carta do Folclore Brasileiro*, podemos assumir que o folclore é um integrante da Antropologia Cultural, responsável pelo estudo pleno da vida popular, nos aspectos de matéria e espírito.

Renato Almeida (idem), define o folclore como um fato presente, com mutações contínuas. Para ele, a tradição do povo deve ser utilizada

³⁴ Graduanda em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo.. E-mail: giuliagarcia.souza@gmail.com.

³⁵ Cabe entender a etimologia da palavra no inglês, sendo *folk*, povo, e *lore*, sabedoria.

como forma de compreender a atualidade, mas não como fato concreto e eterno. Logo, para o estudo da cultura popular é necessário entendê-la como uma realidade fluida e viva. A Companhia da Tribo, fundada em 1996 pelos atores Milene Perez³⁶ e Wanderley Piras³⁷, agrega tal conceito à sua proposta, ao adaptar histórias, corporeidades e cultos típicos do nordeste e dos grupos indígenas do país para o contexto paulista urbano. Dessa forma, visa levar às crianças, por meio de peças infantis, o folclore e a trajetória histórico-cultural brasileira, sem se distanciar excessivamente da realidade na qual a montagem se insere.

É possível traçar um paralelo dessas ações com a postura da grande mídia. Esta, por sua vez, acaba por não tratar das manifestações populares e seu papel na sociedade contemporânea, mantendo foco nos temas mercadológicos que usualmente compõe a *agenda setting*³⁸. Dessa forma, o folclore entra na espiral do silêncio³⁹.

Alinhado-nos com os princípios de Hannah Arendt, de que a narrativa é necessária para a compreensão, podemos compreender que o relato da cultura popular brasileira é imprescindível para atribuir significado a ela. Nesse cenário, algumas iniciativas surgem na busca de inserir o assunto na esfera pública. A folkcomunicação é uma delas, que com Luís Beltrão como expoente, procura narrar a tradição por meio de almanaques⁴⁰, colocando-a em pauta no meio acadêmico. A *Carta do Folclore*

³⁶ Atriz santista. Graduada em artes cênicas pela Faculdade Paulista de Artes. Participou dos cursos Arte do Brincante para Educadores, no Instituto Brincante, e profissionalizante, no Teatro Escola Macunaíma

³⁷ Ator paulistano. Iniciou seus estudos artísticos com oficinas livres de teatro, confecção/manipulação de bonecos, dança clássica e contemporânea, mímica, circo e canto. Atuou no grupo Movimento Ar, coordenado por Vladimir Capella, durante sete anos, e permaneceu por quinze no grupo XPTO como ator e assistente geral.

³⁸ *Agenda setting*: Modelo desenvolvido nos anos 1960, nos Estados Unidos, para explicar as conexões entre o macronível das comunicações de massa e o micronível das relações sociais. A ideia afirma que a mídia determina os assuntos discutidos na sociedade (MARTINO, 2013).

³⁹ Espiral do silêncio: Conceito desenvolvido pela alemã Elizabeth Noelle-Neuman, que consiste na ideia de que uma opinião disseminada pela mídia tende a ser considerada – e, consecutivamente, a tornar-se – pública, inibindo noções contrárias (MARTINO, 2013).

⁴⁰ Cf. CASCUDO, 2001, p.240.

Brasileiro, feita pelo Comissão Nacional do Folclore, também busca garantir a preservação das tradições, por diferentes frentes – da comunicação em massa à educação.

A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E A CULTURA POPULAR

A partir dos anos 2000, com a reforma do Teatro Renault – antigo Teatro Abril –, tem-se presenciado um *boom* do teatro musical no Brasil, com peças importadas da Broadway e reproduzidas, principalmente, no eixo Rio-São Paulo. Apesar do gênero ter surgido na região no século XIX, com as operetas e o teatro de revista (BERGAMO, 2014), houve uma apropriação de técnicas e temas americanos para os palcos do país tropical. Tais mudanças ocasionaram em uma arte que esquece as sonoridades, corporeidades e tradições culturais brasileiras, omitindo a trajetória histórica do país, que forma e torna possível a compreensão de nossas realidades. Desse modo, é criado um paraíso ilusório, que leva as necessidades humanas ao plano do sonho, inserindo-se na lógica da sociedade espetáculo, exposta no livro homônimo de Guy Debord.

A produção capitalista unificou o espaço, que já não é mais limitado por sociedades externas. Essa unificação é ao mesmo tempo um processo extensivo e intensivo de *banalização*. A acumulação das mercadorias produzidas em série para o espaço abstrato do mercado, assim como devia romper as barreiras regionais e legais e todas as restrições corporativas da Idade Média que mantinham a *qualidade* da produção artesanal, devia também dissolver a autonomia e a qualidade dos lugares. Essa força de homogeneização é a artilharia pesada que fez cair todas as muralhas da China (DEBORD, 1997, p.111).

A lógica mundial globalizada, que ocasiona na aniquilação do espaço pelo tempo, como proposto por David Harvey em *Condição pós-mo-*

derna (1989), leva, por vezes, à aculturação. Massificando-nos culturalmente, a contemplação passa a sobrepor a vivência, levando à perda de identidade do indivíduo, à medida que o mesmo não se reconhece nas representações e, conseqüentemente, perde noção de suas origens.

Em contraponto, as brincadeiras que compõem os cultos populares envolvem o público não como simples espectador, mas como brincante. Dessa forma, há uma quebra na lógica do espetáculo, como pode-se perceber ao considerar a análise feita por Debord:

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (...) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos ele vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem mais seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte (DEBORD, 1997, p.24).

As brincadeiras populares, portanto, devolveriam o senso de identidade ao indivíduo, ao apresentarem os gestos, danças e a musicalidade que formaram o Brasil ao longo de sua história. A última montagem da Cia da Tribo, *Pé de Vento*, ao se apropriar de elementos da cultura popular, promove tal estado de interação, tirando seu público da função contemplativa ao promover a vivência de sua apresentação. Wanderley Piras, um dos fundadores do grupo, declarou⁴¹, acreditar que a natureza infantil é por si só participativa, e que o encanto inocente e a falta de preocupação com as normas sociais – que impedem os adultos de uma entrega completa – levam à quebra da quarta parede teatral. A peça acon-

⁴¹ Todas as falas de Milene Perez e Wanderley Piras presentes neste trabalho são provenientes de entrevistas concedidas à pesquisadora entre abril e outubro de 2017, durante o período de ensaios e produção de *Água Doce*.

tece em uma instalação inflável e consiste em uma série de jogos, cenas e performances que colocam o público – majoritariamente formado por crianças – na posição de co-autor.

A TRAJETÓRIA DA TRIBO

A Cia da Tribo, fundada em 1996, surge como um grupo independente de teatro infantil, com um trabalho de pesquisa cênico baseado no estreitamento com a cultura popular. Os principais pontos de interface entre a linguagem do grupo e as tradições brasileiras são⁴² a improvisação, a relação com o jogo, a diversidade rítmica, corporal e vocal, a interação que coloca o público na posição de co-autor e o hibridismo – integrando teatro, dança, música e artes visuais.

A estréia se deu com *Zabumba* (1996)⁴³, no Centro Cultural São Paulo, um musical infanto-juvenil baseado no Bumba-meu-boi. Esse folguedo, por sua vez, nasceu no ciclo econômico do gado, tendo variações por todo o Brasil – com início no nordeste, mas se espalhando até a região sul –, e é definido por Luís da Câmara Cascudo como “(...) produto da tríplice miscigenação, com influência indígena, do negro escravo e do português.” (CASCUDO, 2001, p.80). Para os integrantes da companhia teatral, o boi é a brincadeira que melhor define em jogo dramático a poesia popular, por isso foi escolhida como primeiro trabalho a ser produzido. Na época, não haviam editais e os atores, ainda jovens, não tinham acesso a qualquer outro tipo de financiamento e bancaram a peça de uma forma bastante recorrente aos grupos independentes: por conta própria.

Nessa mesma época, as leis e editais culturais começaram a surgir pelo país. Em 1991 foi instituída a Lei de Incentivo à Cultura – popularmente conhecida como Lei Rouanet – pelo Congresso Nacional. Dando início aos incentivos fiscais para patrocínio artístico, foi acompanhada por fomentos privados e, em 2002, pela Lei de Fomento ao Teatro do

⁴² Segundo material de apresentação da companhia fornecido pela artista Milene Perez.

⁵³ Informações referentes à trajetória do grupo retiradas do material de portfólio fornecido por Milene Perez.

município de São Paulo (Nº 13.279). Os Sescs, que haviam começado a investir em iniciativas culturais em 1982, priorizam essa área a partir da década de 90, ao ampliar sua rede de serviços (SESC, 2017), emergindo para a posição atual, de um dos maiores financiadores de projetos artísticos no país. Em 2006, há o surgimento do ProAC, em suas formas de edital e lei de incentivo no estado de São Paulo. O município também ampliou o alcance de suas medidas, criando o Programa de Valorização a Iniciativas Culturais (2003) – apelidado de Programa VAI – e o Prêmio Zé Renato (2014). Dessa forma, toda a lógica de produção teatral é alterada, passando de editais de ocupação de espaço para financiamentos de montagem e pesquisa e, conseqüentemente, transformando a forma de remuneração dos artistas, anteriormente baseada nas bilheterias e, atualmente, pré-estabelecida no orçamento dos programas.

Nesse cenário, a Cia da Tribo estreiou sua segunda peça, *Romance*, no Teatro Crowne Plaza em 1999. Financiada pelo Projeto Coca Cola de Teatro Jovem para Montagens Teatrais, o espetáculo inspirava-se na linguagem musical dos trovadores europeus do século XI, mesclando danças brasileiras, mitos e a rima da literatura de cordel. Em 2002, apresentaram sua primeira e única obra adulta, *Coronel dos Coronéis* – ainda na linguagem da cultura popular, ao contar à história do precursor da industrialização nordestina, Delmiro Gouveia –, ganhando o Prêmio Estímulo Flávio Rangel para Montagens Teatrais.

A partir de 2003, com *Fazenda de Papel* – encenação do texto de Hugo Possolo e Beto Andretta, que mostra a realidade e valoriza a vida dos catadores, a partir de bonecos, cenário e objetos de papel e papelão – as peças da Tribo passaram a ser, em sua maioria, apresentadas em Sescs. Em tal contexto, foram produzidas *Homem Palco em Contos do Brasil* (2004) – espetáculo de bonecos ambulante, que apresenta três histórias tradicionais do Brasil –, *Dois Corações e Quatro Segredos* (2005) – com texto de Beto Andretta e Liliana Iacocca, a farsa poética que permitiu o aprofundamento do grupo na cultura popular e em seu hibridismo artístico –, *Reisado da Borboleta, do Maracujá e do Pica-pau* (2006) –

adaptação do reisado sergipano – e *Bicho Monjaléu* (2011). Partindo de grandes figuras da cultura nordestina, *Cascos Cascudos* (2006) e *Quixote Caboclo* (2009) também são montadas a partir do financiamento dos Sescs. A primeira, inspirada em três contos de Câmara Cascudo⁴⁴, utiliza de diferentes técnicas de manipulação e construção de bonecos e usufrui de uma trilha musical ao vivo, composta a partir de cantigas populares, e a segunda baseia-se nos poemas de Patativa do Assaré⁴⁵.

As últimas produções da companhia foram *Folia da Tribo* (2012) – show teatral que celebra os folguedos, as danças, as músicas e ritmos populares brasileiros – que teve sua estreia no Parque Villa Lobos e posteriormente, participou dos carnavais de vários Sescs – e *Pé de Vento* (2015). Esse, criado a partir de poemas de Manoel de Barros e memórias afetivas dos encenadores, conta com um roteiro aberto, baseado, majoritariamente na participação do público. A peça, que ocorre dentro de uma estrutura inflável – simulando o interior do corpo humano –, promove múltiplas experiências sensoriais, criadas a partir de jogos, cenas e brincadeiras que envolvem atores e espectadores. Para tal, são utilizados balões de gás hélio, tecidos, projeções, pequenos objetos infláveis e bonecos.

A companhia ocupou os espaços culturais do estado, participando de festivais, mostras teatrais e promovendo oficinas – como a Residência Cênica no Centro Cultural São Paulo em 2010. Além disso, foram premiados diversas vezes por suas montagens e mantém um repertório vivo, que pode ser contratado e, assim, segue sendo apresentado regularmente. Em 2016 fundaram a *Casa da Ladeira*, na Vila Brasilina, que funciona como um centro cultural para os moradores da região, oferecendo aulas e eventos.

⁴⁴ Luís da Câmara Cascudo, nasceu em 1989 em Natal, no Rio Grande do Norte. Conhecido por ser um dos grandes pesquisadores do folclore brasileiro, sendo autor dos maiores escritos teóricos sobre o assunto e, assim, eternizando a essência cultural do povo brasileiro.

⁴⁵ Antônio Gonçalves da Silva, nasceu em 1909 no município de Assaré, sul do Ceará. Filho de pais agricultores, ficou cego do olho direito aos 4 anos de idade, devido a uma doença. Tornou-se um dos maiores poetas populares do país, sendo também cantor, compositor e improvisador. Em seus versos deu voz ao sertanejos excluídos pela classe dominante.

Atualmente, estão no processo de produção do novo espetáculo, *Água Doce*. Baseado em uma pesquisa sobre os rios brasileiros, fornecida pelo Sesc Taubaté. A primeira versão do projeto, escrita há cerca de dois anos, ficara guardada até março de 2017, quando Milene e Wanderley optaram por resgatá-la, alterá-la e dar início ao processo, dessa vez sem financiamento. O início do processo não foi financiado por nenhuma instituição, acarretando em dificuldades técnicas com figurino e cenário durante os ensaios pela falta de verba. Em dezembro, o grupo foi um dos escolhidos pelo Prêmio Zé Renato. O valor de cento e cinquenta e quatro mil reais referia-se à circulação, considerando apresentações em 24 parques da cidade de São Paulo e um processo de seis meses. Assim foi feito e, posteriormente a companhia fechou parcerias com o Sesc, visitando várias unidades pelo estado de São Paulo.

A COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO INFANTIL

Utilizando de bonecos, artifícios e histórias da cultura popular brasileira, os artistas visam comunicar as tradições do país à nova geração. Porém, ao analisar o contexto no qual essa se iniciou, a tarefa torna-se complexa e exige muito mais planejamento do que o suposto pelo senso-comum. Nascidas na 3ª nação mais conectada da Terra, segundo uma pesquisa de 2015 da organização internacional *We Are Social*⁴⁶, as crianças dos dias atuais vivem em um universo conectado e globalizado. A internet e a televisão, ligam os infantes ao mundo, quebrando as barreiras espaciais e permitindo que tenham acesso à toda a cultura global. Entretanto, o entretenimento permanece preso em uma tela e os desenhos e jogos pouco se relacionam com a realidade brasileira, sendo, em sua maioria, importados da América do Norte – produzidos por ou para a população local. A nova geração perde ainda mais o contato com a natureza

⁴⁶ Cf. ESTUDO revela que brasileiro passa mais de nove horas por dia na internet. Portal R7. 22 jan. 2015. Disponível em: < <http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/estudo-revela-que-brasileiro-passa-mais-de-nove-horas-por-dia-na-internet-23012015>> Acesso em: jun. 2017.

– já retirado em partes pela urbanização rodoviarista – e torna-se alienada em relação a seu próprio país. A imaginação também lhes é suprimida, a medida que os desenhos animados e games modernos criam um universo denotativo, sem lacunas para a criatividade infantil, entregando imagens e ideias fechadas, sem nenhuma possibilidade de recriação.

O coletivo teatral contorna tais circunstâncias, de modo a atingir as crianças de forma mais efetiva, a partir de uma metodologia adquirida no trabalho dos atores como arte-educadores. Milene e Wanderley trabalham há 9 anos na Escola Municipal de Iniciação Artística (EMIA), em conjunto com outros profissionais de diferentes áreas – que costumam participar das peças da Tribo como cenógrafos, músicos, bonequeiros ou encenadores. Segundo Milene, as experiências de arte-educadora e artista se reatualizam, pois existe um diálogo constante – proposto pela própria instituição – entre as aulas e o fazer teatral. Apesar de ter participado de projetos de ensino anteriormente, Milene declara ter encontrado algo diferente na EMIA, que a encantou. A liberdade criadora, utilizada para seus roteiros e montagens, era também explorada nas formas de educar, possibilitando um “celeiro de criações”, como definido pela atriz. O momento a levou a um ápice criativo, reinventando a companhia ao aprofundar o olhar sobre o público infanto-juvenil, que deixara de ser simples espectador, para se tornar um colaborador na gênese das montagens.

Para Wanderley, o trabalho como professor deve ser pensado como brincadeira, da mesma forma que a peça. O artista começou a ministrar oficinas teatrais sem saber ao certo os caminhos que deveria seguir e acabou encontrando em seu método, relações diretas com as técnicas que aprendera no curso de licenciatura – quando cursara biologia – e que há tanto tinha esquecido. Assim como definido por Paulo Freire (1979, p.26), a prática e a teoria, para o educador, são indissociáveis, e a ação revelou-se permeada de pedagogia. Entender os conceitos, portanto, tornava-se importante para uma melhor defesa e um aperfeiçoamento da prática. O ator e bonequeiro afirma ser necessário, portanto, estar atento à criança, para perceber quando a “brincadeira” acabou e é preciso

propor algo novo, ou aceitar a proposição dos alunos – desfazendo-se das posições egóicas que podem ser provocadas pela hierarquia do sistema educacional. Assim, aceitando o *background* de cada um de seus educandos, para que a aprendizagem saia de um processo doutrinário e torne-se diálogo.

Por isto mesmo, a expressão ‘extensão educativa’ só tem sentido se se torna a educação como prática da ‘domesticação’. Educar e educar-se, na prática da liberdade, não é estender algo desde a ‘sede do saber’, até a ‘sede da ignorância’ para ‘salvar’, como este saber, os que habitam.

Ao contrário, educar e educar-se, na prática da liberdade, é tarefa daqueles que sabem que pouco sabem (...) em diálogo com aqueles que, quase sempre, pensam que nada sabem, para que estes, transformando seu pensar que nada sabem em saber que pouco sabem, possam igualmente saber mais (FREIRE, 1969, p.15).

Analisando o trecho de *Extensão e comunicação*, nota-se a relação entre as ideias de Paulo Freire e dos atores. Todos crêem ser necessário aproveitar as vivências do educando, transformando o processo educacional em diálogo, com troca ao invés de transferência (extensão) de saberes. Baseando-se fundamentalmente na liberdade, a posição hierárquica do professor sobre o aluno seria evitada. Assim, tanto no educação, como no fazer teatral, as crianças tornar-se-iam co-autoras, complementando com suas experiências o proposto pelos arte-educadores.

As peças da companhia foram afetadas pelo trabalho pedagógico de seus fundadores. Ambos acreditam ser necessário sensibilizar o público, criando uma relação de confiança, para que seja possível levá-los a interagir com a cena. Por meio de um processo de observação de seus alunos e filho, os artistas notaram que a criança de hoje busca a vivência para tornar os acontecimentos significativos. Dessa forma, vêm impor-

tância em aproveitar as oportunidades, abrindo o roteiro e de suas aulas ou peças – ao aqui e agora. A liberdade, portanto, deveria ser nutrida na relação com o infante, fugindo de qualquer postura ditatorial. Para Wanderley, é necessária empatia, colocar-se no lugar da criança e usar da arte para brincar com ela, conseguindo assim transmitir a cultura popular por meio de suas peças de forma significativa a seu público.

A identificação, quebrando a lógica espetacular, é outro caminho utilizado pela Tribo. Os roteiros, a estética e a encenação das peças buscam se aproximar do universo infantil, para que o público se perceba verdadeiramente representado em palco, permitindo a troca promovida pelo teatro, que pretende transmitir o folclore e os elementos que compõe o ser brasileiro. Tomando como exemplo a primeira peça, *Zabumba*, notamos que o corpo do boi, o qual de longe parece bordado – como de costume no folgado tradicional – é ornamentado por pequenos brinquedos, fazendo referência ao cotidiano daqueles que assistem à cena. Em *Cascos Cascudos*, os bonecos utilizados pelos atores estão expostos ao início da apresentação para que a criança os veja como brinquedos que ganham vida na mão das pessoas e percebam-se capazes de brincar e criar também. Dessa forma, a interação ocorreria de forma natural, sem necessidade de coagir o público. A radicalização ocorreu na última montagem, *Pé de Vento*, na qual os textos de Manoel de Barros e os relatos de infância dos encenadores levam o público a reconhecer-se em cena. O roteiro aberto permite que o enredo seja modificado pela participação, levando-se pelo momento presente. A estimulação do imaginário e do envolvimento dos infantes facilitaria o processo de aprendizado, ao tornar a experiência e o conteúdo que a mesma carrega – no caso folclórico, pelos elementos que compõe a peça – significativos.

Milene Perez e Wanderley Piras dizem ser necessário ter consciência de autores e sociólogos que pensam na infância, não só na arte-educação, mas também no fazer teatral. Desse modo, é possível evitar que o artista fale apenas o que deseja, levando-o a expressar aquilo que precisa ser ouvido. Esses conhecimentos, também auxiliam nas es-

colhas estéticas e temáticas dos projetos, para que a mensagem seja transmitida efetivamente.

ANÁLISE DO PROCESSO DE ÁGUA DOCE

Acompanhando o processo de criação da nova peça da Companhia da Tribo, *Água Doce*⁴⁷, é possível analisar os diferentes meios utilizados para levar a cultura popular às crianças. O cerne da montagem são os rios brasileiros, extremamente ligados ao folclore, pela quantidade de mitos vinculados às águas fluvias.

O enredo principal parte da lenda de Iara, adaptando-a de forma lúdica ao universo infantil. A trama consiste na história da índia, que ao se destacar na aldeia, sofre com a inveja e é atacada por uma das irmãs. Defendendo-se, derruba-a no rio, causando sua morte. Iara é amaldiçoada pela aldeia e, com o castigo, torna-se Mãe do Rio. Condenada ao exílio, vai à pororoca, deixando um rastro de poluição e morte. Seu irmão, Abaré, navega para trazê-la de volta e, com ela, toda a vida da água doce. O pequeno indígena trava um embate com a Mãe do Rio, sem saber que é sua irmã, e é durante a briga que se reconhecem. Pelo amor e noção de humanidade, Iara devolve a vida à água doce, mas segue em seu papel mítico, para proteger os rios brasileiros.

Durante sua trajetória, Abaré conhece alguns personagens folclóricos – das culturas indígena, ribeirinha e nordestina – ligados à água doce, permitindo que sejam apresentados ao público em meio à narrativa. Cobra Grande, oriunda de um mito indígena, é a primeira a aparecer na montagem:

O mito (...) é o mais poderoso e complexo das águas amazônicas, exercendo ampla influência nas populações que vivem às margens do Amazonas e seus afluentes. (...) Senhora dos elementos, a Cobra-gran-

⁴⁷ O processo da montagem, a partir das primeiras reuniões com os artistas até os últimos ensaios de novembro de 2017 foram acompanhados pela pesquisadora Giulia Garcia. As informações presentes neste item são fruto de entrevistas, ensaios ou constam no próprio roteiro da peça.

de tinha poderes cosmogônicos, explicando a origem de animais, aves, peixes, o dia e a noite. Mágica, irresistível, polifórmica, aterradora, a Cobra-grande tem, a princípio, a forma de uma sucuriju ou uma jibóia comum. Com o tempo adquire grande volume e abandona a floresta e vai para o rio. Os sulcos que deixa à sua passagem transformam-se em igarapés. Habita a parte mais funda do rio, os poções, aparecendo de vez por outra na superfície (CASCUDO, 2001, p.144).

Posteriormente aparecem Cabeça-de-cuia – monstro dos mitos nordestinos, com origem no Piauí, que tem o formato da cabeça semelhante a uma cuia e costuma aparecer na superfície das águas nas noites de lua-cheia para comer meninos que nadam no rio (CASCUDO, 2001, p.86) –, o Pirarucu – peixe gigante das águas doces, comum às culturas ribeirinhas (CASCUDO, 2001, p. 521) – e outros seres da cultura popular.

Figura 1 – Iara e o Cabeça de Cuia



Crédito: Divulgação

Os personagens e peixes são representados por bonecos, confeccionados por Adriano Castelo Branco⁴⁸ a partir de materiais recicláveis, sucatas e objetos de descarte, cotidianos para as crianças da região urbana. Pela identificação – potencializada pelo tamanho, cores, forma de movimentação e sons emitidos pelos bonecos –, elas entram na lógica de jogo, comum aos brinquedos populares. Dessa forma, dão lugar a vivência, atribuindo significados aos temas tratados na peça.

Encenada apenas por quatro atores, que representam os diferentes personagens, a montagem estabelece códigos com o público. Ao invés de roupas, maquiagens e encenadores diferentes para cada figura da peça, são mudados adereço, voz, linguagem corporal e acrescentados, ou não, bonecos. Portanto, as crianças tem uma lacuna de informações para ser preenchida com sua própria criatividade, indo além do que lhes é entregue visualmente e dando espaço à imaginação infantil.

Figura 2 – Iara e o Peixe Deus



Crédito: Divulgação

⁴⁸ Adriano Castelo Branco: artista visual, arte educador e construtor experimental de instrumentos musicais. Formado pela Universidade de Belas Artes de São Paulo.

A direção musical, obra do ator e músico Rogério Almeida, busca qualidades e nuances sonoras na ancestralidade e nas manifestações culturais brasileiras que tem na água o ícone principal de suas criações, tais como a Marujada – auto tradicional com tambores, cuíca, pandeiros, rabeca, viola, cavaquinho e violino como instrumentos, comum da Bahia ao Sul (CASCUDO, 2001, p.369-370) – a Nau Catarineta – xácara portuguesa de assunto marítimo, que convergiu para o auto do Fandango (CASCUDO, 2001, p.416-418) – e o Caboclinho – folguedo popular que se apresenta pelas ruas da Paraíba e do Ceará, com os grupos vestidos de índios ao som do ganzá, e de pequenas flautas e pífanos (CASCUDO, 2001, p.89-90). A trilha sonora é elaborada em duas vias: criação de novos temas e a utilização de temas do cancionero popular e de domínio público, levando-os aos ouvidos infantis, acostumados, na maioria, com músicas estrangeiras ou temas dos desenhos animados que assistem – e que pouco se relacionam com a brasilidade.

Considerando a pouca proximidade das crianças da zona urbana com a natureza, a Cia da Tribo buscou formas de reaproximar o público da água doce. O início da encenação reproduz uma rede de encanamentos – que relaciona os rio à retificação ou a esgotos a céu aberto – e posteriormente usa para simbologias cênicas, guarda-chuvas. Ambas as referências, mais próximas da realidade dos espectadores. A partir disso, tratam das enchentes, entre outros fenômenos naturais, relacionando-os com as ações humanas atuais e feitas durante nosso período de urbanização. Os locais escolhidos para a circulação da peça – garantida pelo Prêmio Zé Renato – também se relacionam com a água doce, tendo rios em seu entorno ou subterrâneo. Dessa forma, há uma aproximação da ficção à realidade, quebrando o paraíso ilusório proposto pela espetacularização e permitindo que as crianças relacionem o assunto da peça a suas vivências.

Visando trazer o universo indígena sem estereotipá-lo ou restringir a representatividade a um só grupo, a aldeia de Iara é uma criação da companhia. Mesclando referências reais com um contexto urbano e plás-

tico – em figurino e cenário –, são propiciadas empatia e afetividade das crianças com as personagens, aproximando-as.

A disposição do palco, em formato de corredor, simula um rio, tendo o público às margens. Há a quebra da quarta-parede – comum ao palco italiano –, influenciando na postura do público, que não só contempla, mas também seja parte da montagem. A encenação com os bonecos e tecidos – que simbolizam os rios – quebra a quarta parede teatral, envolvendo os infantes. Os atores movimentam os tecidos sobre as crianças, brincando com as formas e a dinâmica das águas. Para que os bonecos sejam percebidos como brinquedos, que ganham vida nas mãos de alguém – da mesma forma que ocorre em Cascos Cascudos, como dito anteriormente –, são levados próximos ao público e interagem com ele. Com isso, dá-se lugar à vivência e é retomada a noção de identidade, propiciada também pela identificação com o universo infantil e a reaproximação com o contemporâneo – mostrando que o folclore não está apenas no passado. É quebrada a lógica espetacular.

Figura 3 – Apresentação



Crédito: Divulgação

O TEATRO ARTESANAL E A MÍDIA

Nos primórdios da companhia, a divulgação era feita pelos grandes jornais – até então acessíveis para os artistas. Fotos eram reveladas e seus versos eram preenchidos com o nome dos atores e do fotógrafo. Junto com os *releases*, eram colocadas em envelopes e levadas às redações. Segundo Milene e Wanderley, o espaço reservado nas páginas era maior, permitindo críticas mais aprofundadas e uma maior visibilidade. Consequentemente, as peças adquiriam valor, sendo levadas à esfera pública e assim, ganhando espaço em meio à população. Isso relaciona-se com o modelo de agenda setting, à medida que os meios de comunicação, ao dar importância à determinados temas, moviam a agenda pública. Ou, seja, as produções adquiriam uma visibilidade social por serem parte da agenda midiática.

Com o passar dos anos, o aumento da população urbana, a evolução tecnológica e o crescimento dos grupos de teatro independentes e da televisão, os jornais tornaram-se menos acessíveis à classe artística. A divulgação setorizou-se e, segundo os artistas da Companhia da Tribo, as peças infantis, praticamente perderam seu espaço nas publicações. Em um Brasil globalizado, a arte deixava de refletir as raízes de seu povo e assumia um caráter internacional. A cultura popular deixava de ser defendida e o senso-comum passou a considerá-la de menor qualidade, inferior, como pode ser confirmado por relatos dos atores – de que pais das crianças que os assistem assumem um preconceito em relação à cultura brasileira e dizem surpreender-se positivamente com o que vêem nas apresentações. Assim, o assunto adentra a espiral do silêncio, sendo omitido para não divergir da opinião dominante.

Segundo Wanderley, para ser divulgado pelos grandes veículos atualmente, é necessário ser midiático, é preciso produzir conteúdo constantemente. Essa postura seria contrária à lógica do teatro artesanal, impossibilitando o aprofundamento de técnicas e pensamentos pelo curto tempo de produção. Portanto, visando preservar a qualidade de suas montagens

e a proposta do grupo, a Cia da Tribo costuma apoiar-se na mídia alternativa. Essa costuma ser dividida em nichos específicos – tratando por vezes apenas de teatro infantil, bonecos, ou folclore – e conhece o histórico do coletivo teatral. A divulgação bruta cabe mais às instituições que recebem o espetáculo. O ideal para voltar a aparecer na grande mídia, na opinião dos artistas, seria contratar um assessor de imprensa, o que é fora da realidade de grupos independentes, pelos baixos valores fornecidos pelos editais.

Nesse contexto, surge a folkcomunicação⁴⁹. Essa, visa impedir o desaparecimento de temas folclóricos, mantendo as narrativas populares brasileiras para atribuí-las significado. Desenvolvida por Luís Beltrão, a disciplina científica baseia-se majoritariamente em almanaques, e pode funcionar como uma forma de contra-agendamento. Essa lógica buscaria introduzir a cultura popular na agenda pública, para que assim pautasse os jornais. A medida, apesar de aparecer na contramão dos costumes de nossa sociedade, tornou-se mais frequente após o aparecimento das redes sociais, que acabam por ampliar os assuntos de modo a tornarem-se de interesse público – como foi possível notar com o caso do estupro coletivo em 2016 e o jogo da Baleia Azul no primeiro semestre de 2017.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Companhia da Tribo, por meio de suas peças seria um exemplo de resistência à sociedade do espetáculo. Ao unir produções infantis, baseadas em comunicação – e assim opondo-se à lógica da extensão – com os cultos populares brasileiros – que naturalmente quebram a quarta parede teatral, substituindo contemplação por vivência – propõe o fim do paraíso ilusório. Retomando a trajetória histórico-cultural do país, por meio de suas corporeidades, sonoridades e imaginário, os artistas possibilitam uma retomada de identidade dos espectadores, que se vêem representados

⁴⁹ Disciplina científica criada por Luís Beltrão em 1967. Também denominada como Folclore e Comunicação de Massa (CASCUDO, 2001).

nas cenas híbridas, que segue a dinâmica de jogo – presente nas danças dramáticas tradicionais. Com foco nos infantes, e seguindo linhas pedagógicas, ao alinhar-se com o trabalho na arte-educação, Milene Perez e Wanderley Piras, possibilitam à nova geração uma oportunidade de ligar-se às suas raízes e enxergar a beleza oculta pelo complexo de vira-lata⁵⁰.

A folkcomunicação, por sua vez, apareceria como uma outra saída. Sendo uma possibilidade de narrativa do folclore brasileiro, a disciplina poderia não só manter as tradições vivas, como propôs Luís Beltrão e como insinua a *Carta do Folclore Brasileiro*, mas dar voz a esses grupos e outras iniciativas de preservação da cultura popular. Em conjunto, as medidas poderiam ser utilizadas como formas de contra-agendamento, fomentando a cultura popular na agenda pública para dessa forma atingir a agenda midiática, em um processo cíclico. Aumentando assim a visibilidade e o valor atribuído ao folclore pela população em geral, opondo-se ao complexo de vira-lata e permitindo a retomada das raízes brasileiras pela nova geração.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. Folclore. 2ª edição. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, 1977. 14 v. v. 3: Cadernos do Folclore.

AMARAL, A.; PARDO, J. Em busca de corporeidades para o ator/bailarino a partir da dança tradicional do Cavalo Marinho. São Paulo.

BERGAMO, G. N. O teatro musical nos palcos do Brasil: Questões do processo histórico do gênero musical. Florianópolis, 2014. Trabalho acadêmico (Graduação em Artes Cênicas). Universidade Federal de Santa Catarina.

BRITO, A. I. A. Patativa do Assaré: porta-voz do sertão. Conexão – comunicação e cultura (UCS). Caxias do Sul, v.8, n.16, p. 179-193. jul./dez. 2009

⁵⁰ Expressão criada pelo dramaturgo Nelson Rodrigues. Consiste na inferioridade com a qual o brasileiro se coloca em relação ao resto do mundo.

CASCUDO, L. C. ; Dicionário do folclore brasileiro. 10ª edição. São Paulo: Global Editora, 2001.

COMISSÃO NACIONAL DO FOLCLORE. Carta do Folclore Brasileiro. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/folclore/carta.pdf>> Acesso em: jun. 2017

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Tradução de Estela dos Santos Abreu. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

ESTEVES, G. S. A Broadway não é aqui – Teatro musical no Brasil: Uma diferença a se estudar. São Paulo, 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu, Faculdade Cásper Líbero.

ESTUDO revela que brasileiro passa mais de nove horas por dia na internet. Portal R7. 22 jan. 2015. Disponível em: < <http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/estudo-revela-que-brasileiro-passa-mais-de-nove-horas-por-dia-na-internet-23012015> > Acesso em: jun. 2017.

FREIRE, P. Extensão ou comunicação. Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 4ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

GONÇALVES, J. R. S. Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios. Rio de Janeiro, 2004. Dissertação (Pós-graduação em Ciências Sociais). Programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

HARVEY, D. Condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Tradução de Adajil Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 17ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

MARTINO, L. M. S. Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos. 4ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Lei de Fomento ao Teatro. Disponível em: <www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/noticias/?p=7298>. Acesso em: 27 jun. 2017.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Programa VAI. Disponível em: <www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/fomentos/index.php?p=7276>. Acesso em: 27 jun. 2017.

PORTAL BRASIL. Lei Rouanet. Disponível em: <www.brasil.gov.br/cultura/2009/11/lei-rouanet>. Acesso em: 27 jun. 2017.

SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. ProAC SP Perguntas frequentes. Disponível em: <www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.426e45d-805808ce06dd32b43a8638ca0/?vgnnextoid=9708493731a91410VgnVCM-1000008936c80aRCRD>. Acesso em: 27 jun. 2017.

SESC. A Cultura no Sesc. Disponível em: <www.sesc.com.br/portal/cultura/Cultura_no_Sesc/>. Acesso em: 27 jun. 2017.

SESC. Nossa história. Disponível em: <www.sesc.com.br/portal/sesc/o_sesc/nossa_historia/>. Acesso em: 27 jun. 2017.

PARTE III

Produtos Midiáticos e Consumos

NARRATIVAS HÍBRIDAS SOBRE A SAÚDE NA TELEVISÃO

Amanda Souza de Miranda⁵¹

INTRODUÇÃO

Este estudo reúne resultados de uma pesquisa de doutorado que investigou os movimentos de hibridação entre as narrativas médico-científicas e as narrativas populares, a partir de uma experiência etnográfica e da análise de edições programa *Bem Estar*⁵², exibido na *Rede Globo*. Enquanto a tese apresenta uma preocupação mais generalista na compreensão do jornalismo especializado, suas características e seu papel na configuração de um produto utilitário voltado à audiência televisiva, o presente artigo faz da televisão um núcleo epistemológico, na tentativa de apresentar algumas de suas marcas enquanto dispositivo popular massivo.

Apresentamos, de saída, o conceito chave que norteia estas reflexões: a hibridação, tal como compreendida por Canclini (2003), é aqui apresentada como lugar de encontro entre práticas e processos distintos, resultando em objetos singulares. Neste caso, o encontro dos textos científicos da saúde com as práticas, rotinas e linguagens do jornalismo não resulta somente num produto adaptado, mas sobretudo em uma unidade construída para ser consumida por uma audiência vasta, heterogênea e popular. Trata-se de uma recriação ética, técnica e estética.

⁵¹ Doutora em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, realizou doutorado-sanduíche (bolsista Capes) na Universidade de Leicester (Inglaterra). Mestre em Educação Científica e Tecnológica pela mesma instituição. Desde 2019 faz parte do Mi-diAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP) e é pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da USP.

⁵² O programa Bem Estar, em 2019, saiu da grade diária matinal da *Rede Globo* e passou a ser um quadro temático no *talk show Encontro com a Fátima Bernardes*, que eventualmente também tratava da temática da saúde. Esses resultados, entretanto, não se restringem ao seu objeto empírico, ilustrando e descrevendo um fenômeno cultural de um dispositivo popular massivo.

Canclini (2003) aponta, em seus estudos, que a hibridação acaba sendo tanto um processo que permite a sobrevivência da cultura indígena e camponesa, misturada à cultura popular, quanto um meio de modernização da cultura de elite. Isso nos coloca diante de um duplo caminho: ao mesmo tempo em que um saber pode ser recomposto e atualizado a partir de sua adesão ao popular, sua popularidade pode lhe conferir abrangência o suficiente para se expandir. É o que acontece, pois, no programa televisivo a ser analisado.

Aqui, a televisão surge não como mídia, mas como um símbolo do afeto, como uma marca cultural constituidora de normas, modelos e padrões a partir de sua força e de sua forma narrativa. Procuramos, assim, mirá-la como um espaço no qual as especialidades tradicionais do jornalismo surgem com uma dificuldade a mais, qual seja, a de dialogar com uma audiência plural e heterogênea, especialmente em uma emissora líder na TV aberta.

Os momentos em que as hibridações aqui descritas ocorrem são estudados a partir do mapeamento dos processos produtivos da redação do *Bem Estar*, investigados durante uma incursão etnográfica de três dias, na sede da *Rede Globo* em São Paulo, em setembro de 2015. Além do diário de campo, em que registraram-se rotinas, impressões e características da produção do programa, foram realizadas seis entrevistas: com a editora-chefe, a editora de produção, dois apresentadores, uma produtora e uma médica-consultora. Destas, apresentaremos somente três. A coleta de dados foi mediada pela *Globo Universidade*, que autorizou a pesquisa após o cumprimento de ritos internos.

Este artigo divide-se em duas partes. Na primeira, descreve-se e explicita-se a metodologia de trabalho, que combina dois modelos clássicos da pesquisa em comunicação. Na segunda, discute-se um conjunto de resultados de pesquisa que auxiliam na caracterização de práticas produtivas da televisão, bem como descrevem seus produtos a partir de uma perspectiva culturalista.

O CIENTÍFICO E O POPULAR NA TELEVISÃO

Esta seção busca explicar escolhas metodológicas que utilizamos para compreender as hibridações entre o científico e o popular na televisão. Trata-se de um movimento importante, considerando que foram os insights obtidos no campo etnográfico que permitiram que percebêssemos que produtos televisivos têm complexidades que precisam ser cercadas para se evitar generalizações apressadas.

Chamamos de etnografia da narrativa (MIRANDA; SILVA, 2018) o cruzamento da experiência etnográfica com procedimentos da análise da narrativa jornalística (MOTTA, 2013). Na prática, no estudo aqui apresentado, isso se deu indo a campo, durante três dias, e, posteriormente, analisando os episódios construídos pela equipe durante o período observado. A ideia era questionar de que modo o que vimos e registramos em diário se efetivou no programa que foi ao ar, além de perceber como o programa era pensado e elaborado, desde o primeiro *insight* nas reuniões de pauta. Trata-se de uma tentativa de desvelar “como aspectos produtivos se materializam nos produtos e, ao mesmo tempo, como os produtos influenciam e orientam tais processos” (MIRANDA; SILVA, 2018).

A etnografia é uma abordagem usual nos estudos em jornalismo, no lastro dos estudos de *newsmaking*, que investigam a produção jornalística mapeando suas rotinas, práticas e agentes. A metodologia, utilizada pela socióloga Gaye Tuchman de modo pioneiro, também foi apresentada por Traquina (2012) como tendo “o intuito de ‘entrar na pele’ das pessoas observadas e compreender a atitude do ‘nativo’”. Foi, ainda, base do trabalho de Vieira (2018, p.134), que propõe, conforme a abordagem do antropólogo Bruno Latour, o mapeamento de controvérsias, sugerindo “um caminho de pesquisa cujo resultado é a própria descrição, o próprio relato etnográfico (...) entendido menos como resultado e mais como ação”.

Este relato, baseado no diário de campo, nas entrevistas e no material oferecido pela produção (entre roteiros e arquivos de pauta), foi fundamental para orientar novas hipóteses da pesquisa, que até então sustenta-

va-se na ideia de que o saber popular não tinha espaço no programa *Bem Estar*. Ele originou um texto de mais de 100 páginas, com descrições, por categorias, e os primeiros movimentos analíticos.

A metodologia, no entanto, só teve forma quando este texto foi categorizado a partir da análise crítica da narrativa jornalística (MOTTA, 2013), outro caminho bastante adotado nos estudos de comunicação e jornalismo. Segundo essa perspectiva, materiais jornalísticos são histórias que nos conectam ao nosso mundo temporal, construindo imaginários. São, ainda, pontes para a compreensão da cultura, daí sua relação com estudos da literatura e também da antropologia.

Neste artigo, apresentamos duas, das três camadas narrativas sugeridas por Motta (2013): a camada da expressão, que se atém ao universo mais visível da linguagem e da estética e a camada do enredo, em que as histórias se apresentam como intriga, como um fio narrativo com início, meio e fim. Na etnografia da narrativa, estas camadas são como guarda-chuvas, que abarcam também as categorias elencadas a partir do relato etnográfico. Na sequência, apresentamos discussões e resultados a partir desse percurso metodológico.

HIBRIDAÇÕES NA TELEVISÃO

Ao descrever a televisão como uma forma social popular, Williams (2016) assegura a sua inegável força política, sua agência e relevância nas estruturas sociais capitalistas. E, ao invés de naturalizar ou simplesmente se opor a esse papel resgatando as teorias da manipulação, ele se dedica a compreendê-la em suas características.

Uma delas é o que chama de fluxo, identificada durante sua temporada em contato com a TV norte-americana. Esta mesma característica é o que faz com que, na linguagem cotidiana, as pessoas digam que assistem televisão, e não o seu programa preferido. É como se os diferentes formatos televisivos disponíveis em um mesmo canal fossem uma estrutura narrativa só – aquela que faz com que um telespectador comece a manhã na TV *Globo* assistindo uma receita no programa *Mais Você*, aprenda

dicas de uma vida saudável no *Bem Estar* e termine a manhã em um *talk show* com o *Encontro com Fátima Bernardes*.

Para Williams, essa é uma das características mais reveladoras da programação televisiva, pois “o efeito do fluxo disseminou-se suficientemente para ser um dos elementos principais na política de programação” (WILLIAMS, 2016, p. 103). Por esse mesmo motivo é muito raro ver, nas emissoras que lideram audiência, transições muito bruscas de horário ou produtos sem nenhuma afinidade temática distribuídos em sequência. Esta estratégia é utilizada para manter o telespectador sintonizado. É, também, o que pode explicar a popularidade da televisão e sua abrangência e penetração, mesmo em tempos de ascensão dos produtos audiovisuais digitais.

Socialmente, esse conjunto de máquinas e aparelhos caracteriza-se pelas duas tendências aparentemente paradoxais, mas profundamente interligadas, da vida moderna industrial e urbana: por um lado, a mobilidade, por outro, à primeira vista mais autossuficientes, os lares. O período anterior de tecnologia pública, mais bem exemplificado pelas estradas de ferro e pela iluminação das cidades, era substituído por um tipo de tecnologia para o qual ainda não se tinha encontrado um nome satisfatório; essa que servia, ao mesmo tempo, a um estilo de vida móvel e focado no lar: uma forma de *privatização móvel*. A radiodifusão, em sua forma aplicada, foi um produto social dessa tendência distintiva (WILLIAMS, 2016, p. 38).

Esse estilo de vida focado no lar, na vida privada, indica o papel da televisão como um agente familiar. Alguém a quem se escuta, alguém com quem é possível se informar e se divertir, alguém que cede conselhos e participa de um cotidiano. Trata-se, em suma, de um meio que fomenta afetos – afetos esses que são construídos e solidificados a partir de gestos de hibridação.

O texto que se segue discute parte dos resultados de uma pesquisa que buscou descrever e compreender os encontros entre o científico e o popular no jornalismo especializado em saúde. Aqui, optamos por um recorte pertinente a questões bastante singulares da televisão como dispositivo popular massivo, tendo em conta o estudo do programa *Bem Estar*. Tais questões sugerem que o compromisso de atrair a audiência e, mais do que isso, de engajá-la pelo afeto, força a produção a hibridizar textos da medicina e da ciência com elementos do universo simbólico do popular. Este gesto estético faz com que a noção positivista de racionalidade médico-científica também seja subvertida no audiovisual, já que seu compromisso com um regime de saber poder é também hibridizado e recriado.

A expressão e a hibridação ao melodrama

Do ponto de vista da narrativa, a camada da expressão, segundo orienta Motta (2013), é aquela mais visível, o que podemos chamar de acessível a olho nu. É onde procuramos marcas de linguagem, modos de falar, gestos, cenários e recursos que servem para serem mostrados, para aparecerem em primeiro plano nas narrativas. No caso deste estudo, identifica-se a camada da expressão como lugar de encontro entre o texto científico, que interessa ao jornalismo, com o popular, que também interessa pela possibilidade de engajar a audiência.

A primeira característica identificada ainda durante a incursão etnográfica no *Bem Estar* foi sua potencialidade de criar objetos sensíveis que transformavam a ciência e a saúde em um universo lúdico e agradável à audiência. Isso se dava especialmente pelo cuidado cenográfico e cênico apresentado durante a preparação das pautas e a produção dos programas ao vivo, que sempre contam com demonstrações de fenômenos e processos biológicos, seja em infográficos, seja em analogias com artefatos de uso geral.

Mas não era apenas isso: os espelhos e roteiros dos programas, que também pudemos analisar, contavam histórias com começo, meio e fim

e com a construção de personagens que imediatamente associamos à estrutura do melodrama, na compreensão de Martin-Barbero (2011).

A gente tem uma preocupação das conversas não se estenderem demais, não ficar só um blábláblá e a gente poder usar nossas demonstrações, nossos recursos gráficos, que a gente acha que ajudam a atrair, ajudam a fixar a audiência. Então nesse aspecto a gente tenta mesclar um pouco de tudo: um pouco de pergunta, um pouco de conversa, um pouco de recurso gráfico, de recurso holográfico, de entretenimento, de descontração (Mariana Ferrão, apresentadora, em entrevista concedida à autora em 29 de setembro de 2015).

Tais *insights* iniciais se consolidaram ao longo da observação e foram confirmados na análise de 10 edições do programa⁵³, resultando na demarcação de um primeiro movimento de hibridação no plano mais visível da narrativa: o encontro entre a informação jornalística sobre ciência e saúde ao universo de símbolos e marcas do melodrama, estética popular na cultura latina e que, por isso, produz um sensível que facilmente afeta as audiências populares⁵⁴.

O processo de hibridação entre a informação em saúde e o melodrama, no âmbito da produção, particulariza-se precisamente em duas categorias analíticas. A primeira toma o melodrama como uma estética que promove sensações de medo, entusiasmo, dor e riso (MARTÍN-BARBERO, 2011) e a segunda o toma como um espetáculo visual e sonoro (idem).

⁵³ Conforme já explicitado, combinamos a etnografia a análise de dez episódios do programa, selecionados com base nas reuniões de pauta que acompanhamos e em uma amostra aleatória, entre os anos de 2011, em que o *Bem Estar* estreou, e 2017, ano de encerramento desta pesquisa. Os programas, todos temáticos, tinham como pauta: doenças cardíacas, óleos essenciais, meditação, parto, o risco dos raios, alimentos milagrosos, AVC, ronco, megahair e redução de estômago.

⁵⁴ Segundo a editora-chefe do *Bem Estar*, sua audiência é formada essencialmente por mulheres, das classes C e D.

Com relação às sensações, a dupla medo-dor se apresenta nas narrativas por sua adesão ao mundo fático, o que se associa diretamente às necessidades da informação jornalística. Ela é acompanhada sempre de receitas médicas, de comentários das fontes especializadas. Numa das edições que analisamos, cujo tema eram os raios, o engenheiro eletricista faz a advertência: “Evite qualquer tipo de água, mar, piscina ou rio. Risco maior é dentro da água. Saia imediatamente”. As frases são imperativas e buscam construir a noção de que o medo é um recurso para fugir ou minimizar a dor. A mensagem não precisa ser metafórica, como muitas vezes ocorre nas telenovelas ou melodramas clássicos.

Do mesmo modo, sentimentos como entusiasmo e humor também ganham corpo na estrutura estética do melodrama. Por isso, é comum que, em telenovelas, por mais dramática que seja a história central, sempre haja núcleos responsáveis por fazer rir, por trazer um contorno mais leve à narrativa. O *Bem Estar* também recorre a esses recursos no eixo da expressão – o que ocorre particularmente na figura do então apresentador, Fernando Rocha, que inúmeras vezes se tornou meme nas redes sociais por sua forma de ancorar o matinal.

O modelo de “apresentador circense”, tal como registra Martín-Barbero (2011) também é bastante usual nos formatos populares. É a tipificação do sujeito boa praça, com o qual a audiência se identifica fácil e rapidamente. O papel de Fernando, que ele mesmo registrou em entrevista, é dar leveza à seriedade do *Bem Estar*, além de promover uma identificação com classes populares, que já o reconheciam de reportagens segmentadas para o mesmo público, durante sua atuação como jornalista em um telejornal de São Paulo, como ele mesmo lembra: “Era um repórter que tinha envolvimento com o público que o programa buscava no início. Um público da classe C e D, da zona leste de São Paulo, eu era um repórter muito popular.”

Em um episódio sobre megahair, Rocha faz piadas com o piolho que não pula. E brinca com a “caspa” cenográfica que a produção lhe providenciou. Além disso, é responsável por levar mensagens com um tom

mais otimista e menos técnico à audiência, como no programa sobre meditação, em que sugere ao telespectador que “Não brigue, faça as pazes com o seu pensamento”.

A multiplicidade de sentimentos e sensações engendradas por sua narrativa, portanto, é uma das chaves para a compreensão do *Bem Estar* como narrativa híbrida – que surge a partir da realidade fática, mas que a reconstrói permanentemente. Ora, se a saúde é um assunto que interessa à humanidade, transformá-la em uma narrativa sobre humanos é um recurso que gera não só empatia e identificação, mas apela às sensações partilhadas, comuns a todos nós.

A ideia do espetáculo também se apresenta no *Bem Estar* desde as primeiras reuniões de pauta. O espetáculo visual está essencialmente relacionado ao conjunto de imagens que ele dispõe para se comunicar com a audiência. A preocupação com o que está no detalhe das câmeras é real e foi percebida diretamente do *switcher* de onde a editora coordena a transmissão ao vivo, priorizando planos bem detalhados, captando movimento de mãos, trazendo o foco para os objetos cênicos.

Mas essa preocupação com o visual começa antes, já na produção, como indica o material levado pela produtora Adriana Soderi para a reunião de estúdio do programa sobre megahair. Além de tópicos explicativos sobre a pauta do programa e o que seria discutido, há uma preocupação com o que vai ser mostrado e como. No documento, ela sugere:

Pensei num modelo de cabeça com fios longos e alguns pesinhos nas pontas. A Dra. Márcia explica que fios longos podem ser muito pesados e a tração leva à queda. Além disso, fios pesados podem causar dor no couro cabeludo. Nestes casos, é preciso tirar o megahair (E-mail da produção, sobre um dos programas do *Bem Estar*).

O e-mail também contém uma série de cinco imagens aproximadas, em close, repassadas pela produtora à equipe da reunião. Nessas imagens

é possível ver detalhes dos tipos de aplique – efeitos que acabam sendo captados no estúdio com a presença das mulheres que possuem mega hair. Tal prática converge com a compreensão da editora-chefe sobre do que é feita a TV: “de zoom, de primeiro plano, do que a gente chama de *insert*, de detalhe.

De fato seria muito complexo falar sobre aspectos relacionados ao corpo humano sem mostrar alguns de seus detalhes. Mas nem sempre representar determinados órgãos é tarefa esteticamente agradável. No episódio sobre doenças cardíacas, por exemplo, o coração surge na sua representação romântica popular, e não como imagem real.

Em edições menos focadas em órgãos, como é o caso da sobre raios, meditação e óleos essenciais, o espetáculo visual se concentra em outros aspectos. No programa sobre meditação, a montagem de um estúdio zen, com objetos usados na meditação, é destacada em sucessivos *frames*. Já no de óleos, a textura dos produtos e o formato de folhas e flores também surgem focalizados. Já na edição sobre raios, que do ponto de vista representacional pode parecer mais desafiador, é a mesa holográfica em 3D que convoca o telespectador a ver. São, enfim, recursos múltiplos e diferenciados de acordo com a pauta, mas todos convergem em uma especificidade: a visualidade como dimensão de expressão e como recurso essencial à televisão e à própria cultura de massa.

A própria editora-chefe levanta esse aspecto ao tratar de uma percepção quanto ao seu público e ao horário de exibição do programa. Ela explica que o *Bem Estar* entra no ar em um momento de muito barulho na vida doméstica: máquina de lavar ligada, crianças brincando na sala, panela de pressão apitando. Em um cenário como esses, todo o apelo visual é necessário.

O tempo todo tem tarjas no programa, pra que as pessoas saibam do que a gente tá falando e o que tá no ar. O tempo todo tem pergunta, porque quando eu imprimo uma pergunta no ar, você consegue enxer-

gar na pergunta o tema que a gente tá falando. Então, por isso é tudo escrito, por isso tem esse detalhe. Se a água tá quente, tem que estar escrito: água quente (Patrícia Carvalho, editora-chefe, em entrevista concedida à autora em 29 de setembro de 2015).

Dito deste modo, é possível entender porque o espetáculo visual é um potencial engajador de audiência e um dos eixos mais potentes na estrutura estética do melodrama: captar ao sensível pelo estímulo a um sentimento tão importante como o da visão é uma forma de dar unidade e coesão, de endereçar uma mensagem a um público e convocá-lo ao diálogo. Por isso o programa também se utiliza de *letterings* e do texto escrito a todo momento, mesmo quando aquela informação parece ser redundante.

Nesse sentido, o espetáculo sonoro não pode ser desprezado ou subvalorizado, pois vem no mesmo pacote de apelos sensoriais. Presenciamos, também da *switcher*, um momento em que a editora-chefe deu uma amostra concreta da importância e relevância do áudio para a edição. Num dos VTs da edição sobre óleos essenciais a trilha sonora simplesmente não subiu, deixando-a bastante irritada. Quando o programa terminou, ela procurou saber o motivo do erro, já que tinha liberado o material com música, como de costume. O deslize técnico descaracterizou a edição, pois é regra no *Bem Estar*: toda reportagem tem trilha sonora, não há espaço para silêncios.

Nos programas sobre raios e meditação, a sonoplastia lembra muito a do rádio e a do teatro, pois sua representação se dá sobre barulhos de trovões, trovoadas e de meditação, recursos que não costumam ser acionados com frequência no jornalismo, a não ser que componham o universo fático. Portanto, mais do que recorrência típica de produtos televisivos por conta de seus mecanismos e potenciais técnicos, o apelo ao visual e ao sonoro diz respeito à preocupação estética típica do melodrama, cuja primeira referência é o teatro, mas cuja apropriação pela televisão é inegável como elemento do popular.

O enredo e a hibridação que constrói um saber

O enredo é uma das camadas mais utilizadas na análise da narrativa jornalística, considerando-se seu papel de construir e solidificar imaginários. É a partir dele, também, que se estudam os personagens, caracterizados, no melodrama, a partir de arquétipos bem definidos: o herói, o vilão, o bobo e o mocinho são necessários para que a história se materialize.

A experiência etnográfica realizada na redação, bem como a análise dos 10 episódios do *Bem Estar*, resultaram no que chamamos de “demarcações teóricas da hibridação” (MIRANDA, 2018), perceptíveis nos processos produtivos e no enredo, formulando três sentenças básicas: as histórias sobre a saúde são elaboradas por um a partir de um outro, o que caracteriza a compreensão da produção jornalística como um espaço marcado por alteridade; as histórias sobre a saúde são tradução cultural, o que exige movimentos de reescrita; e as histórias sobre a saúde são um saber híbrido, o que resulta do encontro do saber científico com o popular.

Em suas práticas e rotinas produtivas, o jornalista está sempre em contato com um outro que corresponde a um sujeito a ser representado. Na prática, chamamos-lhe fontes, mas nos estudos de narrativa é comum compreendê-los como personagens. Miranda e Silva (2017) trataram disso ao analisar uma edição do programa *Bem Estar*. Entre as conclusões acerca da narrativa produzida na edição, está a de que os jornalistas se colocam sempre na posição do outro, qual seja a fonte técnica especializada do campo da medicina e o paciente.

Tal dimensão diz respeito às particularidades das rotinas e processos produtivos do jornalismo. Na televisão, as fontes estão, literalmente, em cena. Elas participam com sua voz e imagem, o que não significa que não estejam representando o outro que a interpelou – neste caso, o jornalista que lhe deu instruções sobre o que dizer, como se portar diante das câmeras, etc. Esse contato, por outro lado, molda as narrativas, na medida em que suas experiências subjetivas e vivências cotidianas são incorporadas às notícias de modo a projetarem um outro construído a partir de si. E

nessa transposição e junção de falas e discursos não é somente o discurso técnico e especializado que se incorpora ao saber do jornalismo.

A dimensão da alteridade tem uma centralidade na formatação da narrativa, pois ela também é responsável pela popularização do texto, o que é indispensável para a atração da audiência na televisão. É no momento em que se projeta no outro, o paciente, que o jornalista faz um esforço para buscá-lo enquanto audiência, aproximando-se de um saber popular, ao mesmo tempo em que cria personagens que estão sempre em busca de algo maior (o cuidar de si, o cuidar do outro ou o vencer uma doença e a morte, por exemplo). Esses personagens, que nada mais são do que o outro incorporado ao discurso jornalístico, sedimentam arquétipos como o de heróis, de sofredores ou de guerreiros.

Um dos exemplos mais ilustrativos que coletamos em nosso percurso da etnografia da narrativa foi o do programa sobre parto. Já na reunião de pauta, as jornalistas, todas mães, falaram sobre a importância de se fazer algo emocionante, estilo *GNT*⁵. Ao mesmo tempo em que narravam suas experiências, estava claro que buscavam também experiências externas. “Vamos acompanhar um trabalho de parto”, disse uma. No ar, o programa revela um cuidado ético e estético ao construir a ideia da saúde gestacional e da maternidade, mas representa um outro sempre vigiado pelos médicos no estúdio e pelo apresentador.

Fabian (2000) observou, ao tratar das questões relativas à representação cultural na antropologia, que o outro nunca é simplesmente dado, procurado ou encontrado, mas fabricado. Significa dizer que, nas narrativas jornalísticas, assim como nas obras de ficção, por mais reais que os personagens pareçam, eles são narrados a partir de um determinado ponto de vista. Assim, o final feliz de uma mãe que consegue um parto normal após duas experiências de cesárea, ainda que narrado por ela própria, é mediado por um narrador, seus meios de produção e suas rotinas. No caso de um programa televisivo, é mediado, também, pela tentativa de hibridizar histórias com uma estética bastante característica dos produtos populares.

⁵ Fala de uma das jornalistas na reunião de pauta, remetendo-se ao canal de TV a cabo.

A ideia de tradução, que também exploramos nesse segmento, também pode ser incorporada pelos jornalistas e pelas suas fontes. A pediatra Ana Escobar, por exemplo, na entrevista sobre sua participação no programa *Bem Estar*, comparou a forma como dialoga com o público, no programa, ao processo de converter o idioma materno para uma outra língua, como se “mudasse um chip” – como ela mesma explicou. Ela sabe que, por estar falando como uma audiência heterogênea, deve evitar termos científicos ou muito prolixos.

Este conceito de tradução que trazemos aqui diverge das discussões mais práticas, que simplificam o método de produção textual (seja o texto também uma imagem, um audiovisual ou qualquer outro produto material do jornalismo) ao exercício de reescrever jargões científicos e popularizar vocabulários técnicos. Nesse sentido, Silva e Soares (2013, p.117) afirmam que “o texto jornalístico, volta-se ao outro que busca interpelar, constituindo-o no interior de sua narrativa e na relação eu-outro” – assimilando, portanto, um processo de interação anterior ao texto e posterior a sua circulação. No interior das narrativas sobre saúde contadas pelo jornalismo na televisão há, então, tanto o saber médico, quanto o popular, daquele outro que ele busca como audiência.

Assumir essa noção como uma especificidade do jornalismo especializado em saúde, mais ainda nas narrativas audiovisuais e da televisão, além de contemplar o aspecto produtivo relacionado à alteridade, ajuda a dimensionar o jornalismo como prática cultural, como exercício de tradução e de representação cultural (ZIPSER; POLCHLOPEK, 2009). Não se trata, portanto, de transformar conceitos em metáforas ou popularizar jargões científicos, mas de compreender a pluralidade cultural que cerca a relação médico (cientista)-jornalista-leitor (paciente) em toda a sua complexidade, o que será levado ao texto no ato de recriação narrativa e atravessará seu momento de circulação.

Essa dupla demarcação alteridade-tradução cultural, resulta na produção de um saber híbrido, construído a partir do saber médico e científico, mas reescrito sucessivas vezes até sua formatação como um pro-

duto audiovisual. A reescrita ocorre ao longo de processos produtivos rotinizados nas redações, com a participação dos médicos, cada vez mais adaptados à exposição na televisão, para audiências massivas que transcendem os espaços dos consultórios. Trata-se de um processo que resulta na aparente noção de que a TV pode cuidar de alguém, ou, no mínimo, mediar cuidados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados aqui apresentados registram diferentes momentos da hibridação entre processos e práticas do campo da ciência e da saúde e processos e práticas do jornalismo, neste caso, um jornalismo construído para ser veiculado em um produto popular-massivo (MARTÍN-BARBERO, 2011). Estas características podem ser identificadas em qualquer objeto do jornalismo especializado, mas se acentuam no *Bem Estar* justamente pelo fato de ele ser veiculado em uma mídia de massa, distante da segmentação e da formação de nichos muitas vezes almejada pelas notícias especializadas.

Na incursão etnográfica que empreendemos na redação, identificamos uma equipe comprometida em atuar como parceira dos órgãos de saúde pública, oferecendo um repertório de saberes práticos e utilitários capazes de se espalhar rapidamente junto a diferentes públicos.

Este comprometimento é identificado especialmente nos momentos em que as narrativas do saber científico precisam ser reescritas, transformadas em VTs atrativos, em demonstrações lúdicas e em artefatos cênicos que convidem à audiência a partilhar de um sensível que evoca, junto de si, características marcantes do melodrama. Neste aspecto, a partilha de um sensível, tal como aponta Rancière (2005, p.15), nos reúne enquanto comunidade em torno de modos de visibilidade que fazem sentido em determinado momento histórico e contextos. Trata-se, sim, de “um sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas”.

Os modos de visibilidade vinculam-se diretamente à camada da metanarrativa, a qual optamos por não apresentar neste artigo, mas que, em síntese, denota o solo cultural que compartilhamos. Neste solo, além de uma série de preocupações éticas, morais e práticas com a saúde e com o corpo, há também um conjunto estético que nos identifica sobremaneira: o melodrama, a construção narrativa que permite que histórias sejam contadas com início, meio e fim, vilanizando personagens, moralizado enredos e movendo a teia de arquétipos e estereótipos que nos envolvem cotidianamente.

Este estudo procurou refletir sobre processos de hibridação registrados nas rotinas produtivas do *Bem Estar*, que impactam diretamente na sua forma narrativa. Por meio de dados empíricos coletados em uma experiência etnográfica e na análise da narrativa, sintetizamos um conjunto de discussões que sinalizam a potência da hibridação como mecanismo de afetação da audiência.

Entendemos que o *Bem Estar*, assim como qualquer produto da indústria cultural, pode ser compreendido a partir dos olhares mais diversos. É possível enxergá-lo em sua lógica política e normativa, assim como também é possível analisá-lo como mídia alienante, capaz de nos encantar com o belo para ocultar o que é realmente necessário à vida em comunidade. Entretanto, ao optarmos por um enquadramento culturalista, evitamos essas interpretações monolíticas e apontamos para um horizonte em que estas lógicas se encontram.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, N. G. *Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

FABIAN, J. *Time and the Other*. New York: Columbia University Press, 2000.

MARTÍN-BARBERO, J. M. *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro. UFRJ, 2013.

MIRANDA, A. S. Narrativas híbridas do científico e do popular no jornalismo especializado em saúde. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, 2018.

MIRANDA, A. S.; SILVA, G. Mediação jornalística em programa televisivo sobre saúde. In: SERELLE, M; SOARES, R. Mediações críticas: representações na cultura midiática. São Paulo: ECA-USP, 2017.

_____. Combinação metodológica na pesquisa em jornalismo: considerações sobre a etnografia da narrativa. Anais do Encontro Anual da SBPJor. São Paulo: FIAM, 2018.

MOTTA, L. G. Análise crítica da narrativa. Brasília: Editora UnB, 2013.

RANCIÈRE, J. A partilha do sensível. São Paulo: Editora 34, 2005.

SILVA, G.; SOARES, R. L. O jornalismo como tradução: fabulação narrativa e imaginário social. Revista Galáxia. N. 26, 2013.

VIEIRA, L. Etnografia como abordagem teórico-metodológica em estudos de crítica de mídia. Revista Rumores. V. 12, n. 23, 2018.

WILLIAMS, R. Televisão: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

ZIPSER, M. E.; POLCHLOPEK, S. A. Do fato à reportagem: o ambiente da tradução jornalística. Revista DitoEfeito. V. 1, 2009.

A “ECONOMIA DE TROCA” DISPARADA PELO AMBIENTE DIGITAL: UMA CULTURA COMUNICACIONAL CONTEMPORÂNEA DE PROMOÇÃO DE CONFIANÇA E DE AJUDA MÚTUA

Fernanda Elouise Budag⁵⁵

INTRODUÇÃO

Na base de nosso olhar está a perspectiva dos Estudos Culturais por entendermos que esse paradigma enfatiza a função estruturante da cultura no social, a qual possibilita que sentidos sedimentados sejam atualizados ou refutados. Esse ponto de vista dialoga com todo o panorama que estamos monitorando a respeito de um discurso de “economia de troca” que aflora hoje especialmente de dentro do ambiente digital, buscando espaço ao lado do sistema econômico hegemônico assentado no dinheiro.

Exploramos mais adiante variadas discursividades que se alinham ao que estamos situando como “economia de troca”. Para o momento, basta assinalarmos que, fundamentada nos Estudos Culturais, propomos uma reflexão crítico-teórica – complementada por resultados de dados empíricos – que atravessa os temas da cultura comunicacional participativa e do consumo colaborativo⁵⁶ com vistas a mudanças sociais. Particular-

⁵⁵ Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP. Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ESPM-SP desde março de 2018. Membro dos Grupos de Pesquisa MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP) e Juvenália – Culturas juvenis: comunicação, imagem, política e consumo (ESPM-SP). Docente da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM) e da Universidade São Judas Tadeu (USJT).

⁵⁶ Ainda que as iniciativas observadas não se autodenominem enquanto de consumo colaborativo explicitamente, com uma visada classificatória para fins didáticos e conceituais, fixamos dessa forma entendendo consumo colaborativo como práticas de consumo mais conscientes que privilegiam o compartilhamento de bens e/ou experiências, sobretudo mediadas pela tecnologia digital (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

mente, nosso foco recai no estudo dos usos e discursos sobre iniciativas, mediadas pelo digital, que podemos situar como de consumo colaborativo sem o emprego da base monetária, que privilegiam o intercâmbio de experiências e a dissipação de disparidades.

Nesse raciocínio, operamos três movimentos neste texto. Primeiro, fazemos uma sondagem (não exaustiva) de alguns enunciados noticiosos e documentais que tangenciam temáticas de nosso interesse, particularmente sobre iniciativas que promovem trocas de experiências de consumo (bens materiais ou simbólicos) entre sujeitos via ambiente digital, e negócios de impacto social (o chamado setor 2.5); isso para ilustrar um pouco do “espírito do tempo” que estamos querendo retratar. De maneira consecutiva, articulamos esse levantamento midiático noticioso-documental com uma base teórica que sustenta nossas reflexões, como a teoria das dádivas de Mauss (2019) e a discussão sobre atitudes políticas das práticas de consumo fomentada por Sennett (2018). Por fim, na tentativa de revelar como os atores sociais vêm efetivamente empreendendo tais trocas de experiências em sua cotidianidade, para de fato apreendermos a face dessa manifestação comunicacional na concretude do real, traçamos considerações sobre a observação de registros de experiências de troca realizadas por membros do “sistema” chamado “Banco de Tempo”, ou *TimeBanks*, nos Estados Unidos.

Com esse movimento de busca – por discursos na/da mídia, por arcabouço teórico e por relatos de histórias de sujeitos envolvidos –, acreditamos dar conta de evidenciar tanto o contexto a partir do qual emergem os projetos de “economia de troca” que nos interessam (ou seja, os demais textos que os envolvem) quanto quais os contornos que eles andam ganhando com as práticas sociais empreendidas, procurando descortinar para onde estão apontando e o que nasce a partir deles.

No percurso de nossa pesquisa, tivemos como ponto de partida a Be-liive, uma plataforma online de troca de experiências que usa o tempo como moeda. Segundo o texto de apresentação publicado no perfil do Instagram da própria base digital, ela está “[...] criando uma economia

baseada em amor, igualdade e abundância”⁵⁷; e convida para que o usuário “compartilhe seus talentos e viva experiências usando o tempo como moeda”⁵⁸. Em uma ponta, sujeitos podem oferecer serviços e, com essas ofertas, acumulam o tempo investido. Na outra ponta, sujeitos buscam por experiências e investem, para a compra destas, o seu tempo já ofertado e acumulado anteriormente.

Nesse sentido, tomamos a proposta da organização Belive, e os discursos e práticas que promove, como disparadores de nossa investigação. Mas não nos ativemos apenas a ela. Partindo dela, fomos nos deixando levar pelos fluxos do ambiente digital, mais ou menos aos moldes do método de observação à deriva da antropologia, cujo caminhar Careri (2013) entende como um ato de conhecimento do espaço atravessado. Seguindo – e perseguindo – essa direção e esse olhar, fomos desembocando em outras discursividades e exercícios. Portanto, em primeira e última instâncias, é sobre essa trajetória investigativa que discorreremos aqui.

Os sujeitos envolvidos nos projetos observados interagem e participam solicitando ajuda com alguma atividade ou ofertando seu tempo para alguma tarefa. A certo modo, ao lado dos direitos fundamentais relacionados à comunicação, nosso interesse é expandir a reflexão para direitos fundamentais relacionados ao consumo; entendido enquanto prática sociocultural (CANCLINI, 2006). Questionamos então se mudanças sociais são de fato possíveis via esses projetos examinados. Eles facilitam a conexão humana, a compreensão e o respeito mútuo? Favorecem direitos humanos? Qual a natureza da participação efetivamente praticada nesses espaços – e a partir deles?

DISCURSOS EM CIRCULAÇÃO E ENTRELAÇAMENTOS TEÓRICOS

Convivemos em nossos tempos com paradoxos como a demanda por bem-estar envolvendo padrões de consumo insustentáveis *versus* a

⁵⁷ INSTAGRAM BELIIVE. Disponível em: <<https://instagram.com/beliive.br>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

⁵⁸ INSTAGRAM BELIIVE. Disponível em: <<https://instagram.com/beliive.br>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

urgência por cuidados ambientais mais extremos. Cenário que coexiste ainda com má distribuição de renda e de recursos básicos à sobrevivência; ou melhor, escassez em determinados locais do planeta e abundância em outros. Tudo isso impactando em direitos humanos sociais, econômicos, educacionais, culturais, entre outros.

Toda essa conjuntura, época e lugar, com seu pensamento e visão de mundo correntes, fazem propagar determinados discursos – e não outros. Nesse sentido, entendemos que sempre corre, portanto, um conjunto de enunciados que compreendem uma dada formação discursiva. Nesse ponto, dialogamos com Maingueneau (2008, p. 20), que, ao mesmo tempo em que se inspira em Pêcheux e se aproxima de conceitos de Foucault, também situa, em seus termos, a distinção entre formação discursiva e superfície discursiva. “Tratar-se-á aqui de opor um sistema de restrições de boa formação semântica (*a formação discursiva*) ao conjunto de enunciados produzidos de acordo com esse sistema (*a superfície discursiva*)” (MAINGUENEAU, 2008, p. 20, grifos no original).

Em outras palavras, sem entrarmos também nos pormenores da questão, que não vêm ao caso no momento para o foco deste artigo, buscamos textos/enunciados específicos (*a superfície discursiva*) que tocam os assuntos do consumo colaborativo, da comunicação participativa, da economia compartilhada, da economia solitária e seus correlatos porque entendemos que eles têm um núcleo em comum (*a formação discursiva*), justamente a “economia de troca”. Desse modo, ao mesmo tempo em que descortinamos esses discursos já proferidos, apontamos para potenciais que ainda podem ser construídos em torno desse centro discursivo comum. Fazemos isso como forma de iniciarmos nossa discussão, pois é dessa discursividade mais abrangente que despontam as iniciativas alternativas que temos monitorado, que buscam minimizar algumas das mazelas sociais relacionadas a (não) acesso ao consumo. Ainda que de forma rasa neste espaço, os textos que levantamos são suficientes para sinalizar esse contexto mais amplo em que esses movimentos estão situados.

Recente entrevista da fundadora da Beliive, Lorrana Scarpioni, com Edgar Cahn, professor norte-americano da área do Direito e CEO do TimeBanks USA, disponibilizada no canal de Youtube da Beliive⁵⁹, coloca em pauta uma série de questões pertinentes para o campo semântico – e consequente universo social – que estamos querendo retratar. Antes, cabe situar que o “*timebanking* é uma moeda baseada no tempo”⁶⁰, ou seja, o TimeBanks USA, uma organização sem fins lucrativos criada por Cahn em 1995, conserva uma proposta bastante similar à da Beliive, já mencionada. Uma pessoa presta uma hora de serviço para outra pessoa e recebe tempo como crédito, que pode ser usado para receber outros serviços ou mesmo pode ser doado para outra pessoa.

Na entrevista, Cahn situa que o TimeBanks USA é um “veículo de justiça”⁶¹. E continua:

É uma forma de remediar e lidar com as disparidades que nós não deveríamos tolerar. E essas disparidades tomam muitas formas. Sim, elas tomam a forma de riqueza. Mas também tomam a forma da discriminação baseada na raça, na idade, no gênero, na nacionalidade, na língua⁶².

Primeiro, cabe sublinhar o que está dado nesse trecho: vivemos em um mundo repleto de desigualdades de várias naturezas. É uma situação praticamente estrutural da sociedade e que se traduz em uma luta cons-

⁵⁹ YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

⁶⁰ No original: “Timebanking is a time-based currency”. Fonte: TIMEBANKS. Timebanking basics. Disponível em: <<https://timebanks.org/timebankingabout/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

⁶¹ YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

⁶² YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

tante para muitas pessoas e organizações direta ou indiretamente envolvidas. Essas discrepâncias, pronunciadas na superfície do enunciado, ao mesmo tempo em que denunciam a origem de iniciativas como TimeBanks USA e Beliive, também manifestam o pertencimento das duas pontas (desigualdades e plataformas) à mesma formação discursiva: é em virtude dessa realidade destoante que os movimentos de promoção da igualdade têm razão (e necessidade) de existir.

Cahn ainda complementa: “Eu não penso que estou abandonando o Direito quando estou trabalhando com o TimeBanks. Eu acredito que estou promovendo justiça. Se eu estou reduzindo disparidades, então eu estou fazendo justiça, nos meus termos”⁶³. O CEO faz questão de se posicionar dessa forma para marcar o ponto de que, dedicando-se ao TimeBanks USA, que estaria, à primeira vista, apenas no campo estrito da economia/consumo, Cahn não está, de modo algum, num olhar mais atento, distanciando-se do Direito; este entendido enquanto conjunto de princípios destinado em fazer acontecer a justiça.

Nisso, podemos remeter às ideias de Sennett (2018) quando trata da cultura do que chama de novo capitalismo, que seria a fase do capitalismo global atual, iniciado no fim do século XX. Nessa “nova” lógica, defende o autor, acontece uma aproximação da política e da economia que não seria aceita, por exemplo, na Gécia Antiga, onde separava-se o espaço de se fazer política, o Pnyx, do espaço do mercado, do fazer econômico, a Ágora.

Esta separação reflete um postulado clássico do pensamento social, o de que a atividade econômica debilita a capacidade política das pessoas. A lógica é simples: para Platão, a economia opera no terreno da necessidade e da ganância, ao passo que a política deveria operar no da justiça e do direito (SENNETT, 2018, p. 127-128).

⁶³ YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

Hoje, por seu turno, Sennett (2018) situa que conseguimos entender as relações econômicas de consumo em termos políticos e, a partir desse entendimento, é possível afirmar postulados sobre as possibilidades do consumo como o de que “[...] as pessoas poderiam libertar-se sonhando com algo além dos limites e das rotinas da vida cotidiana” (SENNETT, 2018, p.144). Assim, nesse sentido, o consumo tem um viés político de libertação, de emancipação.

O autor situa ainda muitas outras nuances bem menos otimistas da sobreposição entre política e consumo, mas que são pormenores irrelevantes para a discussão que propomos aqui. Nesse ponto, porém, podemos trazer à tona outros tópicos abordados por Sennett (2018) quando cita grandes nomes, que reforçam a potência da visão de justiça do TimeBanks USA, visto que ele se descreve posicionando-se como “em uma missão para nutrir e expandir um movimento que promove a igualdade e constrói economias comunitárias solidárias através da troca inclusiva de tempo e talento”⁶⁴. Ou seja, está colocada aqui a potência de uma certa força de vontade coletiva, cujo estudo Sennett atribui a Arendt; assim como está localizado ali também um ideal democrático, lembrando Jefferson (SENNETT, 2018, p.146).

Esse ideal democrático é identificado também quando o TimeBanks USA explica que “uma hora de serviço é sempre um crédito de tempo, independentemente da natureza do serviço executado”⁶⁵. O fato de que todo tipo de “trabalho” prestado tem o mesmo valor é bastante relevante para uma proposta de exercício democrático. Ainda, podemos depreender que o TimeBanks USA tem convicções de base democrática quando vemos que parte do princípio de que tempo é uma “moeda” igualitária porque todos, em teoria, recebem igualmente 24 horas no dia. Esse mes-

⁶⁴ No original: “On a mission to nurture and expand a movement that promotes equality and builds caring community economies through inclusive exchange of time and talent.” Cf. INSTAGRAM TIMEBANKS. Disponível em: <<https://instagram.com/timebanksusa>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

⁶⁵ No original: “Timebanking is a time-based currency”. Cf. TIMEBANKS. Timebanking basics. Disponível em: <<https://timebanks.org/timebankingabout/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

mo pensamento “ingênuo” é proclamado pela fundadora do Belive: “Eu amo o tempo, porque é democrático. Todo ser humano tem 24 horas em um dia” (JULIO, 2019).

Situamos essa noção como inocente porque, criticando e problematizando a situação, aqui podemos inserir uma contradição: justamente por conta das disparidades sociais já mencionadas, há pessoas que precisam trabalhar muito mais horas por dia – e na maioria das vezes para ganhar menos que as que trabalham menos tempo diariamente – e aí a quantidade de tempo que sobra que não está dedicada ao trabalho – e à sobrevivência –, que poderia ser usada para colaborar com o outro, não é a mesma para todos. Com esse raciocínio, o ideal democrático se dissolveria. Novamente a formação discursiva profunda se fazendo revelar.

Ainda assim, mesmo frente a essa aparente incoerência, vale trazer para a conversa mais um trecho de Sennett (2018), quando menciona o discurso de Martin Luther King durante o movimento pelos direitos civis dos negros nos Estados Unidos:

“Eu tenho um sonho”, pronunciado no auge da busca de justiça. Alvo da zombaria dos realistas na imprensa e no governo, ele conseguiu mobilizar as massas para a ação. A linguagem que utilizou recorria à retórica da potencialidade pessoal e do abandono de antigos hábitos de separação social incorporados à rotina. King era o perfeito arendtiano. Para ele, a busca por justiça era mais que um conjunto de políticas a serem adotadas; exigia que se virasse uma nova página. (SENNETT, 2018, p. 146).

Dialogando com King, usar o tempo como moeda pode parecer utópico, pode parecer um sonho. Mas na linha de pensamento acima, é um sonho possível se mudarmos de paradigma. Se operarmos mudanças em determinadas práticas, é viável. Obviamente que exige disposição por parte de todos nós, atores sociais, para a adoção de novos hábitos, mas a

democracia, em essência, exige mesmo essa disposição. Iniciativas como o TimeBanks USA (assim como a Beliive) são praticáveis até porque, nas palavras do próprio Cahn, o “TimeBanks não eliminará o dinheiro porque o dinheiro é outro sistema”⁶⁶. A concepção dessas plataformas é de coexistência com o (dentro do) sistema vigente, empreendendo algo mais efetivo que ajude as pessoas.

Esse “ajudar ao outro” inclusive é um pensamento em voga hoje quando se versa sobre um setor econômico antigo, mas sobre o qual apenas mais recentemente vem se falando mais e ganhando mais adeptos no Brasil – reflexo de discursos circulantes em nosso tempo (CHARAUDEAU, 2010, p. 118) –, o chamado Setor 2.5. Não é o caso do TimeBanks USA, que é uma organização sem fins lucrativos, ou seja, integrante do chamado Terceiro Setor, ou Setor 3 da economia, mas é o caso da Beliive, que pode ser considerada como um negócio de impacto social, ou seja, inserida no Setor 2.5 da economia. O setor compreende negócios que fundem a lógica do Segundo Setor, das empresas privadas, que visam lucro, com a proposta das entidades do Terceiro Setor, que miram uma contribuição social. As empresas do Setor 2.5, portanto, não visam o lucro pelo simples lucro e, sim uma sustentabilidade financeira que seja fruto da comercialização de produtos/serviços que reverberem positivamente na sociedade. Sobre o setor, a imprensa tem noticiado números e deu a entender que o seu crescimento é uma repercussão de um certo espírito do tempo:

Estas empresas com propósito podem ser uma ótima saída para os muitos executivos que hoje estão no mercado corporativo, insatisfeitos com seus trabalhos e sonhando em realizar uma atividade profissional que impacte positivamente a sociedade.

⁶⁶ YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

O setor vem crescendo no Brasil. No início de 2017, a Pipe Social divulgou uma pesquisa que mapeou 579 negócios sociais, nas áreas de educação (38%), tecnologias verdes (23%), cidadania (12%), saúde (10%), cidades (8%) e finanças sociais (9%). (GOMIDES, 2018).

Nessa orientação segue a Beliive, a qual inclusive acaba de anunciar um novo braço de atuação que deixa até mais evidente sua preocupação em ter lucro sem perder de vista um efeito positivo para a sociedade. Além do foco original na troca de tempo por serviços entre pessoas físicas, agora a Beliive agrega um novo modelo de negócios que se dá junto a empresas, funcionando como uma “plataforma de RH” (JULIO, 2019).

No novo modelo, a empresa opera como uma plataforma personalizada para empresas, como uma marca “white label”. O foco, alinhado com o setor de recursos humanos da empresa, é propor a colaboração entre funcionários, atendendo desde pessoas interessadas em troca de experiências como aulas de música e meditação até trocas voltadas aos negócios, como gestão e finanças. (JULIO, 2019).

Com esse modelo fechado, a Beliive consegue atender demandas de empresas de variadas dimensões e necessidades: “[...] o perfil de conteúdo varia de acordo com os clientes. Empresas como startups têm a tendência de trocar mais atividades como hobbies; já companhias tradicionais focam mais em boas práticas (JULIO, 2019).

Retomando com o TimeBanks USA, Cahn traz mais um elemento importante de ser ressaltado que diz muito sobre esse movimento em particular, mas também sobre um sentimento que parece estar sendo (re)construído hoje:

De certo modo, o banco de tempo não anda para frente. Ele volta atrás. Volta para as raízes. É uma forma de dizer como utilizamos a tecnologia para facilitar esse processo de mutualidade em um mundo onde somos programados “não confie em ninguém”, “não fale com estranhos”⁶⁷.

Nesse trecho Cahn destaca o papel de fundo do TimeBanks USA de romper com a resistência que, ao que tudo indica, fomos aos poucos arquitetando entre nós e os outros na sociedade capitalista cujas relações são basicamente mediadas pelo dinheiro.

Nessa altura, a respeito da dinâmica de mutualidade que atravessa o TimeBanks USA – como também a Beliive –, acreditamos que o que Mauss (2019) investigou é extremamente pertinente para o que queremos sustentar. Mauss (2019) estudou a natureza das transações humanas nas sociedades ditas primitivas ou arcaicas, ou seja, em sociedades que ainda coexistiam à época de suas investigações ou em sociedades que nos precederam historicamente (observou particularmente grupos na Polinésia, Melanésia e no noroeste americano, entre outros). Há variadas configurações de trocas que Mauss (2019) explorou – o dar para manifestar superioridade entre chefes bárbaros; o restituir o que foi recebido apenas para humilhar, etc. –, mas, de todo modo, em comum, essas organizações sociais mantinham o fato de não terem a moeda legal mediando as relações de mercado.

Entre os achados de Mauss (2019) que queremos destacar está o dado de que as transações entre as coletividades estudadas se dava basicamente na forma do presente, que era, em essência, voluntário; mas seguia uma conduta moral obrigatória de ser retribuído. No fundo, não se trocava apenas riquezas e bens materiais úteis e valorizados economicamente; trocava-se também amabilidades (MAUSS, 2019, p. 58).

⁶⁷ YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

Agrupando seus resultados, Mauss (2019, p. 203) propõe que o sistema econômico que identificou seja denominado “sistema das prestações totais”, que, segundo ele, “[...] constitui o mais antigo sistema de economia e de direito possível de constatar e conceber” (MAUSS, 2019, p. 201). Por fim, o antropólogo defende:

Que se adopte então o princípio da nossa vida aquilo que sempre foi um princípio e sempre o será: sair de si, dar, livre e obrigatoriamente; não há risco de engano. Assim o diz o provérbio maori:

Ko Maru kai atu

Ko Marua kai mai

Ka ngohe ngone

“Dá tanto quanto recibes e tudo estará bem” (MAUSS, 2019, p. 202).

O TimeBanks USA e a Beliive estariam, com efeito, resgatando essa concepção de mutualidade registrada por Mauss (2019) e isso é reforçado mais uma vez em fala de Cahn, na entrevista: “Ele [o TimeBanks USA] coloca as peças juntas e permite que essas peças permaneçam juntas para criar confiança, memória e relacionamentos⁶⁸. O que exige mais estudo, porém, e não conseguimos responder agora, é se há a permanência ou a ruptura com a obrigação moral de restituição do serviço prestado. Ademais, confiança é palavra-chave que transparece e se ergue dos relatos que trazemos na sequência.

HISTÓRIAS COMPARTILHADAS: MANIFESTAÇÕES CONCRETAS

Por fim, como forma de ilustrar como têm se dado essas práticas de comunicação participativa e consumo colaborativo sem o envolvimento da moeda formal e apenas com a introdução da moeda-tempo, monitoramos histórias compartilhadas na página do Instagram do TimeBanks USA, agrupadas desde março de 2017 pela hashtag #50storiesin50days.

⁶⁸ YOUTUBE BELIIVE. Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

Destacamos a seguir, na íntegra, cinco relatos que resumem o teor das experiências vividas por agentes ativos envolvidos nesse movimento (cremos que esses relatos ilustrem também a qualidade das históricas que circulem na rede da Beliive):

Joy Adams, do TimeBanker, ofereceu-se para digitalizar fotos antigas e eu aproveitei, compartilhando com ela que nunca tínhamos sido capazes de encontrar parentes no lado da minha mãe. Joy teve experiência em genealogia e se ofereceu para ajudar. Ela combinou a foto que eu tinha deles, perto de um velho celeiro, publicou em um site histórico de celeiros e comentários foram feitos pelos meus parceiros! Liguei e eles ficaram tão emocionados quanto eu em estar em contato. Eles são pessoas maravilhosas. Nós nos conhecemos e agora passamos tempo juntos quando podemos. Juntos, aprendemos muito sobre a nossa história, que explica os segredos e circunstâncias que causaram a divisão que nós consertamos. Obrigado TimeBank por dar minha família de volta para mim! Aqui estou em um festival com minha recém-nascida prima Jenny⁶⁹.

Em maio do ano passado eu comprei uma casa. Cerca de um mês depois, no meio da noite, eu ouvi um “pop”. Eu pensei que eram as árvores ou algum outro barulho do lado de fora. Não foi até o dia seguinte que eu percebi que o “pop” que eu ouvira era o último suspiro da geladeira. Três semanas depois, depois de uma comédia de erros, uma nova geladeira foi instalada. Na mesma hora, percebi que a luz da cozinha não funcionava mais. Quando a geladeira explodiu, apagou as luzes também. Eu sabia o suficiente para

⁶⁹ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRGdvSKlhvo/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

não mexer com a eletricidade, então, eventualmente, fui ao TimeBanks para ver se alguém estava à mão com material elétrico. Com Bob, que tinha as ferramentas e o *know-how*, e 45 minutos depois, eu tinha luz na cozinha! Acontece que havia um interruptor atrás da parede ao lado da geladeira que deve ter sido desligada quando a nova geladeira foi instalada. Estou grata por ter o TimeBanks para ligar a luz quando eu estava no escuro. Obrigada, Bob!⁷⁰

Com diálise três vezes por semana, Elaine acreditava que não tinha nada para dar, mas eu sabia o contrário. Ao conversar com ela, descobri que Elaine pintava – não paisagens ou retratos, mas lindos ovos *pysanky*. E enquanto Elaine trazia seus belos ovos pintados à mão para me mostrar, ela também me cobriu com guloseimas para mastigar. Acontece que ela também era uma fabulosa padeira! Elaine era essencial em sua comunidade – ela foi capaz de completar todos os panfletos para o casamento de outro membro, tudo em créditos de tempo. Apenas tomou a percepção de que ela tinha a capacidade de dar para tornar isso possível. Ela também realizou aulas de culinária em sua cozinha ensinando os membros a fazer *kiffels*. Infelizmente, Elaine já faleceu – mas ela não morreu sozinha. Por membros do TimeBanks, que – através do processo de TimeBanking – se tornaram seus amigos e sua família, e ela continuou o ciclo de dar, deixando um ovo pintado para cada pessoa que tinha entrado em sua vida e significou algo para ela⁷¹.

⁷⁰ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRI0JrTlcsd/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

⁷¹ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRRDAEzFGLO/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

Depois de um desastre como os terremotos de 2016 em Canterbury, na Nova Zelândia, foi difícil saber como ajudar. O que é um apoio significativo para os necessitados? O Bridge2Rocks TimeBank entrou em contato com o Hurunui TimeBank e fez contatos com a Equipe de Resposta de North Canterbury. Nossa comunidade respondeu com refeições e cartões de apoio que foram entregues por sua equipe de resposta local para os mais necessitados. A resposta – “Poderia, por favor, transmitir nossos sinceros agradecimentos a um garotinho chamado Jordis aos 9 anos no Mt. Pleasant School: Nós recebemos o mais lindo cartão de Natal feito por ele e isso significou muito para todos nós, que fomos afetados profundamente pelo terremoto de Kaikoura em 14 de novembro. Receber esse lindo cartão de alguém que não conhecemos é realmente incrível. Dou graças à gentil comunidade que enviou refeições e cartões”⁷².

É difícil para mim pedir ajuda. Entrei no TimeBanks em 2013. Em 2014, pedi por uma carona ao aeroporto e consegui. É isso. Mas, em 2015, conheci a Mary. Falei sobre o minha cirurgia que estava para vir. Que eu precisaria de refeições, viagens para o hospital e farmácia. Mary postou um anúncio. Eu tinha alergias ao glúten, soja, tomate e leite. Ninguém quer cozinhar para alguém com isso. Eu estava errada. Duas pessoas se manifestaram. Dentro de uma semana após o post uma mulher entregou uma semana de refeições. Eu tirei uma foto delas no meu freezer e chorei. De repente tive a sensação de que tudo ficaria bem. Saber que a ajuda pode vir de estranhos que acabaram de se tornar amigos fazem você perceber que não há

⁷² INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRLr7ZMIDcy/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

problema em pedir ajuda – é isso que a comunidade do TimeBanks fornece.

Com essas histórias, sintetizamos a natureza das manifestações concretas de experiências sendo vivenciadas junto ao TimeBanks USA, entendendo que essas práticas ganham, sobretudo, o caráter de colaboração e de ajuda mútua. Algumas são mais centradas em bens materiais (mais ou menos úteis, no sentido de atender necessidades básicas), mas grande parte canaliza para uma esfera muito mais simbólica e afetiva; de construção de vínculos, relacionamentos com desconhecidos e mesmo de oferta de bem-estar emocional – quando notamos que o agradecimento, na quarta história, veio mais pelo cartão que pelo alimento.

Ainda, podemos concluir que, atravessando transversalmente esses relatos, está o exercício de justiça também, de que tanto tratamos anteriormente. Afinal, ocorre uma democratização nesse processo. Democratização no sentido de permitir acesso a bens e serviços que de outra forma essas pessoas talvez não teriam, sim. Mas arriscamos afirmar que há mais uma democratização da confiança.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início de nossa caminhada exploratória, partimos da hipótese de que os movimentos em estudo, ainda que tenham um apelo ao consumo (de caráter mais imaterial), não enfraquecem o exercício da cidadania, por conservarem um posicionamento político de colaboração e de justiça.

Agora, entre nossos resultados, sublinhamos que a contribuição dos projetos estudados não está restrita ao consumo. Ainda assim, considerando este hoje enquanto um componente para um exercício pleno da cidadania, conseguimos afirmar que os projetos investigados possibilitam, a seus termos, mesmo que minimamente, difusão e acesso a direitos dos cidadãos. No mínimo, capacitam cidadãos para tomarem maior consciência de seu consumo como ato político e enxergarem seus direitos e deveres.

Procurando responder as questões que fomentaram nosso problema de pesquisa, acreditamos que, sim, em certa medida – ainda que limitada –, mudanças sociais são de fato possíveis via esses projetos examinados. Eles efetivamente facilitam a conexão humana, a compreensão e o respeito mútuo; e ainda favorecem direitos humanos.

Finalizando, novamente recorreremos a um diálogo com Sennett (2018). O autor sustenta que

[...] para progredir, uma comunidade organizada precisa contar com relações continuadas e experiências acumuladas. Em suma, a deriva antiprogressista da nova cultura decorre da maneira como lida com o tempo. Isso significa que nada pode ser feito? (SENNETT, 2018, p. 162, grifo nosso).

Sennett (2018) entende por organização progressista aquela em “[...] que todos os cidadãos acreditam que estão unidos num projeto comum” (SENNETT, 2018, p. 150). Nesse raciocínio, se Sennett (2018) enxerga uma corrente antiprogressista na cultura construída hoje nos desenhos do capitalismo global é porque não enxerga essa preocupação com o coletivo. Somado a isso, o teórico coloca a culpa desse panorama em nossa forma de lidar com o tempo porque, segundo ele, com a efemeridade do trabalho hoje assumindo a atenção e a preocupação dos sujeitos, não é possível uma dedicação para o cuidado de si e muito menos do outro.

Contudo, o sociólogo encerra com a provocação “Isso significa que nada pode ser feito?”. Consideramos responder a essa questão com “não necessariamente”. Ainda que em nossa explanação tenhamos acompanhado a própria lógica encabeçada pelos projetos observados, não os seguimos sem criticidade, e inclusive apontamos problematizações. Ainda assim, concluímos nossa resposta a Sennett (2019) sustentando: quem sabe, uma das vias possíveis de contribuição para uma nova direção – para reduzir ou mesmo solapar a falta de responsabilidade para com o coletivo – esteja nas propostas colaborativas que propõem uma mudança

de paradigma centrada no uso do tempo como forma de promover confiança e ajuda mútua.

REFERÊNCIAS

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CARERI, F. Walkscapes: o caminhar como prática estética. São Paulo: Ed. G. Gilli, 2013.

CHARAUDEAU, P. Discurso das mídias. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

GOMIDES, A. Híbrido de empresa e ONG, setor 2.5 ainda é apenas possibilidade no país. Folha de S. Paulo, 05 jan. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/colunas/2018/01/1945415-hibrido-de-empresa-e-ong-setor-25-ainda-e- apenas-possibilidade-no-pais.shtml>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTAGRAM BELIIVE. Disponível em: <<https://instagram.com/beliive.br>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://instagram.com/timebanksusa>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRGdvSKlhvo/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRI0JrTlcsd/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRRDAEzFGLO/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRLr7ZMIDcy/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

JULIO, R. A. A nova fase da Beliive, que agora opera como plataforma de RH para empresas. *Época Negócios*, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2019/06/nova-fase-da-beliive-que-agora-opera-como-plataforma-de-rh-para-unilever.html?fbclid=IwAR0R-Ch44juWR5IrP5P1I-XhXn-FpD0LWqMoY-KByHqSg5RKxcaeMBx1_zcs>. Acesso em: 27 jun. 2019.

MAIGUENEAU, D. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAUSS, M. *Ensaio sobre a dádiva*. Lisboa: Edições 70, 2019.

SENNETT, R. *A cultura do novo capitalismo*. 6. ed. São Paulo: Editora Record, 2018.

TIMEBANKS. *Timebanking basics*. Disponível em: <<https://timebanks.org/timebankingabout/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn*. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

GOL CONTRA NA ABERTURA PARA CRÍTICA: CONFLITOS SOBRE A REPRESENTAÇÃO NACIONAL NA RECEPÇÃO DA CAMPANHA “AVIÃO DA SELEÇÃO”

Ivan Paganotti⁷³ e Mariana de Toledo Marchesi⁷⁴

INTRODUÇÃO: O PÚBLICO ENTRE A IDENTIDADE NACIONAL, O FUTEBOL E A MARCA⁷⁵

No final de maio de 2014, semanas antes do início da Copa do Mundo, a companhia de aviação Gol apresentou seu avião que levaria a seleção brasileira de futebol em viagens entre as sedes do campeonato no Brasil. Como patrocinadora oficial, a Gol construiu uma campanha ao redor da apresentação da nova pintura dessa aeronave, realizada pela dupla de grafiteiros paulistanos Gustavo e Otávio Pandolfo, conhecida como OSGEMEOS. Além de notícias (G1, 2014) e campanhas oficiais (GOL, 2014), a página da empresa no Facebook foi cenário de um acalorado debate entre críticas e elogios em relação à obra: o post da Gol sobre o voo inaugural e a apresentação da pintura da aeronave foi “curtido” por 9.352 usuários do Facebook, teve 926 compartilhamentos e 592 comentários (figura 1).

⁷³ Doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP, realizou doutorado-sanduíche (bolsista Capes) na Universidade do Minho (Braga, Portugal). Professor do Mestrado Profissional em Jornalismo Fiam-Faam, co-criador do curso online “Vaza, Falsiane!”. Integrante do MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP).

⁷⁴ Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP e bacharel em Publicidade e Propaganda pela mesma instituição. Educadora do Pé de Feijão.

⁷⁵ Este texto apresenta e expande resultados discutidos previamente durante o 4º Comunicon (Congresso Internacional em Comunicação e Consumo), realizado em outubro de 2014 na ESPM-SP.

Figura 1 – Campanha da Gol no Facebook – 27/05/2014



Fonte: https://www.facebook.com/voegol/photo/a.186021574773291.38657.143262022382580/702879236420853/?type=1&relevant_count=1

Uma imagem rica em significados e aberta a interpretações múltiplas, a obra acabou por polarizar os comentários dos usuários de redes sociais e de canais noticiosos. Poucos meses depois das jornadas de junho de 2013 (SECCO, 2013), essa campanha ecoou a insatisfação geral e mobilizou críticas que foram além da imagem, tomada como um gatilho que permitiu uma válvula de escape para parcela do público insatisfeita com os serviços da Gol e gastos excessivos da Copa do Mundo, em contraste com as necessidades de investimento em setores da educação e da saúde no país. Diversos comentários propunham interpretações irônicas e jocosas para as imagens dos brasileiros utilizadas na pintura, enquanto outros usuários valorizavam a campanha, destacando o reconhecimento internacional da dupla de grafiteiros e a importância de sua obra.

Este texto procura analisar a recepção dessa campanha pelo público a partir dos comentários publicados no post da Gol no Facebook, refletindo sobre as críticas e os elogios que evidenciam uma disputa sobre o sentido da intervenção visual na aeronave que pretendia propor uma relação entre a empresa de aviação, a seleção brasileira, a arte de rua e imagens tradicionais sobre o povo brasileiro. Essa pesquisa procura, para

isso, avaliar os critérios e críticas que fundamentam os argumentos apresentados pelo público, a partir dos comentários na página da empresa nessa rede social, analisando, dessa forma, como a proposta visual da aeronave encaixou-se ou não nas expectativas do público sobre o que pode ser considerado como representativo da identidade nacional brasileira, o uso de artistas consagrados, a apropriação da estética da arte urbana, e outros argumentos que fogem do campo estético e que são contaminados com críticas ao serviço adotado pela empresa. O que se procura, com esta pesquisa, é apresentar uma proposta de análise estética a partir de comentários do público, comparando os mecanismos de crítica e valoração utilizados por meio da interação na rede social para vislumbrar as expectativas, pré-concepções, padrões de reconhecimento e os critérios imagéticos adotados por esse público.

Nesse sentido, é necessário considerar os potenciais significados propostos pela obra dos grafiteiros, construindo uma tipologia que cruza os temas principais dos comentários dos usuários com seu enfoque positivo ou negativo em relação à intervenção visual na aeronave que faz parte da campanha da Gol. Com isso, é possível também avaliar a abertura ou resistência do próprio público a novas representações artísticas e publicitárias do caráter nacional a partir de um elemento considerado como essencial na definição da identidade brasileira – o futebol (TRINDADE, 2012).

SENTIDOS ABERTOS À INTERPRETAÇÃO E À DISPUTA

Ao escolher a dupla de grafiteiros OSGEMEOS, a Gol procurou se aproximar de uma forma de expressão popular, cotidiana e com reconhecimento artístico recente e ainda bastante polêmico. Conhecidos pelos seus personagens amarelos, frequentemente mascarados e pelas mensagens críticas em relação a questões sociais e à liberdade de expressão dos próprios grafiteiros, OSGEMEOS também passam por recente reconhecimento oficial para além das ruas, com exposições em galerias e projetos internacionais (OSGEMEOS, s/d.). Ao transpor sua superfície de grafite dos muros para o espaço curvo do avião (figuras 2 e 3), a du-

ela construiu uma aglomeração de personagens que pode encontrar sua inspiração em clássicos da iconografia moderna sobre o povo brasileiro, como a tela “Operários”, de Tarsila do Amaral (figura 4).

Figura 2 – Avião da Gol com pintura de OSGEMEOS



Fonte: Junior Lago/UOL

Figura 3 – Avião da Gol com pintura de OSGEMEOS



Fonte: Junior Lago/UOL

Figura 4 – *Operários* (1933), de Tarsila do Amaral



Fonte: Acervo do Governo do Estado de São Paulo

Como toda obra aberta à interpretação do público (ECO, 1993), o único limite possível para seu sentido é o das interpretações consideradas como plausíveis. Considerando-se que a construção dos estádios da Copa do Mundo envolveu acidentes que resultaram na morte de trabalhadores envolvidos em sua construção em cidades como São Paulo e Manaus, seria possível identificar na composição em mosaico dos rostos dos brasileiros aglomerados ao redor do avião da Gol uma referência à obra de Tarsila – que, como OSGEMEOS, também passou por turbulência na aceitação pelo mundo da arte – e ao custo humano da preparação para a Copa. Os semblantes oscilando entre a seriedade e a sugestão de sorrisos também podem ser um elemento que ecoa da obra de “Operários” para OSGEMEOS. E talvez seria ainda possível sugerir, dentro dos sentidos articulados ao redor da obra, uma crítica à própria disposição dos passageiros dentro dos aviões, em um espaço comumente criticado

como claustrofóbico e pouco confortável. Ambos os sentidos concorrem com uma campanha oficial de uma empresa de aviação e de uma patrocinadora oficial da seleção de futebol nacional, e seria possível conjecturar (considerando o contexto e o objetivo inicial da campanha em atrelar a imagem da empresa com a Copa do Mundo) que os personagens poderiam estar aglomerados na arquibancada de um estádio. Entretanto, esses sentidos aqui propostos foram – ao menos no recorte avaliado pelo presente trabalho – também ignorados pelo público que procurou criticar ou elogiar a campanha da Gol.

Ao avaliar os comentários do público sobre o post da Gol no Facebook, é importante retomar a proposta de Bakhtin (2010) sobre as disputas ao redor dos processos de significação. Como “o signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes” (BAKHTIN, 2010, p. 47), a construção coletiva de significados sobre imagens ou palavras reflete essas mesmas disputas. Dessa forma, diferentes grupos procuram “conferir ao signo ideológico um caráter intangível e acima das diferenças de classe, a fim de abafar ou de ocultar a luta dos índices sociais de valor que aí se trava, a fim de tornar o signo monovalente” (BAKHTIN, 2010, p. 48). Com isso, a disputa para cristalizar os significados como consensuais passa pela negação dos sentidos que se pretende descartar e pela suposta naturalização dos sentidos propostos como únicas opções plausíveis, ocultando o dissenso. Entretanto, é justamente nos momentos de conflito sobre os sentidos considerados como adequados ou não que se pode vislumbrar as brechas no tecido social: o confronto entre diferentes pontos de vista pode representar tensões sociais que eclodem em diferentes formas de ver a realidade, e, por isso, apresenta-se como rica oportunidade para a análise dos processos de significação, da realidade que pretendem retratar e dos interesses envolvidos nesse processo (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999).

Para avaliar essas diferentes perspectivas em que se basearam os comentários sobre a campanha da Gol, essa pesquisa procurou canais que apresentassem ao mesmo tempo um volume de texto compacto o sufi-

ciente para a análise e grande o suficiente para comportar uma diversidade de perspectivas e representatividade estatística, além de potencial diálogo entre os grupos envolvidos e acessibilidade para a interação pública (e para o acesso durante a construção do corpus de análise). Dessa forma, para além das poucas dezenas de comentários nos sites noticiosos consultados em outras redes sociais de comentário e divulgação de conteúdo – como o Twitter e o YouTube – foi possível focar nas centenas de comentários disponibilizados na página da Gol no Facebook.

É importante destacar que conteúdos publicados em redes sociais como a página da Gol no Facebook podem ser moderados e/ou incentivados pelos próprios organizadores da campanha, mas considerando os resultados predominantemente negativos da resposta do público às imagens do grafite no avião da seleção é possível avaliar a recepção da campanha e as estratégias da empresa em atrelar sua imagem à identidade nacional, às artes e ao futebol durante um evento esportivo agregador da atenção como a Copa do Mundo.

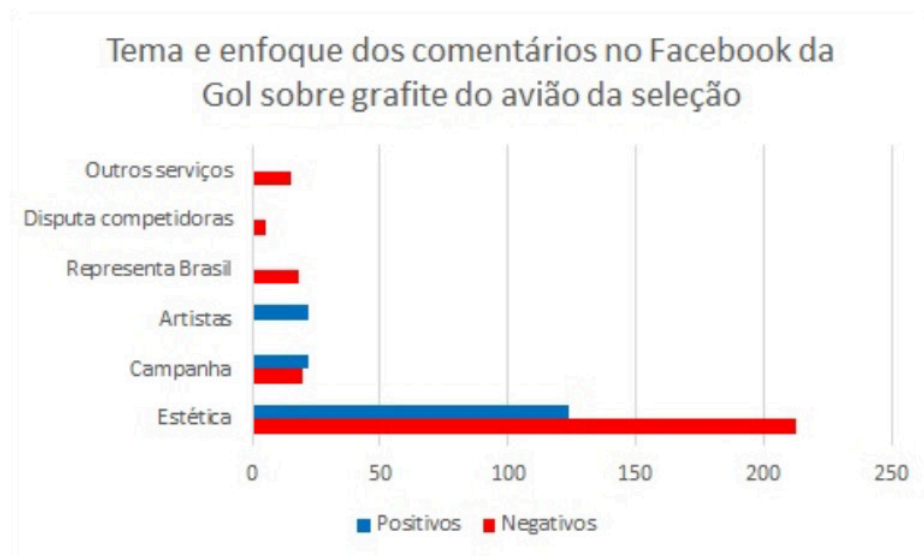
Essa rede social também pode ser tomada como uma plataforma propícia para análise de disputas sobre representações imagéticas por, ao mesmo tempo, apresentar para diferentes indivíduos as imagens em suas próprias “linhas temporais” – as *timelines* das páginas iniciais – como também acaba por transformar-se em uma arena privilegiada em que diferentes pontos de vista entram em colisão e disputam atenção por meio de argumentação e utilização de novas imagens e vídeos. Os conteúdos que agregam grande volume de compartilhamento e “curtidas” acabam por atrair ainda mais atenção e incitar o público em interagir, contrapondo-se em relação aos pontos de vista já apresentados. Furtado e Doretto (2018) já demonstraram que é possível avaliar criticamente as interações de usuários por meio da análise do discurso presente nos comentários dessa rede social digital, vislumbrando tensões sociais na recepção de imagens polêmicas – uma proposta metodológica que será seguida também neste trabalho.

Após identificar o post destacado pela Gol na apresentação da nova pintura do avião da seleção brasileira, foi possível construir uma tipo-

logia dos comentários a partir do cruzamento entre os enfoques críticos ou elogiosos e seus principais temas. Entre esses 592 textos, foram descartados 153 – grande parte sem possibilidade de análise por somente apresentar nomes de outros usuários “tagueados”, ou propondo questões pontuais, como a rota, as cores originais ou o prefixo da aeronave, além de comentários da própria Gol (predominantemente em resposta a questões ou reclamações sobre serviços não relacionados à campanha). Entre os 439 comentários analisados, 271 (62% do total) apresentavam viés predominantemente negativo em relação à campanha, enquanto 168 traziam elogios (38%). Apesar da predominância negativa, vale a pena destacar que, como mencionado anteriormente, o conteúdo foi “curtido” por 9.352 usuários do Facebook – número trinta e quatro vezes maior do que o das críticas textuais.

Ainda assim, foi possível identificar o foco das críticas e dos elogios a partir da leitura dos comentários, cruzando os dados para avaliar como o público aceitou ou resistiu à proposta da Gol de atrelar sua imagem à seleção nacional, à Copa do Mundo e à imagem do povo brasileiro (Gráfico 1).

Gráfico 1



Fonte: elaboração própria

Entre as 15 reclamações sobre serviços da Gol não relacionados com a campanha em si – como no breve comentário “#goldevolveminhamala” (Waldeir Junior, 29 de maio de 2014, 19:11) – alguns relacionavam também suas críticas sobre a companhia com o fato de ser a patrocinadora oficial da seleção nacional – como no comentário “Os Jogadores também pagarão pelos lanches servidos a bordo???” (Marcos Peixoto, 28 de maio de 2014, 14:03).

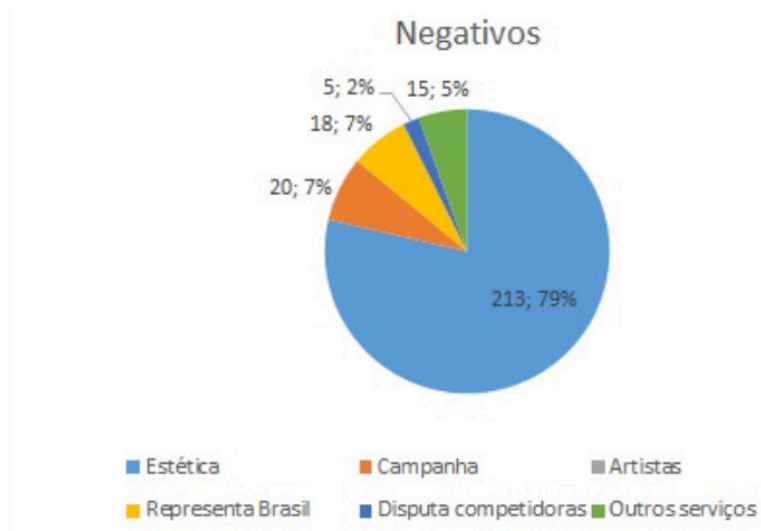
Outras críticas sobre a campanha em si parecem majoritariamente confundir a campanha privada da companhia de aviação com a responsabilidade pública por investimentos em melhores condições de vida para a população – “Com tanta gente passando fome! Acho um absurdo desnecessário tanto investimento. Esse gasto abusivo tem q ser investido em Educação e Saude” (Regina Celia, 28 de maio de 2014, 11:26).

Uma crítica particularmente dissonante envolve a resistência de parte do público em reconhecer na pintura do avião uma imagem representativa do Brasil, do povo brasileiro ou da seleção de futebol – um elemento essencial na construção da identidade nacional e, supostamente, foco da campanha da patrocinadora da seleção, ainda que seja somente o tema de 18 comentários, ou 7% das críticas (Gráfico 2).

A resistência de certos grupos em aceitar a campanha da Gol sugere que imagens tradicionalmente atreladas à identidade nacional e a símbolos oficiais ainda fazem parte da expectativa do público, e propostas alternativas como a apresentada pelo grafite podem ser recebidas com ruído, desconfiança ou estranhamento:

Gosto muito das pinturas comemorativas da GOL de todas sem excessão, porém essa ficou horrível! Se essa aeronave vai levar a Seleção para os jogos teria que ser uma pintura em alusão à Copa do Mundo, uma Aeronave Verde e Amarela, uma bandeira do Brasil, sei lá. Até uma faixa de fora a fora na aeronave verde e amarela era melhor q isso. Me desculpe a GOL Linhas Aéreas Inteligentes, mais dessa vez pisaram na bola! (Wallace Oliveira, 27 de maio de 2014, 17:53).

Gráfico 2 – Temas criticados nos comentários no Facebook da Gol sobre grafite do avião da seleção



Fonte: elaboração própria

Mesmo outras formas de representar o Brasil além da idealização – como no comentário crítico em relação à Gol e também ao país que aponta que “Tinha que desenhar, as favelas, esgoto a céu aberto, os leitos dos hospitais lotados, ai sim seria a cara do nosso Brasil” (Amauri P. Garrido, 28 de maio de 2014, 18:50) – ou baseando suas críticas em outras expressões artísticas – “Povo Brasileiro não tem essas caras feias. Já ouviu falar em Di Cavalcanti?” (Rodrigo Moraes Abrahão, 28 de maio de 2014, 14:18) – mostram que a expectativa do público sobre o imaginário brasileiro foi um ponto de conflito ao redor da campanha que pretendia superar esses estereótipos cristalizados sobre o povo brasileiro e o futebol.

Nesse sentido, destaca-se a persistência do “verdeamarelismo” (CHAUI, 2007, p. 40), que alinha, desde a ditadura militar, a imagem do brasileiro – tanto o povo quanto o território – com elementos de reconhecimento internacional – como a música e o futebol, ou suas paisagens e riquezas naturais – amarrando população e nação em um só laço cívico de orgulho pela fâmula nacional. Trindade (2012, p. 169) já destacava,

entre as campanhas que tratam da identidade brasileira, o carnaval e o futebol como “metáforas do país” – e esse elemento é particularmente exacerbado em momentos de grande interesse e visibilidade da nacionalidade em disputa com outros povos, como em campeonatos esportivos como a Copa do Mundo. Esses comentários parecem não só ecoar essa tradição antiga da representação estética nacional, mas também antecipar elementos que posteriormente comporiam a tônica das manifestações pelo impeachment da presidente Dilma Rousseff, entre 2015 e 2016, e os apoiadores da vitoriosa campanha eleitoral de Jair Bolsonaro à presidência em 2018 – e não surpreende que a camisa da seleção de futebol seja um uniforme ubíquo em todos esses eventos.

Entretanto, na resposta do público à campanha da Gol no Facebook, essa imagem tradicional do verde e amarelo aparece contaminada por comentários críticos como o esgoto, as favelas e hospitais lotados, mencionados no início desse parágrafo por outro internauta. Ainda assim, essa dicotomia segue a identificada por Burke (2006) de uma representação paradisíaca das belezas naturais – entre as quais, poderíamos dizer, encontram-se os artistas brasileiros, vistos como fruto da capacidade nacional de apresentar o belo ao mundo todo – em contraste com a infernal violência e pobreza resultante do desenvolvimento incompleto e demasiadamente dependente da exploração dos recursos nacionais brutos e nossa incapacidade em lapidá-los. Como veremos a seguir, a crítica de que os grafiteiros não seriam tão talentosos em retratar os brasileiros como o pintor Di Cavalcanti, décadas antes, será contraposta com uma chancela externa à própria obra, um selo de aprovação do sucesso que os grafiteiros encontram em mostras no exterior, o que garantiria o valor de suas obras e o reconhecimento necessário, conquistado fora do país e ainda devido em suas próprias terras.

Outros comentários evidenciam a importância do mecanismo identitário na aceitação e, particularmente, na resistência (CASTELLS, 2008, p. 24) em relação à campanha – como no comentário “Não me representa” (Juliana Viana A. Santos, 27 de maio de 2014, 17:21), que ecoa

as manifestações políticas e campanhas virtuais dos últimos anos. Um elemento de identificação destacado exclusivamente nos comentários críticos envolve o contraste com outras empresas, como a comparação da presente campanha da Gol com a das rivais Tam e Azul:

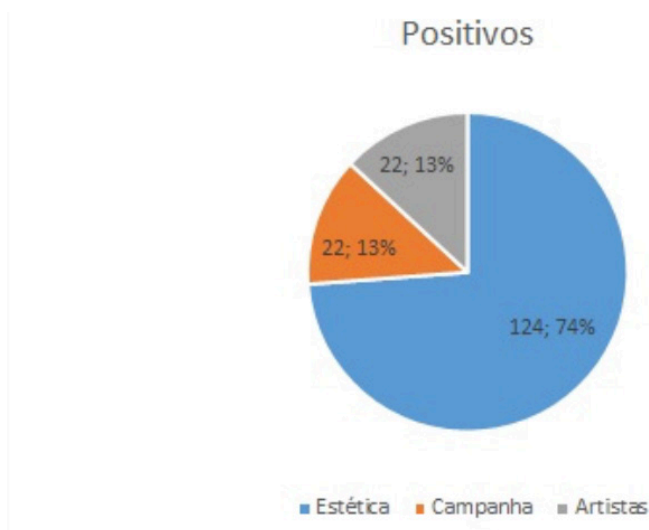
GOL Linhas Aéreas Inteligentes cade o comercial de vcs como o Patrocinador Oficial da Seleção ? Cade a capacidade de superar a criatividade do Comercial da Tam ? E sem falar que a Aeronave da Azul pra copa da de 10 a 0 nesse ai ! (Kássia Ribeiro, 28 de maio de 2014, 01:22)

O GOL Linhas Aéreas Inteligentes qual é o seu posicionamento mediante a #tam, que já fizeram doos incríveis comerciais e vcs sequer tiveram a audácia de tentar chegar usar a criatividade para tentar superá-los? Vcs como patrocinadores não farão nenhum comercial? (Luiz Damasceno, 27 de maio de 2014, 21:47)

Essa comparação realiza-se em um cenário negativo para a Gol. Antes mesmo de sua campanha oficial sobre o avião da seleção, a Gol já exigira que o Conselho Nacional da Autorregulamentação Publicitária (Conar) retirasse do ar a campanha em que a TAM destaca que trazia para o Brasil jogadores da seleção que atuam fora do país. Como a Gol era a única patrocinadora oficial da seleção, o Conar acatou parcialmente seu pedido, exigindo alterações na campanha (Barbosa, 2014) e abrindo a temporada de conflitos sobre as representações legítimas ou não na representação do apoio aéreo à seleção brasileira.

Entre os elogios em relação à campanha (Gráfico 3), destaca-se a valorização artística de OSGEMEOS, responsáveis por 13% dos comentários positivos – como na postagem “Show de bola ! Grafiteiros reconhecidos internacionalmente !!! Com exposições na Europa, USA , Brasil. Para quem conhece arte urbana. Parabéns por esta iniciativa : talento brasileiro !” (Vera Jock Piva, 27 de maio de 2014, 17:58).

Gráfico 3 – Temas elogiados nos comentários no Facebook da Gol sobre grafite do avião da seleção



Fonte: elaboração própria

Não surpreende a valorização do sucesso estrangeiro como marca de diferenciação que atesta a qualidade dos artistas, uma recorrente estratégia de demarcação que é usada também para diferenciar os que se apresentam como verdadeiros conhecedores de arte, em contraposição aos críticos (supostamente provincianos) que não reconhecem o valor do trabalho chancelado lá fora:

Ver esse tanto de gente falando asneira dá tristeza, não conhecem o trabalho dos gêmeos. Falta de noção e conhecimento do que o Brasil exporta em arte para o mundo! Parabéns GOL Linhas Aéreas Inteligentes, e Os Gemeos, ficou animal! (Bruno Aguiar, 27 de maio de 2014, 17:45).

Também as críticas estéticas da obra parecem poupar os renomados artistas, mas condenar a obra: “Minha opinião: Está bem feio. Também acredito que o fato de ter sido feito por pessoas q sempre fazem ótimos trabalhos e q expõem no mundo todo não quer dizer que não possam fazer

um trabalho feio” (Anderson Alves, 27 de maio de 2014, 18:40). Entre essas impressões negativas, é interessante destacar que muitas delas procuram contrapor o que acreditam ser o erro dos artistas em relação ao que esperariam de uma obra mais adequada, retomando temas clássicos do nacionalismo, de campanhas mais tradicionais e até de outros pintores contemporâneos que são considerados como mais adequados para a tarefa:

Tem alguém na Gol que enlouqueceu, deixando fazer uma palhaçada dessa na pintura do avião. Nada haver com a Gol, com o futebol, com a seleção e com a aviação. SANTOS DUMONT DEVE ESTAR MUITO P. DA VIDA! (Izaias Carius, 28 de maio de 2014, 01:14).

Obra de arte?????? Kkk horrível. Pintava ele de verde e amarelo e pronto. (Eraldo Filho, 28 de maio de 2014, 13:31)

Pense em um aviao feio..pq não fizeram igual o da copa das confederações? Acho q uma criança de 01 ano faria um desenho melhor. (Kildary Fec, 27 de maio de 2014, 18:05).

Horrivel!!! Oque tem haver essa pintura medonha com a copa? A AZUL, sim fez uma bela pintura com referencia ao mundial, nao aos SIMPSONS, como essa pintura medonha, lastimavel... (Marcio H Goes, 28 de maio de 2014, 13:32).

Acho q uma arte de Romero Brito ficaria show... um aviao bem coloridao... lindo! (Natália Galbas, 28 de maio de 2014, 23:35).

Entre essas referências canônicas conservadoras (campanhas tradicionais, cores nacionalistas, heróis nacionais como Santos Dumont e ícones da pasteurização artística), revela-se o ponto de vista (e a base

cultural) a partir do qual a obra de OSGEMEOS foi julgada por parcela considerável do público da campanha no Facebook. Finalmente, como já indicado pela crítica feita pelo internauta Marcio H. Goes sobre o tom de pele dos personagens característicos do estilo dessa dupla de grafiteiros (que, a partir de suas referências culturais anteriores, mais pareciam-se com os personagens amarelados do desenho norte-americano *Os Simpsons*) também seria possível identificar um certo rancor com a imagem dos corpos que é sugerida pelo estilo dos artistas – e a identificação de grupos étnicos considerados como pouco representativos do imaginário da brasilidade: “O que o Evo Morales está fazendo no nariz da aeronave?” (Sergio Novis, 28 de maio de 2014, 20:23); “que avião ridículo kkk colocaram a cara do ronaldo no bico do avião” (Jessica Pereira, 27 de maio de 2014, 23:58).

Ao comparar as imagens com o presidente boliviano e com o ex-jogador da seleção brasileira, os internautas rejeitam imagens corporais que consideram como pouco representativas da identidade que se pretende construir – ou reconhecer. Talvez seja esse um dos fatores para entender parte da resistência à campanha: o estilo de OSGEMEOS não se acomoda facilmente à estética predominante por representar sujeitos insubmissos e ameaçadoramente amontoados (mesmo em uma campanha oficial para companhia de aviação e para a seleção brasileira), com corpos que não querem ser reconhecidos como brasileiros, rompendo com as expectativas do público sobre o que poderia ser considerado como uma imagem brasileira adequada – ou seja, que esteja em conformidade com as expectativas de representações nacionais e esportivas. Desse desencaixe de expectativas, nasce a crítica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: IMAGENS INCÔMODAS

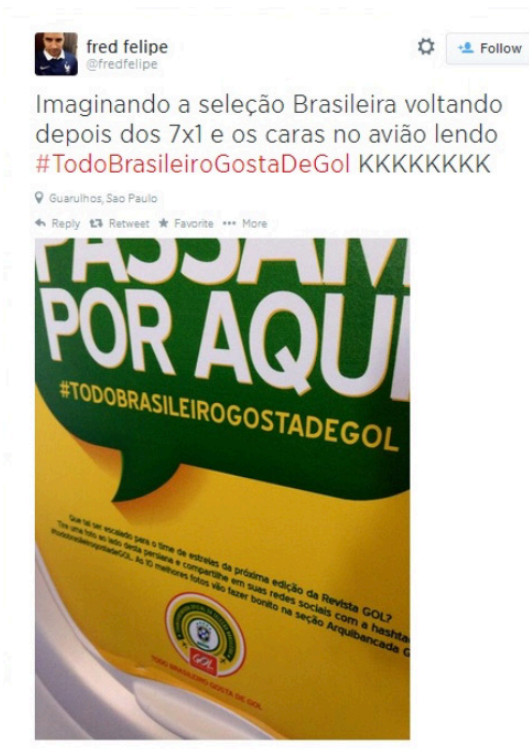
A resistência da recepção dos usuários não encontrou marcas de diálogo ou de maiores intervenções por parte da Gol: poucos comentários foram respondidos, e a maior parte deles tratava de resolução de problemas referentes a serviços da Gol não relacionados com a campanha. A

interação entre usuários também foi residual: pouquíssimos usuários respondiam as críticas diretamente, e os poucos que mencionavam outros comentários o faziam para descaracterizar as críticas estéticas, em estratégia defensiva exemplificada pela representação dos críticos como desconhecedores do valor da obra avaliada, como analisado anteriormente.

Apesar da resistência e do debate restrito aos taquigráficos monólogos, a campanha continuou aberta para novos processos de significação. Após a derrota da seleção brasileira para a Alemanha por goleada histórica nas semifinais da Copa do Mundo, usuários encontraram um novo sentido para a hashtag oficial da campanha #TodoBrasileiroGostaDeGol em imagens que também usaram as redes sociais para se proliferar (figura 5):

figura 5– Foto publicada no Twitter por usuário no interior de aeronave da Gol com campanha

#TodoBrasileiroGostaDeGol – 11/07/2014



Fonte: <https://twitter.com/fredfelipe/status/487588883849572352>

O gol, que nomeia a empresa, passou do objetivo da competição a um trauma, depois da derrota por uma sequência de gols que os brasileiros enfrentam ainda dificuldade em processar. Como foi possível demonstrar, talvez a maior riqueza da campanha da Gol seja justamente sua abertura para novas interpretações pelo público. Seria possível reconhecer o valor da obra pelo currículo internacional dos artistas, criticar a falta de imagens nacionalistas tradicionais, identificar figuras famosas entre os bonecos de OSGEMEOS ou sugerir as influências de outros pintores e estilos. Por outro lado, para além dessas expectativas prévias, a obra também se apresenta como o amontoado de rostos que parece não se encaixar no esperado de uma campanha – de produtos e serviços atrelados à seleção brasileira – que costumeiramente nos apresenta com um espelho idealizado de imagens sobre um país e um povo que estamos acostumados a reconhecer como nossos.

Por fim, vale destacar que esse pequeno abalo em 2014 parece sinalizar os grandes tremores que estavam por vir nos anos seguintes e culminaram na eleição de Jair Bolsonaro a presidente em 2018. Como visto nas páginas anteriores, já era possível vislumbrar um clima de animosidade e polarização das redes digitais sem possibilidade de diálogo entre diferentes, uma valorização de uma estética tradicional de imagens nacionalistas (como as cores da bandeira e indumentárias oficiais da seleção brasileira de futebol), uma insatisfação generalizada sobre serviços estatais precários e até conflitos sobre representações étnicas minoritárias – e sua supressão por parte dos que não as consideram representativa do imaginário nacional.

Tanto nos elogios quanto nas críticas, o público parecia esperar um sentido estável e confortável – o oposto da arte incômoda e confrontadora de OSGEMEOS. Assim, pouco importa se a imagem critica a própria aviação que deveria promover, se remete às multidões nos estádios ou aos trabalhadores que deram suas vidas para construí-los. A própria obra parece mudar de sentido com a mudança de perspectiva: a morosidade dos rostos na visão lateral (figura 2) se altera na visão superior (figura 3),

sugerindo um sufocamento de rostos angustiados entre mãos náufragas. Assim, a ambiguidade e o convite a múltiplas interpretações são justamente o elemento mais corrosivo desses rostos que oscilam entre a seriedade e o sorriso – menos severos que os críticos, mas também menos laudatórios que os propagandistas.

REFERÊNCIAS

AVIÃO que transportará seleção na Copa ganha grafite de ‘Os Gêmeos’. G1, 26/05/2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/05/aviao-que-transportara-selecao-na-copa-tera-grafite-de-os-gemeos.html>>. Acesso em: 18 jun. 2019.

BAKHTIN, M. Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2010.

BARBOSA, M. Conar manda TAM alterar frase em comercial com Thiago Silva, David Luiz e Marcelo. Folha de S.Paulo, 09/05/2014. Disponível em: <<https://senhorespassageiros.blogfolha.uol.com.br/2014/05/09/conar-manda-tam-alterar-frase-no-comercial-dos-jogadores>>. Acesso em: 18 jun. 2019.

BURKE, P. Os turistas aprendizes. Folha de S. Paulo, 17/12/2006. Caderno Mais! p. 12. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1712200628.htm>>. Acesso em: 18 jun. 2019.

CASTELLS, M. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CHAUÍ, M. Brasil: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2007.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

ECO, U. Interpretação e superinterpretação. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
FURTADO, Thais; DORETTO, Juliana. O menino negro da foto: a produção de sentidos nos comentários dos leitores de El País. In: ENCONTRO ANUAL

DA COMPÓS, 27, 2018, Belo Horizonte. Anais eletrônicos do XXVII Encontro Anual da Compós. Belo Horizonte: Compós, 2018. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_NTL4AK7WTMH3IFX-PGHTB_27_6691_25_02_2018_18_05_24.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2019.

GOL. “OSGEMEOS transformam aeronave da GOL em obra de arte”. YouTube, 28/05/2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=a-38xoWB6NAw>>. Acesso em: 18 jun. 2019.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

OSGEMEOS. Biografia. OSGEMEOS, s/d. Disponível em: <<http://www.osgemeos.com.br/pt/biografia>>. Acesso em: 18 jun. 2019.

SECCO, L. As Jornadas de Junho. In: MARICATO, E. *et al.* Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Carta Maior, 2013.

TRINDADE, E. Propaganda, identidade e discurso: brasilidades midiáticas. Porto Alegre: Sulina, 2012.

A SAGA STAR WARS COMO PRODUTO MIDIÁTICO: O CONSUMO COMO EXPERIÊNCIA

Homero Odisseus Massuto⁷⁶

O INÍCIO DA AVENTURA:

A SAGA STAR WARS, A INDÚSTRIA CULTURAL E A CULTURA POP

“Há muito tempo atrás...”

Para muitos fãs e talvez algumas pessoas não tão fanáticas assim, essa tradicional frase nos remete a outra famosa; “era uma vez...” e nos fará lembrar do início dos filmes de ficção que hoje talvez sejam os mais famosos do cinema e da cultura pop, a saga *Star Wars*. Lançada em fins da década 70 do século XX e criada por George Lucas, logo de cara encantou crianças, adolescentes e adultos mundo a fora. Propiciou uma mudança no estilo cinematográfico em Hollywood, sendo uma das responsáveis pela origem do termo *blockbuster*, e adentrou na cultura pop fazendo parte de nosso cotidiano. Já tendo passados 40 anos de seu lançamento, no ano de 1977, ainda hoje encanta, gera divisas aos envolvidos e promete se estender por mais algumas gerações.

A ideia de criar *Star Wars* tem suas origens nos anos 60 quando George Lucas imaginava filmar uma adaptação do famoso personagem Flash Gordon. Posteriormente Lucas filmaria o curta *THX 1138*, que viria a ser seu primeiro longa metragem. No entanto, a ideia de filmar seu personagem espacial predileto ainda perduraria por anos, como bem lembra Chris Taylor em seu livro *Como Star Wars Conquistou o Universo*. Por muitos anos o jovem cineasta foi amadurecendo a ideia de filmar uma nova obra de ficção científica, mas tempo, dinheiro, recursos tecnológicos e por fim um bom roteiro lhe faltava. Lucas por várias vezes teria consultado seu amigo e também cineasta Francis Ford Coppola a respeito tanto de seus

⁷⁶ É Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, professor do Senac SP e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo.

desejos de filmar Flash Gordon, como posteriormente os roteiros iniciais de *Star Wars*. Por fim a ideia de realizar o sonho de dirigir o personagem cai por terra dado o alto valor que os detentores de Flash Gordon solicitam para liberar o personagem para o então jovem diretor. Nesse momento é lançado então o embrião do que viria ser *Star Wars*, com outro nome, com alguns personagens conhecidos da futura franquia, mas em outra roupagem, tudo ainda em estado de pedra bruta esperando para ser polida e transformada na icônica saga que a muitos encanta ainda nos dias atuais.

Os filmes, na verdade o filme, pois não se esperava tamanho sucesso, permitiu assim as continuações e melhor desenvolvimento da história, esse sucesso também foi responsável pela criação das empresas de George Lucas, Lucasfilm, e também a famosa empresa de efeitos especiais ILM - Industrial Light and Magic. A bem da verdade, a Lucasfilm já existia desde 1971, mas é com *Star Wars* de 1977 que ela ganha a projeção, sendo que mais tarde no ano de 1981 seria responsável por outra grande franquia dos cinemas, a do arqueólogo e aventureiro Indiana Jones. Em certa medida o primeiro *Star Wars* causou um impacto maior na indústria cinematográfica ao consagrar a ideia de *blockbuster*.

Tendo isso em mente, e antes de abordarmos como se desenvolveu o primeiro filme do que viria, posteriormente, ser uma saga cinematográfica, e principalmente uma marca forte tanto em termos de produto midiático como em termos de produtos não midiáticos, mas pura e simplesmente de consumo⁷⁷, não podemos deixar de pontuar importantes aspectos que envolvem a chamada Indústria Cultural, e a cultura de massas. *Star Wars* está inserido nesse contexto, inclusive no da chamada cultura pop. Precisamos entender que a série cinematográfica foi construída dentro dos padrões de Hollywood e sob alguns aspectos contribuiu para algumas modificações desses mesmos padrões.

⁷⁷ Aqui nos referimos a toda sorte de produtos que viriam a ser licenciados, e ter estampados a marca *Star Wars*, a saga em si é uma grande puxadora de vendas de qualquer produto que esteja associada a si (marca *Star Wars*), mas não podemos esquecer-nos dos derivados que ela produz na própria mídia, como livros, games e histórias em quadrinhos.

A existência da Indústria Cultural é pautada pelo modo de produção capitalista: o processo de industrialização crescente no século XIX e início do século XX é fator determinante para o surgimento e fortalecimento da indústria cultural e também dos meios de comunicação de massa. É com o aparecimento dessa economia baseada no consumo de bens, e de uma sociedade de consumo, que estes fenômenos se solidificam como desenvolvimentos vinculados ao fenômeno da industrialização crescente (COELHO, 2006).

Hollywood surgirá como um dos resultados desse processo de industrialização da cultura, da necessidade crescente do trabalhador alienado buscar alguma diversão, além dos teatros de revista, ou folhetins (para os que sabiam ler, e tinham algumas moedas a dispor). A invenção do cinema, do rádio e posteriormente da TV, veio consolidar (não nessa ordem) a ideia de cultura de massas. Morin aponta que:

É no amanhã da Segunda Guerra Mundial que a sociologia americana detecta, reconhece a Terceira Cultura e a denomina: *mass culture*. Cultura de massa, isto é, produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propaganda pelas técnicas de difusão maciça (que um estranho neologismo anglo-latino chama de *mass media*); destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade (classes, famílias, etc.) (MORIN, 1990, p.14).

Não é nossa intenção aprofundarmos aqui os estudos referentes à cultura de massas, indústria cultural, e também sobre cultura pop, mas sim destacarmos alguns elementos significativos da influência que estas exerceram na criação do primeiro *Star Wars*, e da saga posteriormente, e assim também nos ajudar a entender como a atual indústria cinematográfica (na verdade não só ela, mas a indústria de entretenimento como

um todo), se utiliza desses recursos para se manter. Não é à toa o termo *indústria*, quando a imprensa se refere à Hollywood, de alguma maneira remete aos conceitos relacionados à indústria cultural. Já no tocante a cultura em si é importante lembrarmos que o termo cultura é muito abrangente (MORIN, 1990).

Não podemos também deixar de discorrer um pouco sobre a ideia de cultura pop, sempre que *Star Wars* é citado em algum artigo jornalístico, esse termo, o da cultura pop, acaba por se fazer presente de alguma maneira. O termo cultura pop está ligado intimamente à cultura de massas e, portanto à indústria cultural. No entanto, alguns autores apontam diferenças entre este tipo e a cultura de massas neste caso:

A cultura pop não deve ser confundida com a cultura de massa. É um estágio posterior. A pop já faz parte do universo das mídias individuais ou em rede. Essa individualidade, que tem um cunho massivo – e não de massa –, se refaz por meio de diferentes combinações que cada indivíduo ou consumidor é capaz de criar como novidade (PENHA, 2009).

Já nos estudos realizados pela Compós em 2015, e posteriormente publicados em um livro cujo título é “Cultura Pop”, é possível verificarmos outras análises feitas a respeito do significado do pop. Da música ao cinema, este termo é muito presente, e para os organizadores desse estudo a ideia de cultura pop é:

O termo ‘cultura pop’ porta uma ambiguidade fundamental. Por um lado, sublinha aspectos tais como volatilidade, transitoriedade e “contaminação” dos produtos culturais pela lógica efêmera do mercado e do consumo massivo e espetacularizado; por outro, traduz a estrutura de sentimentos da modernidade, exercendo profunda influência no(s) modo(s) como as pessoas experimentam o mundo ao seu redor. Nes-

se sentido, pode-se afirmar que a cultura pop tem óbvias e múltiplas implicações estéticas, sublinhadas por questões de gosto e valor; ao mesmo tempo em que ela também afeta é afetada por relações de trabalho, capital e poder (SÁ, CARREIRO e FERRARAZ, 2015, p.9).

Outro ponto deste estudo sobre a cultura pop, e que pode nos ajudar a entender porque a saga cinematográfica de Lucas é tão popular, também nos é mostrada pelos autores da seguinte maneira:

Contudo, apontar as múltiplas e heterogêneas articulações do pop com o mercado, com o capital – ou como denunciou Adorno, com a ‘indústria cultural’ – pode ser um ponto de partida, mas não de chegada. Pois, interessa-nos, sobretudo, os meandros e as apropriações que sustentam o pop como o cerne da experiência moderna e sinônimo da cultura da mídia; e que faz com que as referências da cultura pop se expandam para além da sua matriz, ligada ao entretenimento, sustentando os desejos transnacionais de cosmopolitismo nos mais diferentes recônditos do planeta (SÁ, CARREIRO e FERRARAZ, 2015, p.9).

A saga idealizada por Lucas se insere fortemente nesse contexto de cultura pop que ultrapassa as barreiras do entretenimento e permeia a sociedade como um todo. Talvez boa parte das ditas experiências de consumo que tentamos observar nesta pesquisa tenham relação direta com isto. O pop (a cultura) está dentro de uma lógica de mercado muito ligada ao fenômeno da indústria cultural e cultura de massas e ao seu fazer fabril, as ideias simples e de fácil aceitação. Não podemos esquecer de que o termo pop contem suas armadilhas, pois nos remete também a ideia de popular, ou a uma cultura popular, feita pelo povo, no entanto tratamos aqui do pop como fenômeno de massas oriundos da indústria cultural.

Talvez o que nos ajude a diferenciar seria o popular midiático ou popular massivo (SOARES, 2015), já que o termo pop advém de outra língua também, em termos de significado. Por outro lado é possível utilizá-lo tendo a clareza de que se trata da cultura “feita” pela indústria de entretenimento e aceita por seus consumidores (sociedade). Outro olhar seria o de delimitar a diferença entre cultura popular e cultura de massa (e cultura pop), o que poderia estabelecer uma ideia de subordinação e exclusão entre elas, o que para Teixeira Coelho é um erro, na verdade deveriam ser vistas como complementares:

É que muitos não conseguem entender que a cultura popular é um das fontes de uma cultura nacional, mas não a fonte, não havendo razão para usá-la como escudo num combate contra a cultura de massa, dita também cultura pop (denominação que se pretende pejorativa). Para esses, a cultura popular (a soma dos valores tradicionais de um povo, expressos em forma artística, como danças e objetos, ou nas credenças e costumes gerais) abrange todas as verdades e valores positivos, particularmente porque produzida por aqueles mesmos que a consomem, ao contrário do que ocorre com a pop (COELHO, 2006, p. 20).

Nessa dissertação, optamos pela visão que entende que há uma relação de complementariedade entre a cultura pop e a indústria cultural. A cultura pop pode ser considerada como um desdobramento da existência da indústria cultural. A principal característica da cultura pop é a utilização da cultura de massa como base para a produção cultural. A saga *Star Wars* é um produto midiático que se enquadra nesse contexto da indústria cultural e da cultura pop, afinal é nos EUA que essa indústria nasceu e se expande, agora também como cultura pop, para o resto do planeta:

Esse cosmopolitismo se irradia a partir de um polo de desenvolvimento que domina todos os outros: os Es-

tados Unidos. Foi lá que nasceu a cultura de massa. É de lá que se encontra concentrado seu máximo de potência e energia mundialmente (MORIN, 1990, p.44).

Outro aspecto que não podemos deixar de associar a essa cultura pop e de massas é que em dado momento, quando Lucas começa a se relacionar com Campbell, em meados dos anos 80 do século XX, e ao produzir a série de entrevistas “O poder do Mito”, em seu rancho, e que viria a ser um programa exibido na televisão e depois se tornando um livro de sucesso, também transformaria o estudioso Campbell em certa medida em um “produto” relacionado à cultura pop. Se levarmos em consideração as vendas do livro, a audiência que obteve na época, e posteriormente, foi um sucesso, e também as constantes análises da obra do estudioso, que o associam e seus estudos à saga *Star Wars*, Joseph Campbell, acabou sendo inserido na “ciranda” da cultura pop, por mais que isso possa desagradar a vários estudiosos da mitologia e afins. É curioso como ainda hoje falar de *Star Wars* e sua estrutura narrativa é tratar do que Campbell tratou em sua obra, “O herói de mil faces”, e para o bem ou para o mal, como esta é usada e adaptada, ainda hoje, nos processos criativos do fazer da indústria de entretenimento, e porque não dizer da cultura de massas, em especial quando tratamos dos filmes do cinema, e nos hoje muito populares seriados de televisão e nos que são produzidos para o moderno meio de difusão de entretenimento que é o *streaming* pela internet (Netflix, Amazon, HBO GO, etc.).

George Lucas é da primeira geração de jovens que descobriu a televisão, mas que também tinha o cinema de sua juventude como referência. Ao construir sua saga cinematográfica, a partir do primeiro *Star Wars*, veremos como ele buscou memórias afetivas (além de outras referências) para elaborar não só essa história, mas outras. O modo como ele criou sua saga espacial tem tudo a ver como o modelo de produção da cultura de massa:

A cultura industrial adapta temas folclóricos locais transformando-os em temas cosmopolitas, como o *western*, o *jazz*, os ritmos tropicais (samba, mambo, chá-chá-chá, etc.). Pegando esse impulso cosmopolita, ela favorece, por um lado, os sincretismos culturais (filmes de coprodução, transplantação para uma área de cultura de temas provenientes de uma outra área cultural) e, por outro lado, os temas ‘antropológicos’, isto é, adaptados a um denominador comum de humanidade (MORIN, 1990, p. 44).

Sem dúvida, *Star Wars* se enquadra nesses quesitos, e não é a toa que por isso permeia o imaginário das pessoas, sejam elas fãs ou não, pois direta ou indiretamente, tendo ou não assistido algum filme, já ouviram falar de algum personagem icônico da saga. Cabe aqui também, uma pequena análise da ideia de saga, termo que irá aparecer nessa pesquisa em vários momentos. Se inicialmente a ideia, como veremos, era fazer um filme, pensado em capítulos, mas que não se sabia ao certo se teria continuidade ou não, e que dado o sucesso, tornou-se nessa marca famosa, marca essa associada à ideia de “saga, espacial” e “saga cinematográfica”, só para citar dois exemplos de como *Star Wars* aparece em matérias da mídia, por exemplo, cabe aqui então uma breve explicação do que o termo saga significa.

A palavra saga advém do verbo *segja*, que pode ser traduzido como *dizer*, *falar*, o que nos remete ao seu caráter oral, mas também ao modo como os escandinavos, principalmente os islandeses (maiores escritores dessas narrativas medievais), encaravam o seu próprio passado. Pelos seus elementos narrativos, podemos traçar semelhanças das sagas com outros tipos de narrativas medievais, como o romance e a crônica, porém devemos deixar claro que a saga possui um corpo narrativo único, não se encaixando por com-

pleto em nenhuma dessas outras categorias (LANGER, 2015, p. 445).

Se a marca da franquia de filmes *Star Wars* é muito associada à ideia de saga, esta narrativa (saga) nada mais é do que a história da família Skywalker, mas só iremos descobrir isso com mais clareza após a criação das continuações, mesmo que um vislumbre dessa ideia já apareça no primeiro filme. Sendo que o termo saga estará muito associado à totalidade de filmes que hoje temos na série *Star Wars*, mas também pode estar ligado a outros produtos midiáticos, como livros, desenhos animados e história em quadrinhos, etc. Não esqueçamos que a saga *Star Wars* hoje, mais do que nunca como marca, engloba todos os produtos midiáticos ligados a ela.

Star Wars, a marca, e suas narrativas de consumo

A força de uma marca poderia ser um trocadilho fácil para entendermos o que significa hoje Star Wars no mundo do consumo. Mais do que mercadorias tornando-se fetiche como apontou Marx no século XIX (MARX, 1996), hoje o fetiche vai além dessas mercadorias e se incorpora às marcas, verdadeiros objetos de culto, que muito tem a dizer sobre o comportamento de consumo dos indivíduos. Hoje comprar produtos de determinadas grifes quase vai ao campo do religioso, existe um culto, ou uma espécie de culto coletivo de consumo onde aquele que detém algo de determinada empresa é mais do que os outros ou estaria acima dos outros, invadimos aqui o campo do religioso e das relações sociais.

O misterioso da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como características objetivas dos próprios produtos de trabalho, como propriedades naturais sociais dessas coisas e, por isso, também reflete a relação social dos produtores com o trabalho total como uma rela-

ção social existente fora deles, entre objetos (MARX, 1996, p.187).

Essas relações e também as interações sociais entre os indivíduos ultrapassa hoje o campo da mercadoria e avança fortemente pelo das marcas, ditando a norma, portanto. Uma relação velada de ter e poder no campo do imaginário e se perpetuando pelo real. Possuir algo de *Star Wars* hoje é estar no centro do que é legal, bacana, ou *hype*.

Não é mais nada que determinada relação social entre os próprios homens que para eles aqui assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Por isso, para encontrar uma analogia, temos de nos deslocar à região nebulosa do mundo da religião. Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens (MARX, 1996, p.187).

Investir nesse conceito religioso e mítico é um processo muito utilizado pelo marketing, a Coca Cola dentro de seu museu em Atlanta possui uma ala onde as pessoas são recebidas com um vídeo onde o narrador, uma figura paternal, facilmente reconhecida no imaginário com Deus ou um representante deste, fala das virtudes do refrigerante e da empresa, tudo isso em tom professoral e na verdade mais religioso e pastoral, afinal os representantes de Deus na terra são os pastores, padres e afins. Naomi Klein chama atenção para a possibilidade da presença de uma dimensão religiosa na relação de um grupo com suas marcas (símbolos):

O processo de investir um símbolo de significado é tão velho quanto às tribos humanas. O desejo de marcar-se para ser parte de uma comunidade, ser parte de algo maior que si mesmo, é uma coisa profundamente humana que fazemos, as religiões fazem, os partidos políticos fazem (KLEIN, 2003, p.173-174).

Hoje o consumidor assume as marcas de determinados produtos buscando justamente esse símbolo, esse significado de pertencimento a algo maior. A saga criada por George Lucas em meados da década de 70 vem encantando gerações ao longo dos anos, seu poder simbólico e de alcance mundial é constantemente analisado, não há país no mundo onde os filmes não são conhecidos em maior ou menor grau. Não à toa a Disney, que investiu em 2012 US\$4,05 bilhões de dólares, e passados cinco anos, já lucra com apenas dois filmes sendo eles *O Despertar da Força* de dezembro de 2015 e *Rogue One* de dezembro de 2016 (aqui estamos desconsiderando os desenhos para tevê que também são sucesso e geram lucro para a franquia). Muito dessa lucratividade não vem só dos filmes, mas sim da área de licenciamentos que é justamente a “menina dos olhos” da marca, pois é a que mais retorno dá em termos financeiros e de exposição. Usar produtos *Star Wars* é estar “ligado” ao momento, portanto é importante para a empresa também não deixar que saia ou desapareça da mídia:

Aquilo de que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala então de outra coisa, e é isso que, a partir daí, afinal existe. As consequências práticas como se percebe, são imensas (DEBORD, 2013, p.182).

Uma dessas consequências a que Debord se refere pode ser o fato de que ao se parar de falar, neste caso, reduz-se o consumo, ou cai-se no esquecimento, dando espaço para que concorrentes o ocupem. Como conglomerado, a Disney, sabedora das possibilidades de renda, também é detentora de outra marca forte e utiliza a mesma técnica de manter a marca exposta e sendo discutida, no caso a Marvel, responsável por personagens como Capitão América, Homem de Ferro e tantos outros. Tanto no caso da marca *Star Wars* quanto da marca Marvel, a empresa mantém viva a chama do debate em torno das obras a serem lançadas, e que é o estopim para o consumo dos licenciados.

O que se quer é a criação de uma tribo de seguidores fiéis (Klein 2003), que possam influenciar outros a comparem produtos relacionados à saga, e no caso de Star Wars, ela permeia não só a característica consumista e mercantil, mas também já faz parte da cultura popular e do imaginário coletivo, o que de alguma maneira facilita o surgimento ou criação desses fiéis seguidores.

A marca alimenta-se de significado, é um gigantesco aspirador de significado. É também um aspirador de espaço, porque não basta ter uma nova ideia, você tem de expressá-la em algum lugar do mundo real e tem de contar sua história, sua narrativa, a narrativa da sua marca, do seu mito (KLEIN, 2003, p.177).

Por mais que a Disney seja cuidadosa com seu patrimônio, ela também deve permitir que os seguidores ajudem nessa construção da narrativa, desse mito, ocupando assim espaços inclusive públicos ou ditos públicos (já que atualmente existe uma confusão entre o espaço público e privado em alguns casos), mas desde que dentro de um limite de respeito a seus interesses, mas muitas vezes é difícil de controlar situações assim. Como a empresa poderá não permitir um grafite (figura 1) em uma parede em uma cidade da Ásia, ou Europa? E como essa arte urbana pode ajudar ou atrapalhar suas pretensões? O que muitas vezes mede o sucesso de uma marca é sua capacidade de se expandir para outras áreas (KLEIN, 2003), inclusive ocupando espaços públicos e privados e das mais diferentes formas. Se o que importa é a propriedade intelectual (KLEIN, 2002 e 2003), a bem da verdade muitas vezes a empresa não

Figura 1 – Um dos muitos grafites baseados em Star Wars espalhados pelo mundo



Fonte: Blog Opinião Central.

conseguirá impor limites a seus seguidores, e no caso de *Star Wars* isso é gritante, pois muitos fãs escrevem histórias, produzem curtas metragens, se vestem como personagens e perpetuam assim a narrativa.

A expansão do *branding* pela paisagem urbana é fato, não existe uma grande cidade que não tenha sofrido algum tipo de intervenção de cunho publicitário em prédios, transportes públicos e afins, é uma realidade contemporânea (KLEIN, 2002); mas se por um lado esse avanço da publicidade é um atrativo ímpar para a marca, pode também ser fonte de alguma dor de cabeça. Empresas como a Disney não gostam de ter suas propriedades ligadas a política de forma explícita, mas ao ir para as ruas e se tornar popular, como é o caso da saga espacial, isso é quase inevitável como podemos observar nas imagens a seguir (figuras 2, 3 e 4). Foge ao controle da empresa situações como essa, onde o espaço público é utilizado para expressar um protesto ou uma crítica social, ou mesmo homenagear os filmes, através da utilização de uma marca conhecida e que faz parte do imaginário popular de alguma maneira. Nem George Lucas conseguia controlar, nem parece que a Disney irá conseguir, por mais pressão que faça, pois talvez por ser justamente popular e conhecida é que de alguma maneira ela se torna também uma propriedade de todos (pelo menos no imaginário das pessoas). No entanto Naomi Klein nos lembra de que as empresas têm buscado “censurar” cada vez mais de alguma maneira quem utilize suas marcas de forma indevida, até porque temos também uma redefinição do que é o espaço público, sendo que este muitas vezes se confunde com o espaço privado.

O que leis de *copyright* e marca registrada têm a ver com a cultura pessoal de fã? Ou a consolidação corporativa com a liberdade de expressão? Mas hoje surge um padrão claro: à medida que mais e mais empresas buscam ser aquela que fabrica a marca que consumimos, a que produz arte e até constrói nossas casas, todo o conceito de espaço público está sendo redefinido (KLEIN, 2002, p. 154).

Mesmo assim, a Disney acaba por indiretamente lucrar ao ter a marca *Star Wars* exposta no espaço público, em especial quando não se tratam de protestos, mas sim de arte de rua pura e simples, que acaba virando uma homenagem à saga, feita por algum fã e para fãs. Mas Klein também aponta a crescente criminalização das ruas, de sua arte, devido a uma crescente mercantilização do espaço público, o que dificulta cada vez mais a expressão independente.

É uma das ironias da nossa época que agora, quando a rua se tornou a mercadoria mais quente na cultura da publicidade, a própria cultura das ruas esteja sitiada. De Nova York a Vancouver e Londres, punições policiais por grafites, colocação de pôsteres, mendicância, arte em calçadas, flanelinhas, jardinagem comunitária e vendedores de comida estão rapidamente criminalizando tudo que, na vida de uma cidade, pertencia à rua (KLEIN, 2002, p.339).

Essas situações apontadas não são aquilo que a empresa espera, mas por outro lado indiretamente contribuem para que sua marca, simbolicamente, faça parte da cultura popular permanecendo viva. Mas o que importa realmente? O que quer o *branding* senão conquistar corações e mentes das mais diversas idades e classes sociais e perpetuar o consumo.

Figura 2 – Grafite como forma de protesto usando personagens de Star Wars



Fonte: Blog Opinião Central

Figura 3 – Grafite usando a personagem Princesa Leia contra o imperialismo



Fonte: Blog Opinião Central

Figura 4 – Crítica a violência policial usando temas de Star Wars



Fonte: Blog Opinião Central

Só no ano de 2016, a Disney bateu o recorde de faturamento atingindo a astronômica cifra de US\$ 7 bilhões mundialmente, nunca na história outro estúdio de cinema atingiu essa meta. Cinco das dez maiores bilheterias do referido ano pertencem à empresa, e o ano corrente ainda não foi fechado em 2017⁷⁸, o que pode ainda gerar mais lucros, e já é o se-

⁷⁸ Matéria da revista *Veja*, tratando como que a Disney é o primeiro estúdio a conseguir ultrapassar a marca de US\$7bilhões em faturamento com a venda de ingressos para o cinema. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/com-rogue-one-disney-e-o-1o-estudio-a-passar-dos-us-7-bi/>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

gundo ano consecutivo que a empresa supera os números anteriores. Segundo matéria da revista *Exame*⁷⁹ datada de fevereiro de 2016, até aquele presente momento só com licenciamento de produtos a Disney esperava faturar US\$ 5 bilhões nos mais diversos produtos ligados à marca. Almofadas, chinelos, relógios, toda a sorte de produtos que tiverem o logo *Star Wars* vendem em questão de horas, na mesma reportagem menciona-se que a loja Riachuelo teve espera de 4 horas de consumidores que esperavam a varejista repor o estoque de almofadas da saga (figura 5).

Figura 5 – Almofadas temáticas vendidas na loja Riachuelo



Fonte: Blog Garota de Botas

A corrida *Star Wars Run* também faz parte de todas essas estratégias, e ainda se insere no conceito preconizado pelo professor de Harvard Cass R. Sunstein:

As pessoas também tendem a gostar de coisas que outras pessoas gostam. Sempre há um grande estardalhaço, a maioria de nós quer ficar por dentro, Há um profundo desejo humano de conhecimento co-

⁷⁹ A revista *Exame* em sua matéria mostra a lucratividade da marca *Star Wars*, em especial relacionado ao sétimo filme da saga ‘O despertar da força’ de dezembro de 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/a-forca-de-star-wars-vence-mais-uma-vez/>>. Acesso em: 14 Jan. 2017.

mun e experiências comuns. As nações precisam de festas e eventos que diversas pessoas possam compartilhar; feriados, filmes, programas de televisão e eventos esportivos os providenciam. O lançamento de um novo filme de *Star Wars* é uma celebração nacional (SUNSTEIN, 2016, p.204).

Tanto a corrida quanto o lançamento de um filme da saga são acontecimentos que movimentam a mídia, o marketing da empresa e toda uma engrenagem social em torno da marca. Nada é de graça, se correr promove a saúde e mostra que *Star Wars* está do lado desta, por outro lado a inscrições tem seu preço já que os atletas irão adquirir um kit de participação temático, podendo escolher o lado do Império ou da rebelião, e assim mais uma vez o consumidor escolhe sua identificação com personagens e lados da história. A corrida em si se insere na ideia de que a marca é legal, *cool*, está em consonância com o momento atual de busca pela saúde. *Star Wars* contra o sedentarismo, e como tantas outras marcas desde a década de 90 vem trabalhando essa ideia de ser legal, e bacana (KLEIN, 2002), mas agora é o saudável que está na moda, correr, se exercitar faz parte da cultura moderna. Espalham-se pelas grandes cidades eventos esportivos, corridas urbanas temáticas, e nada melhor do que promover sua marca com um público jovem que busca saúde. Em outubro de 2016, e aproveitando que em dezembro estrearia o filme *Rogue One* o primeiro derivado da franquia após a compra pela Disney, por volta de 6 mil pessoas se reuniram no Memorial da América Latina em São Paulo, segundo o site *Ativo*⁸⁰, para participar da corrida. Com a participação de Djs e um prêmio que consistia em uma viagem de cinco noites para o Walt Disney World Resort em Orlando na Flórida, com direito a acompanhante, e mais troféus temáticos e relacionados

⁸⁰ O site *Ativo* é uma plataforma de conteúdo para atletas amadores e realizou a cobertura da terceira *Star Wars Run* realizada em São Paulo capital no mês de outubro de 2016, trata-se de uma corrida anual cujo mote é *Star Wars*. Disponível em: <<https://www.ativo.com/corrida-de-rua/noticias/star-wars-run-2016/>>. Acesso em: 01 maio 2017.

ao filme. *Selfies*, djs tocando *set lists*⁸¹ inspirados nos filmes, corredores fantasiados de personagens da saga, *livepainting*⁸², uma verdadeira corrida balada (figuras 6, 7 e 8), ou como Naomi Klein bem coloca, é a mercantilização do espaço público (KLEIN, 2002). Por outro lado, a referida autora também nos mostra outro aspecto importante, este voltado para a gestão de marcas:

A investida para a gestão de marcas foi mais drástica na indústria do cinema. Ao mesmo tempo em que o produto de marca colocado nos filmes tornou-se um veículo de marketing indispensável para empresas como Nike, a Macintosh e a Starbucks, os próprios filmes estão sendo cada vez mais conceitualizados como ‘patrimônios de mídia de marca’. Conglomerados de entretenimento recentemente fundidos estão sempre procurando por linhas que costurem suas propriedades díspares em teias interpromocionais e, em sua maioria, essa linha é a fama gerada por sucessos de Hollywood. Os filmes criam estrelas para promoção conjunta em livros, revistas e TV, e também proporcionam veículos para astros do esporte, da televisão e da música para que ‘estendam’ suas próprias marcas (KLEIN, 2002, p.68).

A saga *Star Wars* tem entre suas particularidades, que é a de ser uma narrativa passada em uma galáxia muito distante, em um tempo imemorial, e para as marcas conseguir colocar nos filmes seu merchandising editorial é impossível dentro desse contexto, por isso será importante para elas, e mesmo para a Disney, eventos fora da realidade cinematográfica, como a corrida.

⁸¹ Lista de músicas que serão tocadas em um evento, normalmente é a seleção e músicas feitas pelo Dj.

⁸² *Livepainting*, ou pintura ao vivo, é uma forma de arte de rua performática que normalmente ocorre nos espaços públicos.

Nesse contexto, a marca Dawson's Creek se beneficia ativamente de sua exposição no catálogo J. Crew, a marca Kelly torna-se mais forte com sua associação com a marca Absolut, a marca de revista People obtém distinção com uma associação estreita com a Tommy Hilfinger, a Phantom Menace vincula sua venda à Pizza Hut, e a Kentucky Fried Chicken e a Pepsi são inestimáveis promoções da marca Guerra nas Estrelas (KLEIN, 2002, p.69).

Figura 6 – Livepainting na *Star Wars Run* 2016



Fonte: Site Ativo / Ricardo Moreno; Adam Tavares e Ricardo Soares

Figura 7 – Selfie com o personagem Darth Vader na *Star Wars Run* 2016



Fonte: Site Ativo / Ricardo Moreno; Adam Tavares e Ricardo Soares

Figura 8 – Corredor simula combate com *cosplayers* de personagens da saga de *Star Wars*, na *Star Wars Run* 2016.



Fonte: Site Ativo / Ricardo Moreno; Adam Tavares e Ricardo Soares

Figura 9 – Kit da corrida *Star Wars Run* 2016



Fonte: Site Ativo / Ricardo Moreno; Adam Tavares e Ricardo Soares

A empresa do Tio Patinhas não para de investir em experiências imaginárias, talvez verdadeiros simulacros e simulações da saga espacial, onde as pessoas poderão vivenciar experiências reais como se estivesse nas naves ou planetas da franquia *Star Wars*. A Disney projeta para o

ano de 2019, segundo matéria datada do dia 08 de fevereiro de 2017 no site do jornal *Folha de S.Paulo*, a inauguração do primeiro parque temático totalmente voltado para *Star Wars* 9, no que deverá ser sua a maior expansão neste segmento nos últimos anos, junto também irá inaugurar um parque referente à outra obra de ficção científica, o filme *Avatar* de James Cameron.

O imaginário era o álibi do real, num mundo dominado pelo princípio da realidade. Hoje em dia é o real que se torna álibi do modelo, num universo regido pelo princípio da simulação. E é paradoxalmente o real que se tornou que se tornou nossa verdadeira utopia – mas uma utopia que já não é a ordem do possível, aquela com que já não se pode senão sonhar-se, como um objeto perdido (BAUDRILLARD, 1991, p.153).

Esse parque temático permitirá uma vivência real do que é *Star Wars*, mas onde fica a realidade? O que passa a ser realidade? Segundo o presidente da Disney Bob Iger: “Quando compramos a Lucasfilm, ficamos animados em fazer novos filmes de *Star Wars*, mas também queríamos ver aqueles personagens na vida real”. Para o fã de *Star Wars*, ou para o curioso que visitará o parque o que valerá será o nível de experiência que ele terá nesse simulacro de uma realidade imaginária, de mundos de contos de fada, criados no cerne da ficção científica. Onde ele poderá pilotar a “lendária” nave *Millenium Falcon* e por breves 30 minutos sentir-se na pele do mercenário Han Solo, ou participar da simulação de uma batalha espacial onde os Rebeldes enfrentam os soldados da Primeira Ordem, ou mesmo enfrentar com um sabre de luz o vilão icônico *Darth Vader*. Gerar uma experiência única e memorável é a tônica do negócio de parques temáticos, na qual a Disney é especialista. O consumo de *Star Wars* com a retomada da saga a partir do filme “O Despertar da Força” de 2015, nos mostra os muitos caminhos que a Disney pode trilhar. Nesse quesito a empresa vem se utilizando dos personagens clássicos para agradar os fãs antigos, e criando novos personagens que tenham justamente alguma relação com esses antigos personagens, e assim as novas gerações também encontram sua identidade na saga.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado. In: ZIZEK , Slavoj. Um mapa da ideologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BARTHES, R. Mitologias. São Paulo: Difel, 1980.

BAUDRILLARD, J. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

CAMPBELL, J. O herói de mil faces. São Paulo: Cultrix, 2013.

COELHO, T. O que é Indústria cultural. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2013.

COM 'Rogue One', Disney é o 1º estudio a passar dos US\$ 7BI. Veja. São Paulo, 20 dez. 2016. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/entretenimento/com-rogue-one-disney-e-o-1o-estudio-a-passar-dos-us-7-bi/>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

CORAL, G. *Star Wars*: O Despertar da Força (Com Spoilers). Brasil, 13 dez. 2016. Disponível em: < <http://www.planocritico.com/critica-star-wars-o-despertar-da-forca-com-spoilers>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DISNEY anuncia inauguração de parque dedicado a Star Wars. Folha de S.Paulo. São Paulo, 08 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/02/1856865-disney-anuncia-inauguracao-de-parque-dedicado-a-star-wars.shtml>>. Acesso em: 01 maio 2017.

DUARTE, R. Indústria Cultural e meios de comunicação. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes Ltda, 2014.

ELVIRA, A. P. R. Filmes para entender/ou desfrutar 'Star Wars'. Madri, 16 dez. 2015. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/13/cultura/1449961227_064225.html>. Acesso em: 20 abr. 2015.

FLEMING, M. Jr. How Disney & Universal dominated most valuable movie

blockbusters of 2015 – The data behind the dollars. USA, 29 mar. 2016. Disponível em: < <http://deadline.com/2016/03/universal-pictures-disney-most-profitable-movies-2015-star-wars-minions-jurassic-world-data-1201727739/>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

FONSECA, F. Terceira edição da Star Wars Run reúne 6 mil pessoas em São Paulo. Ativo [site]. São Paulo 30 out. 2016. Disponível em: < <https://www.ativo.com/corrída-de-rua/noticias/star-wars-run-2016/>>. Acesso em: 01 mai 2017.

FREITAS, A. Como o Mickey Mouse explica a história dos direitos autorais nos EUA. São Paulo, 18 de janeiro de 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/01/18/Como-o-Mickey-Mouse-explica-a-hist%C3%B3ria-dos-direitos-autorais-nos-EUA>>. Acesso em: 10 de maio de 2017.

FREITAS, A. ‘Star Wars’ o lado lucrativo da força multiplica vendas no Brasil. O Globo, Rio de Janeiro, 02 set. 2016. Economia. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/negocios/star-wars-lado-lucrativo-da-forca-multiplica-vendas-no-brasil-17376489>> Acesso em: 16 de março de 2017.

KLEIN, N. No Logo. Rio de Janeiro: Record, 2002.

_____. Marcas globais e poder corporativo. In: Denis de Moraes (org.), Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Record, 2003.

KOBAYASHI, E. O que é cultura pop? Nova escola, São Paulo, jul. 2009. Disponível em < <https://novaescola.org.br/conteudo/1528/o-que-e-cultura-pop>>. Acesso em: 30 de junho de 2017.

LANGER, J. (org). Dicionário de mitologia Nórdica – Símbolos, mitos e ritos. São Paulo: Hedra, 2015.

MARTEL, F.. Mainstream - A Guerra Global Das Mídias e Das Culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MARX, K. O Capital. In: Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MORIN, E. Cultura de massas no século XX – volume 1: Neuroses. Rio de SÁ, S. P.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (orgs.). Cultura Pop. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2015.

SANCHES, M. Arte de rua e ‘Star Wars’. Disponível em: <<https://opiniaocentral.wordpress.com/tag/star-wars-e-grafite/>>. Acesso em: 01 mai. 2017.

SCHERER, A. A força de Star Wars vence mais uma vez. São Paulo, 26 fev. 2016. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/revista-exame/a-forca-de-s-tar-wars-vence-mais-uma-vez/>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

STAR WARS – o despertar da força bate US\$2BI no mundo, confirma Disney. São Paulo, 07 de fevereiro 2016. Disponível em: < <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2016/02/07/star-wars---o-despertar-da-forca-bate-us-2-bi-no-mundo-confirma-disney.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2016.

SUNSTEIN, C. R. O mundo segundo Star Wars. Rio de Janeiro: Record, 2016.

RANDAZZO, S. A Criação de mitos na publicidade – Como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

REININGER, D. Star Wars: O despertar da força chega a US\$ 1 bilhão em tempo recorde. São Paulo, 16 de março de 2017. Disponível em: < <https://www.cineclick.com.br/noticias/star-wars-o-despertar-da-forca-chega-a-us-1-bilhao-em-bilheteria-em-tempo-recorde>>. Acesso em: 23 out. 2015.

TAYLOR, C. Como Star Wars conquistou o Universo. São Paulo: Aleph, 2015.

TORRES, R. Star Wars – O despertar da força bate novos recordes a dois meses de sua estreia. São Paulo, 21 de outubro de 2015. Disponível em: < <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116770/>>. Acesso em: 23 out. 2015.

KÉFERA BUCHMANN: DO ANONIMATO A UMA MARCA DE SUCESSO

Mariane de Pinho Reghin⁸³

INTRODUÇÃO

Aos 24 anos, Kéfera Buchmann é um fenômeno multimídia. Dona do 105º canal com mais inscritos do YouTube – *Sincominutos* – e única mulher entre os dez maiores brasileiros – com 11 milhões de espectadores⁸⁴, a *youtuber* paranaense conquista cada vez mais seguidores como influenciadora digital e se consolida como marca no Brasil.

Esta pesquisa pretende analisar como o conceito de sociedade do espetáculo de Guy Debord se relaciona a trajetória midiática de Kéfera Buchmann. A proposta é discutir a lógica do discurso espetacular e sua capacidade de atrair uma audiência cada vez maior com a exibição da intimidade.

O objetivo deste artigo especificamente é compreender como a jovem anônima se tornou um fenômeno multimídia, considerando três momentos da trajetória de Kéfera: início no YouTube, mercantilização da imagem e carreira atual.

A metodologia consiste na análise do canal de Kéfera no YouTube – com mais de 900 milhões de visualizações – nos três momentos da sua trajetória que serão contemplados.

Entender que espetacularização implica transformação – deslocamento de uma condição de não-espetáculo a uma de espetáculo – é um pressuposto para interpretar esse fenômeno. É preciso refletir se as condições cognitivas do indivíduo contemporâneo determinam uma vida condenada ao espetáculo, em estado permanente de produção e consumo

⁸³ Jornalista formada pela Faculdade Cásper Líbero e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo. E-mail: marianereghin@gmail.com

⁸⁴ Dados referentes a dezembro de 2017, quando a pesquisa foi concluída.

de imagens. Para tanto, a pesquisa dialoga com os autores: Jean Burgess, Joshua Green, Paula Sibilia, Guy Debord, Naomi Klein, Eneus Trindade e Clotilde Perez.

O artigo examina o potencial de Kéfera como fenômeno multimídia em construção e conseqüentemente como marca, contemplando uma investigação de sua trajetória pessoal. Famosa em virtude do seus *vlogs*⁸⁵, Kéfera Buchmann pode ser considerada uma influenciadora digital por ter mais de 32 milhões de seguidores que a acompanha diariamente nas mídias sociais – YouTube, Instagram, Facebook e Twitter.

YOUTUBE E INFLUENCIADORAS DIGITAIS

Segundo pesquisa da *CoCreators*⁸⁶, em parceria com a *Rede Snack*⁸⁷ e a *Captiv8*⁸⁸, há 6 milhões de influenciadores digitais no mundo. Do total, 4,3 milhões está no YouTube. O Brasil tem a segunda maior população de celebridades digitais do mundo – 313 mil.

A *Influencers Market 2016*, primeira pesquisa nacional sobre o mercado de influenciadores digitais, realizada pelo *youPIX*⁸⁹ em parceria com a GfK⁹⁰ e a AirStrip⁹¹, apurou que 40% dos influenciadores digitais com mais de 1 milhão de seguidores é mulher. Em uma radiografia de influenciadores feita pela mesma pesquisa, Kéfera Buchmann aparece no primeiro patamar de reconhecimento, na segunda posição com 60% de aprovação do público.

Em 1 de março de 2017, a revista *Exame* – edição 1132, ano 51, nº 4 – veiculou “Polêmicos, populares e influentes: o que está por trás da ascensão dos ídolos digitais que atraem milhões de fãs e cada vez mais

⁸⁵ Abreviação de videoblog (vídeo + blog), um tipo de blog em que os conteúdos predominantes são os vídeos.

⁸⁶ Agência de marketing de influência.

⁸⁷ Rede brasileira de canais de YouTube.

⁸⁸ Plataforma que analisa dados para influenciadores digitais.

⁸⁹ Hub de conhecimento e conexões da indústria de comunicação e entretenimento digital.

⁹⁰ Empresa alemã que realiza estudos de mercado.

⁹¹ Empresa de mineração de dados especialista em geração de inteligência.

marcas” como matéria de capa. A reportagem de 14 páginas apresenta Kéfera Buchmann e mais sete ídolos digitais na capa, além de outros oito produtores de conteúdo digital no interior da revista.

Kéfera Buchmann se destaca entre os 16 influenciadores digitais contemplados na reportagem. Em 2016, foi eleita uma das 30 jovens mais promissoras do Brasil abaixo dos 30 anos pela revista *Forbes*.

De acordo com Provokers⁹² (2016), 85 milhões de brasileiros assistem a vídeos online. Destes, 82 milhões assistem pelo YouTube. A plataforma foi criada em 2005 por três ex-funcionários do PayPal⁹³: Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Neste contexto, surge o YouTube, maior aglutinador de mídia de massa da internet no início do século XXI, que transformou a maneira de absorver conteúdo e de se interagir com os consumidores.

O alcance global da plataforma impressiona. Está presente em 88 países e disponível em 76 idiomas diferentes, conforme dados divulgados pelo próprio YouTube. A rede de distribuição digital de vídeos tem mais de 1 bilhão de usuários – quase um terço da internet – que gasta mais de 1 bilhão de horas por dia assistindo a vídeos publicados no YouTube.

O fascínio da imagem atinge seu ápice quando nós somos a própria mensagem. Talvez por isso o YouTube seja um irresistível local dessa enorme ágora virtual que, independentemente dos seus problemas e formatos, permite a cada um ser a própria mídia, celebridades do nosso cotidiano (BURGESS & GREEN, 2009, p.9).

Os primeiros *youtubers* não tinham pretensão de ganhar com publicidade. Como prega o próprio slogan do YouTube: “broadcast yourself”⁹⁴,

⁹² Instituto de pesquisa norte-americano, especialista em pesquisas de consumo.

⁹³ Empresa que gerencia a transferência de dinheiro entre indivíduos ou negociantes usando um endereço de e-mail.

⁹⁴ Em tradução livre, transmita-se.

a ambição dessa geração de nativos digitais era simplesmente falar sobre o que gostavam e compartilhar na internet. Kéfera Buchmann, por exemplo, gravou seu primeiro vídeo com a pretensão de ganhar visibilidade no meio artístico e assim, ser reconhecida como atriz.

Interessado em se consolidar como um dos maiores serviços de internet do mundo, o YouTube foi comprado pelo Google em 2006. Com a criação do *Google AdSense*⁹⁵, a plataforma passou a partilhar a receita publicitária arrecadada com os usuários que possuíam mais visibilidade e frequência de produção como Kéfera começaram a ser reconhecidos como profissionais e a ganhar dinheiro com seus canais.

Nos últimos anos, vários youtubers conquistaram à casa dos milhões de inscritos, o grupo formado principalmente pelos *millennials*⁹⁶, dita o que é tendência nas mídias sociais e estimula o mercado publicitário. Kéfera Buchmann já tem mais de 11 milhões de inscritos, se consolidando como influenciadora digital, venerada por milhões de fãs que lotam teatros, livrarias e salas de cinema.

KÉFERA E A ESPETACULARIZAÇÃO DO EU

Aos 17 anos, a adolescente curitibana criou o canal *5incominutos* no YouTube. O contexto era a Copa do Mundo na África do Sul. Incomodada com o barulho da vuvuzela⁹⁷ de um vizinho, a estudante de teatro gravou seu primeiro vídeo. Intitulado “Vuvuzela”, Kéfera Buchmann aparece em primeiro plano, sentada em frente ao computador, enquanto o fundo da imagem é escuro e desfocado mostrando o armário e a porta de seu quarto. Publicado em 25 de julho de 2010, o vídeo de caráter amador tem mais de 4,6 milhões de visualizações atualmente.

⁹⁵ Serviço de publicidade oferecido pelo Google Inc., em que os donos de websites podem inscrever-se para exibir anúncios e assim, gerar lucro baseado na quantidade de cliques ou de visualizações.

⁹⁶ Geração Y, Geração do Milênio ou Geração da Internet, nascida entre a década de 1980 e 2000.

⁹⁷ Aerofone cilíndrico de cerca de um metro de comprimento, usado por torcedores em jogos de futebol.

No século XXI, houve uma crescente publicização do privado. Fenômeno este, que Paula Sibilia explica:

Milhões de usuários de todo o planeta – gente “comum”, precisamente como eu e você – têm se apropriado das diversas ferramentas disponíveis on-line, que não cessam de surgir e se expandir, e as utilizam para expor publicamente a sua intimidade. Gerou-se, assim, um verdadeiro festival de “vidas privadas”, que se oferecem despidoradamente aos olhares do mundo inteiro (SIBILIA, 2008, p. 27).

O canal *5incominutos* pode ser considerado um “diário íntimo” da contemporaneidade. Em *O show do eu: a intimidade como espetáculo*, a autora compreende que:

são os “diários íntimos” publicados na web, nos quais os usuários da internet contam suas peripécias cotidianas usando tanto palavras escritas como fotografias e vídeos. Trata-se dos famosos weblogs, fotologs e videologs, uma série de novos termos de uso internacional cuja origem etimológica remete aos diários de bordo mantidos pelos navegantes de outrora (SIBILIA, 2008, p. 12).

O nome do canal surgiu a partir da ideia de que “cinco minutos é tempo suficiente para falar sobre as bobagens que eu quiser sem fazer você perder mais tempo do que isso assistindo besteira”, aponta Kéfera em seu primeiro vídeo. Seguindo o conceito, a maioria dos vídeos da *youtuber* não ultrapassam a duração de cinco minutos.

No YouTube, Kéfera aborda temas cotidianos relacionados à adolescência, de um jeito teatral, sem medo de se expor, fazendo uso de linguagem informal e muitos palavrões. Vestibular, relacionamento familiar, TPM e fobias entram na lista de temas que a jovem tratava no início do canal.

Podemos dizer que a produção “segue o modelo ‘confessional’ do diário íntimo. Ou melhor do diário êxtimo, [...], que consiste em expor a própria intimidade nas vitrines globais da rede” (SIBILIA, 2008, p.12 - 13).

Inicialmente, Kéfera tinha a aparência de uma jovem comum de 17 anos e seu quarto servia de cenário para os vídeos, sem utilização de qualquer recurso profissional. O amadorismo e a informalidade – desde o bordão “Oi oi, gente!” no início dos vídeos – transmitem espontaneidade e geram empatia, o que aproximou a youtuber dos usuários da plataforma que se identificaram com ela e passaram a acompanhá-la.

Nos vídeos em formato de esquete – peça dramática de curta duração, geralmente de caráter cômico, a paranaense se mostra ao mesmo tempo como autora, narradora e personagem, o que Sibilia designa como ser tríplice (2008, p.31).

Para contrapor esse formato, Kéfera criou seu segundo canal no YouTube em 13 de maio de 2011. Como o próprio nome já diz – *keferavlog* –, tem o objetivo específico de postar *vlogs* da *youtuber*. Ao publicar um “diário público”, vídeos caseiros, de caráter pessoal e curta duração, a curitibana utiliza os mesmos artifícios para interagir com os usuários e fortalecer o vínculo criado.

Apesar disso, as esquetes parecem ter conquistado o público – faixa etária entre 12 e 25 anos. Em fevereiro de 2013, o canal *5incominutos* atingiu a marca de um milhão de inscritos no YouTube após dois anos e sete meses de existência. Com o reconhecimento na internet, Kéfera foi convidada para apresentar o programa *Boa na Pan*, da rádio *Jovem Pan FM Curitiba* e o *Zica*, na *Mix TV*.

KÉFERA E A MERCANTILIZAÇÃO DA IMAGEM

Em 2014, mudou-se para São Paulo para apresentar o programa *Coletivation* na MTV, ao lado do comediante Patrick Maia. A *youtuber* também dublou a personagem GoGo Tomago, da animação *Big Hero 6*, produzida pela Walt Disney Pictures.

Kéfera assinou um contrato com a Paramaker Network, produtora criada pelo youtuber Felipe Neto que atua no desenvolvimento e na profissionalização da produção de conteúdo para o YouTube – observa-se que há maior preocupação estética com o conteúdo produzido desde então.

A partir de 12 de agosto, o cenário dos vídeos é o seu apartamento na capital paulista, um ambiente iluminado, feminino e jovem, onde Kéfera aparece maquiada, em primeiro plano e falando com o olhar voltado para a câmera.

Com a profissionalização dos vídeos, a *youtuber* mercantiliza sua imagem e entra na lógica do espetáculo. Como definido por Guy Debord (1997, p.14), o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.

Consequentemente, Kéfera passa a se preocupar mais com sua imagem. Em 2015, adota um estilo de vida saudável – torna-se vegetariana, faz academia e exibe o corpo mais magro nos vídeos e em selfies no Instagram. Embora ela alegue que mudou seus hábitos em nome da saúde, o discurso pareceu contraditório para uma parte considerável do seu público, que a acusou de ter se tornado justamente aquilo que criticava.

Para evitar o desgaste da sua imagem com o público, ela parou de postar fotos de academia no seu Instagram original – @kefera, com 11,8 milhões de seguidores até a finalização deste artigo em dezembro de 2017 – e criou uma conta para sua faceta *fitness* – @keferalifestyle, que logo conquistou 1,5 milhão.

A atriz também contratou um assessor de imprensa para gerir sua agenda profissional e um personal stylist para compor seu visual artístico e ajudá-la a escolher o que vestir no dia a dia e em eventos. Nos vídeos do YouTube e nas fotos do Instagram, sempre aparece maquiada e super produzida.

Com o investimento em sua imagem, a curitibana passa também a vender seu estilo de vida. A estratégia é bem sucedida e o público que tem a sua faixa etária se identifica, o que potencializa seu alcance em outros meios. Kéfera se mostra como espelho dos jovens e vende a narra-

tiva do capitalismo, em que a transformação é possível e ter uma imagem de sucesso também.

Buchmann então se torna uma marca e lança a *Kéfera Store*, loja virtual onde vende produtos como camisetas e canecas que fazem referência ao seu canal no YouTube.

Nesse sentido, Debord (1997, p.13) faz uma crítica à sociedade que privilegia a imagem e a representação ao realismo, a ilusão à realidade: “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”.

O vínculo estabelecido com o público na televisão e nas mídias sociais amplia sua audiência no YouTube – chega a 5 milhões de inscritos no *5incominutos* em julho de 2015. A visibilidade da *youtuber* transcende a esfera virtual: lota teatros com a peça *Deixa eu te contar* em turnê pelo Brasil e livrarias com o lançamento de *Muito mais que Cinco minutos*, livro mais vendido da Bienal 2015, segundo a *PublishNews*⁹⁸.

Na obra *A sociedade do espetáculo*, Debord (1997, p.31) explica que “o espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Não só a relação com a mercadoria é visível, como nada mais se vê senão ela: o mundo que se vê é o seu mundo”.

Com o sucesso das esquetes e dos *vlogs* no canal, a *youtuber* introduz vídeos mais longos – a maioria tem mais de cinco minutos – e diferentes formatos para continuar atraindo o público, aumentar a interatividade, ganhar popularidade e, conseqüentemente, maior lucro financeiro: a *websérie* *Minha vida de atriz*, *Kéfera Responde*, *Kéfera Viaja*, paródias de músicas famosas, vídeos colaborativos com outros *youtubers*, entre outros.

Progressivamente, *Kéfera* Buchmann se espetaculariza, mercantiliza sua imagem e se transforma em uma marca na lógica do sistema capitalista.

⁹⁸ Portal especializado em notícias e informações sobre a indústria literária.

KÉFERA COMO MARCA DE SUCESSO

Em 2016, a *youtuber* conquista o *status* de celebridade e se consolida como marca. Paula Sibilia explica a construção da celebridade na contemporaneidade:

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica ou verdadeira. Busca-se o realmente real, algo não encenado ou, pelo menos, que assim pareça. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos da intimidade alheia. Em meio ao sucesso dos reality shows, o espetáculo da realidade faz sucesso: tudo vende mais se for real, mesmo que se trate de versões dramatizadas de uma realidade qualquer (SIBILIA, 2008, p.193).

Embora Kéfera não invista tanto no canal *keferavlog* – sem periodicidade definida, apenas 88 vídeos e pouco mais de 2 milhões de inscritos, consegue estreitar sua relação de fidelidade com o público no *5incominutos*. O canal atinge 10 milhões de inscritos em dezembro de 2016 e Kéfera se torna a única mulher entre os dez maiores canais brasileiros.

Para estabelecer a fidelização do público, a *youtuber* posta um vídeo por semana, às terças-feiras à noite, normalmente esquetes – formato utilizado pelos canais brasileiros com mais inscritos – e compete para se manter entre os maiores do YouTube Brasil.

Os 303 vídeos postados por Kéfera até o momento, contabilizam mais de 890 milhões de visualizações, o que dá uma média de 3 milhões por vídeo. Entre os 10 vídeos mais populares do canal *5incominutos*, três são paródias de músicas famosas: *Bang* da cantora brasileira Anitta com 45 milhões de visualizações, seguido de *Despacito* do porto-riquenho Luis Fonsi, visualizado por mais de 21 milhões de pessoas, e *Work* da Rihanna

em parceria com o cantor Drake, com mais de 8 milhões de acessos.

Pelo número de inscritos, visualizações e impacto na rede, Kéfera pertence a categoria B do YouTube e por isso, pode ganhar até US\$30.200 por mês e US\$362.000 por ano, segundo o *Social Blade*.

As marcas buscam visibilidade e o aumento da sua relevância como retorno do investimento. Por isso, a relevância – número de seguidores, visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos – é o aspecto mais importante para os influenciadores digitais. O papel de Kéfera é “emprestar” a relevância que tem com sua audiência para a marca. Dessa forma, consegue parceria com diversas empresas e, conseqüentemente, retorno financeiro.

Kéfera então compete com outros *youtubers* e utiliza o que Naomi Klein define como *branding*: “em sua essência, é um empreendimento profundamente competitivo, em que as marcas são construídas não somente contra seus rivais imediatos, mas contra todas as marcas que ocupam a paisagem urbana” (KLEIN, 2002, p. 59; 60).

Entre 2016 e 2017, a curitibana ampliou sua relação com outras marcas e lançou produtos não midiáticos de diferentes segmentos que levam seu nome: *Fit e Saudáveis: a dieta líquida Tudo Leve by Kéfera Buchmann*, coleção de esmaltes *Oi Oi Gente: Kéfera Buchmann by Studio 35*, coleção de jóias *#JolieByYoutubers* com a Monte Carlo, linha de chicletes com a *Buzzy*, linha de materiais escolares *PCF Global Digital Stars Kéfera*, coleção de bolsas *Kéfera by Birô* e de óculos *Coleção Kéfera* com a *Chilli Beans*.

Klein (2002, p. 178) define que “a medida de uma marca bem-sucedida é o quanto ela se estende para outras áreas”. Kéfera Buchmann, portanto, pode ser considerada uma marca de sucesso.

KÉFERA COMO MARCA DE SUCESSO

Além de ser *youtuber*, Kéfera é um fenômeno multimídia. Retomou o plano inicial de ser atriz e desde então, investe em outros segmentos.

No cinema, estrelou a comédia infantojuvenil *É fada*, único filme feito por *youtuber* que fez sucesso até então e terceiro nacional mais

assistido em 2016 – com 1,7 milhão de ingressos vendidos e R\$ 16,7 milhões de bilheteria, segundo a *comScore*, o drama *O amor de Catarina*, a comédia romântica *Gosto se discute* – assistida por mais de 300 mil pessoas no mês de estreia – e a comédia infantojuvenil *De novo não* com previsão de lançamento para 2018.

Como escritora, publicou *Muito mais que 5inco minutos*, *best-seller* que conta como era sua vida antes do YouTube e já contabiliza mais de 400 mil exemplares vendidos de acordo com a *PublishNews*; *Tá gravando e agora?* com dicas para ser *youtuber* – mais de 65 mil cópias – e *Querido dane-se*, romance ficcional lançado na Bienal do Rio de Janeiro em setembro de 2017 e que vendeu 7 mil exemplares autografados somente na pré-venda.

A primeira brasileira a atingir a marca de 1 milhão de visualizações no Snapchat, acumula mais de 32 milhões de seguidores nas mídias sociais. Kéfera já foi capa de mais de 10 revistas, fez uma participação na novela *Pega Pega* da *Rede Globo*, venceu o Prêmio Geração Glamour na categoria “*Youtuber* do ano” e os Meus Prêmios Nick como “*Youtuber* feminina favorita” em 2016. Também foi indicada como “Personalidade brasileira favorita” no Kids’ Choice Awards em 2017.

Considerada uma das personalidades mais influentes da internet, a curitibana pode ser comparada a uma celebridade norte-americana como Britney Spears. Enquanto a brasileira tem 11 milhões de inscritos em seu canal no YouTube, a estadunidense conta com 5 milhões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adolescente Kéfera Buchmann desejava ser reconhecida como qualquer outra jovem e gravou seu primeiro vídeo no YouTube com esse objetivo. Com a criação do *Google AdSense*, a plataforma introduziu uma nova forma de consumir e comercializar conteúdo audiovisual até então dominada por grandes corporações.

No canal *5incominutos*, a *youtuber* publicou um “diário íntimo” da contemporaneidade e mercantilizou sua imagem com a exposição da sua

intimidade. Dessa forma, a curitibana que começou como produtora de conteúdo, constituiu uma articulação da subjetividade visível à sociedade (SIBILIA, 2008).

Kéfera conquistou o público jovem e alcançou o status de celebridade digital sem ter realizado nenhum feito grandioso, mostrando que o conteúdo produzido não é necessariamente o mais importante nesse meio, mas a personalidade e a autenticidade de quem está em frente para a câmera.

Clotilde Perez e Eneus Trindade explicam o sucesso de personalidades como Kéfera:

Existe uma indústria de celebridade, ocultada na gramática do amadorismo dos produtos, ao menos no modo do parecer, mas que mostra que estas celebridades ocupam um lugar no campo midiático capaz de mobilizar um meta-capital comunicacional que se reflete em capital econômico para as suas vidas, pois eles ganham a vida sendo eles mesmos com um força de moldagem sobre os públicos. (2017, p. 13).

Aos 24 anos, a jovem é um fenômeno multimídia que produz um conteúdo fortemente propagável com a ajuda de uma comunidade engajada e participativa que alimenta sua popularidade e reputação. Como definiu Jenkins, a “cultura participativa” estabelece que “os fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e circulação do novo conteúdo” (2008, p. 290).

Embora o apelo casual e intimista do seu canal permaneça, Kéfera perdeu a espontaneidade inicial e passou a fazer mais esquetes roteirizadas para lidar com a concorrência, em sua maioria canais de humor. Seu maior desafio é se manter entre os maiores canais brasileiros e, ao mesmo tempo, corresponder a fidelidade do seu público que cobra que ela seja a mesma pessoa de 7 anos atrás, quando iniciou no YouTube. Segundo o *Social Blade*, a *youtuber* caiu 18 posições – de 87º para 105º – no ranking

dos maiores canais do YouTube entre março e dezembro de 2017.

Kéfera se transformou informalmente em curadora e formadora de opinião. Adquiriu, assim, uma espécie de autoridade que determina se algo é relevante ou não para a rede que mantém. Em entrevista à revista *Exame* (edição 1132, ano 51, nº 4, p. 27), afirmou: “Conquistei muitos seguidores por falar sobre tabus que os jovens gostariam de falar com os pais, mas não conseguem”.

Diante disso, atingiu a relevância necessária para se tornar uma marca e sinergir entre outras. Atuando em uma lógica articulada, passou a comercializar produtos midiáticos como peças de teatros, livros e filmes mas também não midiáticos como esmaltes, bolsas e óculos.

Uma marca de sucesso como Kéfera vale milhões, entretanto sofre para manter sua identidade e, ao mesmo tempo, se desenvolver em outros segmentos. Como estratégia de carreira, pretende fazer telenovelas e filmes para ampliar seu alcance midiático.

Pensando nisso, este artigo é fruto de inquietações iniciais acerca do tema e a pesquisa merece continuar no futuro para estudar os desafios dessa marca em expansão e suas contradições.

REFERÊNCIAS

BUCHMANN, K. 5inco minutos. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/5incominutos>>. Acesso em: dez. 2017.

BURGESS, J.; GREEN, J. YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

CALIL, R. Deixa eu te contar. Revista Trip. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/se-voce-ainda-nao-sabe-quem-e-kefera-buchmann-a-tpm-te-Conta>>. Acesso em: 03 abr. 2017.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GENESTRETI, G.; GIACOMELLI, F. Youtubers não repetem boa audiência no cinema, mas são ‘intocáveis’ na web. Folha de S.Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/03/1870901-youtubers-penam-no-cinema-e-apresentadores-de-tv-penam-no-youtube.shtml>>. Acesso em: 30 de mar. 2017.

JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo, Editora Aleph, 2008.

KLEIN, N. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta. São Paulo: Editora Record, 2002.

MANO, C.; HERZOG, A. L.; SCHERER, A.; FILIPPE, M. Polêmicos, populares e influentes: o que está por trás da ascensão dos ídolos digitais que atraem milhões de fãs e cada vez mais marcas. Revista Exame, ed. 1132, ano 51, n. 4, 25 de mar. 2017.

MEDEIROS, D. F. A.; AMARAL, C. S.; EGUES, C. B.; SANTOS, R. R.; SILVA, V. R. G.; MINOZZO, P. Quem são os youtubers brasileiros vistos por milhões. Zero Hora. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2015/10/quem-sao-os-youtubers-brasileiros-vistos-por-milhoes-4891400.html>>. Acesso em: 02 maio 2017.

PEREZ, C.; TRINDADE, E. Consumo midiático: youtubers e suas milhões de visualizações. Como explicar? In: COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 26, 2017, São Paulo. Anais eletrônicos do XXVI Encontro Anual da Compós. São Paulo: Compós, 2017. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_8ZFMQLRPRBSKXOZF8L5N_26_5510_16_02_2017_07_32_30.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2017.

SIBILIA, P. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

YouPIX. Pesquisa Influencers Market 2016. Disponível em: <<https://medium.youpix.com.br/pesquisa-youpix-influencers-market-2016-23a71e50fa13>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

ANDRÉ RIEU E A ESPETACULARIZAÇÃO DA MÚSICA CLÁSSICA

Fernando Gonzalez⁹⁹

MÚSICA CLÁSSICA E INDÚSTRIA CULTURAL

Uma das mais importantes facetas da teoria da indústria cultural versa sobre o seu desenvolvimento como um sistema de mão dupla, que trata a cultura como mercadoria e, em contrapartida, a mercadoria como cultura, resultando em um sistema integrado que, enquanto disponibiliza uma gama de produtos fabricados em série, como se resultantes de uma linha de produção, fornece a inculcação de uma mentalidade que resulta na criação da demanda por estes mesmos produtos (ADORNO, 1987; ADORNO E HORKHEIMER, 2006; DUARTE, 2008; MARTINO, 2009; MARTÍN-BARBERO, 2015).

Ao analisar o conceito dessa unidade do sistema na contemporaneidade, no entanto, é necessário armar-se de distanciamento crítico para relativizar o atual estado da produção de bens culturais desde a década de cinquenta, tendo sempre em mente que, por mais esclarecidas que sejam as postulações de um autor, elas nunca estarão completamente desvinculadas da sabedoria de seu tempo presente.

Seria impossível, nos idos de 1947, prever a revolução estética que estava ainda em seu estado embrionário nos diversos circuitos culturais e que traria, por exemplo, o desenvolvimento do jazz, gênero musical tão criticado por membros da Escola de Frankfurt, como linguagem musical autônoma e independente da música popular (ADORNO, 1996; 2002; ADORNO E HORKHEIMER, 2006; HOBBSAWM, 1990).

Em contrapartida, apesar de desdobramentos dos estudos sobre a indústria cultural e sua atualidade indicarem muitas vezes ao longo dos

¹ Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, doutorando pela ESPM-SP e membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo. E-mail: ffernando.gonzalez@gmail.com.

anos uma predileção por compreender a música clássica como algo afastado desse sistema ou até mesmo externo à sua lógica, é possível identificar claramente na atualidade três diferentes campos (dentro dos quais não é possível descartar completamente a ocorrência de subdivisões) que reúnem uma considerável quantidade de atores, agrupados mais pelas características do trabalho realizado quanto à sua proximidade dos processos da indústria cultural do que propriamente por sua origem ou formação artística (ADORNO E HORKHEIMER, 2006; BOURDIEU, 2013a; 2015; DUARTE, 2008; ECO, 2011; JOHNSON, 2002).

Um grupo mais afastado incluiria compositores que realizam trabalhos experimentais, muitas vezes desenvolvendo linguagens próprias que podem trazer poucas ou mesmo nenhuma referência às linguagens composicionais do cânone europeu dos séculos passados, assim como instrumentistas engajados com esse tipo de repertório e que desenvolvem trabalho similar. Integrariam este patamar compositores como Harrison Birtwistle, Anna Thorvaldsdottir, Andrew Norman, Kalevi Aho e John Luther Adams, além de intérpretes como Barbara Hannigan, Nadia Sirota e Cory Smythe.

Um nível intermediário, por ser talvez o que apresente mais diversidade interna tanto na produção como no consumo de obras, apresenta-se dividido ao meio: de um lado seria ocupado pelas obras e autores conhecidos do grande público, desde Johann Sebastian Bach até Gustav Mahler, passando por Haydn, Mozart, Beethoven, Schubert e tantos outros, além de intérpretes e grupos sinfônicos que podem ser facilmente encontrados nas prateleiras das (atualmente raras) lojas de música, como Leonard Bernstein, Martha Argerich, Mstislav Rostropovich, Itzhak Perlman, Emmanuel Pahud e Martin Fröst; ao mesmo tempo, encontramos do outro lado, nomes já consagrados do campo, mas que mais de meio século depois ainda estão do “grupo de acesso” às salas de concerto contemporâneas, na maioria das vezes encontrando grande resistência do público médio, como Alban Berg, Arnold Schoenberg, Witold Lutoslawski, Sofia Gubaidulina e Henri Dutilleux.

Finalmente, um terceiro patamar seria ocupado pela chamada música ligeira, destinada ao entretenimento rápido e leve e muitas vezes banalizada pela excessiva divulgação (ADORNO, 1996; BOURDIEU, 2015), assim como os casos de arranjo e adaptação de peças do cânone clássico para que se prestem mais diretamente a esse propósito. Nesta categoria estariam obras de compositores como Johann Strauss II, Antonio Vivaldi e Philip Glass, e músicos e grupos como *The Piano Guys*, Andrea Bocelli, Il Volo e André Rieu.

Esta proposta de classificação não se entende de maneira nenhuma como algum tipo de sistema provedor de qualidade artística – em nenhum momento este trabalho teria a pretensão de confrontar, por exemplo, o ciclo *Das Lied Von der Erde*, de Mahler, com a obra sinfônica contemporânea *Play*, de Andrew Norman – e, assim como qualquer tentativa de divisão em categorias, certamente pode apresentar falhas quando confrontada com uma análise de casos específicos. Por apresentarem dinâmicas específicas e regras próprias, esses três patamares podem ser considerados como campos sociais individuais (BOURDIEU, 1983; MARTINO, 2009) – apesar de não necessariamente autônomos ou mesmo isolados; todos, no entanto, circulam dentro do universo da música clássica e orbitam, a diferentes distâncias do seu cerne, em torno dos processos da indústria cultural, estando sujeitas a seu modo de funcionamento, e sendo possível identificar neles características de sua dinâmica, como a mercantilização da cultura e o culto de adoração aos solistas.

O CULTO DE ADORAÇÃO AO SOLISTA ONTEM E HOJE

O destaque destinado aos *frontmen*, *bandleaders* e solistas de diversas variedades na música não é uma novidade exclusiva da era da cultura de massa. Antes de um movimento artístico, esse fenômeno é uma resposta a mudanças ocorridas no tecido social no século XIX que ecoaram no reino da arte e do entretenimento, em grande parte a partir da performance virtuosística introduzida como postura de apresentação pelo violinista Niccolò Paganini, que carregava seus recitais de gestualidade exacerbada.

da e demonstrações de grande domínio técnico do instrumento (SILVA, 2011; SCHONBERG, 2010; TARUSKIN, 2010; COELHO, 2009).

O italiano é um dos mais ilustres exemplos na gênese de uma linhagem de artistas que se consagraram como celebridades musicais e tráfegaram entre o clássico e o popular e que traz na como um de seus maiores expoentes na contemporaneidade o violinista e regente holandês André Rieu – é importante ressaltar que optamos por utilizar a expressão “música clássica”, ao invés de “música erudita”, para evitar quaisquer conclusões indesejáveis advindas de uma oposição não intencional entre a definição dicionarizada da palavra “erudito” e a noção de “música popular”. Paganini, e tantos outros que vieram depois dele, foi em grande parte produto de um contexto cultural transformado por profundas mudanças no cenário socioeconômico. Novas condições econômicas, tecnológicas e demográficas resultaram na ampliação do público musical do século XIX, em grande parte por conta da ampliação do público burguês urbano que vinha se fortalecendo e se consolidando cada vez mais, enquanto a aristocracia e os regimes monárquicos viam o aprofundamento das fraturas estruturais de suas antigas fundações. Uma das consequências imediatas desse processo foi a chamada “ampliação do gosto” (TARUSKIN, 2010; TORRES, 2014): agora, não só novos públicos estavam comparecendo às salas de concerto da época como o circuito de apresentações, antes reduzido quase que exclusivamente aos salões dos nobres e aristocratas, estava se expandindo. Nesse contexto, Paganini pode não ter sido o primeiro, considerando que na segunda década do século XIX o compositor Gioacchino Rossini já era alvo de um frenesi do público, que bradava por óperas italianas, mas o violinista alcançou sucesso e notoriedade até então sem precedentes, abrindo caminho para o que viria a seguir (BLANNING, 2008; TARUSKIN, 2010).

Enquanto para os diferentes extratos sociais da população este processo de popularização era percebido de maneiras diametralmente opostas – e trazia consequências diferentes na dinâmica social de seus integrantes – para os artistas significava um aumento potencial de público,

que, com a nova (ainda que não tão significativa) variedade de opções, deveria passar a ser conquistado.

O caminho mais garantido para o sucesso não seria mais perseguir um público elitizado, assegurando uma carreira em um nicho social exclusivo, mas perseguir um público amplo, atraindo muitas pessoas e lotando as salas de concerto. A capacidade de espantar, além de a de emocionar, tornou-se primordial. Resumindo, começava a era do virtuoso itinerante, que estamos vivendo até hoje¹⁰⁰ (TARUSKIN, 2010, p.251).

Um dos expoentes desta nova ordem foi sem dúvida o pianista húngaro Franz Liszt, que levou para os teclados a exuberância técnica e os arroubos performáticos que Paganini consagrara ao violino. Liszt e Paganini não eram os únicos que arrebatavam as plateias da Europa com seu virtuosismo técnico. Outros grandes nomes ocupavam a cena de concertos, que algumas vezes se aproximavam de espetáculos circenses por conta da primazia do entretenimento do público e sua reação exacerbada. Um dos mais aclamados era o vienense Sigismund Thalberg, com quem Franz alimentava uma rivalidade de ânimos elevados, que movimentava o circuito musical da época (COELHO, 2009; GROUT E PALISCA, 2014; SCHONBERG, 2010). Ao contrário de Thalberg e tantos outros instrumentistas de sucesso, no entanto, Liszt e Paganini cuidaram ativamente de suas imagens públicas, cultivando em torno de si auras de mistério que incluíam crenças de que eram sobre-humanos e até mesmo boatos de influência sobrenaturais.

Como parte de seu processo de formação, o pianista húngaro foi muito além de meramente transpor para outro instrumento as habilidades

¹⁰⁰ “The surest road to success no longer lay in reaching high, toward a secure career-niche at the most exclusive social plane, but in reaching wide, ‘packing them in’. The ability to astonish as well as move became paramount. The age, in short, of the itinerant virtuoso as born. We are still living in it”, no idioma original.

demonstradas pelo violinista italiano, o que por si só já seria um grande feito, digno de assegurar um lugar de destaque entre os musicistas da época; depois de ouvir Paganini tocando em abril de 1832, Liszt viria a empreender em um processo que se tornaria um dos alicerces de sua personalidade e figura pública, se lançando em um processo complexo de autorreinvenção, firmemente apoiado nos preceitos idealistas do herói romântico no século XIX, que incluía, além de aperfeiçoar sua técnica pianística, consumir quantidades superlativas de clássicos da música e da literatura (COELHO, 2009; BLANNING, 2008; TARUSKIN, 2010).

Liszt tornou-se o favorito do público da época, arrastando atrás de si hordas de admiradores – e principalmente admiradoras – e realizando concertos que fariam dele um dos primeiros *superstars* da era moderna. “Seus concertos eram catárticos de uma maneira que somente shows de rock continuam sendo na nossa época, e o culto de adoração que ele inspirava é algo a que somente músicos de rock aspiram abertamente na atualidade¹⁰¹” (TARUSKIN, 2010, p.268). No final da década de 1830, a admiração pelo pianista era tamanha que o fenômeno ficaria conhecido entre os estudiosos do gênero como *Lisztomania*; neste período em que Franz esteve em Viena, para a realização de seis recitais, o pianista era saudado por desconhecidos nas ruas e lojas vendiam gravuras com sua imagem e biscoitos em formato de piano decorados com seu nome em glacê (COELHO, 2009; BLANNING, 2008). Já em dezembro de 1841, quando Liszt tocava pela primeira vez na Singakademie, em Berlim, as reações registradas, principalmente entre o público feminino, rivalizam qualquer manifestação de comportamento de massa em shows da modernidade, seja entre os fãs dos *Beatles*, seja nas hordas de seguidores de Justin Bieber, batizadas por si mesmas de *Beliebers*: “suas admiradoras usavam broches ou camafeus com sua imagem, tentavam roubar cachos de seus cabelos ou botões de sua casaca, e colhiam tocos de seus charu-

¹⁰¹ “Concerts like his were cathartically purging in a way that only rock concerts have remained in our time, and the cult of worshiped personality that he inspired is something to which only rock musicians openly aspire now”, no idioma original.

tos para guarda-los entre os seios – um gesto com conotações claramente sexuais” (COELHO, 2009, p.119).

O culto de adoração ao solista, do lado de cá da linha do tempo, segue se manifestando entre artistas da música clássica, conforme o gênero se mantém gravitando em torno dos processos da indústria cultural. Caso emblemático de um contexto em que essa relação se torna próxima, Rieu se vale dos processos da indústria cultural na manutenção de uma carreira de sucesso há mais de três décadas, que rendeu resultados semelhantes (e algumas vezes superiores) a nomes como Lady Gaga e Britney Spears¹⁰². Nessas bases, ele se lança como o destaque de seus shows, mesmo considerando que, em vários momentos, atua mais como um anfitrião do que como solista ou regente (sendo esta última uma atividade que em vários momentos de sua performance levanta dúvidas quanto à veracidade). Seu papel nesses momentos é sustentando pela imagem do herói-romântico, o sujeito que, sozinho, comanda as circunstâncias, domina o contexto e faz dele sua consagração, o que acaba por influenciar também a maneira como seu público se relaciona com ele como produto (DEBORD, 2009), deixando para a orquestra, que muitas vezes faz a maior parte (senão todo) o trabalho, o rodapé de seu nome (em letras miúdas).

Articulando-se como um fenômeno da indústria cultural, Rieu disponibiliza para seu público diversas formas de consumo para atender as suas necessidades, disponibilizando no seu site oficial para compra, além de CDs e gravações de seus shows em DVD e *Blu-Ray*, camisetas, bonés, cachecóis, peças de louça adornadas com seu autógrafa, ursinhos de pelúcia, babadores para bebês decorados com um motivo *black-tie* e prendedores de gravata em formato de violino.

¹⁰² Suas turnês com a Johann Strauss Orchestra entraram no Top 25 da revista norte-americana Billboard entre os anos de 2009 e 2016, ao lado de nomes como Beyoncé, Justin Bieber, Taylor Swift e One Direction. As temporadas de Rieu encontram-se entre as posições de número 6, em 2009, e 23, em 2016, com receitas brutas entre US\$ 95,8 milhões e US\$ 39,9 milhões. No ano de 2013, o público total de Rieu atingiu a marca de 484.599 pessoas, próximo de nomes como Lady Gaga, que mobilizou 544.333 pessoas, e Paul McCartney, com sua plateia total de 565.705 pessoas.

Todos os produtos apontam novamente para o centro deste universo, o próprio André Rieu, permitindo poucas referências externas a algo que escape desta dinâmica (MARTINO, 2009) – normalmente, os únicos nomes que ganham algum tipo de menção são os solistas convidados por Rieu ao palco e os compositores Johan Strauss II, autor das valsas tão caras para o trabalho do violinista, e Dmitri Shostakovich, que escreveu uma das peças pelas quais o próprio Rieu afirma ter ganhado notoriedade, a valsa da *Suite No. 1 for Variety Orchestra*. As listagens das músicas dos CDs de Rieu, por exemplo, isolam o violinista e seu público no mesmo invólucro dificultando qualquer tipo de vazamento de interesse por outro artista, uma vez que não trazem, na maioria das vezes, nenhum tipo de informação relativa à composição da peça executada por Rieu, fazendo parecer que tudo é de sua autoria.

Nos processos que se descortinam em seu entorno, todos os elementos são formatados para que, a qualquer momento, ele seja o destaque, e as relações sociais e de consumo se desenvolvam de forma coerente, lembrando que

considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. (...) Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o consumo que decorre dessa escolha (DEBORD, 2009, p.14).

Apesar da presença constante de diversos convidados (como em um programa de variedades) e da interação dos próprios membros da orquestra com o público em certos momentos (como na sempre presente fanfarra – reproduzida em *playback* – para a entrada dos músicos no teatro e seu trajeto entre o público até chegarem do palco), fica claro que

o destaque cabe a Rieu; todos os atos começam e terminam com ele, que faz a introdução e termina com os comentários, assumindo o protagonismo e nunca se retirando dos holofotes – como quando, no DVD *André Rieu and Friends*, chama ao palco o comediante André van Duin, para interpretar a canção *Het Dorp*, com uma preleção saudosista que apresenta a peça a ser interpretada como “uma canção sobre uma Holanda do passado, que não está mais aqui, mas que todos secretamente nos nossos corações desejamos que voltasse” (declaração que, coincidentemente ou não, encontra ecos na maneira como Rieu evidencia trabalhar a ideia da música clássica do século XIX). É impossível esquecer-se dele ou não notar sua presença, mesmo quando o momento inclui algum outro solista no palco. Fazendo seu papel de anfitrião, Rieu sempre apresenta o musicista em questão, conta anedotas, interage com ele e rege sua orquestra – ou toca com ela – no número musical que se segue.

Essa dinâmica observada nos shows é reforçada pelas estratégias mercadológicas de reforço da sua marca, com a utilização exclusiva de sua imagem em diversos itens de consumo, a publicidade dos shows e eventos sempre em torno de seu nome e a exploração de sua imagem, estampada em absolutamente todos os CDs e DVDs, dos quais a imagem de sua orquestra é sumariamente excluída, sendo reservado para ela somente o nome em letras miúdas, muitas vezes no rodapé do produto.

Empreendendo em um processo similar ao desenvolvido por Paganini e Liszt, Rieu cultiva ativamente sua imagem e oferece sugestões para a sua percepção pelo público. Ao contrário desses virtuosos, no entanto, que buscavam lucro simbólico alimentando uma atmosfera de mistério e perigo – com “rumores de que ele aperfeiçoara sua técnica enquanto cumpria vinte anos de prisão pelo assassinato da amante – e que sua corda de sol era feita de parte do intestino da vítima” (BLANNING, 2008, p.63) – Rieu insere elementos em sua performance que fazem alusão a uma Viena imaginária do século XIX, percebida e tratada como um tipo de “era de ouro” da música de concerto – utilizando-se do mecanismo identificado pelos historiadores Eric Hobsbawm e Terrence Ranger

(2015) como invenção das tradições¹⁰³. Lançando uma linha de continuidade artificial quase 200 anos no passado, Rieu busca estabelecer relação com Johann Strauss II, o compositor que empresta seu nome à orquestra do violinista. Colocando-se na posição de um novo “Rei da Valsa”¹⁰⁴, Rieu mostra-se como herdeiro de um costume que teria seu declínio na segunda metade do século XIX, as orquestras de baile itinerantes, que até os idos de 1840 se desenvolviam como grupos de inigualável brilho e virtuosismo, realizando por vezes mais de 100 concertos em um período de menos de três meses (GROUT E PALISCA, 2014; TARUSKIN, 2010; SCHONBERG, 2010) – em grande parte, exatamente como a orquestra comandada por Rieu.

Dessa forma, o trabalho de Rieu, em si um bem cultural, ao traçar associações e correspondência com outras manifestações artísticas imbuídas do peso de uma tradição de elevação social e cultural, passa a se consolidar como uma marca provedora de uma experiência musical emocionante e elevada, objeto de culto e adoração.

O ESPETÁCULO DA MÚSICA CLÁSSICA

Essas estratégias focadas no consumo não são exclusivas da atualidade e grande parte dessas táticas utilizadas já era empregada com sucesso no mercado musical há mais de um século. Apesar do compositor de óperas Giacomo Meyerbeer ser considerado o primeiro a colocar para funcionar a sua máquina de autopromoção e divulgação, foi Richard Wagner que levou esta atividade a novos patamares, fazendo de si mesmo sinônimo de um conceito e lançando suas obras a um nível de elevação nunca antes visto.

¹⁰³ A tradição aqui é entendida pelos autores como um conjunto de práticas de natureza simbólica, que servem mais a justificativas ideológicas do que técnicas; neste ponto, se diferenciam de atitudes e modos de operação que se instalam como costumes, de utilidade prática, e que podem ser facilmente modificadas se o contexto assim demandar (HOBSBAWM E RANGER, 2015).

¹⁰⁴ *King of the Waltz*, ou Rei da Valsa, é também o título de um box de CDs e DVDs lançado por Rieu em 2012, que inclui também um livro de 144 páginas, com capa de couro, contendo fotos e comentários sobre seu trabalho.

A palavra alemã intraduzível *Selbstinszenierung* (fazer de si mesmo uma produção teatral) tem sido habitualmente usada para descrever as atividades de Wagner. O termo cobre a ideia de fazer de si mesmo um espetáculo público, produzindo a si mesmo como uma persona cuidadosamente construída, frequentemente causando um mistura de sensação com escândalo, geralmente uma egomania vazia e gratuita¹⁰⁵ (VAZSONYI, 2010, p.49).

Talvez um dos nomes mais reconhecíveis e associados ao universo operístico atualmente, tanto por habitués quanto por leigos, Wagner trazia como filosofia e visão artística a composição de obras às quais se referia como *Gesamtkunstwerk* – ou obra de arte total – uma unificação de diversas manifestações artísticas, como música, dança, artes visuais e poesia, e avançava no cultivo de sua persona como encarnação do verdadeiro espírito alemão. Os esforços para colar à sua imagem este orgulho nacionalista refletiam o espírito do presente, uma vez que a região assistia aos primeiros esforços declarados de unificação para a formação do que viria a se tornar a nação alemã, processo que somente viria a se concretizar oficialmente cerca de vinte anos depois, em 1871.

Um dos mais importantes momentos para a instituição da marca Wagner foi a criação do *Bayreuth Festspiele*, festival realizado anualmente na cidade alemã homônima dedicado exclusivamente à obra do compositor e no qual estiveram presentes para a sua primeira edição, em 1876, Kaiser Wilhelm, o primeiro imperador alemão, Dom Pedro II, Friederich Nietzsche e os compositores Anton Bruckner, Edvard Grieg, Pyotr Tchaikovsky e Franz Liszt. Bayreuth continua, mais de um século depois, recebendo visitantes do mundo inteiro que fazem um tipo de pe-

¹⁰⁵ “The untranslatable German word *Selbstinszenierung* (self-staging, making a production of oneself) has often been used to describe Wagner’s activities. The term conveys the idea of making a public spectacle of oneself, producing oneself as a carefully constructed persona, often causing a mixture of sensation and scandal, usually as a vacuous ego-trip,” no idioma original.

reginação para a meca wagneriana, onde, para a edição de 2017, estão programadas 30 performances de sete óperas do compositor.

Wagner não só tomou conta da cidade fisicamente, ele se apossou dela como uma ideia. Ele inscreveu em “Bayreuth” um conjunto de narrativas que se reforçam mutuamente, de modo que o nome se tornou sinônimo com a totalidade do projeto wagneriano – tanto um sinal ideologicamente carregado quanto uma cidade-empresa. Como se a cidade não tivesse nenhuma história prévia, Wagner a encheu de significado, o que começou com atos ousados de apagamento retórico: “Bayreuth ainda é intocada, genuinamente um terreno virgem para a arte”. Diversas vezes, ele e seus aliados chamaram Bayreuth de “terreno neutro” para “todo o público alemão⁸ (VAZSONYI, 2010, loc. 1995).

Dessa forma, tratando Bayreuth como um terreno criativo virgem, livre da interferência de obras estrangeiras, surgia a noção de que lá poderia se desenvolver a nova arte do futuro, a obra de arte total que se desenvolvia lado a lado com o verdadeiro espírito alemão, que finalmente tinha um Estado para chamar de seu.

Desde 2005, Rieu promove seu próprio festival, realizando shows anuais na cidade holandesa de Maastricht, sua cidade natal, que na décima edição, em 2014, recebeu um número aproximado de 12 mil pessoas por noite, de acordo com o próprio violinista; o festival foi realizado ao longo de oito noites. Instalado na praça de Vrijthof (figura 1), um dos mais conhecidos pontos turísticos da cidade, o show é formatado de maneira que assentos sejam instalados nas dependências da praça, e telões sejam disponibilizados em seus arredores e em todo o entorno, repleto de bares e restaurantes que se convertem em setores de assentos para o festival, uma vez que nestas noites são também ocupados pelo público admirador de Rieu. Uma vez iniciado o show, o palco concentra uma

gama de clichês e estereótipos associados ao universo da música clássica, ecos de uma imagem instituída e muitas vezes veiculada nos meios de comunicação de massa reduzindo a complexidade de um processo cultural aos seus sinais mais facilmente identificáveis.

Figura 1 – Imagem aérea da praça Vrijthof, em Maastricht, durante um dos shows de André Rieu



Fonte: DVD André Rieu & Friends, Live in Maastricht

Assim, seus shows ganham detalhes calculados para resgatar ideias de imponência e grandiosidade que vão desde os estandes de partituras dourados, lustrosos e desenhados – não raramente decorados com cordões brilhantes e coloridos –, passando pelo figurino de festa formal trajado por todos os musicistas e convidados – e pelo próprio Rieu, que traz até mesmo um relógio de bolso com corrente dourada aparente – até o palco, que mesmo quando não traz elementos explícitos (como exagerados lustres que pendem do teto) é rodeado por grandes buquês e arranjos de flores. A percepção provinda do consumo de um produto imbuído de tal carga simbólica e da associação àquilo

que ele traz em torno de si estaria ligada a uma noção de elevação e nobreza, resquício de uma imagem instituída relacionada à cultura de concerto dos séculos XVIII e XIX, que atuaria como provedor de lucro simbólico e prestígio extraído da apropriação do bem cultural (BOURDIEU, 2013; DEBORD, 2009) para aqueles interessados neste tipo de distinção.

Aproveitando-se da efeméride de ser a cidade seu local de nascimento, Rieu transforma o concerto em um evento ligado à cidade, acrescentando à sua marca a periodicidade do retorno à casa do filho ilustre de Maastricht, instituindo a sua versão do festival de Bayreuth e sendo coroado pelo público como um tipo de embaixador cultural da cidade, que saiu de suas ruas para conquistar o mundo.

Coerente com a lógica do espetáculo, a noite indica ser formatada para ser, antes de tudo, uma grande experiência, que concentre em poucas horas níveis superlativos de diversão, catarse emocional e trocas afetivas com o bem cultural, maximizando as possibilidades de envolvimento sensorial (DEBORD, 2009) e se configurando como um acontecimento perene na memória – o que leva frequentadores a retornar diversas vezes, como em uma peregrinação de consumo cultural.

A experiência, na verdade, começa muito antes de Rieu subir ao palco; horas antes os arredores da praça são tomados pelo público que se acomoda nos bares e restaurantes, que servem cardápios especiais para a ocasião. Mesas são adornadas com bandeiras dos mais diversos países, ressaltando o caráter “global” do produto de Rieu e mostrando seu poder de atração sobre pessoas do mundo inteiro, e ocupadas por grupos de comensais que ostentam orgulhosamente símbolos de seus países e produtos do próprio violinista, como cachecóis e camisetas personalizadas. A proximidade do horário do espetáculo, por sua vez, não é indicado por qualquer tipo de sinal ou campainha, mas por uma banda em estilo militar que desfila pelas alamedas ao redor da praça interpretando uma fanfarras e, nos moldes de um *pocket-show* de abertura, aquece o público e começa a gerar o burburinho da chegada de Rieu.

Seguindo a escalada de expectativa, que acompanha artistas e público durante todo o evento, o violinista e sua orquestra não chegam ao palco pelas coxias ou pelos bastidores, mas, emergindo de algum ponto nos arredores, atravessam as alamedas em meio ao público, sendo aplaudidos como uma comitiva presidencial em carro aberto, cumprimentados pelos presentes e fotografados em profusão, até se instalarem provisoriamente nas margens da praça. Em uma curiosa inversão de prioridades, a entrada efetiva no palco não se dá quando os musicistas estão preparados para a apresentação; esta é adiada até que a técnica esteja aparelhada para entregar o máximo em efeito sensorial, com luzes, cenografia e uma fanfarra – reproduzida através dos alto-falantes – sendo executada enquanto Rieu e sua orquestra percorrem o caminho até o palco por entre o público.

Reforçada pelo constante discurso de Rieu sobre a elevação da experiência da qual seu público participa, a consolidação da narrativa engendrada pela equipe do violinista consolida, junto a um público que aparenta não ser consumidor primário de música clássica tradicional, uma imagem espetacularizada deste produto cultural, reduzindo toda a complexidade da experiência musical (e todo o seu potencial de refletir – ou levar a refletir sobre – a realidade e o contexto histórico) a algo “bonito” e “chique”. Se toda experiência estética traz em si um lado político, não se pode deixar de considerar que a insistência em valorizar signos do passado desconectados da realidade, muitas vezes imaginários e baseados em clichês e estereótipos, preste um serviço na direção de esvaziar qualquer aspecto crítico que possa surgir da experiência, entregando para um público ávido por estímulos sensoriais intensos as chaves de uma interpretação – unidimensional e direcionada – daquilo que será colocado diante de seus olhos.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

_____. O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição. In: _____. Os Pensadores, São Paulo: Nova Cultural, 1996.

_____. On Jazz. In: _____. Essays on Music, Los Angeles, Califórnia: University of California Press, 2002.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, Max. Dialética do Esclarecimento, Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BLANNING, T. O Triunfo da Música: a ascensão dos compositores, dos músicos e de sua arte. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BOURDIEU, P. Questões de Sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero Limitada, 1983.

_____. A Economia das Trocas Simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2013a/

_____. Gostos de Classe e Estilos de Vida. In: ORTIZ, Renato. A Sociologia de Pierre Bourdieu. São Paulo: Olho D'Água, 2013b.

_____. A Distinção: crítica social do julgamento. Porto Alegre, RS: Zouk, 2015.

COELHO, C. N. P. Teoria Crítica e Sociedade do Espetáculo, Jundiaí, SP: In House, 2014.

COELHO, L. M. O Cigano Visionário: Vida e Obra de Franz Liszt. São Paulo: Algor, 2009.

COHN, G. A atualidade do conceito de indústria cultural. In: MOREIRA, Alberto da Silva. Sociedade Global: Cultura e Religião. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

DUARTE, R. Indústria Cultural Hoje. In: DURÃO, F. A.; ZUIN, A.; VAZ, A. F. A Indústria Cultural Hoje. São Paulo: Boitempo, 2008.

_____. Indústria Cultural e meios de comunicação, São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

ECO, U. Apocalípticos e Integrados. São Paulo: Perspectiva, 2011.

GROUT, D. J.; PALISCA, C. V. História da Música Ocidental. Lisboa: Gradiva, 2014.

HOBSBAWM, E., História Social do Jazz. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

HOBSBAWM, E; RANGER, T. A Invenção das Tradições. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

JOHNSON, J. Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value. New York: Oxford University Press, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos Meios às Mediações. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MARTINO, L. M. S. Teoria da Comunicação: Ideias, conceitos e métodos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ROSEN, C. The Romantic Generation. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1995.

RÜDIGER, F. Theodor Adorno e a Crítica à Indústria Cultural. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

SCHONBERG, H. C. A Vida dos Grandes Compositores. Osasco, SP: Novo Século Editora, 2010.

SILVA, E. M. Clara Schumann: Compositora x Mulher de Compositor. São Paulo: Ficções Editora, 2011.

TARUSKIN, R. Music in the Nineteenth Century. New York: Oxford University Press, 2010.

TORRES, E. C. Economia e carisma da indústria cultural da celebridade. In: FRANÇA, V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P. Celebidades no Século XXI: transformações no estatuto da fama, Porto Alegre: Sulina, 2014.

VAZSONYI, N. Richard Wagner: Self-Promotion and the Making of a Brand. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

PARTE IV

**Narrativas,
Identidades
e Resistências**

A FICÇÃO COMO NARRATIVA POLÍTICA: NOVOS ARRANJOS NO AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEO

Sofia Franco Guilherme¹⁰⁷, Eduardo Paschoal¹⁰⁸
e Thiago Siqueira Venanzoni¹⁰⁹

INTRODUÇÃO

A produção audiovisual contemporânea é cada vez mais diversa e plural, seja em seus aspectos temáticos, seja nas próprias características de sua produção, difusão e exibição, por inúmeros canais que não mais apenas o cinema ou a televisão. Há uma recorrência, nesse cenário, do aumento de produções lideradas por grupos politicamente minoritários, como as obras audiovisuais que reúnem, seja em sua equipe, seja em sua narrativa, a experiência de homens e mulheres negros. Essa recorrência parece ser mais presente na produção ficcional estadunidense, mas é possível notar um cotejamento dessas representações também no Brasil.

Nas próximas linhas, buscaremos analisar duas produções ficcionais seriadas norte-americanas que têm em comum, além de serem produ-

¹⁰⁷ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da USP, na linha de pesquisa Cultura Audiovisual e Comunicação. Mestre em Meios e Processos Audiovisuais e graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma Escola. É integrante do MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP).

¹⁰⁸ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da USP (bolsista Fapesp), mestre em Meios e Processos Audiovisuais e graduado em Ciências da Comunicação (Jornalismo) pela mesma instituição. É integrante do MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP).

¹⁰⁹ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da USP (bolsista Capes) e mestre em Meios e Processos Audiovisuais pela mesma instituição, com graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela Unesp. Docente do Fiam-Faam – Centro Universitário. É integrante do MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP) e do Grupo de Pesquisa Crítica de Mídia e Práticas Culturais (UFSC/USP).

zidas por diretores, roteiristas e atores negros, também abordarem essa vivência em sua temática. Além disso, em termos estéticos, vemos como recorrência uma perspectiva do terror e do medo como experiência social, e o horror como gênero narrativo. Mais à frente, abordaremos de maneira comparativa as produções brasileiras, e também os editais afirmativos, que procuraram ampliar as políticas públicas do audiovisual nacional para grupos minoritariamente representados. O objetivo é traçar um panorama dessa produção contemporânea, encontrando semelhanças e diferenças entre as narrativas dos Estados Unidos e as experiências e tradições brasileiras na mesma temática.

DEAR WHITE PEOPLE E A VIOLÊNCIA COMO TRAUMA

Dear White People é uma série satírica de 2017, baseada em um longa-metragem de mesmo título, dirigido, roteirizado e produzido por Justin Simien em 2014 e vencedor do *Festival de Sundance* daquele ano. Em 2017, o roteiro foi reelaborado e expandido para uma série de 10 episódios de aproximadamente 30 minutos, produzidos pela Netflix e lançados em 28 abril.

A série é protagonizada por jovens negros, estudantes da universidade fictícia Winchester University, que integra a prestigiada *Ivy League*, reunião das faculdades mais elitizadas e de melhor desempenho acadêmico dos EUA. A produção tematiza as relações raciais na sociedade norte-americana contemporânea por meio de pontos de vista distintos sobre os eventos do enredo. O uso de paródias, narrador onisciente em voz *over*, mistura de gêneros narrativos, como terror, suspense, drama e comédia, e a fala do personagem direto para a câmera são explorações estéticas presentes na produção.

Em cada episódio, o enfoque é em um personagem, cuja trama é colocada em protagonismo e que tem sua história narrada e relacionada a dos demais na série. Para compreender como se dá esse processo na narrativa – e, em especial, a temática da relação social do jovem negro naquele ambiente –, iremos analisar brevemente o quinto episódio da primeira

temporada, dirigido por Barry Jenkins, de *Moonlight* (2016) e *Se a Rua Beale falasse* (2018), focado na figura de Reggie Green, ativista da União dos Estudantes Negros (*Black Student Union*), cuja infância foi influenciada pelas lembranças do pai, veterano da luta do grupo Panteras Negras.

O episódio se inicia com um retrospecto da experiência de Reggie no campus da universidade: primeiro, a negação aparente de todos a sua volta a respeito do racismo institucionalizado; depois, o encontro com Samantha White, que o apoiava na militância do movimento negro; e por último, a tentativa dos amigos de dissuadi-lo a pensar apenas em suas reivindicações políticas e tentar viver a vida de estudante como os demais jovens. Eles tentam convencê-lo a ir para uma festa à noite, com o restante da turma, e ele acaba cedendo, pensando que seria melhor mais momentos de lazer.

Ao chegar à festa, na casa de um colega de turma branco, Reggie se diverte com os amigos, bebe um pouco, assim como os demais. Em um determinado momento, mais ao fim do episódio, começa a dançar junto ao anfitrião. Eles têm uma breve discussão a respeito de uma afirmação racista desse estudante, o que desencadeia uma briga com os colegas que tentam defendê-lo. A discussão se generaliza e os demais estudantes brancos e negros começam a discutir entre si, até que partem para a agressão física, com um empurrão do colega em Reggie. Ele se defende e, enquanto estão atacadados, a polícia do campus invade a casa e intervém.

O policial se dirige a Reggie e, inicialmente, pergunta se ele estuda ali. Ele não entende a dúvida. O policial insiste, dizendo que houve algumas reclamações e o indaga novamente. O jovem diz que sim, é estudante e que, além do mais, paga o salário do policial. O colega branco, que até então brigava com ele, interrompe, afirmando que aquela é sua casa e que Reggie é um dos seus convidados, além de aluno na universidade. O policial pede o documento dele, que nega, mesmo que os demais amigos negros insistam para que ele entregue a identificação. Ele xinga o policial e tenta dar alguns passos para ir embora dali.

Nesse momento, o oficial tira a arma da cintura e a aponta na direção de Reggie que, espantado, fica imóvel. Os amigos se revoltam e começam a gritar que ele é um estudante da universidade. Indagam também qual a razão de um policial do campus andar armado. O policial grita para que Reggie mostre seus documentos. Ele continua imóvel, em pânico. Avisa que vai pegar a carteira, enquanto a arma ainda está apontada em sua direção, muito próxima. Ele entrega o documento, em desespero. O policial confere e termina o rompante de violência por dizer que se ele tivesse entregado antes a identificação, isso não teria acontecido.

Ao final do episódio, todos vão embora da festa. Reggie continua calado, sem conseguir manifestar seu horror diante do recente trauma da abrupta violência policial. A sequência termina com o jovem sentado contra a porta do seu quarto, chorando, enquanto do lado de fora a amiga diz que pensou muito sobre o ocorrido e que eles devem contra-atacar, lutando diante do acontecido. Ele não responde, continua calado, em pânico.

Figura 1 –Trajetória do personagem de Reggie no episódio 5 da primeira temporada da série *Dear white people*



Fonte: frames obtidos a partir de vídeo em *streaming* na Netflix

A partir de então, no decorrer dos episódios dessa temporada e da seguinte, o personagem se depara com um luto constante, causado pela experiência traumática e muito próxima, a da violência policial. Essa tendência de arco do personagem, que se repete com outros jovens negros na trama, é regular: primeiro, há a constatação do racismo institucional que atinge todos os jovens negros; depois, uma tentativa de enfrentamento, seja na militância coletiva, seja na expressão individual da indignação com a situação; na sequência, há um conflito, explícito ou não, que coloca os jovens diante de uma vivência opressiva ou traumática; por último, resultado desse trauma, há o desencadear de um longo luto e da reelaboração de suas experiências para a retomada da reivindicação por igualdade.

Esse processo de enfrentamento, que busca romper com a estigmatização e a repressão social, é seguido por conflitos sociais graves e profundos. Por isso, o luto é uma forma aparentemente utilizada pela narrativa para dar conta desse afeto do medo e do horror, da ameaça à resistência e ao enfrentamento que se coloca como uma constante para a militância desses jovens e para as possibilidades de uma vida mais justa e mais tranquila, como os demais estudantes brancos, que não passam pelas mesmas experiências traumáticas e explicitamente violentas, como as que ocorrem com os jovens negros do campus.

O MEDO COMO AFETO POLÍTICO NAS NARRATIVAS

O escritor James Baldwin, em seu manuscrito inacabado intitulado *Remember this house*, que constrói a narrativa do documentário *Eu não sou seu Negro* (RAOUL PECK, 2016), apresenta em um relato pessoal o contexto político e as lutas identitárias da década de 1960 nos Estados Unidos. Faz a tradução em modos de visibilidade que realocam o negro nos Estados Unidos e sua relação entre dois afetos políticos centrais: o medo (terror) e a raiva. O relato de Baldwin traz em sua narrativa o filme *Acorrentados*, de 1958. Diz o escritor:

É impossível aceitar a premissa da história baseada em um profundo mal-entendido sobre a natureza do ódio entre negros e brancos. A raiz do ódio do negro é a raiva. Ele não odeia tanto os brancos para quererem fora do seu caminho. E mais do que isso, fora do caminho dos seus filhos. Por sua vez, a raiz do ódio do branco é o terror. Um terror imenso e inominável que se concentra numa figura pavorosa, numa entidade, que vive apenas em sua mente (EU..., 2016, 48 minutos).

Dentro de determinados estereótipos construídos pelos brancos, a intranquilidade frente à abstração forjada pelo medo ao negro foi a que mais percorreu a cena do imaginário. A mudança desse afeto, portanto, aparece presente em produções negras no audiovisual contemporâneo, seja nos Estados Unidos e em produções brasileiras. Em entrevista dada à *New Yorker*, publicada em 5 de março de 2018, Donald Glover, diretor e produtor da série *Atlanta* tece comentário aproximado ao de James Baldwin. Segue o trecho da entrevista, feita pelo jornalista Tad Friend:

Para pessoas brancas, Glover quer que a catarse seja um mergulho fora de moda na culpa e no medo. ‘Não quero nem que eles riam se estiverem rindo do animal preso na gaiola do zoológico’, ele disse. ‘Quero que eles realmente tenham noção do que é o racismo, de como é ser preto na América’¹¹⁰ (NEW YORKER, 2018, tradução nossa).

Na segunda temporada da série, o que apresenta Glover se esclarece de forma explícita na escolha pelo terror como retrato das vidas repre-

¹¹⁰ Original: “For white people, Glover wants the catharsis to be an old-fashioned plunge into pity and fear. ‘I don’t even want them laughing if they’re laughing at the caged animal in the zoo’, he said. ‘I want them to really experience racism, to really feel what it’s like to be black in America.’”

sentadas. O horror se evidencia pelas formas, rostos, olhares e situações cotidianas. Jordan Peele, diretor e produtor, classifica a série de Glover como essa catarse que inverte, em alguma medida, quem cotidianamente sente medo. Peele é diretor do filme de horror *Corra!* (2017) e *Nós* (2019), que, assim como Baldwin e Glover, associa o negro ao afeto político do medo em uma narrativa de gênero.

Figura 2 –Cena do episódio 08, Woods, da segunda temporada de Atlanta, em que o rapper Paper Boi foge assustado de um assalto e se esconde em uma floresta



Fonte: frame obtidos a partir de vídeo em *streaming* na Netflix

A ficção, nesse sentido, se torna o espaço não apenas para a construção de uma crítica que politiza as mediações e recepções às obras, mas também para a construção de narrativas políticas, uma vez que o espaço de produção passa a ser ordenado por demandas sociais das identidades. Nesse sentido, se pensa na expansão que a autoficção proporciona como invenção narrativa.

Em uma descrição tipológica da autoficção, o teórico e escritor argelino Vicent Colonna enumera cinco formas de construção autoficcionalada que se pode presenciar na literatura. Nessa tipologia, entretanto, o escritor alerta para as hibridações dos modos de construção narrativa, que não se restringe apenas há um deles. Afirma, entre outros momentos, que uma autoficção é sempre reflexiva, ou seja, “o escritor provoca,

quer queira quer não, um fenômeno de duplicação, um reflexo do livro sobre ele mesmo ou uma demonstração do ato criativo que o fez nascer” (NORONHA, 2014, p.55). Em *Atlanta*, série do canal FX, em que o protagonista Earn Marks é uma espécie de alter ego de Donald Glover, construído com os mesmos predicados do seu autor, o instante reflexivo ocorre em variados momentos para o espectador. Essa estratégia narrativa realoca o discurso sobre o *outro* no elã da linguagem, pois quem está a contar essa história é um *eu* que hibridiza um instante de realidade com variações enunciativas próprias da ficção. Evidencia, em outra chave, um encontro entre um *outro* socialmente marginalizados em suas formas de narrar e um *eu* que traz a experiência dessas narrativas.

Na tipologia proposta por Colonna, pode-se pensar o que a narrativa seriada de *Atlanta* se estrutura como uma autoficção biográfica, à medida que

o escritor continua sendo o herói da sua história, o pivô em torno do qual a matéria narrativa se ordena, mas fabula sua existência a partir de dados reais, permanece mais próximo da verossimilhança e atribui ao seu texto uma verdade ao menos subjetiva ou até mais do que isso (NORONHA, 2014, p.44).

Porém, mais do que pensar em uma autoficção, seria fundamental pensar em uma ficção coletiva, em que a presença do sujeito da escrita organize em narrativa a realidade, por vezes difusa dos afetos. Ou seja, tornando a narrativa em identificação de grupos. Sobre esse aspecto, a escritora brasileira Conceição Evaristo marcou conceitualmente um termo apropriado a relação da narrativa em que um *outro* enunciado por *eu* traduz em identificação o estar juntos a outros sujeitos: a escrevivência. Na palavra se condensa duas possibilidades em uma condição: a escrita e a vivência. Ou, se preferir, a narrativa e a experiência.

A nossa escrevivência não é para adormecer os da Casa Grande, e sim para incomodá-los em seus so-

nos injustos. Este termo nasce fundamentado no imaginário histórico que eu quero borrar, rasurar. Esse imaginário traz a figura da “mãe preta” contando histórias para adormecer a prole da Casa Grande. E é uma figura que a literatura brasileira, principalmente no período Romântico, destaca muito. (...) A minha escrevivência e a escrevivência de autoria de mulheres negras se dá contaminada pela nossa condição de mulher negra na sociedade brasileira. Toda minha escrita é contaminada por essa condição. É isso que formata e sustenta o que estou chamando de escrevivência. (NEXO, 2017).

É nessa dimensão da narrativa com as experiências em ser negro em confronto com as várias formas do racismo social e seus estigmas que pode-se pensar uma razão expandida das narrativas em debate. Jordan Peele, diretor e roteirista de duas produções de gênero, *Corra!* e *Nós*, traduz o horror para as relações de raça nos Estados Unidos, que na globalização se espalha para outras identidades em distintas nações na qual o racismo é uma presença. O primeiro deles, lançado em 2017, impacta sobretudo por trazer no centro da narrativa do terror um personagem negro alvo de supremacistas brancos que realizam experiências físicas para normatizar homens negros; uma espécie de lobotomia para o convívio cordial entre negros e brancos. Ao tornar o personagem negro pivô central da narrativa, passa também a colocar o debate racial no centro do afeto do medo ao ponto de engatarmos na história das negritudes representadas e seus medos.

É nesse modo de identificação que o afeto se politiza, cria suas permeabilidades no tecido social ao narrar experiências reais. O mesmo ocorre em seu último filme, *Nós*, em que o debate se alarga para a subalternidade e a questão de classe. Nele, experiências sociais realizadas no passado criaram uma sociedade inversa à sociedade existente, em que os subalternos estariam condicionados à vivência dos existentes até que

ocorre uma tentativa de mudança da ordem social por parte dos subalternos em relação à ordem estabelecida. O gênero do terror também é alicerce narrativo para a tradução do afeto político em que o medo é central.

Uma das tantas coincidências em ambas produções é a forma de representar o medo por parte das personagens principais. Em *Corra!*, o ápice da narrativa apresenta a personagem Chris, interpretado por Daniel Kaluuya, em plano fechado com a feição do medo. Assim como em *Nós*, em que o enredo é conduzido pela cena abaixo.

Figura 3 – A cena em *Corra!*



Fonte: frame obtidos a partir de vídeo em *streaming* na Netflix

Figura 4 – Plano semelhante em *Nós*



Fonte: frame obtidos a partir de vídeo em *streaming* na Netflix

O escritor James Baldwin, no curso da narrativa do documentário *Eu não sou seu negro*, evidencia a identificação em relação à feição de medo em personagens negras nas representações audiovisuais. Cita em seu relato o filme *Esquecer, nunca*, de 1937, em que uma personagem secundária no enredo, o zelador, encontra o corpo de uma jovem branca que havia sido estuprada e assassinada no prédio em que trabalhava.

Figura 5 – O zelador com medo da investigação do crime



Fonte: frames obtidos a partir de vídeo em *streaming* na Netflix

As feições de medo do ator Clinton Rosemond nas cenas traduzem o que esse acontecimento poderia acarretar na sua vida. Baldwin descreve sobre essa representação: “O papel do zelador era pequeno, mas o rosto do homem ficou marcado na minha memória até hoje. A brutalidade e a frieza do filme me assustaram e me fortaleceram” (EU..., 2016, 14 minutos).

POSSÍVEIS DIÁLOGOS ENTRE AS PRODUÇÕES

As narrativas midiáticas norte-americanas, especialmente as de grande público e consumidas internacionalmente, influenciam as narrativas ficcionais brasileiras, com personagens e estereótipos que reverberam nas produções nacionais. Como aponta Joel Zito Araújo (2000), a multiracialidade e um passado escravocrata comum podem explicar algumas das semelhanças encontradas entre Brasil e Estados Unidos. Entretanto, as diferenças econômicas e sócio históricas dos dois países criam estrutural e culturalmente relações raciais diversas. Tais contextos resultam em narrativas políticas e espaços de divulgação, difusão e recepção distintos.

Um dos principais fatores apontados nessa diferenciação é bipolaridade racial mais explícita do contexto estadunidense, “diferente do ideário do branqueamento, a ideologia racial norte-americana opera com uma bipolaridade entre raças, criando uma linha divisória de cor para brancos e negros” (ARAÚJO, 2000, p.45). Essa radicalidade gerou, principalmente com o movimento por direitos civis nos anos 1960, a reivindicação por mais e melhores representações dos negros na televisão. Como aponta Araújo, a vitória do movimento “intensificou, sobre as redes de tevê, a pressão interna e externa pelo aumento da participação dos afro-americanos na indústria” (ARAÚJO, 2000, p.53).

O processo de mudança das narrativas e personagens negros no audiovisual não se dá de forma linear, e momentos de representações mais diversas são intercalados por retornos dos estereótipos. Porém, um outro momento de destaque é em torno dos anos 1980, quando, com o aumento da classe média negra e por pressão de grupos afro-americanos, houve o estabelecimento e o reconhecimento indústria de um mercado consumidor com gostos e preferências específicos que precisavam ser atendidos pela programação.

No Brasil, o mito da democracia racial estabelece um paradigma distinto. A desigualdade racial profundamente arraigada se faz visível nas representações eurocêntricas presentes nas narrativas ficcionais televisivas de grande audiência. Os movimentos de resistência étnica demoram a

produzir imagens e representações na TV que revelem suas experiências de forma significativa. Araújo observa, a partir do fim dos anos 1990, uma nova e tímida realidade que emerge com críticas às representações vigentes, debates e estratégias de pressão e inserção midiática como resultado de “uma presença maior das entidades negras” (ARAÚJO, 2000, p.75).

No entanto, não são apenas as condições sócio históricas que contribuem para a produção e exibição de séries que exploram as tensões raciais e desconstroem os estereótipos dos negros, ou outros grupos minoritários que reivindicam novas narrativas políticas. É necessário considerar o mercado audiovisual e o contexto produtivo e de distribuição destas obras.

François Jost (2007) propõe “ir além do visível para colocar em pauta a lógica que leva as emissoras a proporem uma determinada emissão em tal hora e o telespectador assistir” (JOST, 2007, p. 22). O estudo da televisão tem particularidades ao refletir sobre a atividade do telespectador, e a programação se torna um quesito importante, pois tem como objetivo conquistar uma audiência dispersa, cuja atenção está, muitas vezes, dividida.

A escolha de programas, sua ordenação e a forma como são disponibilizados ao público criam sentido e constroem a identidade da emissora, que é uma empresa e precisa estabelecer sua marca em concorrência com as demais emissoras. Por meio da programação “a emissora afirma-se não só como responsável editorial, mas contribui para construir uma imagem de si própria como pessoa e como parceira do telespectador” (JOST, 2007, p. 53).

No contexto atual, nos Estados Unidos, há uma variedade de emissoras pagas, como HBO, FX, Showtime, que prezam pelo sucesso crítico e valor das produções, com orçamentos maiores, e pelo reconhecimento dos criadores no mercado audiovisual. Essas emissoras constroem suas marcas baseadas na qualidade de seus produtos e procuram ser vistas como espaços de inovação no campo do televisivo, tanto pela temática das séries quanto sua estética.

A *FX*, que produz e veicula a série *Atlanta*, por exemplo, lançou em 2007 sua campanha “There is no box”¹¹¹ que declarava suas séries ficcionais, seu principal produto, como não convencionais e que não conformadas aos gêneros e formatos comumente exibidos por outros canais. Ainda hoje esta é a imagem que projeta para o mercado audiovisual.

Esta configuração é possível porque esses canais se encaixam em uma lógica de televisão fragmentada, definida como “uma televisão, gratuita ou paga, concebida para um público específico” (WOLTON, 1996, p. 103). Essa lógica se opõe à televisão generalista, numa relação comparada à “oposição entre programação e edição, ou, se preferirmos, entre o menu e o à la carte” (WOLTON, 1996, p. 100). Nesse sentido, a edição remete a cada programa único que o espectador opta por assistir, sem se estabelecer ligação entre outros produtos, em que existe uma produção fragmentada em função da demanda.

As plataformas de *streaming*, como Hulu, Netflix, Amazon Prime Video, exacerbam o modo “à la carte” proposto por Wolton, onde a ideia de programação é reduzida ao seu mínimo e o espectador escolhe assistir o conteúdo que quiser, na hora e na ordem que preferir. Esses novos suportes tecnológicos diversificaram as formas de produção e apostam em novos gêneros e formatos, especialmente dentro da ficção seriada, que atraem *showrunners*, diretores, roteiristas e elencos que antes trabalhavam em outras mídias.

Além disso, podem abrir espaço para representantes de grupos minoritários produzirem narrativas de sua perspectiva, explorarem formatos televisuais e se endereçarem a espectadores pouco identificados com o que estava sendo veiculado nas telas antes. Esse é o caso de *Dear White People* e *Atlanta*. Ambas as séries são produções com menos capítulos, mais tempo de desenvolvimento e produção, e voltadas para um público alvo mais específico.

Chegamos, então, a um dos principais pontos que diferencia as emisoras temáticas e a lógica fragmentada daquelas generalistas: o contexto

¹¹¹ Não há uma caixa (tradução livre). Disponível em <<https://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2007/12/11/box-we-dont-need-no-box/>>. Acesso em 29/06/2019.

em que estes programas são apresentados, que lhes confere sentidos diferentes na recepção. Quando o espectador está ligado em canais temáticos “ele sabe muito bem que está em meio a um público específico” (WOLTON, 1996, p. 113), conseqüentemente, o laço social formado é diferente daquele que se forma ao assistir uma emissora com público bastante diverso.

No Brasil, a televisão fragmentada começa a se difundir com o surgimento das TV’s por assinatura, no final dos anos 1980. Essas atraem o público da TV aberta justamente por atender aos interesses específicos de seus assinantes. Esta forma de televisão “tem o conteúdo dirigido, trabalha programação em formato mais suave do que a TV aberta e oferece melhor qualidade de imagem por causa do sistema de distribuição dos sinais” (PATERNOSTRO, 2006, p. 42).

Grande parte da produção nacional para emissoras temáticas está nos gêneros informativos. As narrativas ficcionais seriadas estão concentradas nos canais abertos no Brasil, sendo a telenovela seu exemplo mais significativo, inclusive por suas possibilidades de exportação. Estas narrativas são veiculadas em emissoras, como a *Rede Globo* e a *Record*, que procuram a audiência do grande público e tem pouca abertura para que novos produtores, diretores e roteiristas explorem formatos não convencionais.

As emissoras de televisão por assinatura, dentre elas várias dedicadas à ficção seriada, têm uma abundância de produções importadas, especialmente dos Estados Unidos, e pouco espaço para produções nacionais diversas. A Lei da TV Paga, de 2011, institui cotas de produção audiovisual nacional que devem ser veiculadas nas emissoras de TV por assinatura no Brasil e é uma forma de incentivar produtoras independentes de conteúdo, e poderia ter como consequência a diversificação das representações e o surgimento de novas narrativas políticas.

Entretanto, pouco se vê esta forma de narrativa ficcional política nas produções nacionais para TV. Ainda percebemos a predominância de formatos que replicam os modelos já instituídos, e pouco destaque na programação para produtos brasileiros. Produções do país para platafor-

mas de *streaming*, como 3% e *Coisa mais linda*, ambas para o Netflix, trazem para seu centro personagens como mulheres e negros, mas ainda são tentativas pouco expressivas dentro do panorama mais abrangente do audiovisual no Brasil.

EDITAIS AFIRMATIVOS NAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O AUDIOVISUAL BRASILEIRO

Assim como nos Estados Unidos, onde a produção de diretores e roteiristas negros e negras estaria mais voltada ao gênero do terror, no Brasil há obras que retratam os conflitos sociais e as opressões nessa mesma chave, caso de *As boas maneiras* (Juliana Rojas e Marco Dutra, 2018). A personagem principal é uma mulher de classe média que, ao descobrir que está grávida, decide contratar Clara, mulher negra, enfermeira da periferia de São Paulo, para ser babá de seu filho, antes mesmo de nascer. A tensão social entre a patroa e a babá se amplia, em uma extensão ao terror e ao suspense, para delinear também um conflito político, ainda que na subjetividade das experiências privadas.

Entretanto, ao olharmos para o cenário brasileiro, observamos que a produção com o objetivo de expandir as perspectivas dos agentes produtores e também das linguagens de suas obras ainda é incipiente. No início de 2018, a Ancine publicou pela primeira vez um estudo que fazia o levantamento da produção do audiovisual brasileiro com foco em gênero e raça, intitulado *Diversidade de Gênero e Raça nos lançamentos brasileiros em 2016* (ANCINE, 2018). O relatório mostrou dados alarmantes do cinema nacional.

Na função de direção de cinema em longas-metragens, a divisão de pessoas brancas e negras em 2016 foi de, respectivamente, 97,2% a 2,1%. Quando esse recorte utiliza também o gênero, há o registro de 107 diretores homens brancos, 28 diretoras mulheres brancas, 3 diretores homens negros e nenhuma mulher negra. A ausência de mulheres negras também é sentida na função de roteirista, que conta com apenas 2,1% de homens negros entre as equipes de produção. Na produção executiva, há 36,9% de mulheres brancas e nenhuma mulher negra, novamente.

Essas desigualdades não ocorrem apenas nas áreas de produção, mas também no elenco dos filmes brasileiros do período: a quantidade de pessoas negras (homens e mulheres) no elenco das obras analisadas é de 13,3%. Se tomarmos por medida os protagonistas, esse índice cai para zero: não há nenhum ator ou atriz negra ou negro no elenco principal dos longas de ficção produzidos no período. É interessante observar que, segundo o estudo, quando o diretor de um filme é negro, a chance de o roteirista também ser negro aumenta em 43,1% (ANCINE, 2018, p.32). Para a relação entre diretor e elenco, essa chance sobe para 65,8% (id., p.33), enquanto a relação roteirista negro e mais um ator ou atriz negros no elenco é de 52,5% a mais de chance (id., p.34).

Com esse estudo, a Ancine percebeu ainda que a ocorrência de mulheres em papéis de direção e roteiro era maior nos filmes incentivados com recursos federais, mas isso não ocorria em relação à raça. Dos filmes que não receberam recursos públicos, 94% eram produzidas por pessoas brancas, enquanto nos que receberam esse índice era de 100%. Em relação aos roteiros, algo muito parecido: 93% de presença de brancos nos filmes não-incentivados e 98% no caso dos filmes incentivados. A agência federal buscou publicar editais específicos em 2018 para o apoio a obras com recorte de gênero e raça, mas a iniciativa não foi repetida no ano seguinte.

A reivindicação do movimento negro brasileiro por maior representação e presença nas produções audiovisuais é histórica. A pesquisadora Eloíza Silva (2018) destaca algumas produções que há muito questionam a inexistência de negros e negras em papéis de decisão das políticas públicas para o audiovisual. Além de Joel Zito Araújo, com *A negação do Brasil*, a autora comenta também sobre o “Dogma feijoadá”, de Jefferson De, apelido dado ao manifesto *Gênese do cinema brasileiro brasileiro*, lançado em 2000 no 11º Festival Internacional de Curtas Metragens de São Paulo. O objetivo era chamar a atenção para a necessidade de uma maior presença de produtores, diretores e roteiristas negros e negras para que houvesse também a representação dessa parcela da população nas telas grandes e pequenas.

Chamar a atenção para essa produção era também destacar a pluralidade de estéticas e linguagens do cinema negro, muitas vezes tratado com injusta uniformidade. Os pesquisadores Noel Carvalho e Petrônio Domingues (2018), ao rememorar o “Dogma feijoada”, mas também traçar um percurso histórico do cinema negro brasileiro, destacam a necessidade de se olhar para essa produção também com a perspectiva da diversidade de linguagens e de reivindicações estéticas:

Ocorre que cinema negro se trata de um conceito em construção ou, antes, em disputa. Não apenas em função de seu caráter polissêmico, multivocal, aberto, com diferentes concepções formais e estilísticas, mas uma disputa em torno de como essa categoria analítica se conecta aos planos estético e político. Cinema negro: processo e devir. (CARVALHO; DOMINGUES, 2018, p. 12)

Não há como negar que há um longo caminho para o aumento da pluralidade de agentes produtores no audiovisual brasileiro, especialmente para que grupos minoritariamente representados tenham a possibilidade de tecer novas narrativas. Mas há de se reconhecer também um grande trajeto já percorrido, tanto na reivindicação desses espaços, quanto nas histórias produzidas, seja pela temática, seja pela agência desses indivíduos por trás das obras.

REFERÊNCIAS

ANCINE. Diversidade de gênero e raça nos lançamentos brasileiros em 2016. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/Apresentação%20Diversidade%20FINAL%20EM%2025-01-18%20HOJE.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

ANCINE. Tire suas dúvidas sobre a Lei da TV Paga. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/faq-lei-da-tv-paga>>. Acesso em: 24 jun. 2019

ARAÚJO, J. Z. A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira. São Paulo: Editora Senac, 2000.

CARVALHO, N. S.; DOMINGUES, P. Dogma feijoado: a invenção do cinema negro brasileiro. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 33, n. 96, Anpocs, São Paulo, 2018.

EU não sou seu negro. Direção: Raoul Peck, Produção: Raoul Peck. Nova Iorque: Magnolia Pictures; Amazon Studios. Duração 93 minutos. 2016, DCP.

JOST, F. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2007.

NEW YORKER. Donald Glover can't save you. Disponível em <https://www.newyorker.com/magazine/2018/03/05/donald-glover-cant-save-you>. Acesso em: 20 jun. 2019.

NEXO. Conceição Evaristo: 'minha escrita é contaminada pela condição de mulher negra'. São Paulo, 2017. Disponível em <<https://bit.ly/2HVfnIW>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

NORONHA, J. M. G. Ensaaios sobre a autoficção. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.

PATERNOSTRO, V. I. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

SILVA, E. M. Raça e gênero no campo público de fomento ao audiovisual brasileiro: mapeamento de policy makers. Revista de Políticas Públicas, vol. 22, n. 1, UFMA, São Luiz, 2018.

WOLTON, D. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

O PRÉDIO DOS CHILENOS: DOCUMENTÁRIO LATINO-AMERICANO CONTEMPORÂNEO E ANIMAÇÃO DO TESTEMUNHO

Jennifer Serra¹¹²

DOCUMENTÁRIO CONTEMPORÂNEO, CINEMA DO TESTEMUNHO

Em 2014, quando o golpe de Estado que instaurou a ditadura civil-militar no Brasil completou cinquenta anos, diferentes ações foram empreendidas no país para rememorar esse evento político e suas consequências sócio-históricas e individuais, como a mostra cinematográfica “Silêncios Históricos e Pessoais”, realizada na cidade de São Paulo¹¹³. O evento exibiu dezessete documentários latino-americanos produzidos no século XXI, entre os anos 2003 e 2013. Idealizada pela brasileira Natalia Barrenha e pelo argentino Pablo Piedras, dois pesquisadores dedicados ao cinema da América Latina, a mostra reuniu filmes da Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguai e Uruguai cujas características comuns conformam um novo cinema documentário latino no qual o discurso em primeira pessoa e o estilo do documentário performático conduzem o tensionamento entre as gerações dos pais e dos filhos que vivenciaram as ditaduras militares na América Latina e as relações entre história e memória, o presente e o passado, o familiar e o social, o íntimo e o coletivo. Realizados, em sua maioria, por filhas e filhos de militantes políticos, esses filmes apresentam uma busca pela reconstrução de um passado dos

¹¹² Doutora e mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas. Pesquisadora de pós-doutorado em estudos de cinema e mídia da Escola de Comunicações e Artes da USP e professora do CAV – Centro de Audiovisual de São Bernardo do Campo. Integra os grupos de pesquisa MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas e Zootropo, ambos sediados na ECA-USP. Atualmente, pesquisa a representação da memória em documentários animados brasileiros.

¹¹³ Mais informações sobre a mostra “Silêncios Históricos e Pessoais” podem ser encontradas em: <http://doctela.com.br/mostrasilencios/>.

países, das famílias e dos indivíduos, no qual a história nacional se cruza e se confunde com o passado das/dos realizadores revelando uma herança traumática oculta nos silêncios, históricos e pessoais, que sucederam o fim dos regimes ditatoriais no continente.

Como apontam Barrenha e Piedras (2014), a emergência das narrativas em primeira pessoa na América Latina, além de seguir uma tendência internacional do documentário contemporâneo, expressa novas identidades políticas que querem estar no centro da enunciação e que levantam questões familiares e particulares – sobre o exílio, infância ou a militância dos pais – na tentativa de chegar a uma compreensão sobre a história pessoal como meio de entender a história do próprio país ou do continente. O relato em primeira pessoa presente no conjunto dos filmes coloca não apenas os corpos dos realizadores no centro da imagem, mas o próprio discurso documentário é deslocado do contexto político para o foco nos indivíduos. Com isso, a narrativa dessas novas produções documentárias se distancia do relato de denúncia e documentação mais objetiva que marcou o cinema documentário da geração anterior, mais preocupada em tornar públicos e notórios os crimes e as condições político-sociais impostos pelos governos ditatoriais, passando a retratar o passado a partir de uma perspectiva subjetiva e menos assertiva sem, porém, abdicar da relação íntima e documental com o passado histórico.

A releitura que o cinema documentário contemporâneo tem feito do passado, especialmente do período das ditaduras latino-americanas pode ser associada ao valor que o testemunho alcançou na abordagem histórica de eventos sociais. Como Beatriz Sarlo (2007) apontou, há uma grande valorização do testemunho como fonte para a reconstituição da história recente. A contemporaneidade tem se caracterizado pela dimensão subjetiva, em que o sujeito ressurgue como ponto central para dar sentido à experiência de mundo. A guinada subjetiva destacada por Sarlo abarca tanto a revalorização do indivíduo como a necessidade de reconstituição da verdade – sobretudo histórica – através da rememoração da experiência:

Todos os gêneros testemunhais parecem capazes de dar sentido à experiência. Um movimento de devolução da palavra, de conquista da palavra e de direito à palavra se expande, reduplicado por uma ideologia da “cura” identitária por meio da memória social ou pessoal (SARLO, 2007, pp. 38-39).

Nesse contexto, o cinema documentário também passa por uma subjetivação, configurando uma mudança na posição do autor diante da construção do discurso fílmico, como apontou Michael Renov (2004; 2014). O mundo histórico passa a ter o Eu como ponto central em obras nas quais os realizadores falam do mundo através de si mesmo ou de um outro indivíduo.

Outro fator que impulsionou o discurso em primeira pessoa no cinema documentário foi a maior acessibilidade a tecnologias de produção e distribuição de imagens, ocorrida primeiro com o vídeo e, depois, com as tecnologias digitais. A popularização de ferramentas de produção audiovisual, assim como, de espaços de distribuição de imagens e de manifestação do indivíduo, como as redes sociais na internet, desencadeou a produção massiva de imagens diversas e potencializou a inscrição pessoal na narrativa, ao mesmo tempo que, o mundo privado também passou a ter maior interesse coletivo. Esse processo foi realizado especialmente por minorias políticas e movimentos identitários, que reivindicaram espaços nas lutas sociais recorrendo ao audiovisual para alcançar visibilidade e se empoderar de uma voz própria. Com isso, as narrativas audiovisuais em primeira pessoa passam a se configurar como uma forma de resposta e de resistência aos discursos dominantes.

ANIMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO

O documentário contemporâneo com tendência à subjetividade e adepto do discurso em primeira pessoa caracteriza-se também por sua abertura a outros formatos audiovisuais, como a ficção, e pelo uso de materiais visuais e sonoros pouco usuais ao seu campo como, por exem-

plo, a animação. Apesar de relação entre animação e documentação ser antiga, podendo ser vislumbrada em filmes do primeiro cinema, o recurso à imagem animada tem aparecido com maior frequência em filmes documentários produzidos nos últimos anos, especialmente explorada como ferramenta de comunicação visual de testemunhos ou como meio para permitir a visualização de eventos passados. O cinema de animação tem a habilidade de tornar visível o que não foi documentado pela câmera ou o que não pode ser registrado, como universos psicológicos ou a dimensão subjetiva de uma experiência vivida, o que torna a imagem animada uma ferramenta oportuna para o trabalho com a memória, com experiências traumáticas e com eventos históricos com limitada possibilidade de documentação, aspectos que dizem respeito às produções que tematizaram as ditaduras militares na América Latina.

A animação também enriquece o processo de documentação seja por suas características intrínsecas, isto é, pelos sentidos que a imagem animada produz por ser animada, quanto pelo impacto gerado pela combinação entre animação e documentário. Documentário e animação são duas formas narrativas tradicionalmente entendidas como dissonantes e relacionadas a conceitos que se opõem – como, por exemplo, as noções de verdade e de objetividade, associadas ao documentário, e as ideias de imaginação e de fabricação, relativas à animação. Por essa razão, a presença da animação em uma narrativa documentária performa uma produção de sentidos particular, distinta daquela colocada em ação por um documentário *live action*¹¹⁴. Além disso, ao tratar dos usos da animação em uma produção documentária, Annabelle Honess Roe (2013) sugere três tipos de finalidade: a função de uma substituição mimética, quando a animação é usada para estar no lugar de uma filmagem inexistente ou que não poder ser realizada, como, por exemplo, no caso de eventos passados que não puderam ser registrados por uma câmera; a função de

¹¹⁴ *Live action* pode ser traduzido como “ação ao vivo”. Trata-se de um termo usado no campo da produção audiovisual para designar produções filmadas e com atores reais, em oposição às produções de animação.

substituição não mimética, quando além de substituir uma filmagem, a animação confere elementos expressivos próprios do cinema de animação, expandindo os sentidos do filme; e a função de evocação, quando a animação é usada para documentar a dimensão subjetiva da realidade, permitindo a visualização de sentimentos, pensamentos ou memórias. Dessa forma, a presença de animação no documentário se justifica tanto pela inexistência de um registro visual equivalente, como por uma produção de sentidos particular.

A proposta de representar visualmente fatos passados com imagens animadas como substituição mimética, em filmes que tematizam a ditadura, pode ser exemplificada pelo filme brasileiro *Cidadão Boilesen* (Chaim Litewsk, 2009). Essa produção trata da participação do empresário dinamarquês e radicado no Brasil, Henning Boilesen, no golpe militar de 1964 e seu apoio à perseguição e tortura de militantes políticos brasileiros. Neste filme, as imagens animadas reproduzem aspectos formais da imagem-câmera¹¹⁵ emulando um registro fílmico ou fotográfico do evento representado. Construído a partir de entrevistas filmadas e imagens de arquivo de naturezas diversas, nesse filme a animação aparece em pequenos trechos intercalados com extratos do filme *Pra Frente Brasil* (Roberto Farias, 1982), representando uma reconstituição da ação do assassinato de Henning Boilesen por militantes do Movimento Revolucionário Tiradentes (MRT) e da Ação Libertadora Nacional (ALN), em conexão com as falas que descrevem essa ação. Neste caso, em que não há um registro fílmico ou fotográfico do evento representado, a animação acompanha as imagens do filme de ficção, reforçando o caráter documental da representação do assassinato por apresentar-se como uma versão do evento ocorrido tal como ele é descrito por quem o vivenciou.

¹¹⁵ Imagem-câmera é um termo utilizado pelo teórico Fernão Pessoa Ramos para designar as imagens em movimento produzidas por aparelhos de filmagem, em contraposição às representações pictóricas. Mais informações em Fernão Pessoa Ramos, *Mas Afinal... O que é mesmo Documentário*, São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

Em conformidade com a função de substituição não mimética, a animação é utilizada em filmes documentários como um meio expressivo, isto é, ela produz sentidos a partir de sua própria estética. Isso significa que a animação pode comunicar através da idiossincrasia de sua própria natureza, animada. Um exemplo de produção que faz esse uso de animação é o curta-metragem brasileiro *A Guerra dos Gibis* (2012), realizado por Thiago Brandimarte Mendonça e Rafael Terpins. O filme trata da censura do governo civil-militar brasileiro a editoras de revistas em quadrinhos de cunho erótico, mas principalmente à Editora Edrel e a seu fundador, Minami Keizi, entre os anos de 1960 e 1980. *A Guerra dos Gibis* apresenta a combinação de diferentes materiais, como entrevistas filmadas, trechos de animação, encenação com atores, animação mesclada com registros filmicos e imagens dos quadrinhos, entre outros materiais.

Nesse documentário, a animação cria um elo entre os quadrinhos e o filme, de maneira que o material ficcional dos quadrinhos é ressignificado e assume uma dimensão não-ficcional. Em algumas cenas, por exemplo, os personagens dos quadrinhos são mostrados interagindo com seus respectivos autores durante as entrevistas. E em outras, são inseridas animações dos personagens fictícios, como Maria Erótica, Satã, Chico de Ogum, entre outros, como forma de ilustrar os depoimentos, criando-se uma relação entre o conteúdo dos quadrinhos e a realidade a qual os entrevistados se referem que não existiu originalmente nas revistas utilizadas. A força retórica da animação aparece no filme *A Guerra dos Gibis*, principalmente, através da exploração do simbolismo e da analogia, como a associação da ditadura civil-militar brasileira à dominação da personagem dos quadrinhos, Cibele, que, na ficção havia sido dominada por forças alienígenas. Neste caso, a aproximação de imagens originalmente sem conexões cria uma relação entre a violência sofrida pelos quadrinistas e impostas pelos militares e a sofrida pela personagem fictícia.

A função que as imagens animadas desempenham em documentários de caráter subjetivo está mais associada, no entanto, ao poder de “evocação” da animação, como apontam autores como Paul Ward (2005)

e Honess Roe (2013). Segundo Honess Roe, quando utilizada para representar a dimensão subjetiva de nossa experiência vivida, a animação não apenas expõe a memória do realizador ou de seu personagem como suscita no espectador a projeção de sua própria memória. Esse é o caso de filmes que combinam animação e documentário e que fizeram parte da mostra *Silêncios Históricos e Pessoais*, como *Os Loiros (Los Rubios)*, 2003), de Albertina Carri, *O Eco das Canções (El Eco de las Canciones)*, 2010), de Antonia Rossi e *O Prédio dos Chilenos (El Edificio de los Chilenos)*, de Macarena Aguiló, de 2010. A habilidade da animação para a criação de imagens simbólicas e para a penetração no inconsciente humano é explorada nesses filmes para representar experiências traumáticas em combinação com outros materiais como imagens de arquivo, reconstituições, entrevistas filmadas, entre outros.

Em *Os Loiros*, Albertina Carri promove uma busca pela memória de seus pais, militantes do peronismo revolucionário, que foram sequestrados durante a ditadura militar argentina, em 1977. Para representar situações com alta carga dramática e das quais não existem imagens de arquivo, a diretora utiliza pequenos trechos de animação produzida pela ela mesma com bonecos da linha Playmobil, através da técnica de animação de bonecos, evocando uma imagem dessas situações mesmo sem indícios de como elas ocorreram¹¹⁶. Em *O Eco das Canções*, por sua vez, Antonia Rossi apresenta uma miscelânea poética de imagens de naturezas diversas, de fotografias a gravações em super 8, em que combina trechos em *live action* com trechos de animação retirados do filme *As Viagens de Gulliver (Gulliver's Travels)*, Dave Fleischer, 1939). Para Rossi, a figura do forasteiro Gulliver representa a si mesma e sua relação de não pertencimento seja com o exílio ou com a sua terra natal.

Na produção audiovisual contemporânea, a combinação entre animação, memória e a representação de movimentos ditatoriais da

¹¹⁶ A animação está presente também em outros trabalhos de Albertina Carri, como no longa de ficção *A Raiva (La Rabia)*, de 2008 e o curta-metragem de 2001, *Barbie também pode estar triste (Barbie también puede estar triste)*, feito com animação de bonecos.

América Latina ganhou impulso nos últimos anos, especialmente em sua relação com o discurso documental. Como aponta a pesquisa de Vicente Fenoll (2018), por exemplo, a animação que tematiza a ditadura chilena não se limita aos trechos de imagens animadas inseridos em produções *live action*, tais como *Os Loiros*, *O Eco das Canções* e *O Prédio dos Chilenos*. Há uma produção relevante de filmes construídos majoritariamente por imagens animadas cuja narrativa sobre a ditadura se baseia na perspectiva da segunda e terceira gerações, herdeiros desse momento político, a exemplo dos documentários animados *Como alitas de Chincol* (Vivienne Barry, 2002), *Traços de memória* (*Trazos de memoria*, Valentina Armstrong, Carolina Churruca, Helios Lara, Paloma Rodríguez, María José Santibañez, Oscar Sheihing, 2012) e da ficção *História de Urso* (*Bear Story*, Gabriel Osorio, 2014), entre outras produções com perfil semelhante.

Como sugere Fenoll (2018), a convergência entre o cinema de animação e o documentário se consolidou como uma nova via de expressão narrativa no âmbito da memória e dos eventos traumáticos. As produções que tratam da memória por meio da animação extrapolam convenções do cinema documentário em um movimento de tornar possível representar o irrepresentável e ganham uma força narrativa com o potencial desse meio em construir imagens de fatos passados e de dimensões subjetivas da realidade. A habilidade da animação de comunicar visualmente o que é difícil de expressar em palavras, como experiências traumáticas, é explorada em um movimento de revisão dos momentos mais sensíveis da história política recente dos países latinos. Em documentários *live action* que apresentam trechos de animação, essa presença comumente ocorre com a combinação com outros materiais, como imagens de arquivo, reconstituições e tomadas performáticas compondo uma miscelânea imagética tão fragmentária como as próprias memórias do trauma. Tal fenômeno pode ser melhor explicado a partir da análise do filme *O Prédio dos Chilenos*.

TRAUMAS HISTÓRICOS E PESSOAIS

O Prédio dos Chilenos, assim como *Os Loiros* e *O Eco das Canções*, tem uma narrativa desenvolvida em primeira pessoa, com uma investigação centrada na experiência vivida pela cineasta Macarena Aguiló e por outros filhos da ditadura chilena que viveram a ruptura familiar imposta a muitas famílias de militantes políticos. O filme apresenta o projeto de família social criado no exílio na Europa, quando militantes chilenos do MIR – Movimiento de Izquierda Revolucionaria foram convocados a regressar ao país para continuar a lutar contra a ditadura, no final dos anos 1970. As mulheres exiladas também decidiram retomar a luta no Chile e, como precisavam retornar de maneira clandestina, não poderiam levar seus filhos consigo. A necessidade de manter as crianças no exílio fez surgir o Projeto Lares (Proyecto Hogares), uma experiência de família comunitária que reuniu as crianças filhas de militantes exilados que optaram por retomar a luta no país. Cerca de sessenta crianças participaram do projeto, passando a viver sob a responsabilidade dos integrantes do partido que permaneceram na Europa, os militantes educadores, chamados de “pais sociais”. O Projeto Lares foi implantado na Bélgica, mas pouco tempo depois seus participantes imigraram para Cuba. Dentro do projeto, crianças e adultos formaram pequenos núcleos familiares chamados de “famílias sociais”, reproduzindo a estrutura familiar tradicional com pais e filhos, porém sem grau de parentesco. A diretora Macarena Aguiló ingressou nesse projeto quando sua mãe, Margarita Marchi, decidiu voltar ao Chile para continuar a resistência à ditadura chilena.

Sendo filha de pai e mãe integrantes do MIR, Aguiló protagonizou os dramas familiares impostos pela luta contra a ditadura chilena desde muito cedo. Aos três anos de idade ela foi sequestrada pela DINA – Dirección de Inteligencia Nacional (Dirección de Inteligencia Nacional), órgão repressor do governo de Augusto Pinochet, em troca de informações sobre seu pai, Hernán Aguiló. Após três semanas presa em um centro de detenção infantil, Macarena foi libertada e viajou para a França, onde

sua mãe estava exilada. No exílio, Macarena Aguiló viveu com sua mãe até os nove anos de idade e participou do Projeto Lares na Bélgica e em Cuba, retornando ao Chile e ao contato com sua família biológica apenas na vida adulta, aos 20 anos. Em *O Prédio dos Chilenos*, Aguiló entrevista sua mãe, uma referência na participação das mulheres no movimento político revolucionário do Chile, além de seu pai e os outros pais e mães que voltaram para o Chile deixando seus filhos e filhas no exílio. Os depoimentos mais contundentes, porém, são fornecidos pelos participantes do Projeto Lares, tanto de pessoas que foram crianças, como de pais e mães sociais. As entrevistas seguem a proposta de entender como foi a experiência a partir dessas diferentes perspectivas, mas os conflitos e traumas emergem nas falas, mostrando os conflitos vividos por pais e filhos que foram separados durante a luta pelo retorno da democracia no Chile. De um lado, há o sentimento de abandono dos filhos e de outro a culpa dos pais e a impossibilidade de redenção dessa culpa e de resgate do que foi quebrado com a abandono. Da parte dos pais sociais, os relatos expressam os desafios de cuidar das crianças, fazê-las entender as razões do projeto e da luta política, de superar a morte do pai ou da mãe e de fornecer uma formação humana e intelectual que fosse revolucionária e compatível com a nova sociedade que queriam construir e pela qual estavam lutando.

Macarena Aguiló utiliza, além de entrevistas em *live action*, uma série de materiais de arquivo de naturezas distintas. Ela apresenta visualmente e através de sua narração as cartas recebidas enquanto participou do Projeto, escritas por sua mãe, assim como fotografias, filmagens caseiras, registros das localidades referenciadas pelas falas, objetos guardados em um baú, além de desenhos que fez quando criança e que, assim como os trechos de animação, representam um relato visual da experiência vivida no Projeto Lares. A multiplicidade de materiais também caracteriza os documentários latino-americanos e marca a produção documentária contemporânea, expressando como a ideia de material de arquivo e de “documento” acompanha a tendência subjetiva da relação

com os eventos históricos e crises políticas e sociais nos dias de hoje. Como aponta María José Bello, ao analisar os documentários chilenos contemporâneos:

Imagens e objetos se constituem em rastros visuais com o efeito de testemunhar, de dar conta de um momento situado no passado, além de enfatizar a unicidade da experiência. O clássico conceito de material de arquivo se deteriora neste relato: os documentos não servem para ilustrar, mas contribuem para ampliar o sentido, criar novas relações e a materializar o que é singular (BELLO, 2011).

Essa singularidade torna-se mais acessível especialmente através das cartas, dos desenhos de infância de Aguiló e das imagens animadas, que carregam em seus materiais expressivos os traços da subjetividade de seus realizadores.

Em *O Prédio dos Chilenos*, a animação foi concebida por Néstor Gerardo Pérez, irmão social de Aguiló. Dentro do Projeto Lares, a realizadora teve um pai social, Ivan Badilla, e três irmãos: Néstor Gerardo, Andrea e Manuela. A animação é mostrada em trechos curtos, intercalados com depoimentos filmados e outros materiais, mas em 2012 ela foi lançada em um bloco único, como um curta-metragem chamado *Alamar*, em referência à região de Havana onde ficava o prédio ocupado pelo Projeto Lares. Nas imagens animadas de *O Prédio dos Chilenos* e *Alamar*, Néstor Gerardo Pérez apresenta não apenas uma expressão de sua experiência pessoal no Projeto Lares, através de uma construção poética, mas também revela o trauma dessa experiência e a dificuldade da comunicação verbal desse trauma. Segundo Aguiló, inicialmente Pérez teve resistência em participar do filme e relatar sua experiência no Projeto.

Para ele, esse era um assunto difícil, do qual tinha dificuldade em falar a respeito, pois suas lembranças não eram boas. Como muitos dos entrevistados expõem no filme, a separação entre pais e filhos e o abandono

em prol de uma luta política marcou de maneira traumática as famílias de militantes políticos, especialmente os filhos, que mesmo recebendo o cuidado e o carinho dos pais sociais sentiam-se deixados por seus pais biológicos. Além disso, as crianças do Projeto Lares enfrentaram as dificuldades de se encaixar no sistema das famílias sociais, a impossibilidade de retornar ao país de origem, a adaptação ao sistema de educação mais formal em Cuba e a possibilidade de torna-se efetivamente órfãs ao perderem seus pais durante o confronto com as forças militares chilenas.

As cenas de animação do filme tematizam a entrada de Pérez no Projeto Lares, o encontro com as outras crianças, a mudança para Cuba, o ingresso na escola e o fim do projeto. Feita em desenho animado, nela predomina o tom poético, reforçado por representações visuais metafóricas e por uma trilha sonora melódica. O primeiro trecho em animação mostra um edifício em meio ao mar, uma criança sendo deixada no edifício por uma figura alada com aspecto maternal e sendo acolhida por uma planta, que em metamorfose se transforma em mãos. Mostra também a criança que representa Pérez sendo acolhida por outras crianças. A construção visual dos adultos como figuras não humanas e o pouco realismo dos cenários reforçam a dimensão simbólica da representação. Em seguida, Néstor Gerardo Pérez e Macarena Aguiló são mostrados em uma filmagem junto ao *storyboard*¹¹⁷ da animação, com Pérez explicando a representação da criança e como a animação expressa seus sentimentos em relação à experiência do Projeto Lares.

A imagem filmada dos realizadores junto ao *storyboard* da animação, expondo o material de produção das imagens animadas, é um recurso que reforça a comunicação reflexiva da narrativa documentária de *O Prédio dos Chilenos*, o que também é potencializado pela presença dos trechos em animação. Como defendeu Sybil DelGaudio (1997), o filme documen-

¹¹⁷ *Storyboard* é uma sequência de ilustrações ou imagens organizada como se fosse uma história em quadrinho com o objetivo de permitir uma visualização do roteiro filmico em forma de imagens sequenciadas. A confecção de um *storyboard* é uma etapa de grande importância na produção de animações, uma vez que, esse recurso antecipa como a história será contada pelas imagens animadas.

tário que apresenta o uso de animação pode ser associado ao modo de representação documentária reflexivo, segundo o modelo estilístico de representação documentária proposto por Bill Nichols (2016)¹¹⁸, porque as imagens animadas evidenciam sua natureza fabricada e desperta a atenção do espectador para o fato que todo filme é uma construção, incluindo os documentários. As produções reflexivas desconstroem a ideia de documentário como sendo um meio de acesso direto ao real e despertam no espectador a reflexão sobre a representação que o filme apresenta.

Por outro lado, a representação performática, associada especialmente aos filmes com narrativa em primeira pessoa, também é fortalecida pela presença da animação. Segundo Nichols (2016), os documentários performáticos são filmes pessoais, com grande carga emocional e experimentalismo a serviço do impacto emocional e social causado sobre o espectador. Para Eric Patrick (2004) e Paul Wells (1997), o documentário animado, híbrido de documentário e animação, tem associação com o modo performático por destacar a dimensão subjetiva do filme ao expor a natureza fabricada das imagens. Para Ward (2005), o engajamento da animação no documentário adquire uma dimensão performativa por comunicar através de sua própria presença em um documentário, chocando-se com a tradição deste cinema, e porque sua natureza idiossincrática, animada, tem forte associação com a subjetividade.

Outras sequências da animação de *O Prédio dos Chilenos* mostram a interação feliz da criança protagonista com outras crianças, com sofrimento em relação à imagem das cordilheiras dos Andes, a ida a uma escola com regime de internato e o fim do projeto, representado através do derretimento do prédio que abrigava as crianças. Novamente, Néstor Gerardo Pérez explica a Macarena Aguiló o significado das imagens animadas com seu relato de como se sentiu no momento em que o Projeto Lares chegava ao seu final. Representar visualmente sentimentos e

¹¹⁸ Ao propor categorias de modos de representação documentárias, Bill Nichols indica que o documentário segundo o modo reflexivo pretende mostrar a natureza construída do discurso documentário ao expor seu próprio processo de construção filmica.

pensamentos não é algo tão simples através do registro filmico, mas com a variedade de formas de expressão na animação é possível comunicar visualmente o que de maneira mais convencional seria exposto apenas através da fala de Pérez e dos outros entrevistados. No caso de situações traumáticas como a das crianças que participaram do Projeto Lares, a comunicação verbal pode ser algo interdito. A animação, por sua vez, permite comunicar aquilo que dificilmente é expressado na fala, conformando um tipo de relato audiovisual de experiências traumáticas e possibilitando a visualização de uma dimensão invisível da realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atual valorização da memória no processo de compreensão do passado pode ser considerada uma indicação dos motivos pelos quais a animação adquiriu maior presença nos documentários latino-americanos recentes. A estranheza gerada pelo uso de imagens animadas em uma narrativa documentária passa a perder força dando espaço à credibilidade da animação enquanto ferramenta de comunicação para a abordagem de assuntos de difícil expressão oral, como o trauma, e da memória. Nesse sentido, a animação construída por Néstor Gerardo Pérez em *O Prédio dos Chilenos* não representa com fidelidade os eventos retratados, tal como aconteceram, mas sim, como esses eventos marcaram o animador e conformam a maneira como ele se relaciona hoje com o passado. O uso de animação em produções como *O Prédio dos Chilenos* pode ser entendido, nessa perspectiva, como um tipo de depoimento visual que dialoga com o testemunho oral. O testemunho animado reforça o fato de que a reflexão sobre a história da América Latina nesses filmes sofre a mediação dos realizadores e está impregnada pelo pensamento contemporâneo. A esse respeito, Beatriz Sarlo (2005) destaca a inevitável a marca do presente no ato de narrar o passado, ao retomar a posição do Paul Ricoeur sobre as diferenças entre história e discurso. Também como apontou Honess Roe (2013) a respeito de documentários animados que abordam a história e a memória pessoal, os depoimentos nesse tipo de

produção possuem uma estreita ligação com os eventos e contexto cultural onde eles ocorrem.

Também, como aponta Paul Wells (2011), a combinação entre documentário e animação provoca no espectador um questionamento da noção de “evidência” por apresentar a imagem animada como uma forma de documentação de eventos históricos que é baseada na interpretação do animador. Uma vez que a memória resulta de um processo subjetivo, ela também é influenciada pelo conjunto de experiências e informações a que estamos expostos. Dessa forma, a memória não funciona como uma ferramenta de preservação do passado no sentido mantê-lo estável, uma vez que ela é dinâmica e influenciável, mas o faz no sentido de manter o passado acessível para novas interpretações. As pesquisas sobre memória e animação, realizadas por diversos autores como Paul Wells (1997, 2011), Paul Ward (2005), Honess Roe (2013), entre outros, apontam para potencialidades da animação no trabalho com a memória, como a possibilidade de comunicar através de simbolismos, metáforas e sínteses visuais conteúdos que são abstratos ou de difícil compreensão. Além disso, a animação suaviza a visualização de imagens intensas, diminuindo o potencial voyeurístico ao mesmo tempo que permite a produção de imagens com um forte impacto visual. Animação também cria um laço emocional com o espectador e estimula a projeção de suas próprias memórias. Esses efeitos, em combinação com a força do relato subjetivo, podem colaborar para estimular a empatia do espectador pelos entrevistados e pelo ponto de vista que o filme apresenta. Nesse sentido, filmes como *O Prédio dos Chilenos* podem contribuir para sensibilizar a população sobre a violência do Estado em um regime não democrático. Considerando a proposição de Jacques Le Goff (2003) acerca de como a construção da história é também um espaço de disputa, assim como, a memória coletiva é um instrumento de poder, podemos entender que o resgate da memória de vítimas da ditadura pelo documentário latino-americano contemporâneo resulta no empoderamento desses agentes políticos e os inscreve na construção da memória coletiva sobre a história político-social de seus países.

REFERÊNCIAS

BELLO, M. J. Documental contemporáneo y memoria chilena. Aproximaciones desde lo íntimo. *laFuga*. Dossier Interiores: cine & subjetividade. Santiago, abr. 2011. Disponível em: <http://www.lafuga.cl/documental-contemporaneo-y-memoria-chilena/436>. Acesso em: jun, 2019.

DELGAUDIO, S. If Truth Be Told, can ‘Toons Tell it?’ *Documentary and Animation*. *Film History*, v.9, n.2. p.189-99, 1997.

HONESS ROE, A. *Animated Documentary*. Londres: Palgrave Macmillan, 2013.

LE GOFF, J. *História e Memória*. Campinas: Editora da Unicamp, 2003.

NICHOLS, B. *Representing Reality*. Bloomington: Indiana University Press, 1991.

_____. *Introdução ao Documentário*. 6.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2016.

PATRICK, Eric. *Representing Reality: Structural/Conceptual Design in Non-fiction Animation*. *Animac Magazine*, 2004.

RAMOS, F. P. *Mas Afinal... O que é mesmo Documentário?* São Paulo: Editora Senac, 2008.

RENOV, M. *Theorizing Documentary*. Londres: Routledge, 1993.

_____. *The Subject of documentary*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.

_____. *Filmes em Primeira Pessoa: algumas proposições sobre a autoinscrição*. In: BARRENHA, Natalia Christofolletti; PIEDRAS, Pablo. (orgs.) *Silêncios Históricos e Pessoais: memória e subjetividade no documentário latino-americano contemporâneo*. Campinas, SP: Editora Medina, 2014, pp.29-50.

RICOEUR, Paul. *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas: Editora da UNICAMP, 2007.

SARLO, B. Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2007.

WARD, P. Documentary: the margins of reality. Londres: Wallflower Paperback, 2005.

_____. Animating with facts: the Performative Process of Documentary Animation in the ten mark (2010). *Animation: An Interdisciplinary Journal*, v.6, n.3, p. 293-305, 2011.

WELLS, P. The Beautiful Village and the True Village: A Consideration of Animation and the Documentary Aesthetic. In: _____. (ed.) *Art & Animation*. Londres: Academy Editions, 1997, pp. 40-45.

_____. 'Never Mind the Bollackers': Repositories, Sites and Archives in Animated Non-fiction. Comunicação apresentada no colóquio *Animated Realities*. Edimburgo: Edinburgh College of Art, 2011 (comunicação oral).

“O QUE FOI FEITO DE(V)ERA”.

O CLUBE DA ESQUINA NA PERSPECTIVA DA CRÍTICA DO ESPETÁCULO E DA CULTURA

Emerson Ike Coan¹¹⁹

INTRODUÇÃO

No Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo, o projeto deste autor “Clube da Esquina: música e consciência histórica do Brasil” cuida da produção cultural desse coletivo, a fim de compreender as características da sociedade brasileira contemporânea numa investigação de seu processo histórico nas perspectivas da teoria crítica e da sociedade do espetáculo.

Este artigo se apoia em algumas teses de Guy Debord, em especial sobre a cultura, no livro *A sociedade do espetáculo*, de 1967, o qual é contemporâneo ao período de formação, desenvolvimento e consolidação do coletivo nas décadas de 1960 e 1970, na ditadura militar no Brasil. A análise tomará por base algumas canções do álbum duplo *Clube da Esquina 2* de 1978.

O método é o dialético, pois a investigação dessa realidade social é compreendida como totalidade histórica; como compreensão da dinâmica histórica da sociedade capitalista. A técnica é a da pesquisa bibliográfica com a de consulta e audição de CDs.

Pretende-se contribuir para as comemorações dos 50 anos de *A sociedade do espetáculo*, em 2017, e dos 40 anos de *Clube da Esquina 2*, em 2018.

¹¹⁹ Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (FCL), na qual é membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo. Mestre em Filosofia e Teoria Geral do Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: emersonike@hotmail.com

A CRÍTICA DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

O espetáculo, como organização social da aparência, não pode ser compreendido como o abuso da visão, mas como uma visão de mundo: a do capitalismo mais desenvolvido (DEBORD, 1997, p.14). O que Guy Debord denuncia é que a vida concreta de todos se degradou “em universo especulativo” (Ibidem., p.19).

Ele é um elemento articulador, ao estabelecer mediações entre as várias dimensões da realidade social capitalista – economia, política, cultura e ideologia. Sua compreensão exige a investigação sobre as características da sociedade como uma totalidade articulada internamente, a partir de uma interpretação marxista da vida social (COELHO, 2006, p.15).

“Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos” (DEBORD, 1997, p.13). Esse trecho é uma atualização histórica da frase de Karl Marx: “A riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em ‘imensa acumulação de mercadorias’” (MARX, 1975, p.41 – destaque no original).

Se o fetichismo da mercadoria é “uma forma de relação social definida que, estabelecida entre homens, passa a uma forma fantasmagórica de uma relação entre coisas” (Ibidem, p.81), o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas “uma relação social” entre pessoas, mediada pelas imagens (DEBORD, 1997, p.14). A crítica do espetáculo é a crítica do processo de separação entre a realidade e a representação imagética da realidade.

Na sociedade do espetáculo, essa separação se impõe, pois, enquanto o consumo envolve relações imaginárias – baseadas nas imagens vinculadas às mercadorias, a produção envolve relações reais. Nela, “a valorização da dimensão imaginária ocorre em detrimento do reconhecimento das diferenças reais entre as classes sociais” (COELHO, 2003, p.18-19).

“Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (Debord, 1997, p. 13). O sujeito não vive suas próprias experiências; perde a capacidade de produzir sua própria representação da realidade,

substituída pelas imagens espetaculares produzidas por outrem. Em parte, produzidas por profissionais da publicidade, da propaganda política, do entretenimento e da formação de opinião pública, enfim por profissionais de mídia, é certo. Mas há toda a estrutura da sociedade capitalista: a produção e o consumo de mercadorias passam a ser inseparáveis do processo de produção e consumo de imagens: as imagens se transformaram em mercadorias ou existem para incentivar o consumo de mercadorias. Não é possível ver nitidamente os contornos e os limites da indústria que fabrica as imagens que organizam a vida contemporânea.

A crítica da sociedade do espetáculo é o questionamento da forma contemporânea assumida pelo processo de alienação inerente ao capitalismo, quando as representações se descolam da realidade, passando a ter autonomia.

Na sociedade do espetáculo, a alienação traduz-se em contemplação, porquanto o sujeito só pode contemplar o que se opõe a ele como separado dele. Esse estágio de passividade, de não intervenção é exatamente o contrário da vida.

Márcia Rosa explica que, segmentados e desorientados, os indivíduos desta sociedade estabelecem outra relação com a cultura, como esfera das representações do vivido. As temáticas da separação e do isolamento assumem a concepção que vai gerar um estado alienado diante da vida cotidiana. “O consumo e a imagem assumem o lugar da atividade, do diálogo e da ação direta, gerando o estado de contemplação” (ROSA, 2013, p.74). A contemplação passiva das imagens que foram escolhidas por outros substitui o vivido e o poder de determinar os acontecimentos do próprio indivíduo.

Jaime Patias coloca que o ponto de partida para se entender o papel da cultura deve ser uma compreensão crítica dos seres humanos como sujeitos, isto é, como seres conscientes e não apenas no mundo; como seres capazes de transformar o mundo através de sua ação, captar a realidade e expressá-la por meio de sua linguagem criadora. O espetáculo se dá quando o ser humano torna-se mero espectador (PATIAS, 2016

A CRÍTICA DA CULTURA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Na sociedade do espetáculo, estabelece-se uma relação social entre imagens que representam os indivíduos e ao mesmo tempo o esvaziamento dos respectivos conteúdos. Daí o que sobra é a separação da unidade pretendida entre sociedade, história e crítica.

A cultura é o lugar da busca dessa unidade perdida.

“A cultura é a esfera geral do conhecimento e das representações do vivido, na sociedade histórica dividida em classes” (Debord, 1997, p.119).

Ela é o fruto de uma sociedade dividida internamente, marcada pela separação entre o trabalho manual e o trabalho intelectual, e a dialética todo/parte por ela estabelecida. A cultura possui uma dimensão contraditória, já que se origina dessa divisão como uma esfera separada das outras atividades sociais e é um possível ponto de partida para a crítica dessa separação, porque a cultura procura representar a realidade como um todo.

Pensar sobre a possibilidade de superação da sociedade do espetáculo é pensar sobre a possibilidade de a produção cultural criticar o espetáculo, ao servir como ponto de partida para um questionamento do processo de fragmentação da realidade e de esvaziamento, particularmente no que diz respeito aos trabalhadores, na condição de produtores da realidade.

O fim da história da cultura manifesta-se por dois lados opostos: o projeto de sua superação na história total e sua manutenção organizada como objeto morto na contemplação espetacular. “Um desses movimentos ligou seu destino à crítica social; o outro, à defesa do poder de classe” (Ibidem, p.121).

Gilberto da Silva esclarece que Debord “confere à cultura um fundamento para a emancipação, e é nela que o sujeito se realiza na sua plenitude. Deve-se, portanto, esperar a aniquilação do espetáculo como reino da separação” (SILVA, 2016, p.128).

Debord apresenta as primeiras concepções sobre a função questionadora da cultura ainda junto aos Situacionistas, em um relatório na I Conferência da Internacional Situacionista, em julho de 1957:

O que se costuma chamar de cultura reflete, assim como prefigura, em determinada sociedade, as possibilidades de organização da vida. Nossa época se caracteriza, sobretudo pelo atraso da ação política revolucionária em relação ao desenvolvimento das possibilidades modernas de produção, que exigem uma organização superior do mundo. (...) ao usar a palavra cultura (...) designamos assim um complexo de estética, dos sentimentos e dos costumes: a reação de uma época sobre a vida cotidiana (DEBORD, 2003a, p.43-44).

O aspecto central para ele é a defesa de uma não separação entre vida e arte, o que inclui a não separação entre artistas e não artistas – público. Este deve abandonar a sua condição de mero espectador. A indistinção arte/vida funde revolução artística e revolução política.

No plano estético, o motor do movimento de autossupressão da cultura, como uma dimensão separada, autônoma, é a superação da arte, mediante sua realização/intervenção direta na realidade – vida cotidiana.

De acordo com o texto apresentado por Debord em 1957, acima, a criação de situações nos ambientes urbanos é o que produziria a realização/supressão da arte:

Nossa ideia central é a construção de situações, isto é, a construção concreta de ambiências momentâneas da vida, e sua transformação em uma qualidade passional superior. Devemos elaborar uma intervenção ordenada sobre os fatores complexos dos dois grandes componentes que interagem continuamente: o cenário material da vida; e os comportamentos que ele provoca e que o alteram. Nossas perspectivas de ação sobre o cenário chegam, no seu último estágio de desenvolvimento, à concepção de um urbanismo unitário. O urbanismo unitário (UU) define-se, em primeiro lugar, pelo emprego do conjunto das artes

e técnicas, como meios de ação que convergem para uma composição integral do ambiente. (...) Deverá conter a criação de formas novas e o desvio das formas conhecidas da arquitetura e do urbanismo – assim como o desvio da poesia ou do cinema antigos (DEBORD, 2003a, p.54).

A arte se suprime e se realiza ao se retirar dos museus e dos circuitos comerciais, como prática total e de todos, sem distinguir artistas e público, confundindo-se com a própria vida, uma forma orgânica instituída contra a especialização.

Por meio do urbanismo unitário aconteceria a superação da arte, com o fim da distinção arte/vida. É esse o sentido da construção de situações, conforme argumenta Debord em artigo publicado em 1958, no primeiro número da revista Internacional Situacionista.

O objetivo dos situacionistas é a participação imediata numa abundância passional da vida, através da mudança de momentos percíveis que são deliberadamente preparados. O êxito desses momentos só pode ser seu efeito passageiro. Os situacionistas pensam a atividade cultural, sob o aspecto da totalidade, como método de construção experimental da vida cotidiana, a ser permanentemente desenvolvido com a extensão dos lazeres e o desaparecimento da divisão do trabalho (a começar pela divisão do trabalho artístico) (DEBORD, 2003b, p.72).

A dialética da cultura se dá pelo combate entre a afirmação e a negação do vínculo cultura/consumo-espetáculo.

Na crítica da sociedade do espetáculo, a ideia básica é de que os sujeitos, ao negarem a sociedade que os nega, negam a si mesmos, como seres contemplativos, assim constituídos pela cultura/consumo-espetáculo, e se reinventam e, em consequência, reinventam a sociedade.

A negação real da cultura é a única coisa que lhe conserva o sentido. Já não pode ser cultural. Desse modo, ela é o que sobra, de certa forma, no nível da cultura, embora numa acepção bem diferente (DEBORD, 1997, p.135).

Acepção esta apoiada na teoria/prática da crítica social, como possibilidade de uma vivência autêntica que pressupõe a ultrapassagem de uma série de dualismos que encerram a alienação do homem: sujeito/objeto; ação/contemplação; situação/espetáculo; e criação/consumo.

A transformação da sociedade/cultura/comunicação é decisiva, ao assumir uma dimensão dialógica. Para Debord, no plano político, a superação da sociedade do espetáculo só acontecerá com o exercício do poder pelos conselhos operários (Ibidem, p.83).

O conselho operário é o lugar onde as condições objetivas da consciência histórica estão reunidas; a realização da comunicação direta ativa, na qual terminam a especialização, a hierarquia e a separação, na qual as condições existentes foram transformadas em condições de unidade. “Aqui o sujeito proletário pode emergir de sua luta contra a contemplação; sua consciência é igual à organização prática que ela mesma se propôs, porque essa consciência é inseparável da intervenção coerente na história” (Ibidem, p. 83).

Os situacionistas participaram do movimento de maio de 1968 na França, com a intenção de promover a vitória da cidade-história contra a cidade-espetáculo, defendendo a formação de conselhos de trabalhadores e a transferência do poder para esses conselhos.

O CLUBE DE ESQUINA NESTA PERSPECTIVA CRÍTICA: O ÁLBUM DE 1978

O ambiente urbano é o lugar-tema da denominação do Clube da Esquina, ao revelar o caráter lúdico e coletivo da convivência dos cantores, compositores, letristas e instrumentistas que o integraram. Trata-se de uma

reunião de artistas, mineiros ou não, e sua produção cultural, ao ter por referência a esquina das ruas Divinópolis e Paraisópolis, perto de onde morava a família Borges, no bairro de Santa Tereza em Belo Horizonte/MG. Ali, Lô Borges se encontrava com amigos para prosear e tocar violão. Diz de um encontro coletivo – clube – e um lugar público urbano – esquina.

Figuras 1 e 2



Fonte: Reprodução.

A denominação, no contexto sócio-histórico do Brasil em que cunhada – a canção com esse título foi gravada em 1970 por Milton Nascimento –, é reveladora de uma produção cultural questionadora da sociedade capitalista no período da ditadura militar, pela ênfase no espaço urbano. Tem menos de “clube”, como um lugar fechado, cujos frequentadores no mais das vezes pagam para nele ingressar, e mais de “esquina”, como espaço público, no qual todos podem gratuita e livremente se encontrar.

Como explica Márcio Borges, o nome “clube” não designava senão uma pobre esquina, um pedaço de calçada e um simples meio-fio (BORGES, 1996, p.167). Existem até as inusitadas procuras por músicos estrangeiros pelo “The Corner Club” (Ibidem, p.350-351).

Ao se falar da produção cultural de seus artistas, colhe-se que é como se falasse “de uma esquina utópica por onde o mundo inteiro iria passar” (MOREIRA, 2010, p.7).

De fato, não foi propriamente um lugar exclusivo, mas mais exatamente um encontro de pessoas com afinidades musicais, poéticas, cine-

matográficas e políticas em esquinas, bares e outros recantos de Belo Horizonte que se projetou para o mundo.

Figura 3



Fonte: Reprodução.

As esquinas, os bares e outros espaços urbanos são lugares de liberdade de expressão onde se reúnem pessoas de diversas origens como forma de sociabilidade urbana. São ambientes onde são ouvidas muitas vozes, de não artistas e de artistas, inclusive.

Outros espaços do “Clube” em Belo Horizonte/MG são: o Ponto dos Músicos, reduto boêmio e musical da cidade, estava representado por Márcio Borges, Wagner Tiso, Toninho Horta, Nivaldo Ornelas; o edifício Levy, morada da família Borges por muito tempo e ponto de encontro e concentração de pessoas ligadas à música, pelo próprio Márcio Borges, seu irmão Lô Borges, Milton Nascimento; o Colégio estadual onde Márcio Borges, Fernando Brant, Murilo Antunes, Toninho Horta e Nelson Ângelo estudaram.

Ao contrário, por exemplo, da Tropicália – um manifesto musical arquitetado a partir de padrões estéticos específicos, com forte embasamento intelectual e de intenções proclamadas –, o Clube da Esquina passou a ser chamado assim, com maior frequência, após o lançamento do álbum homônimo de 1972.

Antes, já dito, havia a canção *Clube da Esquina*, de Milton Nascimento e Lô Borges, com letra de M. Borges, gravada por M. Nascimento, no álbum “Milton”, de 1970.

Depois, a já notória expressão ganhou reforço com este álbum de 1978 – “Clube da Esquina 2” – e a gravação com letra – a primeira versão é instrumental no álbum de 1972 – da canção “Clube da Esquina 2” (M. Nascimento/L. Borges/M. Borges), por Nana Caymmi, em seu álbum de 1979. No mesmo ano, Lô Borges a grava no seu álbum “Via Láctea”.

Como este álbum de 1978 foi o último trabalho coletivo sob a denominação Clube da Esquina e seus protagonistas seguiram carreiras solos, daí por diante, a imprensa passou a se referir a cada um deles como ex-sócio do “Clube da Esquina”.

Figura 4



Fonte: Reprodução.

Figura 5



Fonte: Reprodução.

A capa deste álbum duplo, de 1978, “Clube da Esquina 2”, emprega a fotografia, “Stern Reality”, de autoria do fotógrafo inglês Frank Meadow Sutcliffe (1853-1941), vista em um cartão postal inglês de Ronaldo Bastos, cuja referência é a amizade, a informalidade e a ludicidade. Doze garotos e garotas, de costas e de “bundas pra cima”, se debruçavam sobre um muro, sugerindo que olhavam algo muito interessante do outro lado. O projeto gráfico da capa é de Cafi, Loca e Ronaldo Bastos. A produção do álbum é de Milton Nascimento, Novelli e Ronaldo Bastos.

Figura 6



Fonte: Reprodução.

A parte interna da capa dupla do álbum traz, em forma de mosaico – um estilo nas obras do Clube da Esquina –, as fotos dos artistas que participaram das gravações do disco e pessoas comuns, não artistas. Exprime a produção coletiva da obra artística.

O Clube da Esquina, congregado por M. Nascimento, transformou-se em um espaço de diálogo, de descoberta de novas referências, influências e amizades.

Neste disco, a amizade está presente na música que Milton fez para Lô Borges, *Que bom, amigo*.

Que bom, amigo/Poder saber outra vez que estás co-
migo/Dizer com certeza outra vez a palavra amigo/

Se bem que isso nunca deixou de ser/Que bom, amigo/
Poder dizer o teu nome a toda hora/A toda gente/
Sentir que tu sabes/Que estou pro que der contigo/Se
bem que isso nunca deixou de ser/Que bom, amigo/
Saber que na minha porta/A qualquer hora/Uma da-
quelas pessoas que a gente espera/Que chega trazendo
a vida/Será você/Sem preocupação

Milton não via Lô há muito tempo e foi visitá-lo em sua casa no Rio de Janeiro, levado por M. Borges. Milton escreveu os versos “... poder saber outra vez que estás comigo/dizer com certeza outra vez a palavra amigo ...”. A partir desse reencontro surgiu a ideia de realizar mais um álbum com o nome Clube da Esquina.

Ele conta que, num dos últimos dias de gravação do álbum, se sentou ao piano e tocou

uma coisa parecida com a parte instrumental que tem no “Cais”, mas não triste ... uma coisa mais alegre. No “Cais”, os acordes são menores, e em “Bom amigo” usei acordes maiores. Depois de gravar o piano, entrei de novo no estúdio e comecei a meio que improvisar a carta que escrevi para o Lô, em cima daquilo que eu tinha tocado ... Daí ficou assim mesmo, do jeito que está no disco (NUHA, 2017, p. 54).

Cais (M. Nascimento e R. Bastos) foi gravada no álbum *Clube da Esquina*, de 1972. Os álbuns do Clube da Esquina/Milton sempre trazem essa organicidade, muito usada no rock progressivo, com o aproveitamento de um trecho de uma canção ou letra noutra, não só no interior do próprio álbum, mas também de um disco para outro, como se estabeleceu nos álbuns “Minas”, de 1975, e “Geraes”, de 1976 (Coan, 2015). Cuidado-se de intertextualidade que revela certa articulação conceitual – unidade – entre os dois discos, “Clube da Esquina”, de 1972, e este, “Clube da Esquina 2”, pois ocorre também em outras canções, como se verá.

Foi Chico Buarque quem bateu o martelo sobre esse resultado, depois que Milton a mostrou na cabine de som: “– Tá lindo! Não vai mudar nada!” (DUARTE, 2009, p.222).

O contato com a poesia fez com que Milton musicasse o poema de Carlos Drummond de Andrade, *Canção amiga*. Ela saúda velhos amigos.

Eu preparo uma canção/Em que minha mãe se reconheça/Todas as mães se reconheçam/E que fale como dois olhos/Caminho por uma rua/Que passa em muitos países/Se não me veem, eu vejo/ E saúdo velhos amigos/Eu distribuo segredos/Como quem ama ou sorri/No jeito mais natural/Dois caminhos se procuram/Minha vida, nossas vidas/Formam um só diamante/Aprendi novas palavras/E tornei outras mais belas/Eu preparo uma canção/Que faça acordar os homens/E adormecer as crianças

Drummond tinha intenção de que um poema seu fosse musicado e enviou um livro com anotação de alguns deles a Milton para esse intento. O verso “Eu preparo uma canção/Que faça acordar os homens/E adormecer as crianças” foi determinante na escolha de Milton, como uma definição de toda a sua proposta de trabalho¹²⁰.

A música do Clube da Esquina mostra a amizade como forma de promover e fortalecer laços sociais, o que

constitui uma alternativa frente à ruptura da sociabilidade urbana, à despolitização e ao esvaziamento da esfera pública. A amizade que vem à tona entre versos e acordes musicais representa, portanto, uma nova chance para a recuperação do valor da política dentro de uma comunidade, principalmente, em um período histórico marcado pelo declínio da liberda-

¹²⁰ Na obra de Drummond, o poema se encontra em *Novos poemas em Poesia e prosa*, p.186.

de, enquanto exercício da ação política (MARTINS, 2009, p.83).

É fato que não se pode afirmar que sua concepção da relação cultura/política se pautava por uma defesa explícita dos conselhos operários como em Debord. No entanto, a ação política estava explicitamente presente nas suas produções.

Espécie de líder do grupo, M. Nascimento via na música uma forma de resistência.

Milton não era visto com bons olhos pelos militares. Embora não fosse do tipo de subir no palanque e discursar contra a ordem vigente, suas músicas apresentavam um forte conteúdo político e ideológico, amenizado, de forma sutil, pela bandeira da amizade. (...) Apesar das dificuldades, não passava pela cabeça de Bituca deixar o Brasil. Auto-exílio era algo que, com certeza, não combinava com ele. “Podem até me matar, mas não saio daqui”, dizia (DUARTE, 2009, p.149).

Destacam-se os álbuns, *Clube da Esquina*, 1972, duplo, de M. Nascimento e L. Borges (COAN, 2012), e *Milagre dos Peixes*, 1973, LP e compacto, de M. Nascimento (COAN, 2013), *Minas* (1975) e *Geraes* (1976), de M. Nascimento, esses dois complementares (COAN, 2015).

Não eram produtos culturais produzidos como “mercadorias vedetes”, para consumo fácil ou para enaltecer o regime, e “pseudonovidades”, com aparência de inovação estética, mas de acordo com a padronização da indústria cultural, com a função de “fazer esquecer a história na cultura” (DEBORD, 1997, p. 126). Pelo contrário.

Na perspectiva da crítica da sociedade do espetáculo no Brasil, ao tempo da ditadura militar, a resistência à simultaneidade no Brasil do poder espetacular concentrado e difuso¹²¹, principalmente após o Ato

¹²¹ Quanto à produção de imagens pelo poder, Debord argumentava, em 1967, a exis-

Institucional nº 5/1968¹²², no período do “milagre brasileiro” e dos “anos de chumbo”, entre 1969 e 1974, dos militares de “linha dura”, se dava em criticar o regime e em não seguir a lógica do mercado fonográfico e da mídia.

Como afirma Ronaldo Bastos:

Não vi acontecer depois algo que chegasse aos pés do que acontecia naquela época. Era um tempo em que não se dizia “mídia”, um tempo de censura e ditadura. Nós éramos jovens e só nos interessava a Revolução. Abominávamos a ignorância da direita e a burrice de certos setores da esquerda. Queríamos mudar o mundo e estivemos perto de mudá-lo em 1968. Ou, pelo menos, acredito que nunca o mundo mudou tanto em tão pouco tempo. E a música brasileira mudou para sempre. O Clube da Esquina nunca foi perdoado por não ter feito média com a “mídia”. Tenho ainda uma matéria de uma importante revista da época, cujo título era “Esses são os *Beatles* brasileiros”. Pois os *Beatles* eram *Rolling Stones* e não tinham muito tempo para ficar fazendo jogo de cena. É isso (BASTOS, 2008, p.53-54).

tência de duas formas de dominação: a difusa e a concentrada (DEBORD, 1997, p.43-44). A primeira se refere ao poder não perturbado do capitalismo moderno, em razão da americanização do mundo nas democracias ditas burguesas. A segunda se caracteriza pela produção de imagens para justificar o poder exercido por um dirigente estatal ou líder da nação e é acompanhada de violência permanente, de modo que onde essa forma de poder domina a polícia também domina. A presença simultânea de elementos do espetacular difuso e do concentrado é apropriada para a caracterização das formações econômico-sociais capitalistas subdesenvolvidas, como a sociedade brasileira durante o período da ditadura militar (COELHO, 2006, p.21-22 – destaques no original).

¹²² Em dezembro desse ano, o ato, que vigorou até 1979, concedeu ao Presidente plenos poderes para fechar por tempo ilimitado todo o Poder Legislativo, intervir em estados e municípios, suspender por dez anos os direitos políticos de qualquer cidadão e cassar mandatos eletivos, demitir ou aposentar sumariamente funcionários públicos, incluindo juízes, suspender a garantia do ‘*habeas corpus*’, efetuar prisões sem mandado judicial e decretar estado de sítio.

O contexto mundial era o do final dos anos 1960, que, em particular no ano de 1968, foi explosivo em todo o mundo. Passeatas por igualdade de direitos e protestos contra a guerra do Vietnã nos Estados Unidos, barricadas na França – o “maio de 68”. A geração de 1968 apresentou exatamente esta fissura de se manifestar no espaço público. A rua se tornava local de embate e barricadas.

No país, com o fim do “milagre econômico”, em razão da crise internacional do petróleo, da inflação e da dívida externa altas, da perda de apoio de setores da burguesia – quanto à intervenção do estado na economia –, do aumento da exclusão social, a ditadura com sua ideologia do desenvolvimento com segurança perdia popularidade no país. Expressão disso, já em novembro 1974, foi a grande vitória do partido da oposição – “consentida”, num bipartidarismo outorgado por Ato Institucional – nas eleições para o Senado, com o MDB (Movimento Democrático Brasileiro) ficando com 16 das 22 cadeiras disputadas, mais da metade do total de votos. A Arena (Aliança Renovadora Nacional) fez apenas 6 senadores, recebendo 35% dos votos. Nulos e brancos atingiram 15%. Na Câmara dos Deputados, o MDB saltou de 87 para 165 representantes (MORAES, 2014: 159).

Em 1975, dava-se curso ao processo lento, gradual e seguro de distensão rumo à redemocratização, iniciado no ano anterior pelo general-presidente Ernesto Geisel, ainda na vigência do AI-5/68.

Num primeiro momento, pode-se dizer que a censura ficou mais branda aos artistas e jornalistas, também por força do resultado daquelas eleições, como uma tentativa de o regime estabelecer um canal entre estado e sociedade, em especial a classe média das grandes cidades brasileiras, leitora de jornais e consumidora de produtos culturais. Para a sociedade, porém, a cultura passou a ser o território de rearticulação política de oposição (NAPOLITANO, 2008, p. 102-107).

A sociedade continuava escandalizada com os atos brutais dos órgãos de repressão, como torturas, assassinatos, prisões arbitrárias e desaparecimentos. Um exemplo de crime explícito foi o praticado contra o jorna-

lista Vladimir Herzog, “Vlado”, em outubro daquele ano, vítima de uma ofensiva de setores radicais do exército sobre militantes do PCB (Partido Comunista Brasileiro).

Geisel, diante dos descontentamentos manifestados pela sociedade com risco à continuidade da “distensão”, toma medidas, com base no AI-5 e Decretos-Leis, para alterar as regras do jogo para as eleições parlamentares de 1978: o Pacote de Abril de 1977. Com elas, ficou estabelecido que a) a metade das vagas em disputa no Senado no ano seguinte seria preenchida por meio de eleições indiretas, criando os chamados “senadores biônicos”; b) o número de deputados dos estados menos populosos, dominados pelo partido do governo, seria ampliado; c) o mandato do próximo presidente da República passaria a ser de seis anos, e não mais de cinco; d) a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão não poderia mais divulgar propostas, ideias ou críticas, devendo se limitar a anunciar os nomes e os números dos candidatos.

As manifestações da sociedade civil em oposição ao regime militar foram intensas entre 1974 e 1978. O descontentamento social não se restringia ao exposto, quando possível, nas urnas. Assistiu-se a reorganização do movimento estudantil – o episódio da invasão da PUC/SP em 1977 foi impactante ao país –, a atuação de setores progressistas da Igreja Católica, a atuação de organizações como a OAB e ABI – a favor dos direitos humanos, da anistia, do fim da tortura e da censura –, a pressão de familiares de presos e desaparecidos políticos, a mobilização dos trabalhadores por um novo sindicalismo – a greve dos metalúrgicos em São Bernardo do Campo no ABC Paulista em 1978 teve grande repercussão geral.

É sobre isso a primeira canção do disco, *Credo*:

*(... um sabor de vidro e corte/ coração americano/
um sabor de vida e morte/ à espera na fila imensa/
e o corpo negro se esqueceu/ estava em San Vicente/
a cidade e suas luzes...)* Caminhando pela noite de

nossa cidade/Acendendo a esperança e apagando a escuridão/Vamos, caminhando pelas ruas de nossa cidade/Viver derramando a juventude pelos corações/Tenha fé no nosso povo que ele resiste/Tenha fé no nosso povo que ele insiste/E acordar novo, forte, alegre, cheio de paixão/Vamos, caminhando de mãos dadas com a alma nova/Viver semeando a liberdade em cada coração/Tenha fé no nosso povo que ele lembra/Tenha fé no nosso povo que ele assusta/Caminhando e vivendo com a alma aberta/Aquecidos pelo sol que vem depois do temporal/Vamos, companheiros pelas ruas de nossa cidade/Cantar semeando um sonho que vai ter de ser real/Caminhemos pela noite com a esperança/Caminhemos pela noite com a juventude (... *estava em San Vicente/a cidade e suas luzes/estava em San Vicente/as mulheres e os homens/coração americano...*)

Ela expõe o caminhar ainda pela “noite”, a ditadura, mas já “acendendo a esperança e apagando a escuridão” rumo à democracia, ainda que o governo o faça lenta e gradualmente, mantendo sua face repressiva. É preciso ter “fé no povo”, resistente e insistente por dias melhores, ensolarados, para “acordar novo, forte, alegre, cheio de paixão”. E assim o povo “assusta”, porque está unido – “de mãos dadas com alma nova”. Vive “semeando a liberdade em cada coração” e “aquecidos pelo sol que vem depois do temporal”.

Os artistas se unem ao povo quando dizem “Vamos, companheiros pelas ruas de nossa cidade/Cantar semeando um sonho que vai ter de ser real” e mais “Caminhemos pela noite com a esperança/Caminhemos pela noite com a juventude”, ao se reportar ao movimento estudantil que voltava às ruas.

A canção começa e termina com trechos de *San Vicente*, canção também de Milton Nascimento e Fernando Brant, do álbum de 1972, referente à opressão que ocorria em outros países da América Latina. Apresenta

San Vicente cantada por diversas pessoas como numa procissão católica e inicia *Credo* – “Creio” – com a palavra “caminhando”, mesclando as duas faixas sonora e poeticamente.

O posicionamento da censura foi contraditório:

Ao encontrar o registro de *Credo* entre os documentos do Serviço de Censura e Diversões Públicas, deparei-me com dados instigantes para análise. A canção, isenta da referência a *San Vicente*, gerou opiniões antagônicas entre os examinadores do órgão censor, as quais quem sabe não ocorreriam se o momento não fosse o da perspectiva de uma abertura política. Ao avaliarem a letra, algumas frases chamaram sua atenção: “Tenha fé no nosso povo que ele resiste/ insiste/acorda/assusta” e, também, “cantar, semeando um sonho que vai ter de ser real”. Em nove de junho de 1978, esses trechos guiaram a resolução sobre a permissão ou não da música que, no caso, foi vetada: “Os versos se resumem em falso alerta ‘ou convite ao povo incitando-o contra o regime. Assim sendo, opino pelo veto de acordo com o artigo...”. Nesse caso, pode-se perceber que a pessoa responsável captou o sentido contestatório à ditadura, bem como a simpatia de Fernando Brant pela movimentação civil que caracterizou a época. Por outro lado, e após ser submetida à revisão no dia 13 de junho daquele mesmo ano, *Credo* recebeu outro parecer que, além de afirmativo, tecia elogios à letra, desconsiderando toda e qualquer possibilidade de a mesma configurar-se como subversiva à ordem vigente. “A letra em exame é um hino de esperança e fé em um caminhar para o melhor, de maneira forte, alegre e decisiva, semeando sonhos e esperanças na passagem. Não nos parece, de maneira alguma, configurar-se em incitamento contra o regime vigente ou qualquer tipo de

subversão à ordem estabelecida, pelo que sugerimos sua liberação” (DINIZ, 2012, p.135-136).

Na realidade, independentemente de constar *San Vicente* ou não na versão submetida à censura, o posicionamento do autor da letra, F. Brant, é crítico ao regime:

Em 1974, com a eleição de parlamentares da oposição, a gente recuperou um pouco da esperança. Mas em 1977 veio aquele pacote de abril do Geisel. Caiamos de novo no buraco. A letra de “Credo” também é de 1977, um ano em que a sociedade brasileira voltou a se movimentar, especialmente os estudantes. Aconteceram passeatas e protestos em todo o país. Aqui em Belo Horizonte teve o 3º ENE (Encontro Nacional de Estudantes). Foi a movimentação política da juventude que me inspirou a escrever a letra de “Credo” (VILARA, 2006, p.73).

Essas atividades em espaços urbanos, reportadas nas canções do Clube da Esquina, inserem-se ainda no contexto sombrio de repressão e de censura. Nelas, o recurso à memória do sujeito narrativo tornava-se uma estratégia de preservar a história do país. Evitar o esquecimento do que passou era uma possibilidade de contestar o que estava sendo feito e de pensar a transformação da sociedade.

Essa posição é contrária à aceção de espaço urbano na sociedade do espetáculo, que passa a ser o seu “cenário”, como “espaço livre da mercadoria”, a ponto de configurar uma “pseudocoletividade”, unificada por “indivíduos isolados em conjunto”, sem possibilidade de o indivíduo “ser reconhecido e ‘reconhecer a si mesmo’ em seu mundo” (DEBORD, 1997, p.111-118 – destaque no original).

Nesse último sentido, o sistema econômico fundado no isolamento é uma “produção circular do isolamento”. O isolamento fundamenta a

técnica; reciprocamente, o processo técnico isola. “Do automóvel à televisão, todos os bens selecionados pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento. O espetáculo encontra sempre mais, e de modo mais concreto, suas próprias pressuposições” (Ibidem, p.23).

No âmbito político-cultural no Brasil, nos anos 1970, ocorreu a transformação do cidadão, ator político num espaço público, em consumidor, indivíduo que age em espaços privados.

Daí que,

À mercê dos interesses privados, a cidade passa a ser lugar do consumo e do gozo efêmero, substitutos de valores como identidade e pertencimento. Mera somatória de partes individuais, ela deixa de ser, aos poucos, um organismo compartilhado, lugar de ação cívica, do encontro e da troca de experiências. Resultado do abandono por parte dos cidadãos e oprimidas pelo poder a serviço dos interesses particulares, as cidades brasileiras são vividas, desde o início do seu processo de modernização tardia, como um espaço da precariedade, do embrutecimento e da incomunicabilidade (MARTINS, 2009, p.85).

De conformidade com a crítica da sociedade do espetáculo, porém, enfatiza Debord que a cidade é o “espaço da história” porque é ao mesmo tempo concentração do poder social, que torna possível a empreitada histórica, e consciência do passado (DEBORD, 1997, p.116).

A cidade é espaço da história em que nomes de ruas podem fazer refletir a causa indígena como na canção de Lô e M. Borges *Ruas da cidade*.

Guaicurus, Caetés, Goitacazes/Tubinambás, Aimorés/Todos no chão/Guajajaras, Tamoios, Tapuias/Todos Timbiras, Tupis/Todos no chão/A parede das ruas/Não devolveu/Os abismos que se rolou/Horizon-

te perdido no meio da selva/Cresceu o arraial/Arraial/
Passa bonde, passa boiada/Passa trator, avião/Ruas e
reis/Guajajaras, Tamoios, Tapuias/Tubinambás, Ai-
morés/Todos no chão/A cidade plantou no coração/
Tantos nomes de quem morreu/Horizonte perdido no
meio da selva/Cresceu o arraial/Arraial

Os índios, dizimados, expropriados de seu território e de sua cultura, estão enterrados em lugares onde hoje existem cidades, “todos no chão”, onde “cresceu o arraial”, passou a boiada, o bonde, o trator, as ruas e os reis (reisado), por sobre as quais passa avião. Ainda que se possa fazer uma homenagem a eles, de modo que a cidade plante no coração de cidadãos tantos nomes de quem morreu, “a parede das ruas/não devolveu” o que se passou, “os abismos que se rolou” no processo dito “civilizatório”. Tudo não passou de um “horizonte perdido no meio da selva”.

Outras letras que têm referência aos índios:

Testamento (Nelson Ângelo/M. Nascimento):

Na reserva desse índio/Clamo forte por um rio/So-
prem meus sentidos/Pela vida de meu filho/Cuidem
bem de minha casa/Tão cheia, meninos/Tome conta
de aquilo tudo/Em que acredito/E juntem todas mi-
nhas cinzas ao poema desse povo ...

Canoa, canoa (N. Ângelo/F. Brant):

Canoa canoa desce/No meio do rio Araguaia desce/
No meio da noite alta da floresta/Levando a solidão e
a coragem/Dos homens que são/ Ava avacanoê
Avacanoeiro prefere as águas/Avacanoeiro prefere os
rios/Avacanoeiro prefere os peixes/Avacanoeiro pre-
fere remar

Essas canções se situam no contexto da falta de tratamento adequado à causa indígena pelo regime militar. Erros e omissões levaram a tragédias sanitárias durante a construção de grandes obras, como a rodovia Transamazônica, que cruzou a floresta de leste a oeste, com a redução da população dos índios “waimiri-atroari”, massacres executados por índios em reação a invasões de seu território, mortes de índios em decorrência de epidemias de doenças surgidas pelo contato deles com servidores do SPI (Serviço de Proteção aos índios) e da sua sucessora Funai.

Pedro Maria Casaldáliga Pla, tornado bispo da prelazia de São Félix do Araguaia (MT) em 1971, onde esteve pela primeira vez em 1968, em entrevista a Rubens Valente, em 2013, expôs o que presenciou por décadas, principalmente nos anos em que desencadeou obras por toda a Amazônia, sempre sem esclarecimentos prévios e muito menos concordância das comunidades indígenas.

Oficialmente, os índios não contavam. Eram um empecilho. A atitude oficial a respeito dos índios era a atitude oficial dos quinhentos anos. Acontece que as “marchas para o oeste” trouxeram o latifúndio e o agronegócio. Então, se opor ao agronegócio e ao latifúndio era se opor à política oficial. E não defender a causa dos índios era negar o problema deles. ... Os índios eram normalmente deixados de lado. Mas, com a chegada do latifúndio financiado pelos incentivos oficiais, eles passaram a ser um empecilho. E tem sido essa a batalha de todos os séculos do colonialismo até hoje (VALENTE, 2017, p.231-232).

Debord reconhece que a cultura é parte do movimento da sociedade e é nela que estaria a história e a crítica possível e também inseparável da arte. Para ele, quando uma se separa da outra é necessário um movimento de resgate porque a arte é a forma política e transformadora que o indivíduo tem para manifestar-se socialmente.

Sob esse aspecto, a produção cultural do Clube da Esquina era feita para preservar a história do Brasil.

O que foi feito de Vera/O que foi feito de Vera possui duas letras, uma de F. Brant e outra de M. Borges. Trata-se de uma síntese da obra do Clube na sua relação com a realidade brasileira das décadas de 1960 e 1970.

Milton ao compor sempre soube intuitivamente qual dos letristas iria concluir a canção. Desta vez, ele confiou uma música a seus parceiros mais frequentes. Márcio conta que Milton Nascimento entregou a ele e a Fernando um idêntico tema sonoro e uma só sugestão poética, com a recomendação de que deveriam criar letras de autorreferência. Mas o fez às escondidas, sem que um tomasse conhecimento dos esforços do outro. Surpreendentemente, uma era continuação da outra.

O que foi feito de Vera, de Brant.

O que foi feito amigo/De tudo que a gente sonhou/O
que foi feito da vida/O que foi feito do amor/Quisera
encontrar/Aquele verso menino/Que escrevi há tan-
tos anos atrás/Falo assim sem saudade/Falo assim por
saber/Se muito vale o já feito/Mais vale o que será/E
o que foi feito/É preciso conhecer/Para melhor pros-
seguir/Falo assim sem tristeza/Falo por acreditar/Que
é cobrando o que fomos/Que nós iremos crescer/Ou-
tros outubros virão/Outras manhãs plenas de sol e de
luz

O que foi feito de Vera, de M. Borges.

Alertem todos alarmas/Que o homem que eu era
voltou/A tribo toda reunida/Ração dividida ao sol/
De nossa Vera Cruz/Quando o descanso era luta pelo
pão/E aventura sem par/Quando o cansaço era rio/E
rio qualquer dava pé/E a cabeça rodava/Num gira-gi-
rar de amor/E até mesmo a fé/Não era cega nem nada/
Era só nuvem no céu e raiz/Hoje essa vida só cabe/

Na palma da minha paixão/De Vera nunca se acabe/
Abelha fazendo o seu mel/No canto que criei/Nem vá
dormir como pedra/E esquecer o que foi feito de nós

Para Brant, o contexto determinava a politização das letras que fazia, mas a escolha da música como forma de expressão aconteceu por ser amigo de Milton, e não por ter um interesse maior por essa forma de arte. “Nunca me preocupei com o público, em vender. Eu disse as coisas que queria dizer e deu certo porque era o que a minha geração também queria dizer. *O que foi feito de vera*, de verdade, é uma reflexão sobre tudo que tínhamos realizado em 11 anos de estrada” (SILVA, 2012, p. 62).

A menção a “outubro” é uma crítica ao sistema econômico vigente, na qual é destacada a Revolução Russa de 1917.

Outubro é o mês do meu aniversário, do Milton e da revolução russa. Outubro é uma palavra que tinha, e talvez ainda tenha, uma conotação de símbolo de transformação, de mudança. ... eu invoco a palavra para dizer que havia muito ainda para se fazer e viver (VILARA, 2006, p.44).

No que coube a Márcio Borges, percebe-se a alusão a várias composições suas e de seus companheiros gravadas ao longo das décadas de 1960/1970, como *Gira girou* e *Vera Cruz* (ambas dele e Milton), *Fé cega, faca amolada* (Milton e R. Bastos) e *Amor de índio* (Beto Guedes e R. Bastos). Ao término de *O que foi feito de Vera*, de arranjo e interpretação incisiva, Márcio advertia que era preciso não “esquecer o que foi feito de nós...”, tanto uma crítica à situação vivida por ele e seus amigos quanto um alerta para que não se esquecessem do que a geração dele fez.

Como os demais letristas, F. Brant e R. Bastos, M. Borges enfatiza também a ligação geracional e a postura política em relação aos jovens universitários:

A gente tinha coisas pra colocar, a gente queria mexer com determinados sentimentos, a gente fazia as coisas muito voltadas para o universo estudantil, que era o nosso universo na época. A nossa música era veiculada principalmente dentro das universidades, os festivais eram assistidos por estudantes e o próprio movimento estudantil era mais presente naquela época do que hoje. O movimento estudantil estava nas manchetes, existia uma consciência maior do que existe hoje (TEDESCO, 2000, p.155).

Elis Regina inicialmente resistiu ao convite de cantar a primeira parte: “– Essa música é muito alta, Vou ter que soltar a voz ... As pessoas já falam que eu grito muito, como é que vai ser?”. Milton respondeu: “– É pra soltar a voz mesmo, não se preocupe” (DUARTE, 2009, p.221).

O povo indígena é cultuado novamente como uma sociedade fraterna na qual está “a tribo toda reunida” e a “ração dividida ao sol”.

A canção *Olho d’água* (Paulo Jobim/R. Bastos):

E já passou, não quer passar/E já choveu, não quer chegar/E me lembrou qualquer lugar/E me deixou, não sei que lá/Não quer chegar e já passou/E quer ficar e nem ligou/E me deixou qualquer lugar/Desatinou, caiu no mar/Caiu no mar, Nena/Pipo, cadê você?/ Dora, cadê você?/ Pablo, Lilia, cadê você?/ Beira Rio/ Duas Barras/ Morro Velho/Ponte Nova/ Maravilha/Buracada/Semidouro/Olho-d’água/Caiu no mar, Pedro/Chico, cadê você?/Lino, cadê você?/ Zino, Zeca, cadê você?/Vista Alegre/Cruz das Almas/ Maroleiro/ Asa Branca/Bom Sossego/Santo Amaro/ Poço Fundo/ Montes Claros/ Cachoeira/ Mambucaba/ Porto Novo/ Água Fria/ Andorinha/ Guanabara/ Sumidouro/ Olho-d’água

Tem relação com a questão da anistia, assim como é uma homenagem e assunção do estilo de Dorival Caymmi, a simplicidade. Como explica seu letrista, R. Bastos:

aí tem um pouco, na sequência de *Nada será como antes* e *Fé cega, faça amolada*. Tem a canção *Sol de primavera* que é um negócio sobre a anistia, talvez não só a anistia em que tanto as pessoas acreditavam, mas anistia de uma maneira geral, tinha um pouco a ver com a relação com o Bituca. Porque o Clube da Esquina eu considero os outros discos também paralelos, os discos do Beto Guedes. Então a canção *Sol de Primavera* é um pouco essa coisa da anistia, vem na sequência de *Fé cega, faça amolada*. Sobre *Olho d'água*, tem um pouco a ver com isso mas não especificamente, quando diz *Nico cadê você, ... cadê você*, isso tem a ver com a música do Caymmi. Na realidade eu estou citando a *Suíte dos Pescadores* do Caymmi (TEDESCO, 2000, p.181).

Veja-se ainda *Maria, Maria*. O tema já existia sem letra desde 1976, quando foi composto por Milton para um balé do Grupo Corpo – grupo de dança contemporânea, formado em 1975, por Paulo Pederneiras –, com roteiro de F. Brant, que se inspirou em várias mulheres negras de nome Maria que trabalharam em sua casa ao tempo em que vivia em Diamantina/MG.

Maria, Maria/É um dom, uma certa magia/Uma força
que nos alerta/Uma mulher que merece/Viver e amar/
Como outra qualquer/Do planeta/Maria, Maria/É o
som, é a cor, é o suor/É a dose mais forte e lenta/
De uma gente que ri/Quando deve chorar/E não vive,
apenas aguenta/Mas é preciso ter força/É preciso ter
raça/É preciso ter gana sempre/Quem traz no corpo
a marca/Maria, Maria/Mistura a dor e a alegria/Mas

é preciso ter manha/É preciso ter graça/É preciso ter
sonho sempre/Quem traz na pele essa marca/Possui
a estranha mania/De ter fé na vida/Mas é preciso ter
força/É preciso ter raça/É preciso ter gana sempre/
Quem traz no corpo a marca/Maria, Maria/Mistura a
dor e a alegria/Mas é preciso ter manha/É preciso ter
graça/É preciso ter sonho sempre/Quem traz na pele
essa marca/Possui a estranha mania/De ter fé na vida

A canção celebra a determinação das mulheres, que, acostumadas a enfrentar todo tipo de preconceitos, terminam por extrair força das adversidades (MARTINS, 2015, p.260). “De uma gente que ri/Quando deve chorar/E não vive, apenas aguenta ... É preciso ter força/É preciso ter raça/É preciso ter gana sempre”. Ela se converteu no hino dos movimentos de mulheres que, ao somar força à luta geral pela democracia, elaboravam pautas de reivindicações específicas.

A diversidade sonora dos álbuns do Clube da Esquina traduz influências da bossa nova, pop-rock, jazz, rock progressivo, canção de protesto, música folclórica e interiorana de Minas Gerais, música indígena, música africana, música latino-americana. Ela é resultante da combinação de várias influências trazidas pela participação aberta de todos os artistas que trabalharam neles, como obra coletiva.

“Paixão e fé”, por exemplo, de Tavinho Moura e F. Brant, exprime a cultura popular mineira, enraizada na religiosidade. Brant reporta-se à sua infância em Diamantina/MG, na qual as procissões aconteciam nas ruas capistranas (pavimentação com grandes lajes, no centro da rua, formando uma espécie de calçada).

Já bate o sino, bate na catedral/E o som penetra todos os portais/A igreja está chamando seus fiéis/Para rezar por seu Senhor/Para cantar a ressurreição/E sai o povo pelas ruas a cobrir/De areia e flores as pedras do chão/Nas varandas vejo as moças e os lençóis/En-

quanto passa a procissão/Louvando as coisas da fé/
 Velejar, velejei/No mar do Senhor/Lá eu vi a fé e a
 paixão/Lá eu vi a agonia da barca dos homens/Já bate
 o sino, bate no coração/E o povo põe de lado a sua
 dor/Pelas ruas capistranas de toda cor/Esquece a sua
 paixão/Para viver a do Senhor

Essa é outra característica da obra do Clube e de Milton: a religiosidade popular como tema, com base na música folclórica e interiorana de Minas Gerais.

Nesta canção, “há uma interdiscursividade mais decisiva e explicitada para com o discurso religioso, tanto no que diz respeito às letras como na melodia, incluindo aí os arranjos” (COSTA, 2011, p.326). As palavras “paixão” (daquele que veio nos salvar) e “fé” (salvadora) são utilizadas na acepção que o discurso religioso lhes conferiu, uma alusão mais explícita ao discurso católico. O tema é o da ressurreição. A “igreja” é ligada às palavras “sino”, “catedral” e “som”; e os fiéis às palavras “povo”, “moças” e “procissão”.

Em sentido mais amplo, as canções trabalham a interdiscursividade com a palavra religiosa, católica, mas “Tal relação assume uma função metafórica na medida em que a palavra cristã é ressignificada para fins específicos” (Ibidem., p.325-326).

Fins políticos, como Milton diz:

Não, não sou não (uma pessoa mística). Eu tenho (...) não sou e sou, porque o brasileiro dizer que não é, é mentira. O brasileiro é místico, mesmo não sendo. (...) têm um cunho mais político do que religioso nas minhas músicas, uma coisa de briga com a opressão, principalmente contra o que a Igreja botou em cima da gente, né? O que a Igreja e os padres fizeram e fazem, com a gente do interior principalmente, é uma loucura (COELHO, 2010, p. 64).

F. Brant, autor da letra em questão, reforça essa postura ao afirmar que ela “tem o drama da religião, mas tem o drama do povo também” (TEDESCO, 2000, p. 143).

De fato, ao se conferir a obra do Clube e de Milton, os termos religiosos são ressignificados no contexto da crítica social, como em *Fé cega, faca amolada* (Milton e R. Bastos) no álbum *Minas*, de 1975, e em *Credo* neste álbum, como visto.

Veja-se *Casamiento de Negros*. Música recolhida e adaptada do folclore chileno por Violeta Parra com estrofe final de Polo Cabrera, ela conta a história de um casamento entre dois negros, em que a noiva morre queimada no dia seguinte à festa. Na história, todas as pessoas, objetos e mesmo os ambientes são negros. O ápice acontece quando a noiva parte para o céu e a porta é aberta por São Pedro, também negro:

Y ya partió la negrita/ Levitando para el cielo/ Era
um dia muy nublado/ Todo se veia negro/ Le abrió la
puerta San Pedro/ Que era de los mismos negros

Outra canção étnica é *Cancion por la unidad de Latino America*, de Pablo Milanes e Chico Buarque de Holanda. Cantada pelo último e por Milton, conta uma história muito importante para entender como esses músicos viam a relação entre os povos da América Latina, que são colocados como “irmãos” que foram separados e se tornaram estranhos, mas termina apontando para uma possibilidade de reinventar essa trama. Fala de um continente mais unido.

(...) Sin embargo parecia/Que todo se iba a acabar/
Com la distancia mortal/Que separo nuestras vi-
das/Realizaban la labor/De desunir nossas mãos/E
fazer com que os irmãos/Se mirassem com temor/
Cunado passaron los años/Se acumularam rancor-
es/Se olvidaram os amores/Parecíamos estraños...
Lo que brillacon luz propia/Nadie lo puede apagar/

Su brillo puede alcanzar/La oscuridad de otras costas/
 Quem vai impedir que a chama/Saia iluminando
 o cenário/Saia incendiando o plenário/Saia inventando
 outra trama

Sobre essa temática ainda, em 1976, época em que a ideia de unidade latino-americana era forte, Ruy Guerra, cineasta e compositor moçambicano, pôs letra para *A queda*, seu filme, a música que Milton fez para a trilha sonora.

Tenho nos olhos quimeras/Com brilho de trinta velas/
 Do sexo pulam sementes/Explodindo locomotivas/
 Tenho os intestinos roucos/Num rosário de lombri-
 gas/Os meus músculos são poucos/Pra essa rede de
 intrigas/Meus gritos afro-latinos/Implodem, rasgam,
 esganam/E nos meus dedos dormidos/A lua das
 unhas ganem/E daí?/Meu sangue de mangue sujo/
 Sobe a custo, a contragosto/E tudo aquilo que fujo/
 Tirou prêmio, aval e posto/Entre hinos e chicanas/
 Entre dentes, entre dedos/No meio destas bananas/
 Os meus ódios e os meus medos/E daí?/Iguarias na
 baixela/Vinhos finos nesse odre/E nessa dor que me
 pela/Só meu ódio não é podre/Tenho séculos de es-
 pera/Nas contas da minha costela/Tenho nos olhos
 quimeras/Com brilho de trinta velas/E daí?

Para Milton, Ruy cria uma letra “forte, a música com ele sempre saiu facilmente; tão banal a coisa portuguesa na poesia, tem um jeito bem diferente de falar a palavra, muito bonito” (BORGES, 2017, p. 382).

A interpretação de Milton utiliza múltiplos recursos vocais, cujo resultado é de uma beleza ímpar. Outra característica sua é a utilização da voz como instrumento.

Nessas canções, existe a denúncia das desigualdades de condições e do sofrimento comuns à história de negros, índios e latinos. As letras fa-

lam de ausências e espera por algo que pertencia a esses sujeitos e não foi devolvido. As quimeras e o horizonte foram perdidos no passado e essa perda é parte da história do homem que grita seu “afro-latido”, assim como dos grupos indígenas e dos irmãos latino-americanos.

Pode-se afirmar que o Clube da Esquina atuou em uma forma de composição na MPB denominada “canção crítica”, pois,

operando duplamente com o texto e com o contexto, com os planos interno e externo. Internamente, ...o compositor passou a atuar como crítico no próprio processo de composição; externamente, a crítica se dirigiu às questões culturais e políticas do país, fazendo com que os compositores articulassem arte e vida... E ao estender a atitude crítica para além dos aspectos formais da canção, o compositor popular tornou-se um pensador da cultura (NAVES, 2010, p. 20-21).

Merece menção a canção *Nascente*, que marca o ingresso dos autores Flávio Venturini e Murilo Antunes em álbum sob a denominação *Clube da Esquina*. Já havia sido gravada no ano anterior, 1977, no disco de Beto Guedes, *A página do relâmpago elétrico*. Foi escolhida por Milton para este álbum, com arranjo de Francis Hime. Flávio Venturini a gravou em seu primeiro disco solo, de 1982, também de nome *Nascente*.

Clareia manhã/O sol vai esconder/A clara estrela/Ar-
dente/Pérola do céu/Refletindo/Teus olhos/A luz do
dia a contemplar/Teu corpo/Sedento/Louco de pra-
zer/E desejos ardentes

Nas fichas técnicas, constata-se que os músicos se revezavam em vários instrumentos, ainda que não sejam os de sua “especialidade” nas diferentes faixas do disco. Beto Guedes e Toninho Horta, guitarristas, tocam bateria, por exemplo. Isso confere às canções características pe-

culiães. Houve liberdade, informalidade e pluralidade criativa entre os componentes da obra artística.

Ivan Vilela ressalta que seus procedimentos e inovações, sobremaneira a partir do álbum de 1972, colocam o Clube da Esquina como um dos mais importantes movimentos musicais surgidos na MPB, com alcance internacional.

Dentro da imensa diversidade sonora produzida até então, o Clube da Esquina ressitou o espaço da MPB certificando, com qualidade, a incorporação dos diversos elementos propostos pelos movimentos que o antecederam ... O Clube da Esquina foi um movimento de síntese da música brasileira. Seus diversos integrantes de personalidades distintas e caminhos musicais singulares acabaram tornando-se referência aos músicos que despontaram logo após ... Ao ouvirmos a música de Pat Metheny notamos a forte influência de Milton e Toninho Horta. Wayne Shorter gravou o premiado álbum *Native Dancer* com composições de Milton Nascimento (VILELA, 2010, p.19).

Como produção coletiva aberta, houve sempre a incorporação de novos componentes no espaço de composição e de gravação dos álbuns. Isso também afasta qualquer restrição a um regionalismo musical para fins mercadológicos. O Clube da Esquina passou a ser denominado por “grupo mineiro” ou simplesmente por “mineiros”. A sua unidade, porém, não contempla artistas por causa da origem geográfica e sua descrição estética musical é regional, nacional e universal.

CONSIDERAÇÕES

A importância deste estudo na atualidade está em investigar a produção cultural do Clube da Esquina sob a ótica da dimensão política da crítica da cultura, como lugar de consciência histórica do Brasil.

Como se observou em seu desenvolvimento, a crítica da sociedade do espetáculo e a crítica da cultura andam juntas. Ambas dependem do reconhecimento da dimensão dialética da cultura. Esta pode servir tanto para a reprodução quanto para a transformação da sociedade capitalista. Desta última faceta cuidou este artigo.

A crítica do espetáculo é a crítica do processo de separação entre a realidade, no caso, a sociedade capitalista brasileira em 1978, e a representação imagética dessa realidade, produzida pelo regime militar, sob as formas de poder espetacular difuso, ao destacar e espalhar produtos culturais de consumo fácil e de exaltação ao sistema, e concentrado, ao destacar e propagar a imagem “positiva” da ditadura e o terror sobre a sociedade.

A crítica/negação da cultura como mero consumo fácil de mercadorias reprodutoras da ordem vigente se refere à possibilidade de a produção cultural criticar esse estado de coisas, ao servir como ponto de partida para um questionamento do processo de fragmentação da realidade e de esvaziamento de seus conteúdos econômicos, políticos, culturais, ideológicos, sociais etc. A cultura é a busca da unidade entre sociedade, história e crítica, que está perdida nesse contexto espetacular.

Nesse sentido, o Clube da Esquina, congregado por Milton Nascimento, transformou-se em um espaço de diálogo, de descoberta de novas referências estéticas, influências e amizades. As esquinas, os bares e outros espaços urbanos reportados em suas canções são lugares de liberdade de expressão onde se reúnem pessoas de diversas origens como forma de sociabilidade urbana. São ambientes onde são ouvidas muitas vozes, de não artistas e de artistas, inclusive.

A ação política estava explicitamente presente nas suas produções.

Essas atividades em espaços urbanos inserem-se no contexto sombrio de repressão e de censura, ainda existentes em 1978. Nelas, o recurso à memória do sujeito narrativo tornava-se uma estratégia de preservar a história do país. Evitar o esquecimento do que passou era uma possibilidade de contestar o que estava sendo feito e de pensar a transformação da sociedade.

Guy Debord enfatiza ser a cidade o “espaço da história” porque é ao mesmo tempo concentração do poder social, ao tornar possível a empreitada histórica, e consciência do passado. Sob esse aspecto, a cultura é parte do movimento da sociedade e é nela que estaria a história e a crítica possível e também inseparável da arte. Para ele, quando uma se separa da outra é necessário um movimento de resgate porque a arte é a forma política e transformadora que o indivíduo tem para manifestar-se socialmente.

O álbum – obra de arte – “Clube da esquina 2” apresenta canções que são síntese de mais de uma década de lutas de atores sociais nas ruas das cidades do Brasil em reivindicação do reconhecimento de direitos e de oposição à ditadura. Os artistas não só expuseram como conviveram com os problemas relacionados aos estudantes, aos trabalhadores, aos índios, aos exilados políticos, às mulheres, aos negros, aos latino-americanos etc.

São canções críticas porque exprimem um momento histórico determinado da sociedade brasileira e as possibilidades de sua transformação. E seus conteúdos permanecem atuais. Isso porque o espetáculo, desde 1967, quando lançado o livro “A sociedade do Espetáculo”, se ampliou, a ponto de Debord, em 1988, sustentar a existência de uma nova forma de poder espetacular, o integrado: a fusão das duas formas acima apontadas a integrar todo o globo, do centro à periferia. Esta forma de poder espetacular integrado é a vigente. Ela exprime a prevalência do poder espetacular difuso com mecanismos autoritários do poder espetacular concentrado em regimes ditos “democráticos”.

É o que ocorre no Brasil neste momento histórico, que, do período de “distensão” e “abertura” estipulado pelos militares, vive-se um período de “transição” do que resta da ditadura como “democracia à brasileira” – “de fachada” – cada vez menos regido pelo poder popular. Os direitos reconhecidos aos trabalhadores na Constituição Federal de 1988, bem como sua diminuta face progressista, vêm sendo revogados por práticas dos três poderes da “república”, com formação de “consenso” a favor

disso pela grande mídia, tudo de conformidade com os interesses do capitalismo financeiro global. Atrela-se a isso um discurso do ódio sugestivo de uma nova “escuridão” a pairar sobre o país.

É preciso, assim, recuperar e ressignificar a arte do Clube da Esquina, que se superava como prática total e de todos mediante sua realização/intervenção direta na realidade – vida cotidiana dos brasileiros – para manter acesa a esperança por dias mais “ensolarados”.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, C. D. Poesia e prosa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1992.

BASTOS, R. “Os Beatles eram Rolling Stones”. In: BUENO, Andréa dos Reis Estanislau (org.). Coração americano: 35 anos do Clube da Esquina. Belo Horizonte: Prax, p. 53-54, 2008.

BORGES, M. Os sonhos não envelhecem: Histórias do Clube da Esquina. São Paulo: Geração Editorial, 1996.

BORGES, V. P. Ruy Guerra: paixão escancarada. São Paulo: Boitempo, 2017.

COAN, E. I. Os quarenta anos do álbum ‘Clube da Esquina’: resistência política e inovação musical na Sociedade do Espetáculo brasileira. *Histórica – Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo*, n. 54, jun. 2012.

_____. Milagre dos peixes. A censura e a voz de Milton Nascimento na Sociedade do Espetáculo brasileira. In: II Seminário Comunicação, Cultura e Sociedade do espetáculo, 2013, São Paulo. Anais do II Seminário Comunicação, Cultura e Sociedade do espetáculo, 2013.

_____. Quatro décadas de ‘Minas’ e ‘Geraes’. A dimensão política da obra de Milton Nascimento. *Sociedade e Cultura*, v. 18, nº 2, jul./dez. 2015. Goiânia, p. 163-176, 2015.

COELHO, C. N. P. Publicidade: é possível escapar? São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In: COELHO, C.N.P.; CASTRO, V. J. de (orgs.). Comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, p. 13-30, 2006.

_____. Cultura, arte e comunicação em Guy Debord e Cildo Meireles. In: MORAES, A.L.C.; COELHO, C.N.P. (orgs.). Cultura da imagem e Sociedade do Espetáculo. São Paulo: UNI, p. 101-124, 2016a.

_____. Comunicação e Cultura na Sociedade do Espetáculo: a produção/destruição da cidade-espetáculo. In: COELHO, C.N.P.; CASTRO, V. J. de (orgs.). Cultura, comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, p. 15-32, 2016b.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

_____. Relatório sobre a construção de situações e sobre as condições de organização e de ação da tendência situacionista internacional. In: JACQUES, P. B. (org.). Apologia da Deriva: escritos situacionistas sobre a cidade/Internacional Situacionista. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, p. 43-59, 2003a.

_____. Teses sobre a revolução cultural. In: JACQUES, P. B. (org.). Apologia da deriva: escritos situacionistas sobre a cidade. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, p. 72-73, 2003b.

DINIZ, S. C. “Nuvem Cigana”. A trajetória do Clube da Esquina no campo de MPB. Dissertação de Mestrado. UNICAMP/SP, 2012.

DUARTE, M. D. P. R. Travessia: a vida de Milton Nascimento. 3ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2009.

GARCIA, L. H. A. Coisas que ficaram muito tempo por dizer. O Clube da Esquina como formação cultural. Dissertação de Mestrado – FAFICH-UFMG, 2000.

MARTINS, B. V. Som Imaginário: a reinvenção da cidade nas canções do Clube da Esquina. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

MARTINS, F. Quem foi que inventou o Brasil? A música popular conta a história da República. Volume II – de 1964 a 1985. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

MARX, K. O capital: crítica da economia política: Livro primeiro: o processo de produção do capital. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.v. 1.

MORAES, M. S. 50 anos construindo a Democracia. Do golpe de 64 à Comissão Nacional da Verdade. São Paulo: Instituto Vladimir Herzog, 2014.

MOREIRA, R. Clube da Esquina. São Paulo: Moderna (Coleção Estadão. Grande Discoteca Brasileira; v. 4), 2010.

NAPOLITANO, M. Cultura brasileira: utopia e massificação (1950-1980). 3. ed. –São Paulo: Contexto, 2008.

NASCIMENTO, M. Clube da Esquina 2. Abril Coleções. São Paulo: Abril, 2012.

NAVES, S. C. Canção popular no Brasil: a canção crítica. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

NUHA, D. Milton Nascimento: letras, histórias e canções. São Paulo: Master Books, 2017.

PATIAS, J. C. “Os conceitos de Guy Debord sobre a cultura na sociedade do espetáculo”. In: COELHO, C.N.P.; CASTRO, V. J. de (orgs.). Cultura, comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, p. 51-69, 2016.

ROSA, M. E. Jornalismo cultural para além do espetáculo. Líbero, nº 31 – jan./jun. 2013. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, p. 69-76, 2013.

SILVA, C. C. L. De tudo se faz canção: sobre as escolhas temáticas na música do Clube da Esquina. Dissertação de Mestrado. PUC-RJ, 2012.

SILVA, G. Debord e a negação real da cultura. In: MORAES, A. L. C., COELHO, C.N.P. (orgs.). Cultura da imagem e sociedade do espetáculo. São Paulo: UNI, p. 125-146, 2016.

VALENTE, R. Os fuzis e as flechas. História de sangue e resistência indígena na ditadura. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

VILELA, I. “Nada ficou como antes”. Revista USP nº 87, São Paulo, set./nov., p. 14-27, 2010.

100% FEMINISTA: CULTURA NO ESPETÁCULO E FEMINISMO NEGRO

Viviane Garbelini Cardoso¹²³

*“A melhor história é escrita por
aqueles que perderam algo”*

Eric Hobsbawm

“PRAZER, CAROL BANDIDA”

“Eu não sabia que era feminista. Eu já era desde criança, mas não sabia que tinha um nome para isso, para essa forma de pensar”. Essas foram palavras de MC Carol em entrevista ao site *O Globo* (OLIVEIRA, 2017), na ocasião do lançamento do single 100% feminista. “Essa música explica por que eu sou feminista, por que eu tenho essa forma de pensar”, elucida a funkeira, pontuando que descobrira o feminismo através de sua empresária, quem lhe explicou o significado do termo, com o qual prontamente se identificou. O *single* integra o disco *Bandida* e teve produção de Leo Justi e Tropkillaz. Em uma semana, *100% feminista* somou mais de meio milhão de visualizações na plataforma Youtube.

100% feminista conta com a participação de Karol Conká, premiada cantora de rap, compositora e apresentadora de televisão. Em 2016, a rapper curitibana convidou a funkeira niteroiense para participar de seu show no festival *Lollapalooza* “na ocasião, [MC] Carol apresentou *Toca na pista* e fez dobradinha com a anfitriã no hit *Tombei*”. A matéria de *O Globo* (OLIVEIRA, 2017) explica que, desse modo, MC Carol voltava aos holofotes depois de ter lançado a música *Delação premiada*, na qual

¹²³ Doutoranda na ECA/USP, mestra em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, jornalista graduada na mesma instituição. Membro do Grupo de Pesquisa - CNPq Comunicação e Sociedade do Espetáculo. Pesquisa feminismo, representações midiáticas de gênero e imprensa feminina brasileira.

“criticou a violência policial nas comunidades [de periferia] e fez um contraponto com o ‘tratamento diferenciado’ que políticos e membros da elite recebem da Justiça e das próprias forças policiais”. Em 2015, a funkeira lançou *Não foi Cabral*, canção em que desafia a versão da História do Brasil segundo a qual o colonizador português Pedro Álvares Cabral teria descoberto o território onde, em 1500, habitavam milhões de índios.

MC Carol tem 24 anos e segundo o perfil escrito pela *BBC Brasil* (MENDONÇA, 2016) : aprendeu na escola, ainda criança,

aquele que seria seu rito de sobrevivência no Morro do Preventório, comunidade no bairro de Charitas, em Niterói (RJ): bater para se defender. A vida toda ela ouviu piadas sobre seu peso, sua cor, suas origens – e sempre respondeu ‘na porrada’.

O texto de Renata Mendonça informa que Carolina, criada pelos avós, fora morar sozinha aos 14 anos, quando do falecimento do avô. “Sem pai, nem mãe - ela se recusa a falar sobre eles –, Carol cresceu em meio à violência e se apropriou dela para reagir a qualquer tipo de agressão que julgasse sofrer” (idem).

Os anos passaram e Carolina virou MC Carol Bandida, ou simplesmente MC Carol, uma funkeira famosa que tem cerca de 300 mil seguidores só no Facebook. Mesmo assim, as ofensas que ouve desde pequena continuam. Às vezes, surgem até em forma de ataque coletivo em suas páginas nas redes sociais, como aconteceu neste ano, quando ela registrou queixa na Delegacia de Crimes de Informática. Sua resposta, porém, mudou: não é mais a violência – é a música (MENDONÇA, 2016).

Carolina de Oliveira Lourenço transformou, portanto, sua experiência pessoal em desabafô na forma de funk. O ritmo, todavia, costuma sofrer

preconceito, em especial ao ser acusado de versar exclusivamente sobre incitação à violência e banalização do sexo. De acordo com a funkeira, no entanto, “o preconceito com funk é uma ignorância. O rap, o hip hop internacional, o forró falam as mesmas coisas, às vezes até mais pesadas”(idem). Ela analisa que o preconceito acontece “porque o funk veio da comunidade. Até um tempo atrás, MCs e DJs eram parados pela polícia, perdiam equipamento, eram vistos como bandidos” (idem). Para ela, o estilo musical é a voz que as favelas não têm na sociedade e é graças a ele que muitas pessoas se livram do caminho do tráfico de drogas.

Além do preconceito relacionado ao ritmo musical com o qual trabalha, MC Carol sofrera e sofre com racismo, machismo e gordofobia – preconceito estrutural contra pessoas gordas. Porém, conforme o texto de Mendonça: “depois de vinte e poucos anos ouvindo xingamentos e chacotas sobre sua aparência, Carol teve a redenção que nunca nem sequer imaginou”. A redenção inimaginável constituía-se no recebimento de um convite para participar de uma campanha publicitária de maquiagem, direcionada ao público brasileiro, feito pela empresa Avon, uma das principais marcas mundiais de cosméticos. Desse modo, “a Carol Bandida, ‘negra, gorda e da favela’ foi parar na TV como modelo de beleza” (MENDONÇA, 2016).

Em consonância com essa conquista, em uma de suas postagens no site de rede social Facebook, a jovem escreveu: “Quero apenas provar que ser gorda não é sinal de depressão, limitação ou qualquer outra coisa negativa!”. No post, a frase é acompanhada por uma foto em que ela pratica Ioga vestida com roupas de ginástica. A postagem, segundo a *BBC Brasil*, conquistou mais de 93 mil likes e 15 mil compartilhamentos. No mês de agosto de 2017, MC Carol desfilou pela marca *LAB* na *São Paulo Fashion Week (SPFW)*. Sobre o tema, Andréa Martinelli escreveu, no site *HuffPost Brasil* (MARTINELLI, 2017), que o desfile realizado na semana de moda paulistana apresentava a coleção batizada de Avuá, uma alusão ao voo livre dos pássaros e à liberdade. Conforme noticiado por Martinelli, nas edições anteriores da *SPFW*, os desfiles da *LAB* recupe-

raram passado, raízes e herança. Em 2017, a marca dos rappers Emicida e Fioti escolheu falar, por meio das roupas, sobre futuro e liberdade. Conforme a jornalista:

uma coleção que ecoa a voz das ruas e traz simplicidade, muitas vezes, não é algo comum ou prioridade na *SPFW*. Mas, finalmente, a verdadeira diversidade na passarela é verdadeiramente celebrada. E não é só nas roupas. Mas também em quem as veste. Entre os modelos, corpos gordos ou magros, altos ou baixos, brancos, negros, homens, mulheres. Uma das estrelas do desfile foi MC Carol, que não só desfilou: mas entrou na passarela como uma verdadeira rainha (MARTINELLI, 2017).

“Rainha”: é exatamente assim que muitos fãs se referem à compositora de *100% feminista*, canção cuja a letra aqui analisaremos à luz dos conceitos de Angela Davis, filósofa nascida em 1944 na cidade de Birmingham, no sul dos Estados Unidos. Raquel Barreto (2016, p.29) narra a trajetória da pensadora no *Especial Angela Davis*, publicado pela *Revista Cult*. O perfil, intitulado *Radical e libertária*, conta que aos 15 anos Angela ganhou uma bolsa de estudos e mudou-se para Nova York para cursar o Ensino Médio. Em 1961, iniciou a graduação em Literatura Francesa na Universidade Brandeis, em Massachusetts, quando começou a se interessar por filosofia. Teve, então, a oportunidade de conhecer o professor alemão Herbert Marcuse, que a orientou em seus estudos. Quatro anos mais tarde, através de uma bolsa do governo da Alemanha Ocidental, prosseguiu com seus estudos de filosofia na Universidade de Frankfurt, onde foi aluna de Theodor Adorno e Jürgen Habermas. Em 1967 regressou aos Estados Unidos, aprofundando sua atuação política.

No mesmo Especial, Djamila Ribeiro assina o texto *Bases para um novo marco civilizatório*. Nele, a filósofa brasileira relembra que, apesar de o conceito de interseccionalidade ter sido cunhado somente em 1989

por Kimberlé Crenshaw, pode-se dizer que Davis o utilizou ao analisar as opressões sociais de maneira entrecruzada em sua obra *Mulheres, Raça e Classe*, algo que o próprio título antecipa. Para Ribeiro (2016, p. 26), analisar as raízes do racismo aliado ao capitalismo e sexismo evidencia a preocupação de Davis em encontrar formas de pensar a libertação sem a hierarquização de vidas. Adicionalmente, em seu prefácio à edição brasileira de *Mulheres, Raça e Classe*, Ribeiro (2016, p.11) pontua que “mesmo sendo marxista, Davis é uma grande crítica da esquerda ortodoxa que defende a primazia da questão de classe sobre as outras opressões”.

“MULHER OPRIMIDA, SEM VOZ, OBEDIENTE”

Em *A obsolescência das tarefas domésticas se aproxima: uma perspectiva da classe trabalhadora*, Davis (2016, p.225) cita um livro de Ann Oakley, intitulado *Woman's Work* e publicado em 1976, ao escrever: “os incontáveis afazeres que, juntos, são conhecidos como ‘tarefas domésticas’ – cozinhar, lavar louça, lavar a roupa, arrumar a cama, varrer o chão, ir às compras etc. – ao que tudo indica, consomem, em média, de 3 mil a 4 mil horas do ano de uma dona de casa”. Por sua vez, a pesquisadora brasileira Vanessa Gil, em *O Marxismo e a luta feminista*, expõe que o trabalho doméstico segue, atualmente, como atribuição feminina, impondo às mulheres trabalhadoras uma dupla jornada de trabalho. Segundo Gil (2016, p.125), “dados divulgados pelo Anuário das Mulheres Brasileiras 2011 mostram que elas gastam, em média, 22,4 horas realizando tarefas domésticas por semana, enquanto os homens gastam 9,8 horas”.

O trabalho doméstico, frequentemente, é perversamente acompanhado pela violência doméstica. É sobre isso que escreve MC Carol no trecho inicial de *100% feminista*: “Presenciei tudo isso dentro da minha família/Mulher com olho roxo, espancada todo dia/Eu tinha uns cinco anos, mas já entendia/Que mulher apanha se não fizer comida”¹²⁴.

¹²⁴ Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/mc-carol/100-feminista>>.

Conforme a análise de Davis, nas sociedades capitalistas avançadas, o trabalho doméstico, orientado pela ideia de servir e realizado pelas donas de casa, que raramente produziriam algo tangível com seu trabalho, diminuiu o prestígio social das mulheres em geral. Entendemos aqui que esse desprestígio configura-se como injustiça doméstica, cotidiana. Davis (2016, p.226) aponta que, apesar da existência de eletrodomésticos, “a economia capitalista é estruturalmente hostil à industrialização das tarefas domésticas”. Ademais, argumenta que, “como as tarefas domésticas não geram lucro, o trabalho doméstico foi naturalmente definido como uma forma inferior de trabalho, em comparação com a atividade assalariada capitalista” (DAVIS, 2016, p. 230). “No fim das contas, a dona de casa, de acordo com a ideologia burguesa, é simplesmente a serva de seu marido para a vida toda”, argumenta Davis (2016, p.228). Porém, para MC Carol, essa subordinação não parece ser uma opção quando ela canta: “Mulher oprimida, sem voz, obediente/Quando eu crescer, eu vou ser diferente”. A funkeira parece buscar um destino diferente daquele vivenciado por suas familiares e testemunhado por ela.

Enquanto MC Carol canta “Eu cresci/ Prazer,Carol bandida/Represento as mulheres 100% feminista”, Flávia Biroli (2014, p.31) defende: “se há algo que identifica um pensamento como feminista é a reflexão crítica sobre a dualidade entre a esfera pública e a esfera privada”. A cientista política argumenta:

Compreender como se desenhou a fronteira entre o público e o privado no pensamento e nas normas políticas permite expor seu caráter histórico e revelar suas implicações diferenciadas para mulheres e homens - contestando, assim, sua neutralidade e sua pretensa adequação para a construção de relações igualitárias (BIROLI, 2014, p.31).

Essa tentativa de construção de relações igualitárias parece estar exposta, ainda que de maneira agressiva, na fala da funkeira quando rei-

vindica o seguinte: “Minha fragilidade não diminui minha força/ Eu que mando nessa p***, eu não vou lavar a louça/ Sou mulher independente não aceito opressão/Abaixa sua voz, abaixa sua mão”. A negação da obrigatoriedade da realização das tarefas domésticas ganha contornos de levante pessoal, em um movimento de politização daquilo que se presencia dentro da família.

Ela canta também: “Me ensinaram que éramos insuficientes/Discordei, pra ser ouvida, o grito tem que ser potente” e “Desde pequenas aprendemos que silêncio não soluciona/Que a revolta vem à tona, pois a justiça não funciona”. Os trechos podem ser complementados com estas palavras de Biroli (2014, p.34): “a garantia de liberdade e autonomia para as mulheres depende da politização de aspectos relevantes da esfera privada”. Para a autora, “o mundo dos afetos é também aquele em que muitos abusos puderam ser perpetuados em nome da privacidade e da autonomia da entidade familiar em relação às normas aplicáveis na esfera pública” (BIROLI, 2014, p.34). A garantia da privacidade, constantemente, garantia e garante a impunidade de agressores domésticos, a saber: maridos, namorados, pais e demais familiares.

Quanto ao tema, Biroli (2014, p.43) aponta que, em diversas partes do mundo, as lutas feministas produziram avanços na legislação relativa à violência doméstica e ao estupro. Contudo, permanece alto o número de estupros e assassinatos de mulheres por homens com quem mantiveram relações afetivas. A análise de tais números deve, a fim de se tornar mais completa, levar em consideração o recorte de raça. Por exemplo, o *Mapa da Violência 2015* apontou que, no Brasil, o número de homicídios sofrido por mulheres brancas caiu em 9,8% no total de homicídios do período. Concomitantemente, os homicídios de mulheres negras aumentam 54,2% no mesmo período, passando de 1.864 para 2.875 vítimas.

Marcia Bernardes, pesquisadora brasileira, escreveu sobre o aumento de poder político e de participação na sociedade conquistados pelas mulheres no Brasil. Bernardes (2016, p.248) argumenta que, no sentido legislativo, as lutas feministas registraram diversos avanços. A exemplo da

supressão do *Código da Mulher*, que constava no Código Civil e considerava a mulher relativamente incapaz, como as crianças e adolescentes com menos de 18 anos. Além da aprovação da Lei do Divórcio, em 1977, e da Lei Maria da Penha, em 2006, que promoveu aumento do rigor com relação a casos de violência contra a mulher.

Entretanto, nota-se, atualmente, que o governo de Michel Temer, presidente que não foi democraticamente eleito, tem apontado para uma direção diferente, mais conservadora em relação ao direitos das mulheres, em específico, e das minorias sociais em geral.

“SOU MULHER, SOU NEGRA”

Mulheres e trabalho doméstico têm uma longa história juntos. Porém, “proporcionalmente, as mulheres negras sempre trabalharam mais fora de casa do que suas irmãs brancas”, assinala Davis (2016, p.17) em *O legado da escravidão: parâmetros para uma nova condição da mulher*. Davis (ibidem) explica que o sistema escravista definia o povo negro como propriedade e, “já que as mulheres eram vistas, não menos do que os homens, como unidades de trabalho lucrativas, para os proprietários de escravos elas poderiam ser desprovidas de gênero”, quando a eles fosse conveniente.

Explanando as especificidades das mulheres negras, Davis pontua que a ideologia da feminilidade do século XIX enfatizava o papel das mulheres como mães protetoras, parceiras e donas de casa amáveis para seus maridos. Entretanto, a julgar por tal ideologia, as mulheres negras seriam praticamente anomalias (DAVIS, 2016, p.18). Davis (2016, p.22) sublinha que as mulheres escravizadas não eram consideradas “femininas demais” para o trabalho nas minas de carvão e nas fundições de ferro, tampouco para o corte de lenha e a abertura de valas. De acordo com Davis (2016, p.19), a exaltação ideológica da maternidade, muito popular no século XIX, também não se estendia às escravas.

Logo, compreender os diferentes pontos de partida dos diferentes grupos de mulheres parece imprescindível para que as diferenças não

se traduzam em desigualdades. Para Sueli Carneiro (2011, p. 63), “a identidade étnica e racial é um fenômeno historicamente construído”. Segundo a filósofa brasileira, o conceito de raça permanece e mantém sua atualidade por seu caráter político, apesar de ser insustentável do ponto de vista biológico (CARNEIRO, 2011, p.69). Tendo isso em mente, Carneiro (2011, p.121) registra que “as mulheres negras assistiram, em diferentes momentos de sua militância, a temática específica da mulher negra ser secundarizada na sua suposta universalidade do gênero” e foi precisamente a consciência desse grau de exclusão que determinou o surgimento de organizações de mulheres negras de combate ao racismo e ao sexismo. Nisso reside a importância do seguinte trecho de *100% feminista*: “Sou mulher, sou negra, meu cabelo é duro/Forte, autoritária e às vezes frágil, eu assumo”. MC Carol exalta, nesse momento, a própria cor, etnia, raça.

A compositora escreve, mais adiante: “Tentam nos confundir, distorcem tudo o que eu sei/Século XXI e ainda querem nos limitar com novas leis”. Essa distorção dos saberes negros pode ser relacionado ao epistemicídio, termo utilizado por Carneiro para explicar:

a exclusão das oportunidades educacionais, o principal ativo para a mobilidade social no país. Nessa dinâmica, o aparelho educacional tem se constituído, de forma quase absoluta, para os racialmente inferiorizados, como fonte de múltiplos processos de aniquilamento da capacidade cognitiva e da confiança intelectual. É fenômeno que ocorre pelo rebaixamento da autoestima que o racismo e a discriminação provocam no cotidiano escolar; pela negação aos negros da condição de sujeitos de conhecimento, por meio da desvalorização, negação ou ocultamento das contribuições do Continente Africano e da diáspora africana ao patrimônio cultural da humanidade; pela imposição do embranquecimento cultural e pela produção do fracasso e evasão escolar (CARNEIRO, 2011, p.93).

“REPRESENTO AQUALTUNE”

“Refletir sobre a história é, inseparavelmente, refletir sobre o poder”, escreveu Guy Debord (1997) em *A sociedade do espetáculo*. No capítulo 5, *Tempo e história*, Debord (1997, p.87) argumentou também que: “A história sempre existiu, mas nem sempre sob forma histórica. A temporalização do homem, tal como se efetua pela mediação de uma sociedade, é igual a uma humanização do tempo”. Disso, inferimos que a noção de tempo modificou-se durante a caminhada da humanidade e tal concepção modificou e modifica a experiência humana. Nesse capítulo, o pensador francês realiza uma espécie de arqueologia da noção de tempo. Ele examina que, em dado momento do passado, a sociedade dominou uma técnica e uma linguagem, tornando-se produto de sua própria história e passando a ter consciência apenas de um presente perpétuo. Essa sociedade estática organizava o tempo segundo sua experiência imediata da natureza, seguindo o modelo do tempo cíclico (DEBORD, 1997, p.88).

Posteriormente, efetuou-se a vitória da burguesia, que, para Debord (ibidem, p.98), equivaleu à vitória “do tempo profundamente histórico”. Isso porque, segundo ele, seria justamente o tempo da produção econômica que transformaria a sociedade de modo permanente e absoluto (idem). Debord (ibidem, p. 98) remarca que a burguesia foi a primeira classe dominante para quem o trabalho correspondia a um valor. Esse tempo irreversível teria triunfado especialmente ao se transformar no tempo das coisas, porque, de acordo com Debord (ibidem, p.99), “a arma de sua vitória foi precisamente a produção em série dos objetos, segundo as leis da mercadoria”. Dessa maneira, a história, existente em toda a profundidade da sociedade, tenderia a se perder na superfície.

Já no sexto capítulo, intitulado *O tempo espetacular*, Debord (ibidem, p.103) elabora que o tempo da produção; o tempo-mercadoria seria a abstração do referido tempo irreversível. Para o autor, esse tempo pseudocíclico seria um tempo transformado pela indústria (ibidem, p.104). O pensador teoriza que:

O tempo pseudocíclico consumível é o tempo espetacular, tanto como tempo do consumo das imagens, em sentido restrito, como imagem do consumo do tempo, em toda a sua extensão. O tempo do consumo das imagens, meio de ligação de todas as mercadorias, é o campo inseparável em que se exercem plenamente os instrumentos do espetáculo (DEBORD, 1997, p.105).

Cabe dizer que, para Debord (1997, p.14): “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. Para ele, esse espetáculo, enquanto “organização social da paralisia da história e da memória, do abandono da história que se erige sobre a base do tempo histórico, é a falsa consciência do tempo” (ibidem, p.108).

Voltemos, então, à letra de *100% feminista*: “A falta de informação enfraquece a mente/Tô numa crescente porque eu faço diferente”. Esse modo de fazer diferente da compositora pode ser explicado pelo seguinte fato: em meio às canções de funk que, de modo geral, versam sobre o tempo presente – as maravilhas do agora –, MC Carol relembra nomes do passado, reavivando, metaforicamente, as mulheres mencionadas. Com isso, constrói uma ponte entre passado e presente, possibilitando vínculos futuros. Essa articulação rompe, potencialmente, com a repetição de um presente perpétuo no tempo pseudocíclico, nesse tempo apenas de mercadorias e sem memória. Isso acontece, principalmente, pelo resgate da história e pela valorização da informação, cuja falta, sabemos com a letrista, “enfraquece a mente”.

Talvez buscando trazer a história à superfície, escreve MC Carol: “Represento Aqualtune, represento Carolina/Represento Dandara e Chica da Silva [...] Represento Nina, Elza, Dona Celestina/Represento Zeferina, Frida, Dona Brasilina”. De modo geral, todos esses nomes indicados configuram em importantes referências para o movimento de mulheres, em especial de mulheres negras.

O nome Carolina parece referenciar Carolina Maria de Jesus, escritora brasileira, autora do livro *Quarto de despejo*. Chica da Silva, por sua vez, foi uma escrava alforriada em Minas Gerais no século XVIII e teve sua história revisitada por obras artísticas e produtos culturais, a exemplo da telenovela *Xica da Silva*, protagonizada pela atriz Taís Araújo. Nina, ao que tudo indica, corresponde à cantora/pianista norte-americana Nina Simone. Elza, no caso, equivale à cantora brasileira Elza Soares, vencedora do prêmio *Grammy Latino* com seu álbum *A mulher do Fim do Mundo*. Frida Kahlo, pintora mexicana, tem se firmado como ícone feminista. Zeferina, segundo Nunes (2017), foi uma rainha quilombola que lutou contra a escravidão na Bahia. Já Aqualtune foi uma princesa africana escravizada no Brasil.

De acordo com Santos (2017), a princesa Aqualtune, filha do Rei do Congo, teria comandado um exército de dez mil homens durante a invasão do Congo, tendo ido para a frente de batalha defender seu reino. Derrotada, foi levada como escrava para um navio negreiro, desembarcando em Recife. Teria sido obrigada a manter relações sexuais com um escravo para fins de reprodução. Ao engravidar, foi vendida para um engenho, onde pela primeira vez teve notícias de Palmares. Nos últimos meses de gravidez, organizou sua fuga e a de alguns escravos para tal Quilombo, onde dois de seus filhos teriam se tornado chefes. Aqualtune também teve filhas, a mais velha, que se chamava Sabina, deu-lhe um neto, nomeado Zumbi. Conhecido historicamente como Zumbi dos Palmares, teve como companheira Dandara, uma mulher negra e guerreira, que o auxiliou com táticas e estratégias de guerra.

Segundo Marcos Caneta (2017), o Quilombo dos Palmares representou um modelo de organização socioeconômica que se contrapôs ao sistema escravista entre 1595 e 1695. Seus líderes reagiram contra exércitos, bandeirantes e tentativas de acordos/cooptação, nos quais se propunha liberdade aos líderes, mas retorno à escravidão aos homens e mulheres aquilombados que, de acordo com Santos (2017), somavam cerca de 50 mil pessoas no período de auge.

Para Sueli Carneiro (2011, p.103), Palmares foi um símbolo da resistência dos negros à escravidão e, em suas palavras: “nosso primeiro sonho de liberdade” (ibidem, p.105). Complementarmente, Carneiro (ibidem p.104) relata que Edson Cardoso, militante negro de Brasília, dizia que “a maturidade de um país se mede também por sua capacidade de reapropriação de seu passado”. Em *100% feminista*, MC Carol reapropria-se de seu próprio passado e do passado do país colonizado por Cabral. Tal feito, dentro da sociedade do espetáculo, representa um ponto de resistência, um grito feminista na cultura do espetáculo.

CONSIDERAÇÕES

De que maneira podemos nos reapropriar de nosso passado? O Brasil, filho de estupro e genocídio, vive atualmente uma crise política que nos convida a repensar nossas raízes. A atual crise revela, em certa medida, o confronto entre a onda progressista, dos últimos 13 anos, e o mar conservador dos últimos 517 anos. As mudanças sociais ocorridas durante os governos federais do Partido dos Trabalhadores (PT) são aqui entendidas como avanços, porém, essa não é a perspectiva de grupos conservadores, que hoje buscam nos limitar com novas leis que expressem velhos valores. Durante o período petista, foram sancionadas, por exemplo: Lei Maria da Penha, Lei do Feminicídio, Lei das Cotas e Lei 10.639 de 2003 – que tornava obrigatório o ensino de História e Cultura Afro-Brasileira nas escolas de ensino fundamental. Além da aprovação da chamada “PEC das domésticas”, que garantia direitos às trabalhadoras domésticas. Em contrapartida, nos tempos de ilegítimo Governo Temer, as novidades legislativas aprovadas e/ou em tramitação caminham no sentido oposto. Caminham, juridicamente, no sentido de restringir direitos dos grupos historicamente oprimidos. Caminham, policialmente, no sentido de reprimir e dificultar articulações políticas contrárias ao status quo. Seguem na direção de, conforme a Organização Internacional do Trabalho (OIT), retirar o Brasil da lista de países comprometidos em erradicar o trabalho escravo.

De que maneira podemos modificar um presente que mais parece passado? A resistência parece passar pelo conhecimento do pretérito, pois quando a memória persiste, firma-se a identidade individual e coletiva. Indivíduos, juntos, reapropriam-se do que passou e constroem novas maneiras de se expressar, de se enxergar, de se representar e de reivindicar justiça. Em *100% feminista*, MC Carol, junto a Karol Conká, reapropriam-se da vivência de suas familiares e da História do Brasil, construindo, através do funk, uma nova maneira de se posicionar socialmente enquanto mulher negra, gorda e periférica. MC Carol: presente. Os seus passos vêm de longe, por isso o seu grito é potente.

REFERÊNCIAS

BIROLI, F. Feminismo e política. 1ed. São Paulo: Boitempo, 2014.

Caneiro, Sueli. Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil. São Paulo: Selo Negro, 2011.

CANETA, M. Onde estão os heróis negros na História do Brasil? Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/onde-estao-os-herois-negros-na-historia-brasil>>. Acesso em: 15/11/2017.

DAVIS, A. Mulheres, raça e classe. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

MACHADO, R; MOTTA, A. Direitos das mulheres no Brasil: experiências de Norte a Sul. Manaus: UEA Edições, 2016.

Mapa da Violência 2015. Disponível em: <http://www.mapadaviolencia.org.br/mapa2015_mulheres.php>. Acesso em: 15/11/2017.

MARTINELLI, A. O dia em que MC Carol desfilou na SPFW (e mostrou que a passarela é para todos). Disponível em:<http://www.huffpostbrasil.com/2017/08/30/o-dia-em-que-mc-carol-desfilou-na-spfw-e-mostrou-que-a-passeira-e-para-todos_a_23190884>. Acesso em: 15/11/2017.

MC Carol. 100% feminista. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/mc-carol/100-feminista>>. Acesso em 20/11/2017.

MENDONÇA, R. Como uma funkeira ‘negra e gorda’ virou símbolo de beleza e voz da favela. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2016/10/como-uma-funkeira-negra-e-gorda-virou-simbolo-de-beleza-e-voz-da-favela.html>>. Acesso em: 15/11/2017.

NUNES, D. Zeferina: rainha quilombola que lutou contra a escravidão em Salvador-BA. Disponível em: <<https://www.ceert.org.br/noticias/historia-cultural-arte/11273/zeferina-rainha-quilombola-que-lutou-contra-a-escravidao-em-salvador-ba>>. Acesso em: 15/11/2017.

OLIVEIRA, LUCAS. MC Carol une forças com Karol Conka para falar de feminismo em single. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/mc-carol-une-forcas-com-karol-conka-para-falar-de-feminismo-em-single-20246078>>. Acesso em: 15/11/2017.

REVISTA Cult, n. 217, ano 19. Outubro 2016.

SANTOS, R. Damas negras. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/damas-negras>>. Acesso em: 15/11/2017.

CONTORNANDO O DIA INTERNACIONAL DA MULHER

Mayra Rodrigues Gomes¹²⁵

INTRODUÇÃO

Apresenta-se, aqui, parte de estudo das palavras e dos discursos jornalísticos que são usados em associação à violência direcionada contra as mulheres. Entendemos que há formas de autocensura que fazem com que um veículo se posicione, publicamente, como opositor à violência contra as mulheres. Contudo, a condução dos relatos de violência, entre construções de frases, palavras empregadas e apuração dos fatos, pode revelar outra postura no exercício profissional.

Esse estudo foi motivado pelos altos índices de violência no Brasil, incluindo a violência contra as mulheres. No geral, o Brasil é apontado como o 16º país mais violento do planeta. A taxa nacional é de 25,2 assassinatos a cada 100 mil habitantes, enquanto a média mundial é de 6,2/100 mil pessoas, dados do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC)¹²⁶.

Em relação aos casos brasileiros de violência contra as mulheres, recorreremos aos dados do Sistema de Informações sobre Mortalidade (SIM) do Ministério da Saúde (www.sim.saude.gov.br), que apontam o índice de 13 assassinatos de mulheres por dia, e aos dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea – www.ipea.gov.br), que mostram panorama em que uma mulher é violentada a cada 11 minutos.

¹²⁵ Professora titular do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da USP, é bolsista de produtividade em pesquisa (Pq1) pelo CNPq. Desenvolve, atualmente, investigações sobre processos de interdição em geral e sobre a violência contra as mulheres do ponto de vista das mídias e, em particular, do jornalismo. Estudos sobre a natureza das linguagens, aportes advindos da análise de discurso e reflexões sobre supervisão e controle orientam tais investigações. Dentre suas publicações destaca-se o livro – Livro *Práticas jornalísticas* (Coleção Bordando o manto do mundo), publicado em 2018 (São Paulo: ECA-USP).

¹²⁶ Cf: <http://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/index.html>.

Trazemos esses dados para mostrar a relevância do tema em torno do qual nos propomos uma investigação. Ao mesmo tempo, reforçamos a produção jornalística como o lugar em que essa investigação pode ser apropriadamente conduzida, pois é lugar de registro de fatos, de trânsito de informações, de mobilização de discursos e indivíduos.

Há várias razões para que nossa escolha de jornal com grande tiragem, como a da *Folha de S.Paulo*, se justifique. Em primeiro lugar a grande tiragem garante um grande número de acessos/leitores, um alcance mais vasto da palavra tomada pelo veículo. Em segundo lugar, uma grande tiragem, para manter seu nicho de leitores deve seguir, ao menos no básico, um pacto de comunicação firmado com seu público. Isso implica grandes chances de que nos modos de construir uma matéria o jornal seja orientado pelos discursos que já circulam em uma cultura, em particular aqueles que norteiam seus leitores. Além disso, na grande tiragem podemos ver os caminhos que são escolhidos face ao conservadorismo e face os embates das militâncias, porque ela tende a cobrir um campo mais amplo de parcelas da realidade, fatos brasileiros e internacionais inclusos.

METODOLOGIA, PROCEDIMENTO E CORPUS

Nosso procedimento para fazer emergir o dado dos discursos na produção jornalística será a adoção de conceitos e considerações advindos da análise de discurso, com ênfase nas observações de Patrick Charaudeau sobre o discurso das mídias, nas observações de Dominique Maingueneau, sobre os textos de comunicação e de Eni Orlandi sobre o silêncio em relação a dados de um acontecimento, silêncio que pode acionar/criar sentidos implícitos.

Sobretudo, é Maingueneau quem nos conduz no rastreamento das palavras, entendidas como escolhas que apontam para posições e representações sociais.

Mas seria errado pensar que, em um discurso, as palavras não são empregadas a não ser em razão de suas

virtualidades de sentido em língua. Porque, além de seu estrito valor semântico, as unidades lexicais tendem a adquirir o estatuto de signos de pertencimento. Entre vários termos a priori equivalentes, os enunciadores serão levados a utilizar aqueles que marcam sua posição no campo discursivo. Conhecemos, por exemplo, a voga extraordinária que teve uma palavra como estrutura na crítica literária dos anos 1960 em contextos em que sistema, organização, totalidade, ou, mais trivialmente, plano, teriam dito a mesma coisa. É que a restrição do universo lexical é inseparável da constituição de um território de convivência (MAINGUENEAU, 2008, p.81).

Também nos orientam as categorias criadas por Jackeline Aparecida Ferreira Romio em sua tese de doutorado, *Feminicídios no Brasil, uma proposta de análise com dados do setor de saúde*, defendida em 2017 na Universidade Estadual de Campinas. Tais categorias, a saber, feminicídio reprodutivo, feminicídio sexual e feminicídio doméstico, nos auxiliam a classificar e compor quadros representativos no conjunto das matérias.

Para atravessar o material gerado, e como meio de constituir um corpus enxuto e adequado aos objetivos que norteiam a pesquisa, ele é construído por rastreamento, nas edições on line, através de palavras chave. Com a combinação das palavras violência, agressão, assédio, estupro, assassinato, feminicídio, mulher, mulheres, obtemos o conjunto de matérias que versarão sobre a violência contra as mulheres durante o período assinalado.

No caso do presente artigo, em virtude da dimensão reduzida que lhe devemos imprimir, em relação à pesquisa como um todo, o período assinalado foi o do entorno do Dia Internacional da Mulher celebrado no dia 8 de março de 2019 considerando-o como momento propício à emergência de matérias jornalísticas sobre o tema.

Começamos nosso rastreamento de matérias exatamente no dia 8, uma sexta-feira, lembrando que a semana antecedente corresponde à semana do Carnaval, centrado na terça-feira dia 5.

Decidimos, em virtude de situações atípicas que se encenam no Carnaval partir do dia 8 e prosseguir no rastreamento por uma semana, a saber, encerrando na próxima sexta-feira dia 15.

Nossas palavras chave, guias do rastreamento, não surgem, concomitantemente, nos dias 11, 14 e 15 de março. Isso significa que elas podem ter aparecido sem ligação que componha o panorama em que nos locomovemos.

No dia 8 de março houve 13 matérias com nossas palavras de busca em combinatória. No dia 9 houve 3 matérias, no dia 10 houve 1 matéria, no dia 12 houve 3 matérias e no dia 13 houve 1 matéria.

DESCRIÇÃO DO CORPUS

8 de março

1ª matéria: “71% dos feminicídios e das tentativas têm parceiro como suspeito. Ao menos 119 mulheres foram mortas no Brasil em janeiro por causa de seu gênero” traz dados recentes sobre a situação da violência contra as mulheres.

2ª matéria: “Futuro do feminismo depende de reinvenção de masculinidade, afirma autora. Para a francesa Olivia Gazalé, homem contemporâneo sofre por ter caído em armadilha machista”, traz entrevista com a autora francesa Olivia Gazalé que publicou o livro *Le Mythe de la Virilité - Un Piège pour les Deux Sexes* sobre a construção histórica da superioridade masculina como armadilha em que homens e mulheres se vêm aprisionados.

3ª matéria: “Mulher é queimada viva por namorado e morre” traz o relato de violência contra Isabela Miranda de Oliveira, 19, por seu namorado, Willian Felipe de Oliveira Alves, 21, que ateou fogo em Isabela e foi preso em flagrante. Ela estava desacordada por excessiva ingestão alcoólica quando foi abusada pelo cunhado do namorado. William ateou fogo no quarto em que os dois estavam, mas somente Isabela morreu.

4ª matéria: “Mulher em cargo de chefia chega a ganhar um terço do salário de um homem. Diferença salarial se espalha por ocupações e ní-

veis de escolaridade diversos, aponta IBGE” traz considerações sobre as diferenças salariais entre homens e mulheres, entre brancos e negros.

5ª matéria: “Argentina aumenta cota de mulheres no Congresso para 50% Atualmente, 39% das congressistas são mulheres; medida já vale para o pleito de outubro” vem a título de mostrar políticas públicas que procuram trazer equilíbrio para as presenças masculinas e femininas no campo da representação política. Entretanto, traz dado importante no que concerne nossa investigação. Embora na Argentina haja lei que permite aborto em caso de estupro, há morosidade e má vontade na aplicação da lei, como no “(...) caso da garota de 11 anos, em Tucumán, que, apesar de ter obtido permissão legal para abortar, teve de dar à luz em condições de risco porque a Justiça atuou de forma lenta, e os médicos designados para o procedimento se recusaram a realizar o aborto”.

6ª matéria: “Com apenas presidentes homens, Bolsa promove evento sobre gênero. Entre as 8 mulheres que falaram no evento, nenhuma ocupava a presidência das empresas” fala sobre o fato de que apenas 10% da diretoria executiva das empresas brasileiras é ocupada por mulheres.

7ª matéria: “Judeus ultraortodoxos atacam mulheres que querem rezar no Muro das Lamentações A organização Mulheres do Muro milita há décadas pelo direito de ler a Torá no local em voz alta”, relata agressões e constrangimentos.

8ª matéria: “Seleção feminina dos EUA processa federação por discriminação de gênero. Atletas afirmam receber menos do que jogadores da equipe masculina” apresenta dados da discriminação.

9ª matéria: “Bolsonaro diz que cada uma das duas ministras vale por dez homens Em discurso no Dia da Mulher, presidente cita Bíblia e afirma que ‘mulher sábia edifica o lar’” relata o fato de que em discurso no Dia Internacional da Mulher o presidente ignorou as condições de desigualdade ou de sujeição à violência para mencionar mulheres no panorama da mãe de família.

10ª matéria: “Comandante da Guarda de SP deixa cargo um ano após revelada suspeita de desvios O prefeito Bruno Covas nomeou uma mu-

lher para o cargo, aproveitando efeméride do Dia Internacional da Mulher” traz pormenorizadas informações sobre os delitos de Carlos Alexandre Braga e enfatiza a importância da nomeação, para as mulheres em geral, de Elza Paulino de Souza como a primeira mulher comandante em 32 anos da corporação.

11ª matéria: “São Paulo tem mais quatro delegacias da mulher abertas 24 h a partir desta sexta. Em inauguração, Doria criticou governos anteriores de seu partido” lembra que São Paulo é o primeiro Estado a ter uma delegacia da mulher funcionando 24 horas desde 2016.

12ª matéria: “Marcha das mulheres em SP é marcada por críticas a Bolsonaro e homenagens a Marielle. Milhares de pessoas participaram de um ato para marcar o Dia da Mulher na capital paulista” relata a presença de diversos movimentos sociais com seus refrãos contra políticos do atual governo. Em meio a isso tudo “Já a professora de artes Monica Franco, 37, veio gritar contra a violência contra a mulher. Carregava uma placa com números de levantamento do Fórum Brasileiro de Segurança Pública que mostrou que 536 mulheres foram agredidas por hora em 2018”.

13ª matéria: “No Brasil, cota parlamentar para mulheres perpetua poder masculino. Legislação é manipulada por dirigentes partidários com artifícios como candidatas-laranja” se insere como ponderação sobre o que realmente representa avanço da presença feminina na política, trazendo à baila o famoso caso da candidata a deputada estadual Zuleide Oliveira, candidata laranja.

9 de março

1ª matéria: “Mulheres são maioria entre prejudicados pela reforma da Previdência Redução da pensão e aumento da carência das aposentadorias afetam mais mulheres do que homens”. Nela aborda-se o fato, entre outros, de que viúvas de aposentados já não recebem integralmente a aposentadoria.

2ª matéria: “Obra aponta dano a mulheres gerados por dados enviesados” baseia-se em relato do livro de Sarah Gordon, “Invisible Women”, que fala sobre dados distorcidos em um mundo projetado para homens.

3ª matéria: “Mulheres sob ataque Agressões cotidianas seguem como realidade para muitas” discorre sobre as muitas emissões, nas diversas mídias, em solidariedade a mulheres que sofrem violência, ao lembrar o Dia Internacional da Mulher. Ao mesmo tempo, relembra que as mulheres continuam a serem vítimas de agressões numa escala bastante alta.

10 de março

1ª matéria: “Após 70 anos, Simone de Beauvoir ainda mostra caminho da liberdade feminina Para antropóloga, ‘O Segundo Sexo’ (1949) continua a ser a obra fundamental do feminismo” por Mirian Goldenberg, que, na sequência de artigos evocados pelo Dia Internacional da Mulher, relembra o papel fundante da obra de Simone de Beauvoir.

12 de março

1ª matéria: “Câmara aprova punição para assédio moral no trabalho. Pena estabelecida é de um a dois anos de detenção, além de multa; texto segue para Senado” discorre sobre lei que caracteriza o que se entende por assédio moral no trabalho, a saber, “ofender reiteradamente a dignidade de outro, causando-lhe dano ou sofrimento físico ou mental no exercício de emprego, cargo ou função”.

2ª matéria: “Veja o que se sabe até agora sobre o assassinato da vereadora Marielle Franco. Operação prendeu na manhã desta terça-feira (12) dois suspeitos de participarem do crime” faz histórico dos acontecimentos, da vida de Marielle, de sua militância, enfim, de seu papel político e de sua presença positiva nesse cenário. A matéria alude à coincidência da apreensão dos suspeitos dois dias antes do aniversário de um ano do crime.

3ª matéria: “Lei faz com que meninas estupradas fiquem sem perícia no Rio por falta de médicas Em cidades em que não há peritas, vítimas são orientadas a se deslocar à capital, mas muitas desistem” discorre sobre lei que dificulta exames periciais porque o número de das profissionais indicadas é insuficiente.

13 de março

Somente uma matéria: “Do luto à luta. Execução de Marielle Franco é um divisor de águas” traz pequeno relato de Mônica Benício, companheira de Marielle, sobre o evento do assassinato: sua repercussão pessoal e social.

PONDERAÇÕES

Procedemos a agrupamento por tema do conjunto de matérias obtido com o intuito de evidenciar os discursos que são postos em circulação.

Os dados da violência

Guarda-chuva das reportagens que trazem dados estatísticos sobre a violência contra a mulher. Quase todas elas, de uma forma ou outra, tangenciam essa questão. Damos destaque para a matéria, em 8 de março, “71% dos feminicídios e das tentativas têm parceiro como suspeito”, pois clama por políticas públicas.

A cristalização de concepções do feminino.

Sob esse viés arrolamos duas matérias: em 8 de março, “Futuro do feminismo depende de reinvenção de masculinidade, afirma autora”, que traz reflexões sobre as representações sociais, e correspondentes modos de ser, da mulher e do homem; em 10 de março a reportagem “Após 70 anos, Simone de Beauvoir ainda mostra caminho da liberdade feminina” recorda a importância de Simone de Beauvoir no desvelamento de processos culturais que sufocam as mulheres sob diversas perspectivas.

Os relatos de inferiorizações e prejuízos

“Mulher em cargo de chefia chega a ganhar um terço do salário de um homem” mostra a posição prejudicada em que as mulheres se encontram com cogitações sobre causas e efeitos.

“Com apenas presidentes homens, Bolsa promove evento sobre gênero. Entre as 8 mulheres que falaram no evento, nenhuma ocupava a

presidência das empresas” vem exemplificar a escassa presença feminina nos postos de chefia.

“Seleção feminina dos EUA processa federação por discriminação de gênero” revela, insinuando necessidade de compensação, mais um caso de inferiorização no mercado de trabalho.

“Bolsonaro diz que cada uma das duas ministras vale por dez homens” traz afirmação do atual presidente, afirmação que põe em circulação os mais arcaicos discursos sobre o papel da mulher em nossa sociedade. Tais afirmações são atenuadas pelas palavras da Procuradora-Geral Raquel Dodge que relembra o alto índice de feminicídio no Brasil.

Em “No Brasil, cota parlamentar para mulheres perpetua poder masculino” aponta-se o fato do poder masculino na política brasileira.

As três matérias do dia 9 de março, “Mulheres são maioria entre prejudicados pela reforma da Previdência”, “Obra aponta dano a mulheres gerados por dados enviesados” e “Mulheres sob ataque Agressões cotidianas seguem como realidade para muitas” relatam situações sociais em que as mulheres continuam a ser as maiores prejudicadas.

Com “Lei faz com que meninas estupradas fiquem sem perícia no Rio por falta de médicas” fala-se de mais uma medida que não favorece a situação das mulheres/vítimas.

As políticas públicas

A matéria “Argentina aumenta cota de mulheres no Congresso para 50%”, mostra políticas públicas que procuram trazer equilíbrio e toma o caso da Argentina como louvável e exemplar. Contudo, também mostra entraves que prejudicam as mulheres.

Os reais atos de violência contra mulheres

“Mulher é queimada viva por namorado e morre” relata que namorado se julgava traído. Há testemunho de familiares que isentam a vítima da traição suposta, como se a traição, se verdadeira, pudesse respaldar o ato do namorado.

“Judeus ultraortodoxos atacam mulheres que querem rezar no Muro das Lamentações”, relata agressões e constrangimentos com um tom de reprovação mas relata posição de policiais israelenses que entenderam a presença dessas mulheres como uma provocação.

Os relatos alvissareiros.

“Comandante da Guarda de SP deixa cargo um ano após revelada suspeita de desvios. O prefeito Bruno Covas nomeou uma mulher para o cargo, aproveitando efeméride do Dia Internacional da Mulher” reforça o espaço que está sendo dado à presença feminina.

Nesse mesmo dia a reportagem “São Paulo tem mais quatro delegacias da mulher abertas 24 h a partir desta sexta” enfatiza atos que contemplam os interesses das mulheres.

“Câmara aprova punição para assédio moral no trabalho. Pena estabelecida é de um a dois anos de detenção, além de multa; texto segue para Senado” discorre sobre lei que contempla o respeito às mulheres.

Os protestos

“Marcha das mulheres em SP é marcada por críticas a Bolsonaro e homenagens a Marielle. Milhares de pessoas participaram de um ato para marcar o Dia da Mulher na capital paulista” relata mais protestos contra o governo além de manifestações por mais respeito às mulheres. O tom de respaldo perpassa a matéria.

As apurações de violência contra as mulheres

“Veja o que se sabe até agora sobre o assassinato da vereadora Marielle Franco. Operação prendeu na manhã desta terça-feira (12) dois suspeitos de participarem do crime” presta contas do estado das investigações.

“Do luto à luta. Execução de Marielle Franco é um divisor de águas” não trata tanto de apurações, mas enfatiza o papel simbólico que o assassinato adquiriu.

Com essas oito categorias, enfatizamos e fazemos emergir os discursos que circulam sobre as mulheres, alguns de caráter mais reflexivos/conceituais, como no caso das matérias sobre as obras de Simone de Beauvoir e de Olivia Gazalé, que carregam o tom dos manifestos: papéis sociais consolidados pedem novo enquadramento para que possa haver equidade.

Há, no conjunto das matérias, duas posições enunciativas centrais que se combinam: a da descrição de situações bastante adversas às mulheres e a da defesa de medidas para sanar esse quadro. Na realidade, o panorama apresentado é tão naturalmente exacerbado (lembramos os altos índices de violência contra a mulher mostrados) que ele próprio funciona como maior reforço a políticas que visem coibi-lo.

Destacamos os dois relatos de factuais violências contra a mulher: o assassinato de Isabela Miranda de Oliveira, 19, por seu namorado, e o assassinato de Marielle Franco.

No caso de Marielle, a primeira matéria já aponta como suspeito o apontamento dos prováveis culpados a dois dias de que se cumpra um ano da ocorrência fatídica. Só nesse curto período de nossa coleta, temos duas matérias sobre o caso que foi amplamente explorado/investigado pelas mídias ao longo de 2018. Sabemos da dimensão política e do papel social da vítima, prováveis causas do assassinato e também da atenção usufruída.

Em contraponto, o relato da morte de Isabela Miranda de Oliveira é breve, sem depuração dos fatos por parte do jornal. A ocorrência em si se caracteriza como feminicídio doméstico:

A terceira categoria, feminicídio doméstico, poderia ser estimada, segundo (ROMIO, 2017), pelo dado de local de ocorrência. Se ocorrido no domicílio, tratar-se-ia de feminicídio doméstico, dada a característica de casos cometidos em maior proporção por contato físico direto, quando comparados com homicídios ocorridos na rua, e dos homicídios de mulheres serem cometidos, em maior proporção, em casa, enquanto

os homicídios masculinos ocorrem, em sua maioria, em espaço público.

Como anteriormente dito, esse tipo de feminicídio tem alto índice de ocorrência. Para além de nosso *corpus*, constatamos densa exploração do caso por outras mídias, relatos variados, mais aprofundados em termos de entrevistas com os envolvidos, fazendo a ponte para vídeos disponíveis no YouTube. Tais materiais tinham, na maioria, um cunho sensacionalista. Porém esse dado transcende nossa presente investigação.

O que nos prende atenção aqui é o fato de que a notícia dá ênfase aos argumentos de parentes da vítima, inocentando-a da traição que teria levado o namorado a incendiar o quarto em que ela e o cunhado do namorado estavam.

Essa circunstância nos remete, em relação ao acompanhamento da construção do universo masculino em que as mulheres se encontraram historicamente aprisionadas, a uma disposição de que se tivesse havido traição teria havido “justificativa” para o ato do agressor. Tal asserção é bem trabalhada por Gonzalé quanto a um discurso que de antemão enquadra as mulheres, desde sempre, como culpadas. “E então se instala uma cultura de suspeita, da culpa e do arrependimento que fechará duradouramente as mulheres na fortaleza inabitável da culpa” (GAZALÉ, 2017, p.101 – tradução nossa) .

De resto, nossas ponderações nos levam a pensar que nos tantos casos comuns, como o de Isabela, revela-se algo do tratamento dado ao feminicídio em geral: se não é para servir ao sensacionalismo, que seja breve como a irrelevância comanda.

REFERÊNCIAS

BARBON, J. Lei faz com que meninas estupradas fiquem sem perícia no Rio por falta de médicas. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/lei-faz-com-que-meninas-estupradas-fiquem-sem-pericia-no-rio-por-falta-de-medicas.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

BENÍCIO, M. Do luto à luta. Execução de Marielle Franco é um divisor de águas. Folha de S. Paulo, São Paulo, 13 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2019/03/do-luto-a-luta.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

BILENKY, T. No Brasil, cota parlamentar para mulheres perpetuaria poder masculino. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/03/no-brasil-cota-para-mulheres-e-usada-por-politicos-homens-para-manter-poder.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

BOLDRINI, A. Câmara aprova punição para assédio moral no trabalho. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/03/camara-aprova-punicao-para-assedio-moral-no-trabalho.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

CARAZZAI, E. H.; CANOFRE, F.; BARBON, J.; ZAREMBA, J.; SPERB, P. 71% dos feminicídios e das tentativas têm parceiro como suspeito. Ao menos 119 mulheres foram mortas no Brasil em janeiro por causa de seu gênero. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/71-dos-femicidios-e-das-tentativas-tem-parceiro-como-suspeito.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

CASTELANI, C.; BRIGATTI, F. Mulheres são maioria entre prejudicados pela reforma da Previdência. Folha de S. Paulo, São Paulo, 9 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/03/mulheres-sao-maioria-entre-prejudicados-pela-reforma-da-previdencia.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

CHARAUDEAU, P. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006.

COLOMBO, S. Argentina aumenta cota de mulheres no Congresso para 50%. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/03/argentina-aumenta-cota-de-mulheres-no-congresso-para-50.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

DAS, A. Seleção feminina dos EUA processa federação por discriminação de gênero. Folha Mulher, New York Times, Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar.

2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/03/selecao-feminina-dos-eua-processa-federacao-por-discriminacao-de-genero.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

EDITORIAL. Mulheres sob ataque Agressões cotidianas seguem como realidade para muitas. Folha de S. Paulo, São Paulo, 9 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2019/03/mulheres-sob-ataque.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

EICHENBERG, F. Futuro do feminismo depende de reinvenção de masculinidade, afirma autora. Para a francesa Olivia Gazalé, homem contemporâneo sofre por ter caído em armadilha machista. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 de março de 2019, Folha Mulher. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2019/03/futuro-do-feminismo-depende-de-reinvencao-de-masculinidade-afirma-autora.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

ESTARQUE, M. São Paulo tem mais quatro delegacias da mulher abertas 24 h a partir desta sexta. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 de março de 2019, acesso 11 de junho de 2019.

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/sao-paulo-tem-mais-quatro-delegacias-da-mulher-abertas-24-h-a-partir-desta-sexta.shtml>

FERNANDES, A. Mulher em cargo de chefia chega a ganhar um terço do salário de um homem. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 de março de 2019, acesso 11 de junho de 2019. <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/03/mulher-em-cargo-de-chefia-chega-a-ganhar-um-terco-do-salario-de-um-homem.shtml>

GAZALÉ, O. Le mythe de la virilité. Un piège pour les deux sexes. Paris: Éditions Robert Laffont, 2019.

GOLDENBERG, M. Após 70 anos, Simone de Beauvoir ainda mostra caminho da liberdade feminina. Folha de S. Paulo, São Paulo, 10 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2019/03/apos-70-anos-simone-de-beauvoir-ainda-mostra-caminho-da-liberdade-feminina.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

GORDON, S. Obra aponta dano a mulheres gerados por dados enviesados. Folha de S. Paulo, São Paulo, 9 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/03/obra-aponta-dano-a-mulheres-gerados-por-dados-enviesados.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

JUDEUS ultraortodoxos atacam mulheres que querem rezar no Muro das Lamentações. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/03/judeus-ultraortodoxos-atacam-mulheres-que-rezam-no-muro-das-lamentacoes.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

KASTNER, T. Com apenas presidentes homens, Bolsa promove evento sobre gênero. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/03/com-apenas-presidentes-homens-bolsa-promove-evento-por-igualdade-de-genero.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

MAINGUENEAU, D. Gênese dos discursos. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MULHER é queimada viva por namorado e morre. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/homem-mata-namorada-queimada-na-grande-sp-familia-diz-que-ele-confundi-estupro-com-traicao.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

ORLANDI, E. As formas do silêncio: no movimento dos sentidos. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

ROMIO, J. A. F. Femicídios no Brasil, uma proposta de análise com dados do setor de saúde, tese de doutorado. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2017. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/330347/1/Romio_JackelineAparecidaFerreira_D.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2019.

SETO, G.; GOMES, P. Comandante da Guarda de SP deixa cargo um ano após revelada suspeita de desvios. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/comandante-da-guarda-de-sp-deixa-cargo-um-ano-apos-revelacao-de-suspeita-de-desvios.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

URIBE, G.; FERNANDES, T. Bolsonaro diz que cada uma das duas ministras vale por dez homens. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/bolsonaro-diz-que-cada-uma-das-duas-ministras-vale-por-dez-homens.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

VEJA o que se sabe até agora sobre o assassinato da vereadora Marielle. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 mar. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/entenda-a-operacao-lume.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

ZAREMBA, J. Marcha das mulheres em SP é marcada por críticas a Bolsonaro e homenagens a Marielle. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 de março de 2019, acesso 11 de junho de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/marcha-das-mulheres-e-marcada-por-criticas-a-governo-bolsonaro-e-homenagens-a-marielle.shtml>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

ARTICULAÇÕES DISCURSIVAS EM TORNO DO EIXO IDENTITÁRIO GÊNERO/SEXUALIDADE EM CRÍTICAS DE OMBUDSMANS NA FOLHA DE S.PAULO

Nara Lya Cabral Scabin¹²⁷

INTRODUÇÃO

Em um contexto complexo de reestruturação das relações de produção, marcado pela emergência do capitalismo financeiro, disputas identitárias – como as ligadas ao debate em torno do *empoderamento* de minorias sociais e as subjacentes às polêmicas sobre o chamado “politicamente correto” – têm adquirido visibilidade no Brasil. Mas as discussões sobre tais temáticas ilustram um quadro mais amplo de rearticulações nos modos de fazer político tradicionais. Como aponta Hall (1994), a emergência das chamadas “políticas de identidade” são um fator decisivo nesse cenário, que devem ser entendidas à luz da “centralidade da cultura na constituição da subjetividade, da própria identidade e da pessoa como um ator social” (HALL, 1997, p.23).

Construídas – mas nunca fixadas – culturalmente, as identidades constituem-se no interior das fronteiras que marcam as diferenças – lugares, como aponta Hall (1997), de potenciais contestações dos sentidos, isto é, de políticas de identidade. Quando os padrões de representações não são vividos, por diversos grupos sociais, como capazes de representá-los, podem emergir reivindicações de definições alternativas que proponham novos conjuntos de representações. Isso pode levar à con-

¹²⁷ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP (bolsista Capes), mestra em Ciências da Comunicação e bacharela em Jornalismo pela mesma instituição. Docente da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Integrante do MídiaTô – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP).

testação da autoridade cultural das representações já apresentadas e ao surgimento de um foco diferente de identificação – ou seja, uma nova “política de identidade” (HALL, 1997).

Esses dados participam do que Nancy Fraser (2006) denomina como um “novo imaginário político”, em que a luta por reconhecimento torna-se a forma paradigmática de conflito político. Essas demandas em nome do “reconhecimento da diferença” alimentam as lutas de grupos articulados em torno de eixos identitários, tais como etnia, gênero e sexualidade. Nestes conflitos “pós-socialistas”, segundo Fraser, “a dominação cultural suplanta a exploração como a injustiça fundamental. E o reconhecimento cultural toma o lugar da redistribuição socioeconômica como remédio para a injustiça e objetivo da luta política” (FRASER, 2006, p.231).

Segundo Fraser (2006), lutas pelo reconhecimento caracterizam-se por buscar chamar a atenção para a especificidade de algum grupo – ou, nas palavras da autora, criar essa especificidade “performativamente” – a fim de afirmar seu valor. Assim, propostas afirmativas e transformativas, dentro do discurso político de reconhecimento e no âmbito do multiculturalismo, buscam compensar a discriminação e o desrespeito por meio da valorização das identidades discriminadas (propostas afirmativas) ou desconstruir oposições binárias e subverter a estrutura cultural-valorativa que se encontra na base da discriminação (propostas transformativas) (FRASER, 2006).

Uma importante força motriz dos deslocamentos epistemológicos que estão na base de tais reconfigurações políticas, epistemológicas e discursivas, segundo Stuart Hall, são os impactos do feminismo, “tanto como uma crítica teórica quanto como um movimento social” (HALL, 2005, p.27). Como parte dos “novos movimentos sociais” que emergem nos anos 1960, o feminismo favorece os deslocamentos no conhecimento e na ação política que se configuram na contemporaneidade porque, naquele momento, trouxe à tona questionamentos sobre a clássica divisão entre o “público” e o “privado” e enfatizou, como temática política e social, a forma como somos produzidos como sujeitos generificados,

politizando a subjetividade. Isso porque, embora tenha tido início como um movimento contestação da posição social da mulher, o feminismo logo abarcou também a discussão sobre a formação das identidades sexuais e de gênero.

Considerando esse cenário, a pesquisa de que nasce este capítulo busca refletir sobre como se constituem discursivamente alguns dos deslocamentos epistemológicos que marcam a contemporaneidade, com foco no campo da Comunicação e na produção jornalística. De modo mais específico, buscamos, na pesquisa que dá origem ao presente trabalho, compreender como são abordadas, em discursos jornalísticos de veículos brasileiros ditos “de referência”, pautas, políticas e disputas identitárias. No limite, trata-se de entender como o jornalismo insere-se em um debate fundamental da atualidade e como opera nos tensionamentos que se colocam aos discursos fundantes do *ethos* jornalístico tradicional e um imaginário político emergente nos dias de hoje.

Neste artigo, apresentamos um recorte dessas reflexões: a partir de levantamentos junto ao acervo online da *Folha de S.Paulo*, procuramos identificar se questões de gênero/sexualidade foram de algum modo invocadas pelos diversos *ombudsman* que já passaram pelo jornal como foco central de suas colunas ou como forma de discutir a produção jornalística do veículo. Pudemos localizar esse tipo de referência em alguns textos assinados pelos *ombudsmans*, sobretudo em anos mais recentes. Desse modo, buscamos também compreender como a discussão sobre pautas identitárias é articulada ao *ethos* que alimenta o jornalismo tradicional. Essa é uma questão relevante na medida em que indaga sobre os critérios utilizados para avaliar a produção jornalística nesse importante espaço de (auto)crítica do jornalismo.

O JORNALISMO ENTRE DISCURSIVIDADES: O CASO DA FOLHA

Para veículos jornalísticos como a *Folha de S.Paulo*, filiar sua imagem institucional aos princípios modernos da democracia, da república, da liberdade de expressão e da vigilância do poder significa reforçar o

imaginário do qual a imprensa se alimenta e, ao mesmo tempo, a partir do qual busca legitimar-se. Isso porque, como sabemos, o ideário do jornalismo moderno nasce em sintonia com o projeto de organização política e social da República, a partir da Revolução Francesa, e da democracia moderna.

Entra em questão, no *ethos* jornalístico, o papel de mediação assumido pela imprensa no debate público, sua função social e a filiação ao interesse público, o que justifica o exercício e a defesa da liberdade de expressão e de imprensa (BUCCI, 2009). As empresas jornalísticas, em geral, buscam atrelar esses princípios às suas imagens institucionais como forma de endossar a si mesmas como instituições da democracia. É preciso lembrar, ainda, que a perspectiva de democracia à qual o jornalismo em questão busca se filiar é a da democracia representativa moderna, baseada em princípios como o do cálculo da maioria e da necessidade de publicização do poder¹²⁸.

Sublinhamos esses aspectos porque eles evidenciam a existência de um contraste – ao menos, aparente – entre os valores e princípios que alimentam os pilares do jornalismo tradicional, enquanto instituição moderna, e o imaginário político contemporâneo, em que políticas, pautas e disputas identitárias têm alcançado papel central nos debates.

No caso da *Folha*, o jornal assumiu, desde os anos 1970, uma linha de atuação que buscava vincular a própria imagem da publicação aos ideais democráticos, “visando pressionar no sentido da ‘distensão’ e da ‘abertura’ do regime militar e lançando-se a seguir em campanha aberta pela Nacional Constituinte e pelas eleições diretas em todos os níveis” (SEVCENKO, 2000, p.9). Há pesquisas que mostram que a emergência da *Folha de S.Paulo* como um dos principais jornais do país, a partir de 1986, está vinculada à construção de uma “autoimagem” voltada à defesa da democracia, com base na “rememoração de um passado institucio-

¹²⁸ As perspectivas e impasses da democracia moderna são discutidos por Norberto Bobbio em *Futuro da democracia* (2000).

nal legitimador dos princípios de democracia e independência, constantemente reconstruído” (PIRES, 2007, p.311).

O ano de 1984 teve importância fundamental à consolidação da *Folha de S.Paulo* como a conhecemos hoje, com o posicionamento pró *Diretas-já* assumido pelo jornal e a implantação do *Projeto Folha*. O que estava em jogo, naquele momento, era a demarcação de um posicionamento do jornal enquanto defensor do projeto democrático que se buscava construir no país – o que significa falar na afirmação de um discurso acerca do próprio jornal e de sua inserção na sociedade.

No mesmo ano, ocorreu a implantação do *Projeto Folha*, fortemente influenciada pelo modelo adotado no jornal *USA Today*. Carlos Eduardo Lins da Silva, que participou da elaboração do projeto, reconhece, no livro *O adiantado da hora*, a influência exercida pelo jornalismo norte-americano sobre a *Folha*. Segundo Luiz Carlos Azenha, no prefácio à obra de Lins da Silva, dentre os princípios consagrados nos Estados Unidos que inspiraram o *Projeto Folha*, incluem-se aspectos de apresentação gráfica, a ênfase no papel de “cão de guarda” da imprensa, em sua vigilância do poder, a autocrítica pública (por meio da figura do *ombudsman*) e o estreitamento das relações com o mercado (AZENHA, 1991, p.16).

Adotado nos anos 1980, o *slogan* da *Folha*, utilizado até os dias de hoje, dá conta de resumir a imagem que a empresa buscava construir para si naquele momento: tratava-se, justamente, de consolidar o veículo como “um jornal a serviço do Brasil”. Ao lado da filiação a um ideário moderno sobre liberdade de expressão/imprensa e democracia, esse *slogan* permite-nos refletir sobre um aspecto importante da discursividade que alimenta o jornalismo: tendo se consolidado juntamente à formação dos Estados nacionais modernos, a imprensa vincula-se à ideia de nacionalidade como categoria identitária fundamental e mostra-se ligada a um princípio de universalismo.

São justamente esses fundamentos da modernidade, no entanto, que se revelam em fragmentação na pós-modernidade, como aponta Stuart Hall: “(...) o sujeito do iluminismo, visto como tendo uma identidade

fixa e estável, foi descentrado, resultando nas identidades abertas, contraditórias, inacabadas, fragmentadas, do sujeito pós-moderno” (HALL, 2005, p.46).

Por conseguinte, as culturas nacionais passam a ser cada vez mais vistas como “atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo unificadas apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural” (HALL, 2005, p.62). Renato Ortiz também se refere a esse processo, destacando a emergência do par antitético universalismo/diversidade:

(...) o Estado-nação é pensado como o lugar ideal para a realização do universal da modernidade (cidadania, democracia, liberdade). Entretanto, na situação atual, a conjunção entre nação e modernidade se cinde, a modernidade-mundo transborda as fronteiras do nacional (ORTIZ, 2015, p.29).

Nesse cenário, a diversidade emerge como emblema de nosso tempo (ORTIZ, 2015). Entender como a *Folha*, um jornal ainda ligado à nacionalidade como categoria identitária fundamental e a valores de democracia e liberdade que remetem ao universal da modernidade, adapta-se a um mundo marcado pelo desafio da diversidade torna-se uma questão pertinente. O que se observa, cada vez mais, é que o jornalismo tradicional tem buscado caminhos para se adequar a essas novas conjunções.

No caso da *Folha*, esse empenho parece se traduzir em alguns esforços recentes. O blog *#AgoraÉQueSãoElas* – “um espaço para mulheres em movimento”, como a própria página o apresenta –, criado em janeiro de 2016, parece figurar entre essas iniciativas. Acessível a partir do portal da *Folha de S.Paulo*, o blog é apresentado como “uma tribuna de muitas vozes femininas e feministas”. Além disso, o perfil do blog informa que seu objetivo é abordar “política, cotidiano e cultura narrados do ponto de vista feminino e feminista”¹²⁹. Diversas autoras, todas mulheres, produ-

¹²⁹ Cf: <<https://agoraquesaoelas.blogfolha.uol.com.br/perfil/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

zem textos para a página, que nasceu a partir do movimento de mesmo que, em 2015, propôs que colunistas homens cedessem seus espaços a mulheres em jornais e blogs.

Outro exemplo é a criação, pela *Folha*, de uma editoria de “Diversidade”, em 5 de maio de 2019. Liderada por Paula Cesarino Costa, o objetivo da editoria, segundo o diretor de redação Sérgio Dávila, é analisar matérias já publicadas, verificando quais foram as fontes ouvidas (se, entre elas, havia apenas pessoas heterossexuais e brancas, por exemplo), sugerir fontes para novas pautas e incentivar a diversidade no processo de contratação de profissionais. Ainda segundo Dávila, a iniciativa visa a ampliar e favorecer a diversificação do público-leitor do jornal (*Folha de S.Paulo*, 28/04/2019, online), evidenciando que o encampamento de medidas como essas não se faz fora também de um cálculo mercadológico.

UMA PROBLEMÁTICA DISCURSIVA

Neste trabalho, entendemos a contemporaneidade como marcada pela emergência de uma topografia político-discursiva específica, que dá sustentação e contorno a reconfigurações epistemológicas, nos modos de constituição dos sujeitos políticos e, por conseguinte, formas de ação social e política.

Dessa compreensão decorre que a problemática que discutimos aqui é uma problemática, essencialmente, discursiva: para Foucault, o sujeito é uma construção engendrada, historicamente, pelas práticas discursivas e é no entrecruzamento entre discurso, sociedade e história que se dão as mudanças nos saberes e sua conseqüente articulação com os poderes. Assim, a história da subjetivação dos homens na cultura é constituída pelo próprio discurso; por conseguinte, a relação entre linguagem, história e sociedade está na base do pensamento de Foucault (GREGOLIN, 2006, p.55-59).

Nesse sentido, a noção de “discurso”, na obra de Foucault, tem um valor diferente daquele fixado no campo da Linguística. Na verdade, o objetivo do autor nunca foi estudar a “língua”, mas os próprios “discursos”. Para ele, o termo “discurso” diz respeito às regras e às práticas

que constroem representações sobre certos objetos e conceitos, definindo aquilo que se pode dizer sobre eles, em dado momento histórico.

O conceito de discurso, em Foucault, é fundamental não apenas ao entendimento da noção de formação discursiva e do modo de organização/aglutinação dos enunciados, como também tem importância central ao desenvolvimento da análise arqueológica, pois está ligado à descrição das práticas discursivas, da movimentação dos enunciados e, portanto, da constituição do “saber” (enquanto conjunto de elementos formado por práticas discursivas). É em uma visada arqueológica, portanto, que buscamos nos inserir: nossa proposta não deixa de ser a de identificar e caracterizar os discursos que engendram o “novo imaginário político” (FRASER, 2006) emergente na contemporaneidade que pontuamos anteriormente, entendido sobretudo a partir da emergência e centralidade de identitarismos no debate político.

Mas, como Foucault procura descrever grandes plataformas discursivas e persegue essencialmente a formação dos saberes, seu método arqueológico mostra-se muitas vezes pouco operacionável em uma pesquisa de dimensões mais modestas como esta e, embora as proposições do autor constituam nosso horizonte teórico mais amplo, devemos buscar diálogos com outros autores.

Assim, destacamos a proposta de análise discursiva de Dominique Maingueneau (2008), para quem, a fim de definir o sistema de restrições semânticas de uma formação discursiva (FD), é preciso “definir operadores de individuação”, filtros que fixam critérios que permitem distinguir certos textos como pertencendo a um discurso determinado. Esses operadores determinam o dizível de um campo discursivo por meio da incidência simultânea sobre universos intertextuais – espaços próprios de cada discurso em que se estabelecem relações, circulam actantes, apresentam-se textos e narrativas – e dispositivos retóricos disponíveis para a enunciação em um dado discurso.

Quando estudamos corpora formados por textos jornalísticos, dada a complexidade e o caráter híbrido que predomina nesse tipo de pro-

dução, torna-se particularmente relevante identificar as especificidades dos sistemas de restrições que regem as diversas formações discursivas representadas, traduzidas e mediadas pelos enunciados. A investigação desses sistemas de restrição, por sua vez, passa por procedimentos analíticos que focalizam – nos termos de Maingueneau (2008) – a semântica global dos discursos, isto é, consideram simultaneamente e de maneira integrada os diversos planos discursivos.

O autor defende que “um procedimento que se funda sobre uma semântica ‘global’ não apreende o discurso privilegiando esse ou aquele dentre seus ‘planos’, mas integrando-os todos ao mesmo tempo, tanto na ordem do enunciado quanto na da enunciação” (MAINGUENEAU, 2008, p.75). Não obstante, dada a dimensão limitada deste artigo, privilegiaremos, em nossas reflexões sobre as colunas de *ombudsmans* da *Folha*, um dos planos discursivos destacados por Maingueneau. Em especial, focalizaremos o plano temático:

Uma noção como a de “tema” de um discurso é de manejo muito delicado, se se procura conferir-lhe um estatuto um pouco preciso. Pode-se utilizá-la em múltiplos níveis: microtemas de uma frase, de um parágrafo...; macrotemas de uma obra inteira, de muitas obras... Não é nosso propósito aqui refletir sobre essa noção em si mesma, e nos contentaremos com a definição mais vaga, “aquilo de que um discurso trata”, em qualquer nível que seja. Aliás, do ponto de vista de um sistema de restrições global, uma hierarquia dos temas não tem grande interesse: já que o conjunto da temática se desdobra a partir dele, sua ação é perceptível em todos os pontos do texto (MAINGUENEAU, 2008, p.81).

Essa escolha se mostra adequada e operacionalizável no pequeno espaço de que aqui dispomos quando se considera que o próprio levantamento dos textos de *ombudsmans* a serem analisados partiu de um recorte temático: todos eles tomam categorias identitárias ligadas a gênero

como eixo central de sua argumentação. Logo, a própria presença dessas colunas no jornal aparece como um dado significativo. Ao mesmo tempo, como veremos a seguir, é possível refinar essa reflexão: para Maingueneau (2008), o mais importante não é a simples identificação de um tema tratado por um discurso.

TRATAMENTOS SEMÂNTICOS DO TEMA “GÊNERO”

Em nosso levantamento, concentramo-nos no período de 24 de setembro de 1989 – data de início do mandato do primeiro *ombudsman* da *Folha*, Caio Túlio Costa – a 4 de maio de 2019 – data de término do mandato de Paula Cesarino Costa, último mandato completo de um *ombudsman* no jornal. Ao logo desse período, a *Folha* teve, ao todo, doze *ombudsmans*, sendo cinco mulheres e sete homens. Nesse intervalo, pudemos localizar pelo menos dezessete textos, publicados entre 1993 e 2018, assinados por seis autores(as), que, de algum modo, trazem a discussão sobre gênero como foco central.

Do total de colunas localizadas, metade foi assinada por Paula Cesarino Costa, que responde por textos publicados entre junho de 2016 e dezembro de 2018, sob os títulos (do mais antigo ao mais recente): “A cultura do estupro no jornal”, “Falta diversidade”, “A queda do poderoso machão”, “Dia dos pais, sem filhos”, “Gênero é uma lente sobre o mundo”, diz editora em função pioneira”, “Com o assédio na mira”, “Beijos fora do lugar” e “Barreiras jornalísticas represam investigações importantes sobre assédio”. Quatro textos foram escritos por Suzana Singer e veiculados em 2011 e 2014 (em ordem cronológica, “Mamãe, eu quero polemizar”, “Milagre da multiplicação dos gays”, “Abuso sexual: erros e acertos” e “Pesquisa sexy”), e dois, publicados em 2007, são de autoria de Mário Magalhães (“O jornalismo bipolar e os gays” e “No jornalismo, a morte é masculina”). Além desses, há um texto de 2004 assinado por Marcelo Beraba (“Imprensa, gênero masculino”), um de 1995 escrito por Marcelo Leite (“Top models, topless, top quarks”) e um de 1993 de autoria de Mario Vitor Santos (“A ‘polêmica das saias’”).

Desde um primeiro momento, considerando esse olhar panorâmico sobre a incidência dos textos levantados, é possível traçar conexões com a proposta de análise discursiva que aqui empreendemos. Isso porque a identificação do aumento da presença de um determinado tema dentre textos em um dado momento histórico – em nosso caso, o crescimento da frequência de colunas de *ombudsmans* da *Folha* que discutem questões de gênero em anos recentes – parece ser, por si só, um dado significativo.

Considerando as restrições discursivas globais de que trata Maingueneau (2008), é plausível considerar que a discussão sobre gênero torna-se mais frequente e assume um papel mais central em discursos circulantes como efeito da emergência de uma formação discursiva que privilegia questões e pautas identitárias no debate político. É nos anos mais recentes, sobretudo, que o discurso produzido no âmbito dessa FD parece ser incorporado, paulatinamente, ao campo jornalístico – ao menos se consideramos o espaço destinado ao *ombudsman*.

Ao lado dessa percepção, é possível apontar também mudanças no tratamento semântico conferido à temática “gênero” ao longo dos anos. A coluna de Mario Vitor dos Santos para o jornal em 27 de junho de 1993 é representativa de como o tema aparece entre os textos mais antigos de nosso *corpus*. Assim começa a argumentação do autor:

Vem bem a calhar a chamada “polêmica das saias”, criada a partir de uma coluna na página 1-2 do diretor-executivo da Sucursal de Brasília, Josias de Souza. O assunto, na verdade, foi trazido ao debate por uma decisão do congresso do PT, segundo a qual o partido deveria reservar 30% de seus postos de direção para serem ocupados por mulheres (SANTOS, 1993).

O autor prossegue discutindo a atenção e o enquadramento conferidos pelo jornal a tudo o que possuía relação com o PT – reflexão que ocupa a maior parte do texto. Ao abordar a referida polêmica aberta por Josias de Souza – a própria alcunha “polêmica das saias” indica que a baixa repre-

sentatividade de mulheres em diversas áreas era vista de forma caricata –, afirma que as ações afirmativas que teriam inspirado o PT na proposta em questão seriam uma importação dos Estados Unidos. Vale observar, ainda, que, a todo momento, o autor não se debruça sobre a especificidade da categoria “gênero”: ao tratar de ações afirmativas, por exemplo, refere-se a medidas voltadas a reduzir a estrutura discriminatória de modo geral ou enfatizando a questão racial, sobretudo quando cita o contexto estadunidense.

O autor segue destrinchando a polêmica, até que, no 9º parágrafo, cita as reações registradas no Painel do Leitor contra a defesa de Josias de Souza de um assim referido “critério de eficiência”. Entre os críticos do jornalista, o *ombudsman* dá conta de que Fábio Conder Comparato manifestou-se defendendo a ampliação da participação de mulheres em cargos de direção em geral, inclusive, no jornalismo.

Será, então, apenas no 10º parágrafo (o antepenúltimo do texto) que Santos esboça a possibilidade de uma crítica ao jornalismo a partir da temática de gênero. Ainda assim, trata a baixa presença de mulheres em cargos de liderança em redações dentro da chave da representatividade de minorias em geral e apresenta a possibilidade de adoção de políticas afirmativas como uma questão a se pensar:

Não é exagero dizer que as mulheres ainda ascendem nas redações com mais lentidão do que os homens, ou seja, que em condições de igualdade a prioridade é em geral dada aos profissionais do sexo masculino. Quanto aos negros, nem dizer. Assim, é melhor pensar. Quem sabe, dessa vez aquilo que é bom para os EUA não ajude também a melhorar o jornalismo do Brasil (SANTOS, 1993).

Na impossibilidade de analisar individualmente todos os dezessete textos coletados, optamos por pontuar aspectos marcantes de alguns deles que indicam tendências mais amplas observadas no *corpus* como um todo. Em especial, observamos duas tendências principais no enquadra-

mento da categoria “gênero”, as quais gostaríamos de contrastar. A coluna de Mario Vitor Santos ilustra bem a primeira dessas duas tendências, predominante nos anos 1990.

A coluna “Top models, topless, top quarks”, de 5 de março de 1995, assinada por Marcelo Leite, apresenta um tratamento similar para o tema. Aqui, o *ombudsman* trata da exposição do corpo feminino na imprensa, conduzindo uma linha argumentativa que critica a imprensa como praça pública que incentiva um “novo comércio de mulheres”. Mas o texto não se destina exatamente a discutir o direito das mulheres; na verdade, a crítica do autor não se baseia em uma chave identitária, mas sim, na denúncia da suscetibilidade do jornalismo às pressões do mercado.

O autor prossegue lamentando o que classifica como um efeito da “violência impregnada na sociedade brasileira”: o assassinato e suposto estupro de uma turista dinamarquesa, durante o carnaval. Novamente aqui, a análise do *ombudsman* não baseia sua análise em um corte de gênero: o caso é sintoma de um problema nacional. E mais: entre a “mercantilização de corpos femininos” denunciada e o episódio do estupro, não aponta mais do que uma relação de trágica coincidência:

Diante desse quadro de engano trágico, um jornalista que não esteja completamente obliterado deveria perguntar-se sobre o que, em seu trabalho, contribui para melhorar ou piorar esse estado de coisas, em que os corpos de algumas mulheres valem tanto e a vida de outras, tão pouco (LEITE, 1995).

Por outro lado, não é difícil encontrar exemplos que evidenciem a segunda – e mais recente – tendência em termos de tratamento semântico da temática “gênero” entre as colunas analisadas. Todos os textos da *ombudsman* Paula Cesarino Costa cumprem essa função. Até mesmo alguns de seus títulos – como “A cultura do estupro no jornal”, “Barreiras jornalísticas representam investigações importantes sobre assédio” e “‘Gênero é uma lente sobre o mundo’, afirma editora em função pio-

neira” – ilustram a existência de um contraste: em anos mais recentes, os textos, quando abordam a temática “gênero”, deixam de fazê-lo de modo colateral e passam a apresentar essa categoria como chave para a crítica jornalística, articulando-a a critérios e valores fundamentais desse campo.

Na coluna “Beijos fora de lugar”, de 12 de agosto de 2018, Costa cita críticas enviadas por leitores sobre uma reportagem que, ao tratar do assassinato de uma policial, teria narrado de modo contestável as ações da vítima antes do crime. A autora, então, faz um questionamento significativo:

O leitor Bruno Lages afirmou que o texto cria uma relação implícita de causa e efeito: se a mulher não tivesse dançado e beijado, talvez não tivesse sido morta. “Os desdobramentos não ditos são funestos: mulher que dança e beija talvez tenha parte da culpa na própria morte.” Se fosse homem, o texto publicado seria igual? (COSTA, 12/08/2018, online).

Ainda segundo a autora, embora justificável e relevante como pauta, a matéria passou, em seu resultado final, “mensagem equivocada na construção jornalística ambígua, popularesca e sexualizada com que noticiou os atos da policial antes do crime”, de modo que “o caso deveria aprofundar a discussão sobre gênero nas Redações”. A conclusão da *ombudsman* – de que a maioria das editoras e repórteres mulheres não permitira a veiculação de uma reportagem como aquela –, se comparada à coluna de 1993 de Mário Vitor Santos que citamos anteriormente, é exemplar da mudança no tratamento semântico que parece-nos emergir dos textos analisados ao longo dos anos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal hipótese que levantamos a partir da leitura das colunas de *ombudsman* da *Folha* assenta-se sobre a ideia de que o tratamento semântico do tema “gênero” muda nesses textos ao longo dos anos. Para melhor esclarecer essa hipótese, consideramos “gênero” um tema que se impõe ao campo jornalístico, mas que não é, nas palavras de Maingueneau (2008), “específico”. Seguindo a terminologia empregada pelo

autor, o que pretendemos dizer é que o estatuto do tema em questão no discurso jornalístico parece passar do de um “tema incompatível” para o de um “tema compatível”, já que torna-se cada vez mais convergente em relação ao sistema de restrições do jornalismo.

Por definição, os temas que não são impostos pelo campo discursivo podem estar ausentes de um discurso, mas aqueles que são impostos podem estar presentes de maneiras muito variadas: um tema imposto que é dificilmente compatível com o sistema de restrições globais será integrado, mas marginalmente, enquanto um tema imposto fortemente ligado a esse sistema será hipertrofiado (MAINGUENEAU, 2008, p. 83).

Em outras palavras, o tema “gênero”, na maioria dos textos mais antigos de nossos achados, é encampado como um tema “marginal”, já que estaríamos diante de uma imposição temática operando dentro do campo jornalístico, mas com pouca afinidade com o sistema de restrições global que rege o próprio jornalismo como discurso.

Com o passar dos anos, porém, o tema “gênero” parece assumir um papel mais central dentro das colunas, tornando-se inclusive um elemento articulador das críticas propostas – e não apenas um aspecto colateral ou pretexto a partir do qual se avalia a produção jornalística com base em critérios outros. Em suma, o que parece ocorrer é que a temática em questão parece demonstrar cada vez mais afinidade com o sistema de restrições global próprio do jornalismo.

Uma possível explicação para essa ocorrência é que o próprio sistema de restrições global em que se assenta o discurso jornalístico esteja passando por transformações (reais ou performativizadas) em seus níveis de organização fundamentais – hipótese a ser discutida de modo mais aprofundado em trabalhos futuros. Vale lembrar, nesse sentido, que o espaço do *ombudsman* não representa a posição institucional do jornal. Ainda assim, consideramos tratar-se de um espaço privilegiado para o tipo de análise que aqui esboçamos: além de representarem uma espécie de “termômetro” de visões críticas altamente legitimadas sobre o jornalismo e desempenharem papel de certo modo “regulatório” de práticas

jornalísticas, os textos dos *ombudsmans* destacam-se como espaço privilegiado de interface, negociação e diálogo com discursos circulantes na esfera da recepção.

REFERÊNCIAS

AZENHA, L. C. “Apresentação”. In: LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991, pp. 13-17.

BUCCI, E. A imprensa e o dever da liberdade: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs. São Paulo: Contexto, 2009.

COSTA, P. C. Beijos fora do lugar. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 de agosto 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2018/08/beijos-fora-do-lugar.shtml>>. Acesso em: 30 de jun. 2019.

FOLHA DE S. PAULO. Folha cria editorial com missão de estimular diversidade em reportagens. Folha de S. Paulo, São Paulo, 28 de abril de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/folha-cria-editoria-com-missao-de-estimular-diversidade-em-reportagens.shtml>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

FRASER, N. “Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça numa era pós-socialista”. Trad. Julio Assis Simões. Cadernos de Campo, São Paulo, n. 14/15, pp. 231-239, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/viewFile/50109/54229>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

GREGOLIN, M. R. Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos & duelos. São Carlos: Editora Claraluz, 2006.

HALL, S. “Some ‘politically incorrect’ pathways through PC”. In: DUNANT, S. (ed.). The war of the words: the political correctness debate. London: Virago, 1994, pp. 164-183. Disponível em: <<http://www.ram-wan.net/restrepo/hall/some%20politically%20incorrect%20pathways.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

_____. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro, DP&A, 2005.

_____. “A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo”. Trad. Ricardo Uebel, Maria Isabel Bujes e Marisa Vorraber Costa. *Educação & Realidade*, 22(2), pp. 15-46, jul./dez.1997. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71361>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

LEITE, M. Top models, topless, top quarks. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 5 de março de 1995. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/marceloleiteombudsman/1995/03/1520811-top-models-topless-top-quarks.shtml>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

MAINGUENEAU, D. *Gênese dos Discursos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

ORTIZ, Renato. *Universalismo e diversidade: contradições da modernidade-mundo*. São Paulo: Boitempo, 2015.

PIRES, E. M. “Imprensa, ditadura e democracia: a construção da auto-imagem dos jornais do Grupo Folha (1978/2004)”. *Projeto História* (n.º 35). São Paulo: PUC-SP, dez/2007, pp. 305-313. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2224/1325>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

SANTOS, M. V. A “polêmica das saias”. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 27 e junho de 1993. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/mariovitorsantos/1993/06/1521611-a-polemica-das-saias.shtml>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

SEVCENKO, N. “O rosto do mundo”. In: *FOLHA DE S. PAULO*. Primeira página. 5ed. São Paulo: Publifolha, 2000, pp. 9-11.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-88668-07-2



9 788588 668072