

Comunicação, Arte e Cidade

experiências sensíveis e produção de sentidos

João Maia
Cíntia Sanmartin Fernandes
Carla Leal R. Helal
Eduardo Bianchi
organizadores

Comunicação, Arte e Cidade

experiências sensíveis e produção de sentidos

João Maia
Cíntia Sanmartin Fernandes
Carla Leal R. Helal
Eduardo Bianchi
organizadores

Porto Alegre - 2017

LIQJIDbook 

Editor: Rafael Martins Tro

Revisão: Augusta Ketzler

Produção do e-book: Schäffer Editorial

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741

Comunicação, arte e cidade [recurso eletrônico] : experiências sensíveis e produção de sentidos / João Maria, Cíntia Sanmartin Fernandes, Carla Leal R. Helal, Eduardo Biachi (Orgs.). – Porto Alegre, RS : LiquidBook, 2017.

X90 p. : ePUB ; 1,46 MB.

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-85-61797-25-6 (Ebook)

1. Comunicação. 2. Arte. 3. Cidade. 4. Cultura. 5. Sentidos. I. Maria, João. II. Fernandes, Cíntia Sanmartin. III. Helal, Carla Leal R. IV. Biachi, Eduardo. V. Título.

CDD 302.2

2017-861

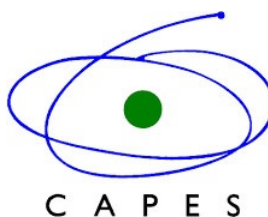
CDU 316.77

Elaborado por Vagner Rodolfo da Silva - CRB-8/9410

Índice para catálogo sistemático:

1. Comunicação : Cultura 302.2
2. Comunicação : Cultura 316.77

Apoio



Sumário

Apresentação

Comunicação nas Cidades: migração e identidades culturais

Usos e desusos da cultura na contemporaneidade

Mohammed ElHajji

Subúrbio carioca: conceitos, transformações e fluxos comunicacionais da cidade

João Maia e Adelaide Chao

A cidade e suas definições: O caso de Roma

Franciscu Sedda

Comunicação, identidade, interculturalidade e comida: um olhar sobre as sociabilidades dos equipistas da barraca do espagete na festa de Nossa Senhora Achiropita – SP

João Renato de Souza Coelho Benazzi

Experiências Sensíveis nas Cidades

Efervescência criativa e cultura participativa steampunk no contexto brasileiro

Micael Maiolino Herschmann e Éverly Pegoraro

Comunicação e socialidade: o teatro do oprimido como potência comunicativa

Cíntia Sanmartin Fernandes e Patrícia da Glória Ferreira Gomes

“Ver do Meio”: a caminhada como gesto na fotografia contemporânea

Victa de Carvalho

A foto de US\$ 4,3 milhões: sobre práticas de produção, circulação e legitimação da fotografia na arte contemporânea

Fernando Nascimento Gonçalves

Corpo e Produção de Sentido na Arte e na Mídia

Rock in Rio: mídia para produtos e emoções

Ricardo Ferreira Freitas, Flávio Lins e Maria Helena Carmo dos Santos

A ordem normativa da biomedicina no corpo do homem a partir da revista Men's Health

Roberto Carvalho Alves Filho, Francisco Romão Ferreira, Cristiane Marques Seixas e Shirley Donizete Prado

Os prazeres e caminhos a três: tecnologia móvel mediando ménage

Eduardo Bianchi

Notas

Currículos dos organizadores e autores

Apresentação

Este livro é resultado do trabalho de pesquisadores do campo da Comunicação Social que integram importantes programas de pós-graduação de universidades nacionais e internacionais, possuem ampla produção acadêmica e se encontram periodicamente em eventos para debater especialmente sobre os modos de comunicação nas cidades contemporâneas. Um desses eventos foi o II Seminário Internacional Comunicação, Arte e Cidade: experiências sensíveis e produção de sentido, que reuniu recentemente na Casa Rui Barbosa, no Rio de Janeiro, professores e alunos de universidades brasileiras e parceiros de Portugal, França e Itália.

O seminário foi realizado pelo grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Cidade – CAC, que é cadastrado no CNPq e faz parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ), e contou com o Auxílio à Organização de Evento (APQ2) da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ).

Além dos debates acadêmicos, o evento contou com a participação da sociedade civil, representada por grupos como Conexão Leitura, Associação Meninas e Mulheres do Morro da Mangueira e Movimento Baixada Literária, que se dedicam à promoção da leitura literária. Acreditamos, assim, na importância da interdisciplinaridade e internacionalização dos debates sobre comunicação e cultura e na necessidade de ouvir a voz da sociedade que experiencia o cotidiano e, desse modo, reconfigura as representações sociais da cidade.

O livro está organizado em capítulos que contêm temas que estiveram presentes nas mesas de debate do seminário. As apresentações no seminário foram relidas pelos palestrantes a partir dos debates e como resultado desse processo reflexivo e conjunto foram produzidos os textos que compõem este livro. São trabalhos que discutem a cidade contemporânea e suas problemáticas sociais, culturais e políticas.

Entre os destaques está a pluralidade cultural e a efervescência dos processos informacionais da contemporaneidade como novo tipo de sociabilidade que se estabelece entre os indivíduos de uma cidade comunicacional. As relações sociais que se dão nas cidades contemporâneas induzem a pensar os fluxos comunicacionais que ora evocam a fluidez e a celeridade, ora sugerem a solidez e a fixidez. Percebe-se uma memória compartilhada de outros tempos, outros lugares e, também, outras culturas. Ao ambiente das cidades são acrescentados elementos culturais fundamentais para a formação das fragmentações identitárias do sujeito contemporâneo. As ideias, os produtos da cultura e os costumes do homem comum, do homem que vive e compartilha a cidade, são valores agregados à constituição cultural da sociedade. A cidade comunicacional agiliza e se mostra um campo fértil para a velocidade da informação e comunicação entre as tribos urbanas e as diásporas culturais. Portanto, destacou-se a relevância dos movimentos comunicacionais e dos fluxos informacionais que circulam na cidade, agenciados por atores sociais que, em compartilhamento, constroem as representações da metrópole.

Outro destaque foi dado à questão do corpo, que é alvo de olhares renovados por parte de um amplo leque de disciplinas das áreas de saúde, das ciências da vida e das ciências humanas e sociais, como comunicação, sociologia, antropologia e história. Um dos instigantes espaços em que o corpo se mostra e revela aspectos culturais é a mídia. Outro desses espaços é o palco. Tanto na mídia quanto no universo das artes cênicas, o corpo se apresenta como *locus* de representações, de imaginários que explicitam relações sociais as quais ocultam relações de poder que instigam a percepção de espectadores e observadores sociais. O corpo é representado, imaginado, enfim, inventado na mídia e na arte por prestar-se, como artefato social, à construção de mensagens e de sentidos. Essa perspectiva entende o corpo de forma complexa, em sua dimensão simbólica e cultural, tendo o espaço urbano e contemporâneo como palco privilegiado.

As experiências ritualísticas do cotidiano foram outro foco das discussões. Entrou no debate o mito _ por meio dos ritos e dos gestos comungados, compartilhados com o outro –, que conduz ao reconhecimento dos fenômenos conformadores da poética da vida cotidiana. Problematicou-se a celebração e a ritualização que fortalecem a centralidade subterrânea presente nas diversas “tribos” que escrevem as narrativas das cidades. Centralidade que se configura por meio de uma teia de comunicação-comunhão, ou seja, de uma linguagem compartilhada, intercambiada, vivida com o outro, na presença do outro como um sujeito de intencionalidade sensível e inteligível. Nessa perspectiva, o indivíduo constrói sua narrativa a partir de uma socialidade de base que o religa ao mundo, ou seja, a partir de sua capacidade de criação, de invenção, de interação e de experiências sensíveis com/na cidade. Desse modo, os sonhos e desejos antes armazenados na esfera privada da vida passam a circular na esfera pública cotidiana ao lado da economia e da política, ocupando espaço fundamental nas

expressões dos valores e das emoções coletivas. A circulação desses sonhos, desejos, encantamentos e desencantamentos estrutura-se e amplia-se na sociedade por meio de circuitos comunicacionais que constroem territorialidades por meio dos sons, das modas e dos modos de ocupar os espaços das urbes.

O consumo também foi abordado por pautar a sociedade contemporânea nas mais diversas modulações. O consumo guia o cidadão, inventando e reinventando sociabilidades, hábitos e formas de ver o mundo. O turismo, a alimentação, a saúde, os eventos, os corpos, a arquitetura, entre tantos outros aspectos das cidades contemporâneas, são pensados e produzidos em função do sucesso de vendas e de estratégias de *marketing*. No âmbito da saúde, percebemos novos hábitos e conceitos urbanos que provocam mudanças radicais nas formas de alimentação, beleza do corpo e vida saudável. Os consultórios de dermatologistas, esteticistas e cirurgiões plásticos também demonstram uma outra face do consumo contemporâneo, na qual a valorização do corpo passa por transformações efêmeras ou definitivas em seus tamanhos e formas.

Cabe ressaltar ainda as práticas artísticas como objeto de pesquisa no campo da comunicação, apontando para reflexões sobre a arte como prática cultural e histórica que implica nos modos de organizar nossa experiência sensível. Sem deter a exclusividade da criação, a arte pode ser considerada um campo rico para o estudo dos fenômenos culturais e comunicativos por ser um operador discursivo que atua em um campo de produção simbólica no qual se forjam novas formas de ver e de estar no mundo. Na atualidade, o uso da fotografia na arte vem sendo cada vez mais reconhecido como forma de problematizar nossa condição contemporânea e de investigar os processos de produção subjetiva. Ao lado do uso frequente de tecnologias digitais, antigas questões retornam, produzindo um diálogo profícuo com práticas e modelos de outros tempos: do retrato e da paisagem às naturezas-mortas, passando pelas próprias técnicas e processos de registro e de construção da imagem fotográfica, é o valor e o sentido do documento enquanto representação e a própria experiência fotográfica que se tornam objeto do interesse e da investigação dos artistas. Se por um lado pode-se questionar se na fotografia contemporânea existiria efetivamente um novo estatuto para a imagem, ao menos é certo que nela se observa um outro tipo de relação com as imagens: a atitude na arte contemporânea com relação à imagem, particularmente a fotográfica, parece ser a de uma distância que trata a imagem como forma de pensamento sensível e não apenas como conteúdo ou informação visual. Se há algo de particular na fotografia contemporânea, parece ser exatamente o lugar que a imagem assume enquanto figura ou objeto de pensamento, e não simplesmente algo que nos informa ou que nos é dado para a contemplação.

Estudos sobre corpo, consumo, imigração, ritualidades do cotidiano e práticas artísticas compõem este livro. As questões aqui expostas estão ligadas ao processo de comunicação contemporâneo e encontram-se presentes em pesquisas de cidades brasileiras e de outros países

em suas distintas possibilidades de reflexão. Reafirmamos a importância do trabalho conjunto de todos os autores que contribuíram com as discussões aqui apresentadas. Agora esperamos o mesmo dos leitores.

Os organizadores

Comunicação nas Cidades: migração e identidades culturais

Usos e desusos da cultura na contemporaneidade

Mohammed ElHajji

O objetivo do presente artigo consiste em esboçar uma análise crítica sobre o atual fenômeno de cultuação da cultura e sua entronização enquanto doutrina social, dogma político e paradigma científico. De fato, não há como ignorar que a noção de cultura hoje goza de uma autoridade ao mesmo tempo teórica e moral que a institui enquanto sistema inédito de pensamento total e totalitário. Seja nas ciências sociais, políticas ou até no senso comum, o conceito de cultura tornou-se onipresente e incontornável, e apresenta-se como um recurso retórico, argumento ideológico e postulado filosófico que, antes de explicar o real, o constrói discursiva e simbolicamente no molde das narrativas autorreferentes e profecias autocumpridas as quais, uma vez enunciadas / anunciadas, tornam-se óbvias, autoexplicáveis e inelutáveis.

Mas como chegamos a esse ponto? Qual é o contexto histórico geral e quais são as causas sociais e políticas que permitiram ao cultural ascender a essa posição central e desmedida em nosso *weltanschauung* contemporâneo? Qual é o sentido e, sobretudo, quais são as consequências de tal fato?

Estas são interrogações que, para serem elucidadas, deve-se distinguir o núcleo epistemológico da noção de cultura de suas manifestações existenciais de ordem social e simbólica, e separar os usos de natureza verdadeiramente cultural (na sua relação ao *ethos* do grupo e identidade do indivíduo) daqueles que, antes, derivam do *habitus* social. Desse modo, a definição deste conceito é determinante para a legitimação de seus desdobramentos políticos e organizacionais e para a adoção de estratégias precisas dentro de uma perspectiva geral de luta pelo poder simbólico.

Nosso questionamento visa tanto os princípios contemporâneos de organização social e gestão da diversidade quanto o uso do cultural enquanto argumento reivindicativo de comunidades e grupos autodefinidos ou identificados como étnicos, culturais ou sociais

dotados de características e demandas específicas. O que nos remete à questão da precedência da definição do cultural, de natureza evidentemente discursiva, sobre a construção, igualmente discursiva, das noções e quadros normativos das identidades sociais, culturais e étnicas. Ainda mais quando se atenta ao fato de que a centralidade do conceito de cultura, na atualidade, se deve em grande medida à engrenagem política e ideológica que a sustenta e move.

A falência das utopias políticas socialmente engajadas, a obsolescência das palavras de ordem ligadas às noções de “classes sociais” e “luta de classes” e a sua substituição por *slogans* sedutores como o “fim da História” e “choque de civilizações” não deixaram de preparar o terreno para a “guinada culturalista” que conhecemos. Guinada esta que se transforma em um verdadeiro paradoxo conceitual quando se constata, por exemplo, a emergência de novas formas de discriminação e de “alterofobia” (MEMMI, 1994) baseadas não mais na noção de “raça” ou de qualquer outra forma de definição biológica da sociedade, mas, sim, no pertencimento naturalizado – portanto, biologizado a uma cultura de “origem”, supostamente definitiva e imutável. Assim, se o culturalismo significava, originalmente, a recusa do racismo, do “racialismo” e do suprematismo a eles relacionado, seu recente *aggiornamento* assemelha-se mais a uma adaptação dócil e apática aos discursos políticos e sociais chauvinistas hoje em posição de hegemonia.

Essas são algumas das facetas de nossa realidade contemporânea que exigem uma maior atenção para podermos avaliar as consequências psicológicas, sociais e políticas dessa virada histórica sobre o indivíduo e a sociedade. Nossa tese é que a cultuação da cultura não é sem relação com as patologias sociais e políticas as quais assolam o mundo contemporâneo, mas constitui um de seus principais eixos e vetores, sobretudo no que tange ao radicalismo identitário, ao fechamento comunitário, à regressão escatológica e à profecia autocumprida de “choque das civilizações”.

DA AMBIVALÊNCIA SEMÂNTICA

Começaremos debruçando-nos sobre os aspectos filológicos do termo, suas origens, sua genealogia, sua evolução e suas derivações em diferentes situações políticas e sociais. Desde a antiga metáfora agrária até a configuração polissêmica atual, a noção de cultura sofreu inúmeras transformações semânticas e conceituais consequentes de um contínuo processo de negociação e renegociação de seu status semiótico e epistêmico, seu valor social e sua finalidade política e ideológica. O desenvolvimento de seu sentido e significância nunca deixa de corresponder ao contexto histórico geral de sua ancoragem; o que, inversamente, o torna

um perfeito espelho discursivo no qual desejos, fobias e fantasmas da sociedade e da época de sua enunciação são fielmente refletidos.

Cultura, segundo Sodré (1983, p. 8), é “uma dessas palavras metafóricas (...) que deslizam de um contexto a outro, com significações diversas”. É um “passe livre conceitual” que “universaliza discursivamente o termo, fazendo de sua significação social a classe de todos os significados”. É um processo retórico a partir do qual cultura passa a “demarcar fronteiras, estabelecer categorias de pensamento, (...) instaurar doutrinariamente o racismo e a se substancializar, ocultando a arbitrariedade histórica de sua invenção” (SODRÉ, 1983, p. 8).

Assim, será necessário, no quadro da presente análise, apreender algumas das principais etapas da evolução do conceito e suas reverberações sociais, políticas e subjetivas. Não há dúvida, com efeito, de que a consagração da atual perspectiva culturalista em eixo central e quase exclusivo de projeção do nosso real (aparentando-se, assim, mais com a crença religiosa do que com a evidência científica) constitui uma guinada paradigmática radical em nossos esquemas de organização social, gestão política e abordagem científica.

Há de observar-se, todavia, que por “culturalismo” não nos referimos à “antropologia ecumênica de [Franz] Boas e seus discípulos” (BITTENCOURT e SILVA, 2006, p. 196), pois sabemos que sua abordagem filosófica era motivada pela revolta contra o nazismo e o racismo e, de maneira geral, pela oposição às teses “naturalistas” e biologizantes que justificavam, na época, a dominação e/ou o extermínio dos povos conquistados, temidos ou desprezados.

O alvo da nossa crítica é o essencialismo cultural que faz de uma cultura ou de certas práticas culturais a essência indelével e inerente aos indivíduos, povos e nações. Este é um artifício denunciado, dentre outros, por Dervin, que considera o culturalismo “uma forma de essencialismo”, na medida em que este “consiste em reduzir uma entidade (um indivíduo ou grupo) a elementos culturais fixos, ou até a estereótipos e representações” (DERVIN, 2012, p. 13). Sendo assim, conforme alerta Abdallah-Pretceille, as representações focadas de modo excessivo nas especificidades do Outro “conduzem inelutavelmente ao exotismo assim como aos impasses do culturalismo” (ABDALLAH-PRETCEILLE, 2006, p. 3).

A função ideológica do culturalismo contemporâneo seria, de acordo com o Coletivo Manouchian (2012), traduzir alteridade e diferença em termos culturais e não mais biológicos. Porém, paradoxalmente, esse essencialismo cultural é também uma “forma eufemizada da biologia”, uma vez que a noção de cultura é utilizada como fator atemporal, estando imune às mudanças de ordem social, política e histórica. Isto resulta no surgimento de novas estratégias sociais e políticas de discriminação, opressão e abominação do outro, fundadas não mais no racismo e no racialismo, mas na origem, pertencimento ou identificação cultural do grupo ou

do indivíduo – questão à qual retornaremos mais tarde baseando-nos nas noções essencialistas de “racismo sem raça” e “racismo diferencialista” (MANOUCHEAN, 2012).

Trata-se, de acordo com a perspectiva discursiva e cognitiva de Bragança (2000), da configuração de um novo “universal”, o qual é responsável pela recomposição de todas nossas categorias mentais e pela redefinição de nossos moldes de recepção e tradução da maioria das manifestações existenciais, sociais, políticas e subjetivas que nos cercam. Universalização ou “naturalização” da noção de cultura que acaba servindo de estratégia para ocultar a sua dimensão política e histórica, e ativar seu potencial mitológico – conforme a premissa barthesiana, segundo a qual, “o mito transforma a história em natureza” (BARTHES, 1957, p. 215). O que leva Wallerstein a alertar pesquisadores e especialistas sobre essa armadilha e insistir na necessidade de “assumir maior distância emocional em relação à cultura” e “encarar o próprio conceito de cultura, bem como os estudiosos do conceito, como objeto de estudo” (WALLERSTEIN, 2004, p. 148).

Tanto Wallerstein (1994) como Hall (1997) e Bragança (2000) fazem uma clara distinção entre o fenômeno cultural enquanto conjunto de práticas e usos sociais e simbólicos (que não param de se transformar para adaptar-se ao seu contexto histórico e para dialogar com os outros conjuntos culturais que os cercam) e o conceito de cultura (a qual é a expressão do discurso hegemônico de sua época). Ademais, todos os autores concordam que é no nível conceitual da noção que se travam as principais batalhas ideológicas do nosso tempo.

Coelho (2008), por sua vez, rejeita a atual tendência generalizada de explicar a totalidade das atividades humanas a partir da premissa culturalista. Se tudo é cultura, pergunta ele, o que é, então, o seu contrário – aquilo que, dialeticamente, não é cultural? Já que, para que certos aspectos de nossa existência sejam de ordem cultural, é preciso que outros não o sejam, a menos que essa vontade de impor o axioma cultural ou culturalista seja, justamente, uma estratégia de convencimento do receptor ou interlocutor a admitir de antemão a validade das visões ideológicas do enunciador.

A compreensão adequada da problemática exige, portanto, ao mesmo tempo o exame de seu substrato etimológico, a sondagem de sua topografia histórica e o mapeamento do ambiente sociopolítico no qual o conceito emergiu e tomou forma – ainda que uma abordagem exaustiva da questão não seja possível nos limites deste artigo.

No que diz respeito ao primeiro estrato de nossa exploração, o termo cultura contém em si o eco distante de antigas práticas retóricas, as quais hoje são ultrapassadas pela diversidade das interpretações que foram incorporadas à noção no curso de sua sedimentação. Inicialmente associado ao solo e seu cultivo, é bem tardiamente que o vocábulo adquire as conotações de distinção e aprimoramento que lhe são hoje associadas. Trata-se, na verdade, de uma surpreendente inversão semântica (EAGLETON, 2003b) que atribuiu esses privilégios

aos moradores das cidades e, paradoxalmente, deles privou aqueles que dedicaram sua vida ao cultivo da terra, julgados, então, incapazes de “cultivar” seus próprios espíritos; arraigando, assim, conceitual e discursivamente a nova hierarquia social nascente.

No entanto, a partir do século XVIII “cultura” torna-se sinônimo de “civilização”, enquanto processo global de progresso intelectual, material e espiritual. Para além do antagonismo entre o referencial religioso, artístico e intelectual romântico germânico e o modelo político, econômico e técnico pragmático francês, a equivalência civilização / cultura refletia, sobretudo, o espírito eurocêntrico do Iluminismo. Afinal, não foi o álbi civilizacional que justificou o imperialismo, o colonialismo e a maioria dos projetos de dominação ocidental sobre o resto do mundo?

Foi, justamente, a associação da ideia de civilização ao espírito imperialista ocidental e suas conquistas coloniais que acabou a separando da noção de cultura e levando à recuperação desta última pelos liberais e defensores dos povos oprimidos. “Nascido no coração do Iluminismo, o conceito de cultura lutava agora com uma ferocidade edipiana contra seus progenitores” (EAGLETON, 2003b, p. 23). Era uma revolta contra o universalismo europeu da época que desembocaria, naturalmente, nos princípios do relativismo cultural, em termos tanto filosóficos quanto antropológicos. Este desenvolvimento deu-se, antes de adotar a atual forma espetacular e ultraestetizada do pós-modernismo performativo, de modo sutil e pertinente ao quadro geral da modernidade.

Porém, longe de enfraquecer a noção de cultura (por causa de sua inevitável fragmentação), o relativismo cultural acabou, ao contrário, por acelerar e reforçar o processo progressivo de sua substancialização e transformação em entidade concreta, quase viva ou divina^[1]. As lutas pela independência, as revoltas de grupos subalternos e os movimentos civis e sociais em geral abraçaram o argumento culturalista no afã de solapar o cânone ocidental e a supremacia da elite branca e masculina. O resultado foi uma formidável explosão de narrativas identitárias e de experimentações estéticas que deram a palavra aos grupos historicamente marginalizados, discriminados e subalternizados sob o risco de afundarem em uma total cacofonia.

Os anos Reagan-Thatcher e a queda do muro de Berlim, por outro lado, permitiram a evacuação do político e a entrega do campo de batalha ideológico ao cultural, tanto no que tange às arenas nacionais de disputa e negociação do Poder quanto no que tange ao palco geopolítico internacional. No plano nacional, os sindicatos e partidos políticos tradicionais abdicaram de sua autoridade moral face ao avanço das novas instâncias culturais, sociais e religiosas; enquanto no nível internacional, fez-se cada vez mais necessária a invenção de novas ameaças e alteridades culturais (não mais políticas ou ideológicas) para manter o frágil e aparente equilíbrio de um mundo em transição (RUFIN, 1991).

Tornou-se crucial, portanto, não somente repensar e reinventar os projetos vigentes de sociedade (mesmo que para isso fosse necessário negar a existência desta^[2]), o sentido do Estado-Nação e o lugar dos indivíduos e grupos no novo cenário, mas também resolver o dilema existencial de um modelo civilizacional que sempre se definiu por contraste e oposição ao Outro e que se encontrava, repentinamente, privado de um adversário digno de suas ambições imperiais; ao exemplo de Roma depois da destruição de Cartago, o último inimigo a sua altura (RUFIN, 1991).

A sensação de vazio existencial vivida pelo Ocidente após a queda do muro de Berlim e a implosão do bloco comunista foi, de fato, comparável à experiência de destruição de Cartago vivida pelo império romano dois milênios antes. A sociedade Ocidental se viu, então, obrigada a “elaborar” esse sentimento de perda, fazer seu “trabalho de luto” e construir novas ameaças e novos inimigos (seus “novos bárbaros”, usando a expressão de Rufin) para continuar a acreditar no sentido e razão civilizacional de sua existência e missão.

A tradução ideológica deste estado de vazio foi, de um lado, a proclamação do “fim da História” (FUKUYAMA, 1993) e, de outro, a declaração do “choque de civilizações” (HUNTINGTON, 1997). Mesmo o segundo pretendendo rebater a tese do primeiro, as duas narrativas são, na verdade, íntimas e complementares: era preciso primeiro negar toda e qualquer possibilidade de surgimento de novos modelos sociais de caráter político para, em seguida, redesenhar a ordem mundial a partir de seu ângulo identitário e cultural, designando assim os “bons” e os “maus” – os protetores da Civilização e as hordas de bárbaros que ameaçam sua sobrevivência e prosperidade.

São esses, justamente, os dois termos da equação discursiva responsável pelo afastamento dos fatos, ações e relações sociais de sua significância política e histórica; sua naturalização, mitificação ou estetização a-histórica. A dominação da cultura, de acordo com Bragança, não pode ser dissociada “do ‘fim da História’ e da transformação mítica do presente, sob o efeito da estética, tecnologia, etc.” (2000, p. 19). A cultura constituiria, hoje, uma estratégia pela qual o “evento é controlado”, segundo o mesmo autor.

Com efeito, “a cultura é, antes de tudo, uma forma de articular, de integrar e de totalizar tudo que se encontra em estado de dispersão [...] num momento no qual o projeto historicista chegou ao fim, sem ter aparecido nenhum substituto à altura” (BRAGANÇA, 2000). O que explica sua evocação em toda parte e por todos, na esperança de poder ainda recolocar os escombros do nosso real contemporâneo – tornando-se, assim, meio e finalidade da maior parte dos movimentos sociais e políticos, ou até mesmo do Social e do Político.

DA CONVENIÊNCIA SOCIAL

Reconfiguração conceitual se traduz, na prática, por uma dinâmica sociopolítica em “dupla hélice” de fixação da noção de cultura no centro da cena contemporânea e da transubstanciação desta em crença viva de nossa época. Assistimos, de um lado, a uma profunda politização do fenômeno cultural e ao sentido dado a suas práticas e manifestações e, de outro, à culturalização abrupta do político – fatos, atos e ações confundidos, sobretudo quando os autores fazem parte de outra humanidade: os novos bárbaros (RUFIN, 1991).

O movimento duplo (politização da cultura e culturalização da política) é, ao mesmo tempo, social, político e conceitual. Este tece e borda a tela de fundo de nosso real e de nossa realidade atual. Não se trata apenas da imposição da premissa culturalista pelos grupos e regiões hegemônicas (como esboçamos acima), mas também da difusão do princípio culturalista e de sua assimilação enquanto discurso autorreflexivo por parte daqueles que se revoltaram contra essa hegemonia e a combatem. De fato, é alarmante constatar que os movimentos comunitários, geralmente minoritários, encontram-se hoje fortemente atraídos por discursos autoritários e mitologias exclusivistas os quais, em vez de negociar suas relações com o Outro, o renegam e lhe recusam até o direito de existir.

Esta deriva reacionária faz os nacionalismos exclusivistas e comunitarismos regressivos serem cada vez mais seduzidos uns pelos outros. Longe de serem incompatíveis ou opostos, eles constituem as duas faces de uma mesma realidade distópica dominada pela intolerância conservadora e pela autossuficiência retrógrada. Os sentimentos de solidariedade forjados na consciência histórica de compartilhamento das mesmas condições sociais e destino político comum são substituídos, hoje, pelos espectros e fantasmas de pertencimento mítico e/ou biológico (ELHAJJI, 2008).

Discursivamente, trata-se do antigo fenômeno de contágio ideológico e/ou reapropriação argumentativa que sempre fez parte das estratégias contestatórias dos povos conquistados. Seja pelo viés religioso (ao invocar a fé e as divindades do conquistador) ou político (ao retomar os próprios princípios filosóficos dos vencedores), o oprimido sempre procura, na tentativa de sobrevivência e no processo de negociação de vantagens materiais ou simbólicas, convencer o mais forte usando os mesmos argumentos que foram utilizados contra ele.

Não podemos esquecer, evidentemente, que mimetismos, empréstimos e hibridismos fazem parte de uma dinâmica constante e global de difusão cultural. A única impossibilidade é a incomunicabilidade entre os povos e nações que compõem a família humana, sendo inconcebível a ideia de pureza cultural, absoluta analogia identitária ou total equivalência genética. Appadurai nos lembra, nesse sentido, que “semelhanças e diferenças se sobrepõem umas às outras, indefinidamente [...]” (2005, p. 43).

A novidade, dentro do contexto contemporâneo, é a aceleração do processo e rápida generalização dos códigos discursivos e estéticos. Existe, doravante, uma esfera pública

virtualmente compartilhada por todos na qual normas e códigos, uma vez enunciados, são rapidamente universalizados, recuperados, interiorizados e, eventualmente, voltados contra seus próprios autores e inventores, ou, ainda, reapropriados, traduzidos e ressignificados enquanto princípios éticos próprios; seja por convicção verdadeira ou mero cálculo político. Assim, a noção de cultura foi e continua a ser utilizada tanto no sentido de discriminação e exclusão quanto no de reivindicação e luta por mais igualdade, justiça e bem-estar material.

De fato, a politização da cultura está diretamente ligada à “invasão” da ágora ocidental por multidões de diferenças provocantes e alteridades ostentatórias, cujo resultado foi a revogação solene da própria ideia de supremacia macho-ocidental e a instituição da diversidade (por vezes caótica) como norma social, política e estética. Além das formulações de políticas públicas de “reconhecimento” (TAYLOR, 1994) e da criação de centros e departamentos de estudos culturais e de gênero, a politização da cultura se manifesta, igualmente, por meio da conversão de nomenclaturas identitárias e culturais em argumentos históricos, às vezes sacralizados, e referências jurídico-legais na luta pelo poder simbólico.

O uso da cultura como nova *épistémè* global e como moeda de troca no mercado da diversidade é um fenômeno hoje exacerbado pelo fato transcultural (não necessariamente no sentido do pertencimento simultâneo a várias culturas, mas, antes, no sentido da experimentação subjetiva), traço constitutivo da realidade global mundial, o qual resulta da interconexão dos diferentes espaços culturais do mundo e da intensificação dos fluxos e refluxos de grupos e indivíduos marcados pelo pluripertencimento, pelas múltiplas identificações e pela diversidade subjetiva. A aprendizagem multicultural adquirida pelas minorias culturais, étnicas ou nacionais dentro de suas sociedades globais de acolhimento, por exemplo, é rapidamente transferida aos seus países e regiões de origem para compor novos argumentários de negociação e luta pelo poder simbólico local.

Neste aspecto, os meios de comunicação revelaram-se um vetor de extrema eficácia para a disseminação de novos valores universais e para a sua implantação e aclimação em diferentes regiões do globo. Além de fundir local e global em um mesmo espaço imaginário, a linguagem e a estética dos meios de comunicação são fundamentalmente multiculturais e constitutivas da ideia de *ethnoscape* proposta por Appadurai (2005). Mesmo quando o conteúdo inconsciente ou deliberado resulta da lógica e gramática eurocêntrica, sua recepção, decodificação e tradução são sempre conjugadas conforme a sintaxe local.

Conforme explica Yúdice (2004), apesar do processo de globalização ter uma potente inclinação à homogeneização, ele não deixa de conter em si uma não menos forte dinâmica de diferenciação no seio das sociedades que ele atravessa. Não somente ao exacerbar o desejo de afirmação dos povos e nações da periferia em relação ao centro, mas igualmente ao universalizar e instituir o direito à diferença enquanto componente dos direitos elementares

indispensáveis à dignidade dos indivíduos e grupos. Não é por acaso que a cultura, “entendida (...) como diferença do grupo que consegue superar normas totalizadoras, tornou-se pedra de toque das reivindicações pelo reconhecimento e recursos” (YÚDICE, 2004, p. 87).

Dentre esses efeitos inéditos, pode-se observar tanto a conquista de autonomia por grupos subalternos como a expressão de novas formas autorreflexivas de organização social que destoam das modalidades tradicionais de controle, ainda que a máquina globalizante tente sempre homogeneizar ou alterar seus desenhos sociais e políticos (Ibid., p. 59). Segundo Hall (2003), trata-se, na verdade, de estratégias ancoradas primordialmente na nova ordem estética global e centradas na adaptação da diferença ao gosto do olhar hegemônico – dada a centralidade do aparelho midiático na construção do nosso real global.

As cidades globais são os melhores laboratórios de produção e experimentação dessas novas formas societárias, nas quais o social, o político e o econômico encontram-se, doravante, indissociáveis do cultural. O identitário, o étnico ou o confessional são, ao mesmo tempo, códigos estéticos, obediências e conexões políticas, nichos de mercado e especializações profissionais. O sucesso (pessoal e/ou profissional) passa, muitas vezes, pelo domínio desse conjunto de regras e códigos – sutis, mas tacitamente consensuais.

Paralelamente a esta reconfiguração do espaço simbólico contemporâneo, o fator cultural vai também, em função do desengajamento do Estado neoliberal, se transformar em epicentro socioeconômico destinado a dotar os indivíduos e comunidades de competências especiais e a acomodá-los ao Mercado, no afã de lhes garantir um mínimo de integração social e bem-estar material. Estados e sociedades são assim impelidos a apropriar-se da cultura e de suas numerosas derivações para a elaboração de manobras mercadológicas originais que estimulem a economia e criem novas ligações entre setores antes desconexos (YÚDICE, 2004).

Desse modo, inúmeras redes de parceria entre segmentos particulares da sociedade civil, empresas privadas nacionais e internacionais, organismos governamentais e não governamentais encontram-se hoje mobilizados em torno de diversas comunidades de caráter étnico, cultural ou social, sendo seu objetivo comum a incorporação dos grupos-alvos a essa nova gramática sociopolítica pelo viés de seu “capital cultural”, sua “economia criativa” e seu “espírito de inovação”. Esses são conceitos-rótulos que integram e reforçam o processo de instrumentalização da cultura, fundado em uma visão quantitativa a dar inveja aos métodos mais radicais de gestão empresarial, e cujo campo de ação engloba uma larga gama de manifestações artísticas, culturais e sociais.

Cinema, teatro, música, artesanato, patrimônio arqueológico, turismo, meio ambiente, moda, cozinha ou esportes fazem parte dessas atividades que, uma vez organizadas e apresentadas de acordo com o modelo estético-midiático vigente, se revertem em benefícios, decerto desiguais, para as comunidades em questão e para as empresas implicadas em seu

apoio ou resgate. Esses se dão, principalmente, por meio de ganhos em isenções fiscais, *marketing* institucional, imagem social, publicidade direta e indireta, assim como pela transformação de todo um conjunto de atividades não comerciais em nichos reais e potenciais de mercado (YÚDICE, 2004).

Canclini (2004) conclui, a este propósito que, doravante, a compreensão das ligações entre Estado e sociedade não pode mais prescindir do exame das novas formas de rearticulação entre público e privado, sobretudo daquelas de ordem cultural. A cultura se transforma, assim, em plataforma, a partir da qual o político, o social e o econômico se agenciam e encarnam o mesmo espírito do capitalismo contemporâneo e do todo-mercado que o domina.

DA RECUPERAÇÃO POLÍTICA

A principal manifestação do novo agenciamento sociopolítico sustentado pelo dogma cultural permanece, no entanto, como instituição do multiculturalismo enquanto sistema de organização social e político próprio à época atual e como perspectiva teórica de análise e compreensão das mudanças históricas em curso. Esse discurso se justifica pela necessidade de garantir a todos os grupos e comunidades de natureza étnica, cultural e/ou confessional as mesmas chances e oportunidades de preservar sua memória “original”, cultivar sua identidade, desenvolver seus próprios quadros de representação simbólica, prosperar socialmente e expressar-se livremente. Igualdade de *status* e de chances não somente entre os diferentes grupos que compõem o mosaico social, cultural e étnico contemporâneo, mas também nos núcleos majoritários ou hegemônicos.

O multiculturalismo, introduzido na agenda social e política europeia e norte-americana depois da Segunda Guerra, veio questionar a pretensa universalidade dos ideais do iluminismo e os supostos igualitarismo e neutralidade do modelo republicano. De um lado, denunciava as injustiças políticas e sociais dissimuladas por trás da fachada do democratismo burocrático e, por outro, desvelava a natureza profundamente heterogênea e desigual da sociedade contemporânea.

Dentre as transformações políticas decorrentes dessa nova conjuntura da esfera pública, pode-se citar, primeiro, o declínio do mito da cidadania universal e da alegada neutralidade da Cultura – estandarte do universalismo pós-iluminista que pregava a “Cultura para além das culturas”, mas, na prática, só beneficiava certo “particularismo que se universalizou com sucesso e tornou-se mundialmente hegemônico” (HALL, 2003, p. 77); segundo, o desmoronamento do ideal republicano clássico do Estado-nação, ao revelar sua natureza discursiva, narratológica e ideológica. Enfim, a inclusão da questão da diferença, seu valor, sua

significação e seus limites no cerne das discussões sobre a identidade nacional, a lealdade dos grupos e indivíduos e os imperativos de integração e/ou assimilação.

Outros fatores de ordem histórica também contribuíram para que esse debate se tornasse inevitável. O primeiro está diretamente ligado ao fim do sistema imperial europeu e às lutas por independência; daí a proximidade conceitual entre o multiculturalismo e o pós-colonialismo. O segundo está relacionado ao fim da Guerra Fria, a partir da qual o processo de realinhamento de novas forças hegemônicas começou a tomar forma; frequentemente, utilizando-se do potencial dos conflitos regionais de caráter cultural (e/ou étnico e religioso) ou privilegiando a leitura culturalista das lutas, contestações e desacordos – a maior parte do tempo, na verdade, de ordem econômica, territorial ou social. E por fim, o terceiro fator corresponde ao processo de globalização, às formas transnacionais de produção e aos novos mercados financeiros (HALL, 2003).

Hall (2003) argumenta, por outro lado, que sem o advento do paradigma multiculturalista e a inclusão da temática da diferença na ordem do dia da política contemporânea teria sido difícil nossas sociedades avançarem no que tange à diversidade e à pluralidade. Assim, na tentativa de “recuperar uma nova ‘lógica’ política multicultural dos escombros do léxico político [...], arruinado pela erupção dessa mesma questão multicultural” (HALL, 2003, p. 51), o cofundador dos Estudos Culturais cita o exemplo da evolução dos parâmetros de identificação de indivíduos e grupos no contexto pós-colonial e a substituição da noção de “raça” por “etnia” (HALL, 2003).

“Raça”, segundo Hall, associa-se à aparência física, à herança genética e a certo determinismo biológico. Sendo assim, o racismo nada mais é do que uma “categoria discursiva que explica a diferença entre as pessoas segundo critérios de natureza genética e biológica” (HALL, 2003). “Etnia”, por sua vez, remete a um conjunto de características ou práticas de ordem linguística, cultural ou religiosa. Se antes a questão era tratada do ponto de vista da biologia e da primazia de uma “raça” sobre os outros, atualmente o debate teria sido transferido ao registro das práticas culturais.

Por nossa parte, no entanto, acreditamos que mesmo não podendo negar ao multiculturalismo certos efeitos revolucionários sobre o eurocentrismo herdado do iluminismo, tampouco devemos deixar de emitir algumas reservas quanto à sua eficácia e seu benefício em longo prazo. É necessário, de um lado, reconhecer que a adequação das categorias tipológicas aos imperativos da correção política não constitui, em si, uma garantia de aceitação do Outro e de sua admissão no seio da comunidade dos iguais e semelhantes. E, de outro, é necessário não negligenciar as possibilidades de desvio do discurso multiculturalista de seus reais objetivos e sua recuperação pelas retóricas hegemônicas de classes e grupos dominantes.

Não há certeza que os estigmas da discriminação e opressão desapareçam prontamente pela simples mudança da nomenclatura que designa seus portadores. A linguagem e o discurso são, certamente, importantes no processo de produção do real, mas têm seus limites – sobretudo se considerarmos o uso malicioso de amálgama entre a superfície do texto e seu conteúdo cognitivo. A promiscuidade e o contágio existente entre os referentes biológicos (raciais) e simbólicos (culturais), quando se trata de reificar a identidade do Outro no afã de justificar sua exclusão e/ou sujeição, são exemplos da malignidade desse tipo de instrumentos discursivos.

Quanto ao risco de desvio do discurso multicultural de seus objetivos iniciais, lembremos que uma das principais críticas a ele destinadas é a sua suposta recuperação pelo *establishment* e sua utilização como antídoto contra as palavras de ordem de luta de classes e igualdade social – principais argumentos contra-hegemônicos da esquerda ortodoxa. Assim, a pretensa natureza emancipadora do multiculturalismo, proclamada pelos defensores das diferenças culturais e identitárias, se diluiria, por vezes, em perniciosas estratégias retóricas em favor da manutenção do status quo econômico, social e político.

Em um outro nível, a adoção do modelo social multicultural representaria um perigo potencial ao princípio das liberdades individuais, sem as quais as democracias ocidentais não teriam mais sentido real. Aceitar a primazia do comunitário sobre o individual, negar ao indivíduo seu direito absoluto de escolher seus pertencimentos e filiações sociais e afetivas equivaleria a abdicar do cerne da democracia e da modernidade. Tal dilema não se restringe às situações de flagrante violação dos direitos da pessoa, como no caso da repressão paterna ou familiar (em nome de tradições, cultura ou religião) contra as mulheres, por exemplo, mas também quando os membros de comunidades étnicas ou oriundos das diferentes diásporas que compõem a paisagem urbana global se veem, na prática, contestando ou relativizando seu direito à expressão em nome próprio, sendo obrigados a se posicionar a partir e em função de sua presumida filiação ou, pior ainda, sistematicamente ouvidos e interpretados a partir de uma origem imposta e não autodefinição voluntária.

Não podemos ignorar, por outro lado, a questão da genealogia e da origem histórica do conceito do multiculturalismo. Fruto de uma história social e política específica, sua compatibilidade com a realidade de todas as regiões do mundo (principalmente da América Latina) não devia ser aceita *a priori* e passivamente, mas sim debatida e negociada. A adoção da noção e das práticas organizacionais que dela decorrem deveriam fazer objeto de um longo e cuidadoso processo de adaptação, tradução e adequação às especificidades das dinâmicas sociais e culturais locais, e não, como é geralmente o caso, naturalizadas e aceitas de forma acrítica.

Nesse mesmo sentido, insistimos na necessidade de revisitar alguns dos conceitos mais caros à “ideologia multiculturalista” a fim de apreciar seu embasamento semiótico e semântico e avaliar sua sintonia em relação à época atual e ao ambiente social, político e histórico de seu acolhimento. “Comunidade” e “minorias”, notadamente, precisariam de uma séria recalibragem epistemológica para reencontrar sua pertinência sociológica e coerência histórica local (ELHAJJI, 2012).

De fato, não é difícil perceber que o referente comunitário, tal como é utilizado e em função da literatura que o sustenta, reenvia clichês nostálgicos de uma Europa ainda majoritariamente rural e etnicamente homogênea, estando em absoluto contraste e contradição com a realidade urbana planetária do século XXI – marcada por uma efervescência social e humana inédita na história mundial.

No que concerne à noção de “minorias”, juntamo-nos a Eagleton (2003a) e Wallerstein (2004) no alerta contra os riscos ideológicos de vitimar sistematicamente as minorias e de associá-las à ideia de opressão e discriminação. Como enfatizam os dois autores, não é raro que as minorias sejam favorecidas e ligadas organicamente ao *establishment*, enquanto a maioria é oprimida e tiranizada. Os casos da África do Sul na era do Apartheid, da Índia da época do império britânico, das nações africanas e asiáticas na época colonial e da América Latina atual constituem alguns exemplos flagrantes dessa incômoda verdade.

Não se trata de ignorar o sentido figurado da noção e sua carga filosófica relativa à privação de autonomia, ao direito à palavra ou ao controle físico, como também não se trata de contestar sua eficácia ideológica em contextos socioculturais e políticos específicos. É difícil, no entanto, resistir à tentação materialista de apreender o termo em sua concretude e objetividade histórica e estatística, em vez de se curvar docilmente à metáfora pós-estruturalista francesa.

DO PARADOXO SUBSTANTIVO

Apesar da pertinência e necessidade de analisar de forma crítica a politização da cultura, conforme acabamos de fazer, estamos certos de que seus aspectos dialeticamente positivos, construtivos e corretivos devem lhe ser reconhecidos; notadamente, seu uso para fins sociais e de negociação do sentido da cidadania. Já a culturalização da política ilustra, a nosso ver, todo o perigo da regressão que representa a substancialização da cultura.

O problema começa com o próprio uso do substantivo “cultura”. Enquanto a forma adjetiva do termo “cultural” remete a uma prática particular dentro de um quadro social e

histórico determinado, ressaltando assim a propriedade do fato a níveis específicos e limitados da ação humana dentre vários e variados, o substantivo “cultura” ambiciona cobrir a totalidade do fenômeno e de suas manifestações, dotando-o de uma aura atemporal e metafísica quase ontológica. Appadurai sustenta, nesse sentido, que “o adjetivo ‘cultural’ nos abre as portas do reino das diferenças, dos contrastes e das comparações”, enquanto o “substantivo ‘cultura’ parece sustentar associações com uma concepção ou outra da substância^[3]” (APPADURAI, 2005, p. 44).

De fato, a substancialização da cultura significa a sua percepção enquanto entidade viva e autônoma à qual os indivíduos e grupos pertenceriam, como as células pertencem a um organismo (CONTRERAS, 2001). Esta é uma essência imutável de contornos definitivos e inabaláveis que precede o indivíduo e a ele sobrevive, indiferente às áleas do tempo e insensível à ação do homem, que, de todo modo, só adquire sentido enquanto emanção ou manifestação desse espírito original e causa primeira que é a cultura-essência ou essência-cultura.

Um dos motivos dessa sublimação da cultura e sua transformação numa entidade ou crença mítica-mitológica é a nossa incapacidade de discernir *de visu* as mudanças que nela intervêm de maneira progressiva, lenta, muitas vezes imperceptível à escala da vida do indivíduo, mas que nunca cessam de redesenhar incansavelmente as estruturas imaginárias e simbólicas de nosso ambiente.

Do mesmo modo, somos incapazes de assimilar espontaneamente as noções de tempo geológico ou cósmico, devido a nossas restrições fisiológicas e finitude existencial. Limitações de nossa perspectiva temporal resultam na ilusão ótica de que o modo de organização social que conhecemos seja inerte e atemporal, enquanto ele se inscreve, evidentemente, no curso evolutivo da história, estando em contínua mutação. Assim, os eventos e fenômenos sociais que contrastam com os padrões a partir dos quais entendemos “a ordem das coisas” acabam tornando-se insuportáveis, uma vez que perturbam a nossa fé e crença na teleologia de um mundo organizado, longe do caos e, sobretudo, dotado de um sentido original – da mesma forma que buscamos sentido para o mundo e para nossa própria existência nos mitos e narrativas religiosas.

Porém, conforme lembra Gutiérrez (2009), nossos ancestrais provavelmente não apenas se reconheceriam em muitas das atitudes e comportamentos que atribuímos à nossa cultura e identidade, mas ficariam até ofendidos por serem associados a esses. Lacassagne explica, neste sentido, que a tendência à substancialização da cultura é proporcional ao grau de internalização dos hábitos sociais que a constituem. Esses aparecem como obviedades eternas ou obras da natureza e não mais como processos sociais, “isto é, longas cadeias de interdependência entre as pessoas” (LACASSAGNE, 2008), comportamentos e atitudes que

nos parecem mais naturais ainda na medida em que “enquanto pessoas, somos, desde a nossa nascença, submetidos a uma aprendizagem, em função de nossa vida social, para nos inculcar esses hábitos culturais” (LACASSAGNE, 2008, p. 303).

De fato, as coisas da cultura nem sempre foram do jeito que são hoje. Muitas vezes, o banal e corriqueiro de hoje não deixava de provocar suspeita e estranheza em outras épocas históricas e outros contextos sociais. O autor lembra, a esse propósito, a análise feita por Norbert Elias a respeito do uso do garfo – “novidade” que levou pelo menos cinco séculos até naturalizar-se e tornar-se uma “obviedade” para todas as camadas sociais europeias (LACASSAGNE, 2008).

Certas consequências da substancialização da cultura, no entanto, são mais dramáticas do que a simples rejeição de um utensílio de mesa e podem ser observadas e constatadas em muitos níveis, em diferentes espaços e por parte de diversos atores da sociedade humana. Sobretudo depois que o vazio ideológico deixado pelo colapso da experiência socialista e a repentina inutilidade dos paradigmas políticos tradicionais permitiram à noção triunfar e reinar como visão única do mundo contemporâneo; impondo-se, assim, enquanto parâmetro soberano na formulação, na efetivação das políticas nacionais e internacionais e na exploração de argumentários e manifestos pela defesa de todo tipo de causa.

Guerras civis, invasões e resistências armadas, movimentos separatistas, reivindicações territoriais ou disputas por recursos naturais são justificados em termos culturais e identitários. Desintegração de antigas uniões ou federações, proclamação de independência de novos Estados ou revoluções internas procuram na cultura motivos e álibis. Intervenções militares em países governados por regimes indomados, lutas contra o terrorismo, “guerras preventivas” ou aniquilação de rebeliões julgadas ilegítimas são, igualmente, explicadas pelo prisma culturalista.

Convicção sincera ou álibi maquiavélico? Culto verdadeiro ou estratégia insidiosa? Por um lado, a ambiguidade lexical e o apelo emotivo do discurso culturalista garantem fácil aceitação e adesão do grande público a seus argumentos. Por outro, os responsáveis políticos que não julgam útil revelar a verdadeira razão de suas ações encontram no cultural uma temática e um refrão ideais para a utilização retórica da linguagem, do código e das regras midiáticas em uma época na qual quanto mais comunica-se menos deixa-se transparecer o fundo de seu pensamento. Em um mundo onde a política é assujeitada ao econômico e ao financeiro, os profissionais do poder sentem-se mais confortáveis e menos cautelosos (em termos eleitorais) para divagar sobre a moral, religião, cultura e identidade nacional, em vez de afrontar as verdadeiras causas do marasmo instaurado ou de propor soluções concretas para o desespero da população submetida ao desemprego e à falta de perspectivas sociais (Cf. FRANK, 2005).

Não se trata de ignorar o componente cultural e identitário das manifestações públicas e políticas por parte dos Estados, países, nações ou grupos cultural e/ou etnicamente identificados e caracterizados. Além de ser constitutivo de nossa subjetividade, de nosso estar-no-mundo e de nossa visão de mundo, o cultural nunca deixa de atuar em todos os níveis de nossas relações interpessoais e intercomunitárias. Seu papel é ainda mais decisivo e eficiente quando se trata de formular discursos adequados para, de um lado, mobilizar as forças nacionais ou comunitárias, reforçar o sentimento de solidariedade interna, identidade e coesão a fim de legitimar as ações e atitudes tomadas e, de outro, sensibilizar, convencer, persuadir ou dissuadir a sociedade em geral, a opinião pública (local, nacional ou internacional) e o adversário contra o qual é necessário se posicionar para alcançar o objetivo visado – seja em termos de luta pelo poder simbólico ou de conquistas materiais reais e concretas.

O problema, no entanto, é a perspectiva totalizante do todo-cultura, que reduz tudo e qualquer coisa ao argumento e paradigma culturais, dando a impressão de que não existiriam outras explicações possíveis ou de que o cultural, em si, pudesse elucidar o conjunto dos acontecimentos mundiais, passados, atuais e futuros. Não é difícil perceber que nosso condicionamento é tão absoluto que o primeiro reflexo do especialista, jornalista ou cidadão comum é o de recorrer ao conceito mágico de cultura.

Porém, conforme já assinalamos, se tudo é cultural, nada é verdadeiramente cultural, na medida em que toda categoria mental precisa, obrigatoriamente, de seu contrário ou oposto dialético (aquilo que ela não é) para adquirir sentido e significação. Caso contrário, ela perde toda pertinência social e histórica e não acrescenta nada de importante ou original aos fatos autodescritivos do evento ou problemática em debate. Não se pode esquecer também que o argumento cultural serve, muitas vezes, de estratégia retórica, visando a desqualificação do interlocutor impertinente ou a simples colocação de um ponto final no debate. Tal recurso sustenta que se um fato é de natureza cultural, não é necessário, nem possível, explicá-lo, uma vez que, paradoxalmente, a explicação cultural seria uma prova, em si, da inexplicabilidade (racional) do fato.

Uma vez que a noção de cultura é essencializada ou substancializada, ela deixa de obedecer às regras mais elementares da antropologia, sociologia ou qualquer outra ciência social para as quais a natureza própria do cultural é seu dinamismo, diversidade, complexidade e evolução histórica. O cultural adquire, assim, como por encantamento, atributos do natural – resultado inelutável da reificação do conceito. Este é projetado e fixado fora de qualquer tempo e espaço, ascendendo, desse modo, ao *status* metafísico de universalidade e ahistoricidade por excelência. Razões pelas quais Appadurai (2005), Balibar (1988) e Wallerstein (2004) denunciam, em uníssono, o processo de naturalização da cultura, alertando, principalmente, para o fato de que a “cultura” tornou-se, na prática, um substituto da noção desacreditada de “raça”, um equivalente operatório a serviço dos discursos de ódio e

abominação do Outro, que visam manter as mesmas estratégias racistas de dominação, inferiorização e opressão dos detratores dos ideais puristas e suprematistas vigentes.

O primeiro autor lamenta o paradoxo de ver a noção de cultura dotada de todos os atributos semânticos antes investidos na noção de raça, contra a qual se suponha que aquela lutaria. O segundo afirma que existe, doravante, um “racismo sem raça” ou um “racismo diferencialista” (e, por princípio, essencialista) que não baseia seus fundamentos em uma herança biológica, mas sim na ideia de irreducibilidade alegada das diferenças culturais e da incompatibilidade irreconciliável de tradições e visões de mundo dos diferentes povos do planeta. O último, enfim, explica que o apelo às teses culturalistas se deve à falência das teses biológicas, vítimas da obstinação do nazismo em colocá-las em prática. De qualquer modo, a vantagem do “racismo cultural” reside em sua capacidade de operar no nível dos clichês midiáticos, do senso comum e dos preconceitos admitidos, acriticamente assimilados e naturalizados; o que lhe concede sua excepcional habilidade de elasticidade, adaptabilidade e maleabilidade.

A afirmação e consolidação do processo de culturalização da política constituem, na verdade, a negação do político, a recusa da possibilidade de enquadramento racional ou, em termos racionais, das relações entre nações e povos e dos conflitos, os quais não podem deixar de surgir entre grupos e comunidades de histórias e interesses diferentes, simplesmente pelo fato de coexistirem e dividirem o mesmo espaço-mundo. Ela equivale a negar ao Outro toda e qualquer possibilidade de ser percebido objetivamente, não necessariamente de ser compreendido ou aceito, mas, ao menos, de ter suas atitudes e os motivos de seus atos apreendidos em termos históricos, sociais e políticos.

A culturalização da política acaba, justamente, negando ao Outro sua posição de protagonista na História e o concebendo como aberração da natureza ou interferência na dinâmica normal da História, ao exemplo do “ruído” – elemento perturbador do processo certo e adequado de comunicação tecnológica. Não é preciso lembrar, no entanto, que quando se trata de comunicação humana (com seus componentes históricos e subjetivos) e não tecnológica, o “ruído” não pode ser reduzido a um problema de ordem técnica, mas sim apreciado enquanto sintoma de mal-estar social em potencial ou, de maneira ainda mais pertinente, sob sua forma ideológica – a mensagem indesejada que contraria os preconceitos, desconcerta o senso comum e/ou ameaça o status quo favorável aos grupos hegemônicos.

Este quadro geral nos convence da justeza do ponto de vista de Appadurai no que tange à necessidade de considerar a cultura não como “substância”, mas como “dimensão dos fenômenos sociais, dimensão essa que deve levar em conta uma diferença situada e concreta” (APPADURAI, 2005, p. 45). A substituição do substantivo pelo adjetivo, a Cultura (singular

e definitiva) pelo Cultural (plural e transitório), enquanto prática e recurso, constituiria um primeiro passo em direção à reconfiguração de nossas estruturas e nossos esquemas mentais.

A cultura, assim relativizada e contextualizada, poderia até se transformar em meio e motivo de abertura para o mundo e para o Outro, em vez de constituir uma barreira psicológica e um alibi político para o fechamento comunitário e para a regressão identitária. Ao evitarmos apreendê-la como “propriedade de indivíduos e grupos”, a cultura tornar-se-ia “um mecanismo heurístico” (APPADURAI, 2005) que nos permitiria não somente compreender a diferença e a alteridade, mas aceitá-las e desejá-las. Diferença e alteridade não são apenas variações sem sentido em nossa paisagem existencial ou, menos ainda, uma impureza que macula nosso ambiente ou uma incongruência que ameaça a ordem estabelecida. Elas representam uma presença que estimula nossa consciência do mundo e dá sentido à nossa singularidade; uma presença que nos completa em soma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABDALLAH-PRETCEILLE, M. L'intercultural comme paradigme pour penser le divers. **Congreso Internacional de Educación Internacional**. Madri, mar. 2006. Disponível em: <http://www.uned.es/congreso-intereducacionintercultural/pretceille_frances.pdf>. Acesso em: fev. 2014.
- APPADURAI, A. **Après le colonialisme**: les conséquences culturelles de la globalisation. Paris: Payot, 2005.
- BALIBAR, E. WALLERSTEIN, I. **Race, nation, classe**: les identités ambiguës. Paris: La Découverte, 1988.
- BARTHES, R. **Mythologies**. Paris: Editions du Seuil, 1957.
- BITTENCOURT e SILVA, I. Franz Boas e os sentidos contemporâneos do culturalismo. **Revue UNIARA**, Araraquara, n. 18, p. 195-206, 2006.
- BOUTROUX, E. **La Philosophie de Kant**. Paris: Librairie Philosophique J. Vrin, 1926.
- BRAGANÇA, J. A cultura como problema. **Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa, n. 28, p. 13-42, 2000.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 2004.
- COELHO, T. **A cultura e seu contrário**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- CONTRERAS, F. G. Derechos colectivos, libertad individual y mitología comunitarista en Will Kymlicka. In: ANSUÁTEGUI ROIG, F. J. (Ed.). **Una discusión sobre derechos colectivos**. Madrid: Dykinson-Instituto Bartolomé de las Casas, 2001.
- DERVIN, F. **Impostures interculturelles**. Paris: l'Harmattan, 2012.
- EAGLETON, T. **After theory**. London: Penguin Books, 2003a.
- EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. São Paulo: UNESP, 2003b.
- ELHAJJI, M. Communication interculturelle et nouvelles formes de négociation de la citoyenneté. **Revue Diogène**, n. 220, p. 110-118, 2008.
- ELHAJJI, M. Rio de Janeiro-Montreal: conexões transnacionais / ruídos interculturais. In: _____.; COGO, D.; HUERTAS, A. (Eds.). **Diasporas, migrations, technologies de la communication et identités transnationales**. Barcelona: Bellaterra, Institut de La Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, 2012.

- FRANK, T. **What's the matter with Kansas?** How conservatives won the heart of America. New York: Henry Holt, 2005.
- FUKUYAMA, F. **La fin de l'Histoire et le dernier homme**. Paris: Flammarion, 1993.
- GUTIÉRREZ, A. G. **La identidad excesiva**. Madrid: Biblioteca Nueva, 2009.
- HALL, S. The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time. In: THOMPSON, K. (Ed.). **Media and cultural regulation**. New Delhi: The Open University, 1997.
- HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HUNTINGTON, S. **Le choc des civilisations**. Paris: Odile Jacob, 1997.
- LACASSAGNE, A. **Une reconstruction éliásienne de la théorie d'Alexander Wendt**: pour une approche relationniste de la politique internationale. Bordeaux: Université Montesquieu, 2008.
- MANOUCHIAN, Collectif. **Dictionnaire des dominations**. Paris: Syllepse, 2012.
- MEMMI, A. **Le racisme**. Paris: Gallimard, 1994.
- RUFIN, J. C. **L'empire et les nouveaux barbares**. Paris: Lattès, 1991.
- RUYER, R. **Esquisse d'une philosophie de la structure**. Paris: Bibliothèque de Philosophie Contemporaine, 1930.
- SODRÉ, M. **A verdade seduzida**: por um conceito de cultura no Brasil. Rio de Janeiro: CODECRI, 1983.
- TAYLOR, C. **Multiculturalisme: différence et démocratie**. Paris: Flammarion, 1994.
- WALLERSTEIN, I. A cultura como campo de batalha ideológico do sistema mundial moderno. In: FEATHERSTONE, M. (Ed.). **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Petropolis: Vozes, 1994.
- WALLERSTEIN, I. **O declínio do poder americano**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.
- YÚDICE, G. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

Subúrbio carioca: conceitos, transformações e fluxos comunicacionais da cidade^[4]

João Maia
Adelaide Chao

A VIRADA DO SÉCULO NO RIO DE JANEIRO: A FORMAÇÃO DO SUBÚRBIO CARIOCA

Antes que o prefeito Pereira Passos (1902-1906) realizasse a reforma urbana no Rio de Janeiro, no início do século XX, projetando-a para a modernidade, um fato relevante veio contribuir para a história da cidade, seja na ordem econômica, demográfica e cultural, seja na política e social – a criação das ferrovias. Desde a sua inauguração, em 1858, pelo então Imperador D. Pedro II, a história da atual Central do Brasil contribuiu para o progresso e retrocesso da cidade ao longo dos anos. Por intermédio de seus trilhos surgiram conceitos de subúrbio e periferia, os quais moldaram os espaços de sociabilidade, habitação (habitat) (ABREU, 2003), consumo e cultura.

No final do século XIX, surgiu a *Belle Époque*, conceito que compreende o período de encantamento do mundo pelas culturas europeias. A *Belle Époque* carioca representou a época da beleza, da inovação nas artes e em diversas manifestações culturais. Esta foi marcada pelas boas relações diplomáticas entre os países da Europa, os avanços nos meios de transporte, nas comunicações e na expansão das cidades. No Brasil, o Rio de Janeiro, então capital da República, correspondia a esse “surto”, além de trazer a sensação de que o país estava em harmonia com o progresso e a civilização mundiais na virada do novo século (COSTA; SCHWARCZ, 2000).

A ciência trouxe à modernidade os avanços da luz elétrica, a máquina de escrever, a cura de várias doenças, a geladeira, os automóveis, os trens urbanos e outras maravilhas do mundo moderno. Essa nova civilização representava uma sociedade disposta a “apostar na inovação” (COSTA; SCHWARCZ, 2000), a consumir as novidades inventivas que trariam praticidade ao cotidiano e aos novos modos de viver.

A revolução científico-tecnológica do novo século começava a definir outros hábitos e costumes sociais. A inovação chegava às casas trazendo o vaso sanitário com descarga automática e papel higiênico, por exemplo. Escova de dentes, sabão em pó, sorvete, fogão a gás para cozinhar mais rápido, Coca-Cola nas festas e almoços de domingo e até mesmo um Sonrisal para os momentos de mal-estar e azia (COSTA; SCHWARCZ, 2000, p. 20). Diversão e informação invadiram o cotidiano do povo por meio do rádio e do cinema. Esses e tantos outros inventos marcaram a virada do século XX. A modernidade e suas descobertas pareciam pôr um fim ao abismo de miséria escondido nas grandes cidades europeias. Apenas “pareciam”, afinal, a grande utopia dessa virada, nas palavras das autoras, talvez tenha sido a “certeza” de ordenar as coisas, classificar plantas, espécies, lugares, estabelecer regras e determinar condutas.

Nos comentários de Costa e Schwarcz (2000, p. 17), não por acaso, velocidade é um dos lemas desse novo século. Os transportes de massa (bonde, trens urbanos e, mais adiante, ônibus e metrô) são os sonhos de consumo da Era Moderna. Paris é o espelho. A arquitetura europeia, a moda, o estilo de vida, o consumo cultural e as artes são símbolos dessa época onde o espaço ficava curto e o tempo, breve. A Europa avançava a passos largos em criatividade e inovação. Restava ao Brasil acompanhar essas tendências e adaptá-las à sua realidade geográfico-social, tão diferentes das terras e ares parisienses.

Diante desse cenário que vem “modelar” a realidade carioca à época, é necessário relembrar a trajetória do surgimento do subúrbio e da periferia, seus significados e conceitos, refletindo se ainda têm sentido na contemporaneidade. Apontar algumas referências culturais que, desde a criação desses espaços, vêm ressignificando ao longo dos tempos.

“CENTRAL” DO MEU BRASIL INTEIRO, MORADA DO REDENTOR _ O TREM E A MODERNIDADE DA CIDADE^[5]

A chegada do trem e a expansão da malha ferroviária urbana fez surgir bairros cariocas como Engenho de Dentro, Méier, Cascadura, Bonsucesso, Brás de Pina, Olaria e Madureira. Fez surgir também cidades consideradas de periferia como Duque de Caxias, Inhomirim, Magé e Japeri. A gestão do então prefeito Pereira Passos (1902-1906), durante a presidência

de Rodrigues Alves (1902-1906), foi marcada por grandes obras de reforma urbanística com alargamentos e criação de avenidas, bulevares e prédios públicos grandiosos inspirados na arquitetura europeia.

O Rio de Janeiro precisava “afrancesar-se”. Para isso, era necessário que se retirassem as pessoas de pouca instrução e poder econômico, negros e ex-escravos que viviam em cortiços e imóveis antigos e que não poderiam compartilhar os espaços dos novos prédios públicos e largas avenidas com estilo europeu que estariam por vir (ABREU, 2003). Era o público do “Bota Abaixo”^[6]. Para essas pessoas, foram criados os bairros denominados de subúrbio; suburbanos, *sub urbe*, porque surgiram distante do centro econômico e cultural da urbe com o propósito de retirar a classe operária de baixa renda que ali vivia e que não era condizente (estética e financeiramente) com as reformas urbanas.

Tais bairros nasceram distantes do centro, nas proximidades das linhas e estações ferroviárias que abrigaram a classe operária das fábricas. O poder público, motivado pelas necessidades de adequar a região central e a zona sul ao controle de circulação e urbanização, favoreceu a migração para esses territórios suburbanos com o objetivo claro de controlar uma nova forma de habitar (ABREU, 2003). Ainda segundo o autor, chamar essa intervenção urbanística (a primeira grande adequação do espaço carioca) de “Reforma Passos” é injusto, já que a maior parte dos recursos financeiros veio da União.

Os dois eixos básicos desta intervenção foram o *controle da circulação* e o *controle urbanístico* (ESTEVES, 2012). O primeiro visava solucionar os acessos e problemas logísticos ao centro financeiro da cidade, como a melhoria das comunicações, o comércio de mercadorias e serviços por meio da construção do novo porto do Rio de Janeiro, do alargamento e da criação de vários eixos viários, a exemplo das avenidas centrais. O autor enfatiza que, por causa das situações de insalubridade nos bairros, aconteciam aberturas de avenidas visando aerações, o que se alinhava às pretensões do poder local de controle sobre as cidades e seus cidadãos. Já o controle urbanístico materializou-se por meio dos vários editais, regimentos, portarias e outras leis decretadas pelo prefeito Pereira Passos. Desta forma, a população que ainda resistia aos cortiços e estalagens não teve escolha a não ser sair em busca de outros espaços para morar. O objetivo era o controle total da forma de habitar (ABREU, 2003). As novas regras impunham a regulação das construções com plantas e construtores legalizados, fachadas e materiais de construção deveriam estar de acordo com os padrões estabelecidos pelo governo, havia a obrigatoriedade de encanamentos, além de penalizar quem tráfegasse animais, urinasse no chão ou jogasse excrementos em vias públicas (Id., 2013).

No Rio de Janeiro, os interesses e as realizações políticas marcaram os percursos de pedestres e animais, no interior e nas periferias das cidades e, na medida em que suas populações cresciam, demandavam espaços para novas ocupações, edificações e serviços

urbanos (ESTEVEVES, 2012). Segundo o autor, esse cenário permanente nos processos de evolução urbana foi determinado pelos hábitos e costumes locais e pelas tecnologias existentes na época. A modernidade e as novas formas de produção advindas da revolução industrial determinavam a formação de operários que, em conjunto com as possibilidades trazidas pelo trem a vapor, permitiam que os trabalhadores e suas famílias residissem cada vez mais longe de seus locais de trabalho.

Surgem novas identidades para o carioca. As classes segregaram-se de acordo com o poder político, social e principalmente econômico pelos territórios da cidade. O surgimento dos veículos, de custo elevado, acabou por determinar que “quem não pudesse andar de automóvel, se virava, buscando, quando muito, soluções públicas coletivas” (ESTEVEVES, 2012). Nas palavras de Gralha:

A partir da Nova República, o carioca tem seu espaço deslocado do privado para o público. Este novo cidadão se reinventa através de manifestações públicas; ir ao cinema, por exemplo, era mais importante do que ver o filme, andar de automóvel era mais importante que o destino do trajeto, melhor dizendo, aparentar e representar era mais importante do que ser. [...] Na Nova República o mais importante era se livrar do aspecto provinciano e assumir uma mentalidade e aparência europeia, buscar uma nova construção ideológica, uma nova ideia do que se aspirava, o combate à mentalidade colonial ocupou a cena (GRALHA, 2009, p. 6-9).

Sendo assim, coube aos menos afortunados que não podiam andar de carro a opção das ferrovias – os trens que até hoje levam a lugares distantes do centro e a outras cidades também menos privilegiadas com os efeitos da modernidade. Este mesmo trem que motivou a criação de bairros e cidades às suas margens e seu entorno abrigou culturas, costumes e hábitos. Territórios que acolheram problemas e abrigaram soluções.

No percurso destes trilhos ferroviários nasceram o subúrbio e a periferia carioca. No passado, símbolo de modernidade, fruto da evolução tecnológica e da urgência pelo crescimento urbano. Hoje, um símbolo sucateado, visto como meio de transporte de operários e pessoas de menor poder econômico. Ainda com tantos problemas atuais, esse ícone da modernidade, da velocidade e do progresso nos remete a um “encantamento de outrora” (GIESBRECHT, s.d.). O trem que nos transporta do centro ao subúrbio e às periferias é também um meio de troca simbólica de culturas do cotidiano e que, de qualquer forma, “mesmo sem os seus passageiros engravatados e formais, hoje com os seus passageiros simples e nada informais, sem a limpeza de outrora, ela ainda ostenta uma majestade digna de seu nome” (GIESBRECHT, s.d.).

OS CONCEITOS DE SUBÚRBIO E PERIFERIA

Partir do que está à margem, do que parece despercebido, oculto: este é o caso do subúrbio, esquecido e, muitas vezes, confundido com a noção de periferia. Historicamente, os conceitos de subúrbio e periferia urbana foram banalizados e confundidos de tal forma que ainda é difícil encontrar uma definição clara e objetiva. Para Soto (2008), a noção de subúrbio contém uma nova sociabilidade, uma nova concepção de espaço, o qual é dividido entre o urbano e o rural, mas que até hoje não teve relevância acadêmica por ter sido substituído pela noção de periferia. O autor enfatiza as palavras do sociólogo José de Souza Martins que diz que “a periferia é a negação das promessas transformadoras, emancipadoras, civilizadoras e até revolucionárias do urbano, do modo de vida urbano e da urbanização” (SOTO, 2008, p. 110). Trocando em miúdos, é um olhar pessimista de que apenas o subúrbio pode ter a esperança de desenvolvimento. Como o próprio Soto ressalta, estes conceitos foram perdendo sua capacidade explicativa à medida que a independência econômica, cultural e social entre centro, subúrbio e/ou periferia foram sendo valorizados.

Domingues diz que, como agregado social, o conceito de periferia define-se pela “dependência, pela subalternidade face às áreas centrais e aos locais de destino dos habitantes-pendulares” (1994, p. 5). Já o subúrbio é “uma das variantes da condição periférica, normalmente contextualizada num padrão de urbanização que atingiu uma escala dimensional alargada. [...] A identificação de um subúrbio, qualquer que ele seja, independentemente do tempo e do lugar, implica uma ideia de fragmentação do espaço urbano” (DOMINGUES, 1994, p. 6).

Diante desta visão pessimista de subalternidade não é possível ter um conceito definitivo de subúrbio e periferia. Cada cidade e região geográfica tem características próprias desde a sua formação. O subúrbio e a periferia não podem mais estar à margem do urbano, já que falamos de territórios em constante transição e crescimento, cada vez mais independentes das áreas centrais, ainda que em ritmos diferentes.

No Brasil, o termo subúrbio tem vários sentidos, inclusive sendo deturpado de seu sentido original (*sub urbe*). Em São Paulo, o termo já foi usado para identificar os municípios margeados pelas ferrovias e que se estendiam do centro para o interior (SOTO, 2008). Atualmente, estes subúrbios têm dado lugar ao que se chama de periferia e a condomínios chiques, a exemplo de Alphaville, bairro de comércio, casas e condomínios de luxo, geralmente murados e que buscam contrapor a “cidade-problema”, afastando-se das inseguranças e desconfortos das áreas centrais da capital paulista (OLIVEIRA, apud FERNANDES, 2011)^[7]. Outros subúrbios, a exemplo de Alphaville, também identificam os espaços de loteamentos periféricos de baixa renda, onde o distanciamento geográfico do centro coincide com o distanciamento social (OLIVEIRA, 2013). Sob este olhar, poderíamos chamá-los de uma área que está “à margem do subúrbio”.

Em Salvador, os bairros distantes do centro, na chamada Cidade Baixa, são chamados de periferia, enquanto os bairros margeados pela linha do trem são chamados de “subúrbio ferroviário”^[8], localizados geograficamente para além dos bairros de periferia.

A periferia define-se pela sua (suposta) condição de dependência financeira, social e cultural do centro; o subúrbio seria apenas uma variação da periferia, um pouco mais urbanizada (SOTO, 2008). Em uma visão reducionista do autor, a periferia não consegue se manter isolada do centro. Já o subúrbio é um território indefinido, fragmentado e em transição permanente, à margem do urbano, como se fosse um “apêndice da cidade”, mas que tem suas variações culturais, econômicas e sociais, o que o torna pouco dependente dos principais eixos centrais da cidade.

Para Domingues (1994), o centro monopoliza o poder, recursos econômicos, políticos e culturais, dando ao subúrbio e à periferia um distanciamento sociológico e geográfico tanto real como simbólico. É preciso lembrar que, segundo a urbanista Raquel Rolnik (2010), “a periferia é marcada muito mais pela precariedade e falta de assistência e recursos do que pela localização”. Em sua opinião, a periferia faz parte da “máquina de produção da exclusão” – o salário dos trabalhadores formais não consegue cobrir os custos de moradia (própria ou alugada), alimentação, vestuário, educação e lazer. Ao mesmo tempo, os investimentos na cidade valorizam os espaços, aumentando cada vez mais o custo de vida. Neste contexto, resta aos pobres viverem em áreas periféricas sem acesso a recursos e infraestrutura e com pouco ou nenhum saneamento básico.

Ainda que em uma perspectiva descritiva e histórica muito formal e não dialética, Domingues (1994) explica, por meio da Teoria do Ciclo de Vida das Cidades, as fases de *urbanização*, *sub-urbanização*, *des-urbanização* e *re-urbanização* na área central, no subúrbio e na periferia. Segundo o autor, a primeira é a fase da urbanização, caracterizada pela concentração da população e das atividades econômicas. Em seguida, ocorre a fase da suburbanização, marcada por um processo de desconcentração da população e do emprego das áreas centrais para a cintura metropolitana. Já na fase da desurbanização ocorre uma perda da população e do emprego no conjunto da aglomeração urbana. Por fim, a fase da reurbanização é caracterizada pela retomada do crescimento do emprego, requalificação urbana de centros históricos e áreas pericentrais (DOMINGUES, 1994, p. 11).

Para Martins (apud SOTO, 2008), o sentido de subúrbio tem características peculiares. De um lado o moderno, de outro o antigo e o tradicional que, ao invés de desaparecer, permanece e faz parte de uma totalidade. O moderno e o tradicional não são antagônicos, mas sim complementares. Aqui, a fase de reurbanização é constante, já que para o autor “o subúrbio é o espaço do bem-estar, do desenvolvimento social e da revolução cultural” (SOTO,

2008, p. 116), é o espaço que corresponde a uma consciência social híbrida e, ao mesmo tempo, suave.

No Rio de Janeiro, o subúrbio carioca reproduz a estrutura de classe da própria cidade em seu conjunto, numa situação muito particular, mesmo estes não sendo espaços homogêneos (OLIVEIRA, 2013). O autor alerta que esses bairros também têm suas periferias sociais, as quais se espraiam para morros, favelas e antigos conjuntos habitacionais. No Rio de Janeiro, o conceito de subúrbio é bastante específico, com base na história da cidade e nos desenvolvimentos urbano e social. Veremos a seguir que o subúrbio carioca é despreendido desta “dependência do centro” à qual Soto (2008) referiu-se anteriormente.

O “CONCEITO CARIOCA DE SUBÚRBIO”

O subúrbio do Rio de Janeiro nasceu, por regra, a partir de três grandes eixos ferroviários na segunda metade do século XIX. A antiga Estrada de Ferro Dom Pedro II (atual Central do Brasil) originou os bairros Méier, Engenho de Dentro, Cascadura e Madureira. A Ferrovia Leopoldina (antiga Estrada de Ferro do Norte que ligava o Rio de Janeiro a São Paulo) originou os bairros da Leopoldina, como Brás de Pina, Bonsucesso, Olaria, Ramos. E a Linha Auxiliar (Estrada de Ferro Central do Brasil que interligava Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais) deu origem aos bairros Del Castilho, Jacarezinho, Pilares, Rocha Miranda e Barros Filho (ABREU, 1987). No entanto, se pensarmos historicamente, os bairros considerados “arrabaldes” da área central da cidade a exemplo de Gávea, Botafogo e São Cristóvão, no início do século XIX também foram considerados bairros do subúrbio (OLIVEIRA, 2013).

Ressaltado por Oliveira (2013), a literatura nos lembra que subúrbio é considerado aquele lugar mais distante do centro, divisa entre o rural e o urbano, mas que não chega a ser considerado periferia. Esta distância não é apenas geográfica, mas é também social, econômica e cultural. Trata-se de um território onde os avanços tecnológicos e o interesse público pelo desenvolvimento chegam com atrasos.

No Rio de Janeiro, há um conceito específico para denominar e perceber o subúrbio. Iniciado na década de 1960, a geógrafa Maria Therezinha de Segadas Soares desenvolveu um interessante estudo acerca do que conceitua o subúrbio no Rio de Janeiro, geográfica e socialmente. Como categoria geográfica, Soares (1960) considerava subúrbio os municípios de Nova Iguaçu, Duque de Caxias e o bairro de Santa Cruz. Para a geógrafa, havia uma discrepância ao comparar tais municípios com os bairros populares e ferroviários situados dentro da área urbana do Rio de Janeiro (OLIVEIRA, 2013; FERNANDES, 2011). Além disso, o emprego da palavra subúrbio em bairros que margeiam linhas de trem, a exemplo da

Europa e Estados Unidos, está associado às classes médias e altas. A partir destas observações, Soares (1960) justificou a formulação de um “conceito carioca de subúrbio” particular, já que existem diferenças entre a palavra e a realidade vivida no lugar.

Outro aspecto que conforma este conceito carioca de subúrbio é uma referência quase exclusiva e obrigatória aos bairros populares e aos que estão nas franjas ferroviárias da cidade. A história cultural do Rio de Janeiro nos revela a identidade destes bairros, que desde a sua criação não se denomina subúrbio locais nos quais não há trem (FERNANDES, 2011). No final do século XIX, quando Méier, Madureira, Cascadura, Benfica, Del Castilho, Ramos, Penha e tantos outros bairros foram surgindo, tendo como eixo central a estação ferroviária, uma vida comunitária e independente foi se desenvolvendo em suas franjas. Comércio próprio, feiras livres, escritórios e novas residências vieram a ocupar o cenário do subúrbio, frequentado por moradores, em sua maioria negros e imigrantes nordestinos, que faziam parte da mão de obra operária das fábricas instaladas no entorno.

Uma observação da geógrafa é de que não se associa o termo subúrbio aos setores da periferia ocupados e identificados pela classe média alta (Barra da Tijuca, Jacarepaguá, Tijuca e os bairros da zona sul) (SOARES, 1960). Fernandes (2011) chama a atenção para o fato de que desde o início do século XX começa-se a estabelecer uma espécie de veto à utilização do termo subúrbio aos bairros residenciais nos quais havia concentração econômica, participação política e cultural. À medida que a Reforma Passos avançava para os bairros mais próximos do centro, o termo subúrbio era desvinculado do linguajar de seus habitantes (a exemplo de Catete, Catumbi, Gávea, Botafogo) (SILVEIRA, 2009). Atualmente, para a posição periférica de um setor residencial de status elevado, a exemplo da Barra da Tijuca, não se usa a expressão *suburbana*. Esta “é a classe social que determina o que é subúrbio, a geografia não importa, a tal ponto de a posição excêntrica e francamente suburbana da Barra da Tijuca ser vista como um acidente, algo fora dos nossos padrões e difícil de ser admitido” (FERNANDES, 2011, p. 36).

Silveira (2009) ressalta que, já em meados do século XIX, a palavra subúrbio foi atribuída ao “desprestígio social”, passando a ser representado apenas pelos bairros populares e ferroviários, ocupados por operários, imigrantes nordestinos e descendentes de ex-escravos que foram expulsos dos cortiços nas áreas centrais da cidade. Pelo menos até aquela época, não existia o conceito carioca de subúrbio, segundo Soares, que destaca que apenas em meados do século XX o subúrbio se apropria de identidades particulares, fazendo parte de uma representação social maior. E, nas palavras de Fernandes, “[...] o mapa social da cidade, uma representação ideológica da divisão de classes” (2011, p. 38). Assim, o subúrbio tornou-se acolhedor, não sendo indiferente nem impessoal.

“Difícilmente se anda pelas ruas do subúrbio sem que as pessoas se olhem, se cumprimentem, se reconheçam, mesmo sem se conhecer”, observa Oliveira (2013, p. 20). O subúrbio do Rio de Janeiro tem uma “roupagem própria, um estereótipo e um peso ideológico muito forte” (ibid., p. 21).

Na opinião de Fernandes (2011), é fácil identificar a cidade do Rio de Janeiro partida entre as zonas sul e norte; ver o subúrbio como parte constitutiva da chamada zona norte, projetando boa parte da tensão vivida no cotidiano da metrópole. Ele ressalta que, nos dias de hoje, espaços fragmentados, de forte conteúdo sociocultural, ainda são revestidos pela violência e insegurança adquirida ao longo dos anos. Oliveira (2013) e Neto (2011) ainda enfatizam a permanência de racismo, as dificuldades de viver e morar no subúrbio e a ausência de políticas públicas, temas retratados na literatura desde as crônicas e poemas de Lima Barreto no início do século XX até os dias atuais.

Observa-se que no subúrbio carioca, o cotidiano faz sentir o gosto da vida, dos fatos em toda a sua concretude, como nos diz Maffesoli _ trata-se da (re)emergência de problemas que estavam esquecidos ou relegados a plano secundário (MAFFESOLI, 1988, p. 204). Então, o subúrbio é o local que acolhe problemas e, simultaneamente, abriga soluções cotidianas, é um lugar de projetos, esperanças, que acompanhou e conformou a segregação socioespacial da cidade (OLIVEIRA, 2013). Por ser um “lugar de esperança” (OLIVEIRA, 2013), o subúrbio também tem um conceito plástico, o qual está em constante mudança. No final da década de 1960, estudos do antropólogo Gilberto Velho^[9] (apud FERNANDES, 2011, p. 37) relatavam o desprezo e a vontade de mudança para bairros com melhor estrutura como os apartamentos conjugados de Copacabana: “Vivi mais de trinta anos vida de subúrbio, triste, sem graça. Agora aprendi a me divertir. [...] No subúrbio não se vive, vida boa é a de Copacabana” (VELHO, 1978, p. 31).

Em contraponto, a satisfação de viver no subúrbio é exemplificada pelo cantor Zeca Pagodinho que viveu em Irajá, tentou morar na Barra da Tijuca e decidiu morar em Xerém (distrito de Duque de Caxias, RJ). O motivo da mudança é “porque ele foi em busca daquilo que um dia Irajá foi, algo entre o rural e o urbano, meio bucólico, meio urbano” (OLIVEIRA, 2013, p. 25).

Na reflexão de Maffesoli (1998), é a satisfação do “ser-estar-junto-com” que justifica a experiência e o relativismo apontados para um *fazer em comum* e para um *sentir em comum* que estão no cotidiano dos gestos e dos fazeres das ruas. Fica evidente no subúrbio um forte “sentimento de pertença”, que é representado pela valorização do espaço por meio da imagem, do corpo e dos lugares para elucidar a “superação do indivíduo num conjunto mais amplo” (MAFFESOLI, 1998).

Se o termo suburbano acabou assumindo um caráter pejorativo, indicando falta de cultura e sofisticação, na opinião de vários autores, como Oliveira (2013), Fernandes (2011) e da geógrafa Soares (1960), o subúrbio do Rio de Janeiro é uma representação social do carioca – na totalidade da cidade – e não meramente um rótulo espacial e geográfico. O que estes autores chamam de “subúrbio do Rio de Janeiro” atualmente corresponde a Sepetiba, Seropédica ou, ainda, localizações mais distantes do que estas (OLIVEIRA, 2013).

Bairros cariocas como Madureira, Bonsucesso, Cascadura e tantos outros, já não podem ser chamados de subúrbios, pois no cenário atual da cidade, representam uma região popular tranquila, nas quais todos se conhecem, semelhante a cidades do interior, com problemas e perversidades (OLIVEIRA, 2013). Estes são lugares de geração de trabalho e emprego, melhores condições de moradia e infraestrutura, acesso à educação, além de terem uma efervescência cultural própria, mesmo a prioridade de modernização e de políticas públicas sendo das áreas de maior concentração econômica e social.

PERIFERIA – O “MODELO CARIOCA DE SEGREGAÇÃO”

Como já visto anteriormente, é fato que as estações ferroviárias fazem parte da história da formação dos subúrbios e das periferias das cidades. A população pobre que habitava cortiços e barracos foi deslocada para o subúrbio no século passado. Já nos tempos atuais, está alocada nas periferias.

A periferia da atualidade é formada por bairros ou municípios mais pobres, sem infraestrutura e desprovidos de serviços essenciais como transporte, saúde, saneamento básico e educação. Segundo Durham (1986), o fenômeno de formação das periferias urbanas não é novo nem exclusivamente brasileiro. Segundo a autora, a criação de um sistema de moradia popular no início do século XX teve consequências imprevistas, as quais nem sempre eram funcionais do ponto de vista da força de trabalho e do capital. “Morava bem” quem podia pagar por isso, quem não podia, restava-lhe a segregação e como resultado, a procura por qualquer espaço, em qualquer condição para ocupar e habitar. Diante deste cenário social, foram surgindo as favelas nos morros cariocas e nos municípios da Baixada Fluminense (FERREIRA, 2009). Nas palavras do autor, estes habitantes foram excluídos histórica e economicamente, sendo considerados “massa supérflua”, como se pudessem ser “invisíveis” ou “desnecessários” à economia da cidade naquele período histórico. No Rio de Janeiro a realidade não foi diferente, a exclusão foi simbolizada com a criação de muros de concreto para conter o crescimento das favelas e assim “esconder” os casebres, palafitas e o insalubre cenário desta arquitetura.

No discurso, o motivo para a construção do muro é apenas para impedir a devastação da floresta do entorno, tanto que três dias após a divulgação da construção do muro, as instâncias de governo passaram a referir-se a ele como “ecolimite”. Em nota oficial o governador afirma: “estamos investindo na ordem pública, enfrentando o tráfico de drogas e impondo limites ao crescimento desordenado. (FERREIRA, 2009).

Além das favelas da cidade, esta população foi ocupando novos territórios, de características semelhantes ao subúrbio, porém mais distantes: os municípios vizinhos que margeiam as ferrovias, a exemplo da baixada fluminense. Os bairros do subúrbio também possuem seus espaços de periferia social, citados por Oliveira (2013) e Fernandes (2011). Nestes espaços convivem semelhanças e diferenças, como nos mostra um estudo do Instituto Pereira Passos, da Secretaria Municipal de Urbanismo do Rio de Janeiro: “os mundos sociais do ‘asfalto’ e do ‘morro’ se olham, se reconhecem com suas distâncias, diferenças e semelhanças e, por vezes, se opõem. Mas convivem entre si, os dois obrigados a partilharem a mesma área da cidade e o mesmo espaço cultural” (IPP, 2002, p. 12).

Para o Instituto Pereira Passos (2002) existe o “modelo carioca de segregação” o qual também permite aos moradores das favelas a acessibilidade aos recursos urbanos concentrados nas áreas superiores da cidade. Esta proximidade física facilita o acesso a fontes de emprego e renda, o que também representa outra frente de sociabilidade entre o “morro” e o “asfalto”. Esta particularidade do modelo de segregação diferencia a sociabilidade do Rio de Janeiro em relação a outras cidades, nas quais a pobreza foi isolada, territorial e simbolicamente.

Observamos um conceito particular de subúrbio e um conceito de segregação da periferia, ambos particulares no Rio de Janeiro, nos quais a sociabilidade tem características próprias e comuns a estes territórios. O trem, que ainda une bairros e cidades, símbolo dos avanços na modernidade e do sucateamento na contemporaneidade, se mantém como tradição diante dos diferentes conceitos que *subúrbio* e *periferia* (re)significaram na história cultural do Rio de Janeiro.

“EM MADUREIRA, LÁ, LAIÁ”^[10]

Madureira transformou-se em bairro após a morte de seu proprietário, o boiadeiro Lourenço Madureira em 1851. Apesar dos trilhos terem chegado lá em 1858, com a Estação Ferroviária Dom Pedro II, somente no final do século XIX, já como Central do Brasil, foi inaugurada a Estação Madureira. A estação atravessava duas linhas férreas (a Central do Brasil e a extinta Linha Auxiliar) o que aumentava consideravelmente a circulação de pessoas e cargas, privilegiando a localidade.

O subúrbio cresceu desordenado. Os bairros foram denominados a partir dos nomes dados às estações de trem, às personalidades do local e dos engenhos e fábricas. Novas ruas surgiram no entorno das estações ferroviárias sem planejamento, projeto urbanístico e apoio do poder público. A prosperidade de Madureira iniciou com a chegada dos transportes urbanos (caminhões, bonde e ônibus), apesar do uso de cavalos e bois na época. Essa dicotomia bairro-subúrbio, que a princípio parecia ser apenas a nomenclatura do lugar, foi ganhando uma conotação discriminatória e pejorativa com a cessão das propriedades rurais, divididas em glebas, para abrigar o proletariado e os menos favorecidos economicamente que ocupavam os bairros do subúrbio. Estes chegavam com a ilusão de dias melhores em locais onde a tecnologia e a modernidade do trem pareciam garantir melhores condições de vida (VASCONCELLOS, 1991).

Desde então, como as reformas políticas do início do século XX, o subúrbio carioca foi modernizando-se, embora ainda mantivesse “a vida rural do velho Rio de Janeiro” (VASCONCELLOS, 1991, p. 20) e o significado distorcido de que subúrbio está relacionado “ao mundo do pequeno burguês, com todos os seus recalques, complexos, ressentimentos, frustrações, tabus, preconceitos e a mania de autoafirmação, copiando mal os modelos da chamada zona sul do Rio de Janeiro” (VASCONCELLOS, 1991, p. 20).

Com a expansão do acesso ao bairro, Madureira inaugurou, em 1914, seu primeiro e mais famoso centro comercial de alimentos e outras mercadorias em frente a antiga estação do Magno – o Mercado de Madureira. Sua inauguração desviava os feirantes e compradores dos entrepostos da Praça XV de Novembro, no centro da cidade. Madureira despontava como bairro potencial do subúrbio carioca com o crescente número de moradores, atraídos pelo fácil acesso aos transportes, comércio diversificado, etc.

Entre os anos de 1940 e 1950, o censo da época revelava uma população de aproximadamente 158 mil habitantes em Madureira, representando um crescimento de 10%, além de uma tendência à urbanização, já que diminuía a cada ano o número de pessoas ligadas às atividades agropecuárias e rurais. As atividades comerciais e industriais no subúrbio carioca colaboravam para a migração e o crescimento do bairro (VASCONCELLOS, 1991). Outras obras na cidade representaram avanços nos arredores de Madureira (entre 1958 e 1965) como a abertura da Avenida Brasil, a criação do viaduto Negrão de Lima, a expansão de linhas de ônibus ligando os bairros do centro aos das zonas norte e oeste, a inauguração do primeiro teatro (Teatro Zaquia Jorge) e salas de cinema próximas às estações ferroviárias. Estas iniciativas transformaram Madureira no terceiro maior bairro da cidade com aproximadamente 295 mil habitantes na época. Vasconcellos (1991) ressalta que, à medida que o bairro ganha ares de centro urbano, este acaba destacando-se como reduto de sambistas, blocos carnavalescos, compositores, manifestações musicais, religiosas e gastronômicas.

Para Márcio Oliveira (2013, p. 20), é importante pensar na dimensão geográfica e na centralidade do bairro de Madureira na atualidade. O autor ressalta que uma das características sociais do subúrbio é o *acolhimento* e Madureira não é indiferente nem impessoal a estas socialidades.^[11] A análise de Oliveira nos diz que:

Na realidade, já faz muito tempo que o subúrbio passou por Madureira, por exemplo. Hoje, Madureira, assim como os demais bairros ferroviários a que nos referimos, está longe de ser subúrbio, tal como conceituado na literatura acadêmica, isto é, esse lugar mais distante da área central da cidade, de habitat disperso, na franja da malha urbana, sub-urbano [sic] ou quase urbano; transição espacial entre o rural e o urbano, de paisagem em permanente transformação e movimento, acompanhando a expansão da cidade e sua urbanização. (OLIVEIRA, 2013, p. 20).

Esse conceito de subúrbio, se aplicado ao bairro de Madureira, está muito além da relação com o trem, com o caráter pejorativo do termo “suburbano” associado à baixa ou pouca qualidade ou com a falta de cultura ou sofisticação (SOARES apud FERNANDES, 2011).

Já na virada do século XXI, o subúrbio se (re)inventa. Territórios de consumo, cultura, arte, esportes, música e gastronomia permeiam o imaginário e as práticas do cotidiano. Comemorando 400 anos em 2014, Madureira fervilha! As festividades espalham-se por seus territórios simbólicos para ressaltar a história e as contribuições culturais e sociais do bairro. As escolas de samba Império Serrano e Portela realizam as tradicionais feijoadas com ensaios de bateria, o Parque Madureira oferece uma diversidade de shows e apresentações culturais, além das atividades esportivas em suas pistas de *skate*, considerada a maior e melhor da cidade, segundo o esportista da categoria Bob Burnquist (SAVEDRA, 2013). Madureira mantém a tradição das danças afro jongo e capoeira, realizadas pelo Jongo da Serrinha, grupo artístico criado no bairro. Todos os sábados, há mais de 20 anos, o viaduto Negrão de Lima oferece, sob suas pistas, o Baile Charme (BAILE, [201-]), considerado pela população como o mais tradicional do subúrbio carioca.

Para compreender tais formas de sociabilidades presentes na cultura das cidades, a partir dos fluxos comunicacionais de seus territórios, Maia (2012) nos diz que “as representações são construídas por sistemas simbólicos que dão caráter de real ao que é verossímil” Refletindo sobre as representações que se expressam na cidade, o autor afirma que tais práticas e cenas cotidianas é que lhe dão vivacidade. A dimensão das emoções e das trocas sensíveis que acontecem no cotidiano da cidade é que lhe conferem esta noção do que é vivenciado e construído refletindo no território.

Para Maia (2012), representamos uma cidade quando damos voz ao que é vivido e compartilhado no espaço urbano entre os atores sociais – o povo de Madureira. Existe o “vivido” que, segundo Maffesoli (1998), é uma força coletiva que anima e impulsiona as experiências compartilhadas das “aldeias” na cidade e que dá dimensão ao simbólico e às práticas comuns.

Freitas (2012) comenta que as representações sociais do Rio de Janeiro são “múltiplas e paradoxais” e estão em constante renovação. A cidade tem suas representações pautadas em rótulos, como maravilhosa, violenta, carnavalesca, suja, mal organizada, plural, monumental, solidária e espetacular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O subúrbio, aquele que “está à margem, distante; uma região dependente social, financeira e culturalmente do centro da urbe” (OLIVEIRA, 2013), não condiz com a realidade de Madureira, nem com a dos bairros da chamada zona norte do Rio de Janeiro na atualidade, os quais são cercados pelas linhas ferroviárias. Há um conceito particular por meio do qual autores como Fernandes, Oliveira, Soares e Soto evidenciam um estereótipo de identidade carioca muito forte por este ser um lugar onde as pessoas se cumprimentam sem se conhecerem.

O vitalismo das práticas sociais acolhe problemas e abriga soluções cotidianas. É o lugar que se reinventou ao longo da história, transformando as dificuldades e o descaso político do passado em território independente, gerador de trabalho e que oferece melhores condições de moradia, infraestrutura, acesso à educação, além de sua efervescência cultural, latente na satisfação do viver no subúrbio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, M. de A. **A evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.
- ABREU, M. de A. Da habitação ao habitat: a questão da habitação popular no Rio de Janeiro e sua evolução. **Revista Rio de Janeiro**, Niterói, n. 10, p. 210-234, mai./ago. 2003.
- BAILE de charme do viaduto de Madureira. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, [201-]. Disponível em: <<http://rioshow.oglobo.globo.com/noite/festas/baile-de-charme-do-viaduto-de-madureira-7618.aspx>>. Acesso em: 5 ago. 2014.
- COSTA, A. M.; SCHWARCZ, L. M. **Virando séculos (1890-1914): no tempo das incertezas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- DOMINGUES, A. (Sub)úrbios e (sub)urbanos: o mal-estar da periferia ou a mistificação dos conceitos? **Revista da Faculdade de Letras**, Porto, Geografia, I Série, v. X/XI, p. 5-18, 1994-1995.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 62-83.
- DURHAM, E. A sociedade vista da periferia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 1, n. 1, jun. 1986. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_01/rbcs01_07.htm>. Acesso em: 17 fev. 2013.

- ESTEVEES, R. Transporte e comunicação: espacialidade urbana, paisagem e sociabilidade. In: MAIA, J.; HELAL, C. (Orgs.). **Comunicação, arte e cultura na cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012. p. 113-128.
- FERNANDES, N. da N. **Escolas de samba: sujeitos celebrantes e objetos celebrados**. Rio de Janeiro 1928-1949. Secretaria de Cultura do Rio de Janeiro, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, 2001.
- FERNANDES, N. da N. **O rapto ideológico da categoria subúrbio**: Rio de Janeiro 1858-1945. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.
- FERREIRA, A. Favelas no Rio de Janeiro: nascimento, expansão, remoção e, agora, exclusão através de muros. **Revista Bibliográfica de Geografia y Ciencias Sociales**, Barcelona, Ed. da Universidad de Barcelona, v. XIV, n. 828, 2009. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/b3w828.htm>>. Acesso em: 18 fev. 2013.
- FREITAS, R.; FORTUNA, V. O. O Rio de Janeiro continua lindo, o Rio de Janeiro continua sendo um grande palco de megaeventos. In: BORELLI, S.; FREITAS, R. (Orgs.). **Comunicação, narrativas e culturas urbanas**. São Paulo/Rio de Janeiro: Educ, 2009, p. 99-138.
- GIESBRECHT, R. **Dom Pedro II**: estações ferroviárias do Rio de Janeiro, s.d. Disponível em: <http://www.estacoesferroviarias.com.br/efcb_rj_linha_centro/dpedro.htm>. Acesso em: 22 abr. 2013.
- GRALHA, F. O carioca ideal na fotografia de Augusto Malta (1900-1920). **Revista Territórios e Fronteiras**, Mato Grosso, v. 2, n. 1, p. 128-152, jan./jun. 2009.
- HOLLANDA, H. B. de. A entrada de novos saberes na universidade é um gol. **Caderno Globo Universidade**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, mar. 2013. Entrevista concedida.
- IPP. Instituto Pereira Passos. Secretaria Municipal de Urbanismo. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. **Rio Estudos** n. 13 - Moradia, segregação, desigualdade e sustentabilidade urbana (realizado em maio de 2001), Rio de Janeiro, 2002.
- MAFFESOLI, M. **O conhecimento comum**: compêndio de sociologia compreensiva. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- NETO, J. Lima Barreto e os suburbanos: o cotidiano traçado em linhas afetivas. **Revista de Literatura, História e Memória**, Cascavel, PR, v. 7. n. 10, 2011. Disponível em: <<http://e- revista.unioeste.br/index.php/rlhm/article/download/5152/4738>>. Acesso em: 16 jul. 2012.
- OLIVEIRA, M. P. de. Soluções e esperança nas fronteiras da cidade. **Caderno Globo Universidade**, Rio de Janeiro, v.1, n. 2, mar. 2013.
- PALLONE, S. Diferenciando subúrbio de periferia. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 57, n. 2, p. 11, abr./jun. 2005. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252005000200006&script=sci_arttext>. Acesso em: 1 set. 2012.
- REIS, H.; MAIA, J. Sociabilidade em bits: o espaço digital na candelária, favela da Mangueira. In: BORELLI, S.; FREITAS, R. (Orgs.). **Comunicação, narrativas e culturas urbanas**. São Paulo/Rio de Janeiro: Educ, 2009. p. 239-254.
- ROLNIK, R. O que é periferia? Entrevista cedida à Revista **Continuum/Itaú Cultural**, São Paulo, 14 jun. 2010. Disponível em: <<https://raquelrolnik.wordpress.com/2010/06/14/o-que-e-periferia-entrevista-para-a-edicao-de-junho-da- revistacontinuum-itaucultural/>>. Acesso em: 18 fev. 2013.
- SAVEDRA, P. Madureira festeja 400 anos no ritmo da modernidade. **Jornal O Dia**, Rio de Janeiro, 24 mai. 2013. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/rio/2013-05-24/madureira-festeja-400-anos-no-ritmo-da-modernidade.html>>. Acesso em: 12 jul. 2014.
- SILVEIRA, M. R. As casas populares e a formação do subúrbio carioca. In: SEMINÁRIO DOCOMOMO BRASIL, 8., 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2009. Disponível em: <<http://www.docomomo.org.br/seminario%208%20pdfs/058.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2012.

- SMURJ. Instituto Pereira Passos. Moradia, segregação, desigualdade e sustentabilidade urbana. **Revista Rio Estudos**, Rio de Janeiro, n. 13, maio 2001. Disponível em: <http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br/arquivos/81_moradia,%20segregação,%20desigualdade%20e%20sustentabilidade%20urbana.PDF>. Acesso em: 8 jul. 2013.
- SOARES, M. T. S. Divisões principais e limites externos do Grande Rio de Janeiro. In: ASSOCIAÇÃO DOS GEÓGRAFOS BRASILEIROS, 1960, São Paulo. **Anais...** São Paulo: A.G.B., 1960. v. XII.
- SOTO, W. H. G. Subúrbio, periferia e vida cotidiana. **Estud. Soc. Agric**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 109-131, 2008.
- VASCONCELLOS, F. Império Serrano, primeiro decênio: 1947-1956. **Ensaio de Carnaval**, Rio de Janeiro, n. 2, 1991.
- VELHO, G. **A utopia urbana**: um estudo de antropologia social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1978.

A cidade e suas definições: O caso de Roma

Franciscu Sedda

Todos os caminhos levam à Roma
(dito popular)

O PODER DAS DEFINIÇÕES

“A Cidade Maravilhosa” ou “a Cidade Partida”? O que é o Rio de Janeiro?

“A locomotiva do Brasil”, “Não ducor, duco”, “A cidade que não pode parar”? O que é são Paulo?

E Roma? E “*Roma Caput Mundi*”? “A cidade eterna”? “A Cidade de Roma”? “SPQR”? “Capital de Roma”? Ou talvez “La Lupa”?

Em outras palavras, qual imagem, em *auto definição*, uma cidade deve refletir? E o que deve indicar essa reflexividade? A dinâmica histórica da cidade? Os poderes que a moldaram? Os sentimentos que a habitam? Os sentidos que a colocam em movimento?

E se tratasse de algo a mais e diferente que um pálido reflexo? E se as definições tivessem a ver com alguma verdade da cidade? O que seria essa verdade? E no que sua emergência dependeria? Talvez a eficácia da mesma definição? Ou talvez, como não é fácil acreditar, todas as definições são verdadeiras como cada um, como o sinal para o objeto dinâmico que captura e traduz um aspecto da cidade em questão? Ou ainda, mais profundo e em um outro nível, as auto definições identificam e conduzem às formas diferentes da palavra cidade, as quais coexistem no mesmo espaço que colidir ou correlacionar?

E se, indo mais longe, a resposta estiver no futuro? Se a resposta está no modo como a mobilização e o recrutamento dessas auto definições conduz a percepção da realidade metropolitana diária? Se a resposta está no modo como cada *auto definição* é acompanhada com determinados grupos e forças sociais, definindo projetos de transformação das relações de sentido e poder atuais dentro da cidade, ativos entre a cidade e as outras cidades, incluindo a cidade, o estado, a nação, o mundo?

Ou talvez, finalmente, por meio de suas definições, por acaso é a própria cidade que nos conta? Não é sua voz surgindo por meio de um zumbido impessoal da história e da coletividade para nos contar sobre sua alma coletora?

Para tentar responder a estas perguntas, vamos examinar um caso exemplar, o caso de Roma e suas muitas (auto) definições, na crença de que ele pode ser extraído para generalizar o estudo do significado das metrópoles e de suas experiências.^[12]

A CIDADE E A AUTO DEFINIÇÃO

O objeto da análise semiótica que apresentamos aqui é a relação entre Roma e suas próprias *definições*. Por *auto definição*, queremos nos referir à forma peculiar de autodescrição que leva ao mais alto nível a síntese do trabalho de forma reflexiva e de identidade. É apenas um dos muitos níveis que contribuem para a construção da cidade e sua imagem. No entanto, as auto definições desempenham um papel importante, precisamente, porque sua aparente simplicidade e coerência penetram profundamente nas ligações dos discursos sociais e da consciência coletiva.

Mais ainda, deve salientar-se que a função e a eficácia das definições dependem do fato dessas serem parte constituinte da cultura, não somente porque fornecem uma fonte poderosa de orientação para a cultura própria, organizando o material, sua relevância e percepção, mas precisamente porque faz parte dela, tornando-se força e questão de cultura. O mesmo se aplica às auto definições de uma cidade que não orientam apenas as transformações da cidade, em suas configurações urbanas e arquitetônicas, mas intimamente molda o sentido, tornando-se presenças ativas no espaço da cidade.

Este estudo é dedicado às muitas definições da cidade de Roma, as quais não são extensas, mas sim exploratórias, baseando-se em algumas suposições que serão explícitas.

O primeira é precisamente o surgimento e a constituição da imagem da cidade. Há uma tendência entre o corpo do sujeito, por meio de sua experiência singular, no sentido do espaço de vida – construindo uma imagem pessoal da cidade que pode alcançar os limites da

idiosincrasia – até as definições históricas da própria cidade, as quais lhes oferecem imagens sintéticas e simplificadas, agora parte de um discurso impessoal, anônimo e coletivo. Sem isso os meios compartilhados, dado que, como veremos, muitas auto definições estão em conflito e concorrência claros, tendo emergido ou sendo ainda mobilizados em diferentes relações de força e poder; sendo tomadas em um jogo contínuo de re-enunciação de acordo com diferentes estratégias de identificação.

Em meio à imagem da cidade que emerge do corpo ao corpo entre a própria cidade e o indivíduo ou entre a cidade e o corpo coletivo de sua memória discursiva, insere-se vários outros níveis isotópicos – sensível e semântica – na formação da sua imagem. Eu não poderia dar conta totalmente e, igualmente, seria impossível dar conta do todo, ou seja, as maneiras pelas quais as diferentes formas que compõem o espaço metropolitano, articulando-se, dão origem às imagens dominantes da cidade. Certamente, as auto definições que serão discutidas podem ser vistas como possíveis pontos de afloramento de conjuntos de práticas discursivas por meio das suas profundas correlações que marcam o corpo da cidade.

O segundo ponto para especificar é o de que as auto definições sobre as quais vamos falar são adequadas para serem lidas tanto em diacronia como em *sincronia*. Estes devem ser considerados a partir de nosso ponto de vista e como um testemunho das estratificações da vida histórica e sócio política do lugar como parte de uma memória sincronizada, projetando no presente e no futuro o que se oferece como um repositório da virtualidade ativa sintática-semântica ativa ou diariamente ativa.

Assim, a partir desta tentativa de manter as duas dimensões em conjunto, uma dificuldade inegável nasce: ao nível *diacrônico* as várias auto definições de fato perseguem e sobrepõem-se, enquanto ao nível *sincrônico* estas articulam-se ou se opõem. Ao leitor resta a tarefa de avaliar a eficácia de uma análise que não divide os dois aspectos, mas tenta mantê-los em presença dinâmica.

A terceira questão a considerar é que as auto definições, as descrições, não se expressam apenas verbalmente. Muitas vezes eles usam linguagem visual ou manifestam-se como textos sincréticos ou, melhor ainda, como uma análise mais aprofundada com a qual somos frequentemente confrontados com formas de conteúdo, mais ou menos estáveis, uma vez emergida e traduzida ao logo do tempo. Para fazê-lo, para adquirir permanência e eficácia, estes conteúdos devem ser traduzidos em prática por intermédio de múltiplas formas de expressão.

O quarto e último ponto é que este trabalho pretende servir para identificar a centralidade depositada trançada em Roma ou em seu futuro. As auto definições/descrições da cidade funcionam aqui como lentes para capturar algumas configurações espaciais que se relacionam claramente com determinadas configurações de poder e identidade. Cada *auto*

definição carrega o restante das ligações específicas glocais: as relações nunca definitivas ou descontadas a partir de um determinado ponto de vista são locais ou globais para Roma e para aqueles que o habitam, habitando suas próprias definições. Em geral, portanto, o trabalho apresenta-se como uma forma de crítica às identificações da cidade, uma forma de refletir e agir sobre a cidade como um trançado de relações de sentido.

ROMA CAPUT MUNDI

Um *outdoor* de uma grande operadora de telefonia no metrô divulga alguma oferta especial – Plano de tarifa? Pontos? Prêmios? – reservado para aqueles que vivem em Roma, ou melhor, a *Roma Caput Mundi*. É uma das últimas reutilizações de uma das mais famosas e antigas auto definições da cidade. Embora sob uma forma ligeiramente diferente – *Roma caput orbis terrarum* – esta definição da cidade vem do historiador romano Tito Lívio (59 aC – 17 d.C), que atribuiu nenhum outro senão o Romolo. Ou, melhor ainda, para o rei Romolo e fundador do *urbe* que depois de sua morte fala em sonho a um certo Giulio Prócuro, confiando-lhe uma mensagem para todos os romanos e, especialmente, para a posteridade:

Abi, nuntia [...] Romanis, caelestes ita velle ut mea Roma caput orbis terrarum sit; proinde rem militarem colant sciantque et ita posteris tradant nullas opes humanas armis Romanis resistere posse.

Vá e anuncie aos Romanos que a vontade celestial é que a minha Roma torne-se a capital do mundo. Em seguida habituem-se e aprendam a arte militar e passe a seus filhos que nenhum poder humano é capaz de suportar as armas romanas.

Tito Livio, *Ab Urbe condita libri*, I, 16

Na realidade, Tito Livio coloca o texto no primeiro livro da sua grande obra sobre a fundação da cidade, *ab urbe condita*, escrita sob a pompa do imperador Augusto, confiando à posteridade. A fim de que em breve o poeta Marco Anneo Lucano (39 d. c – 65 d.c.) retome em seu poema *Pharsalia*, que narra a guerra civil entre César e Pompeu, na qual tinha na batalha de Farsalo seu momento culminante.

ipsa, caput mundi, bellorum maxima merces, Roma capi facilis [...]

como Roma, capital do mundo, as presas mais importantes da guerra, fácil apresentar [...]

Marco Anneo Lucano, *Pharsalia*, II, 655-656

No entanto, para fazer a fórmula parecer foi necessário, provavelmente, o selo de Frederick Barbarossa (1122-1190), imperador do Sacro Império Romano-Germânico. O selo, na verdade, diz:

Roma Caput Mundi regit orbis frena rotundi

Roma como a capital do mundo, detém as rédeas da rodada orb

Federico Barbarossa

E, como muitas vezes acontece com os selos reais medievais, que não são em nada inferiores à publicidade moderna, eles oferecem um olhar penetrante e fácil de lembrar o poder que deve legitimar e veicular.^[13] As moedas medievais do Senado em Roma, no século XII e XIII, finalmente incorporam a lenda *Roma Caput Mundi*, acompanhado pela inscrição SPQR e pela presença de uma cruz.

Este rápido reconhecimento histórico, que não quer ter um valor exaustivo, serve para delinear o surgimento de *Roma Caput Mundi*, uma das definições que mais marca profundamente a construção da imagem da cidade.

Para dizer a verdade, considerando o mecanismo em que ele primeiro perfila, ou seja, o Vaticinio que Tito Livio atribui a Romolo, esta é uma expressão apenas para preencher o anônimo Giulio Proculo, para definir a construção da cidade em um sentido pleno. É o destino e o programa de ação ao mesmo tempo. É a visão e o desejo do pai da cidade e ao mesmo tempo a *vox populi*, a voz do povo, o desejo de assumir como sua fonte de orientação, como um programa de ação e sistema de valores ao mesmo tempo. Certamente, Tito Livio pôde oferecer a história deste Vaticinio porque ele o vê realizado em seu tempo por meio dos sucessos de Augusto, podendo atribuir, como a mítica consciência, o fundador da cidade, ao ancestral Supremo. A definição desempenha um papel retrospectivo e prospectivo ao mesmo tempo. É a descoberta de uma história bem sucedida e fonte da história em si. Não por acaso são mobilizados em diversas maneiras ao longo da história. Por último, mas não menos importante, por regimes como o fascismo que a empresa imperial teve bom jogo para retomar os fios da sua empresa, consultando as glórias da Roma imperial e da imagem da *Roma Caput Mundi*.

Desnecessário dizer que a definição é tão penetrante no corpo da cidade e naqueles que vivem que torna-se impossível mapear qualquer aparição. Da política ao esporte, dos discursos acadêmicos aos objetos para os turistas, até chegar a já mencionada publicidade destacada nas paredes do metrô. *Roma Caput Mundi* continua a fornecer uma fonte de identificação e auto modelagem da área metropolitana e do sentido da metrópole no espaço. Roma é o centro e o ápice do mundo. Ou foi?

Essa definição paira sobre a cidade e sua história, enquanto constitui uma razão para nostalgia, orgulho, críticas e frustração. Atravessa o espaço da cidade, forma a percepção, selecionando nele o corpo “antigo”, que extrai os esplendores da romanidade em latim, que marca os caminhos dos turistas em busca da beleza clássica, com todos os riscos ligados e conectados. Como a possibilidade de tornar visível apenas o que se conforma com o significado da antiguidade ou para neutralizar, ao olhar do cidadão e do estrangeiro, as estratificações arquitetônicas, históricas e valiosas do que é definido como “centro histórico”.

Não é por caso que a definição de *Roma Caput Mundi* é chamada, ao mesmo tempo, de antiguidade romana como um todo e de arquitetura religiosa católica. Em alguns aspectos também é de arquitetura fascista, que na conexão dos dois primeiros tem operado em profundidade, como mostrou Cervelli (2008).

Esta confusão tem um sentido *diacrônico*, como veremos falando da definição de Roma como a cidade eterna que, por assim dizer, aponta para o testemunho de *Roma Caput Mundi* traduzindo a ideia de preeminência do militar para o espiritual, realçando o isótopo da incorporação temporal em relação ao espacial, fazendo, de fato, Roma a capital do Cristianismo e definindo continuidade à ideia de Roma, a capital do mundo.

Não é coincidência se você disser que agora o centro é *Roma Caput Mundi*, que é o lugar que simboliza a persistência na percepção comum – também testemunhado por uma busca trivial em imagens de pesquisa do *Google* – enfrentando o dualismo entre o Coliseu e a *Piazza San Pietro*, sem subestimar o papel dos pontos de vista desses dois locais usados pela Via dei Fori Imperiali e Via Conciliazione. Precisamente, os dois pontos de vista foram feitos pelo fascismo para exaltar a força de objetos monumentais que melhor encarnam os ápices do poder político e religioso na história da cidade.

Esse poder de reescrever a cidade, o seu material esquelético, tanto quanto suas geografias abstratas, não é de admirar-se. E a mudança de poder que adia a percepção do centro. Ou ainda melhor, neste caso, o centro da cidade. Diante de uma perda do papel político central no cenário global não é estranho que a definição de acabamento *Roma Caput Mundi* acabe adaptando-se ao verdadeiro poder global – *Urbi et Orbi* – que habita e marca a cidade.

Essas são as mesmas palavras que Jorge Maria Bergoglio dirigiu aos fiéis na Piazza San Pietro proclamada pelo Papa não apenas para explorar e reforçar – por meio de um jogo complexo de imperceptíveis suposições feitas pela simplicidade das formas e palavras – esta história de traduções que é ao mesmo tempo a geografia espacial do poder global, tanto globais e locais ao mesmo tempo: “Irmãos e irmãs, boa noite. Vocês sabem que o dever do Conclave é de dar um bispo a Roma. Parece que meus irmãos cardeais foram buscá-lo perto do fim do mundo. Mas estamos aqui ... ” (Papa Francesco, Roma, 13 de março de 2013)

Se o Papa foi “levado”, encontrado e retirado do “fim do mundo”, onde é o “aqui” que ele está agora? O “aqui” em sua definição é a Piazza San Pietro? O Estado do Vaticano? Ou Roma, como parece sugerir a auto-definição (não inocente) de “Bispo de Roma” usado por Bergoglio? – pode ser tanto no início, ápice, meio.

Não é de difícil compreensão para o peregrino, o turista, o crente e o leigo esta pequena parábola espacial que abre o discurso do Papa, a qual soa como uma implícita que renasce as glórias e a imagem de *Roma Caput Mundi*, especialmente onde a ideia de “Caput Mundi” é

traduzida em uma função de condução mais do que o controle, como é coerente com a imagem do pastor de almas.

Contudo, precisamente devido à sua memória linguística-espacial – latinidade englobando domínio – nos parece ser capaz de dizer que o “verdadeiro” centro de *Roma Caput Mundi*, na percepção comum, é o Coliseu. E não só em detrimento da Piazza San Pietro, mas de todas as outras descobertas históricas que com uma maior coerência representam o ápice do poder do Império Romano, não a última a ‘Ara Pacis Augustae.’^[14]

A CIDADE ETERNA

Como antecipamos, há um outra *auto definição*, parcialmente sobreposta sobre a anterior, que desencadeia na sua força semântica, a sua capacidade de moldar a imagem da cidade. Resume-se na frase *A Cidade eterna*. Para captar um conjunto significativo no seu surgimento, é necessário rever o debate medieval em torno da condição e do papel de Roma, que está ligada ao papel da Itália como um todo.

Na percepção dos contemporâneos, a condição da decadência material de Roma era evidente, que para muitos se referiam, ou correlacionaram, a uma mais profunda perda do sentido a um desaparecimento do primado de Roma sobre o mundo que de fato se torna uma ameaça à identidade e à descoberta da cidade, para a sua própria existência semiótica. Processo de longo curso, o qual, entre outros, tinha contribuído para a Fundação de Constantinopla, também chamada significativamente nova Roma, em 330. A criação de uma nova capital para o Império, e a subsequente a divisão do mesmo Império em duas entidades, do leste com capital Constantinopla e do Ocidente com capital Ravenna, o saque de Roma pelos visigodos de envergadura no 410, testificam o início dos surtos profundos que Roma teve que enfrentar por quase um milênio.

Esta situação de trabalho é o poderoso testemunho das palavras de Francesco Petrarca que, em 1373, na sua invectivas *Contra eum aqui maledixit Italie*, respondendo aos detratores da Itália, afirma que “as paredes e palácios [de Roma] caíram, mas a glória do seu nome é imortal” (PETRARCA apud BRUNI, 2010, p. 137).

Por um lado, Petrarca admite que Roma entrou em ruínas, mas, por outro, diferencia-a da antiga Tróia de Cartago, Atenas, Esparta e Corinto. Para torná-lo um caso diferente não é o fato de que Roma não foi materialmente completamente destruída, mas é a permanência de seu nome que a redime da impressão de decadência irreversível. Contanto que o nome se referisse à memória da história que incorpora, ou mesmo à continuidade da memória, que é o

que cria o efeito da existência no contexto histórico-cultural (Cf. LOTMAN; USPENSKY, 1973). Portanto, a valorização desta memória que superou cada destruição e decadência é positiva, para Petrarca não há dúvida que “a história é todo um louvor de Roma” (PETRARCA apud BRUNI, 2010, p. 132).

Um processo de redefinição da imagem da cidade está sendo visto aqui. Roma, que perdeu seu domínio espacial, ou seja, seu poder político-militar, sua projeção geopolítica “global”, encontra sua “identidade” por meio de um domínio ao longo do tempo. A cidade, seu nome, é imortal, abrangendo o tempo histórico que não é nada além do testemunho de sua glória.

Como vemos, não somos ainda a expressão explícita “cidade eterna”, mas a forma que transforma o conteúdo, que muda o domínio de Roma no mundo do eixo (isótopo) do espaço para o tempo, da força para a glória, parece emergir agora. No entanto, a re-definição do poder da incorporação de Roma que se perfila no discurso de Petrarca ainda parece estar à procura de seu assunto. Esta nova *auto definição*, esta valorização da cidade, para ser plenamente eficaz deve ser feita própria e traduzida em prática por um agente semiótico que, graças a ele, por meio da conjunção com esta definição emergente, constitui-se como um assunto.^[15] É somente com esta combinação que o assunto torna-se identificável e a *auto definição* torna-se eficaz.

A correlação no ato é apreendida na seguinte passagem densa do historiador e humanista Flavio Biondo que, entre 1444 e 1446, escreve a Roma estabelecida, que traduzida seria a Roma restaurada ou renovada. Sinal de um processo que agora torna-se insatisfatório.

E na verdade, embora estou tão intimamente ligado ao nome de Roma que, exceto a religião, nada mais me venera, contudo não permito que a paixão impeça a lucidez do acordo até o ponto de não me deixar compreender como a condição e situação real, a Roma de hoje está longe de ser a majestade imperial e o poder do passado. Contudo eu não me considero entre aqueles que desprezam a condição atual de Roma e não têm qualquer estimativa: como se a memória da cidade tivesse sido desaparecida completamente junto com as legiões, os cônsules, o Senado e o esplendor do Capitólio e o Palatino. Certamente é vital, é vital ainda hoje a glória da majestade romana e, apesar de estar em uma parte menos extensa do mundo, assenta naturalmente na base mais sólida: sobre reinos e povos Roma exerce seu ascendente, e para defendê-la e levantá-la não serve legiões nem coortes, esquadrões ou empresas, nem as companhias aéreas, a cavalaria nem infantaria [...] a fim de salvar o país, hoje, não é necessário derramar sangue, nem massacres, mas para o local, a fortaleza e a residência em Roma, para nosso Deus e nosso Senhor Jesus Cristo, o imperador supremo e verdadeiramente eterno, e para os triunfos dos mártires que 1400 anos foram comemorados em Roma, para as relíquias dos santos distribuídos em todos os templos, igrejas e capelas de Roma eterna e gloriosa, o mundo de hoje venera principalmente o nome de Roma, com mais reverência do que uma vez, esse nome, estava acostumado a temer (BIONDO, apud. AUBURN, 160).

É por isso que a Roma eterna emerge. Uma Roma que já não domina por intermédio de armas e violência, mas sim pela glória espiritual. E, apesar de todas as reservas de Biondo, a conclusão é que este poder é ainda maior do que o do passado, porque o temor obtido pelo poder espiritual é ainda mais forte do que o obtido pelas armas. Se Roma dominou

primeiramente pelo medo, Biondo redefine a concatenação da ação paixão, agora é por veneração. Uma veneração que descende da cidade torna-se, mesmo através de uma história de martírios que tem sido feito, a casa da “entidade” única verdadeiramente eterna Jesus Cristo, Filho de Deus.

Em outras palavras, o novo destino da história de Roma está em uma posição hierárquica ainda maior e, assim, engloba, em comparação à anterior, o imperador. É o que diz Biondo, mesmo a majestade de Roma antiga, as suas empresas, seu domínio. Vale a pena, enquanto muitos se esqueceram de sua memória. Mas isso ainda era uma Roma pagã. Roma de hoje pode ser estabelecida, restaurada e renovada ao mesmo tempo, porque está além da Majestade antiga, mesmo além da glória histórica, que Petrarca já reconheceu. O valor que agora compete é ser eterno como aquele que o escolheu para habitar.

A definição de Roma eterna, assim, sanciona a afirmação de uma nova correlação entre o poder e a espiritualidade e prepara a passagem da testemunha para o papel dominante (também no sentido político-temporal) da Igreja para a cidade que vai durar pelo menos 400 anos. Esta combinação, graças às intervenções urbanas do Papa Nicolau V, resultará no movimento do centro do poder papal, eclesiástico, cidadão de São João de Latrão ao Vaticano, isto é, fora do espaço da cidade secular que tinha seu fulcro no Capitólio.

Agora, pode-se salientar que Roma eterna não é exatamente a cidade eterna. A imagem de Roma como uma cidade eterna encontra seus antecessores nas definições de Cícero (*domus aeterna*) e Tibullo (*aeterna urbs*). No cenário contemporâneo parece ter sido incorporada, passando a ser a Roma eterna do cristianismo. Se no discurso cristão medieval, por exemplo de Flavio Biondo, eternidade é um elemento ainda extrínseco à cidade, que encontra a sua casa em ti mas não lhe pertence em si e para si mesma, hoje ao invés de ser eterna é a própria cidade que aparece em seu manifesto.

Este mecanismo auto referencial baseia-se na nossa forma de ver os dois elementos principais. O primeiro é que em um olhar não anestésico – por exemplo, o do visitante, seja ele turista ou peregrino – que compara Roma com outras metrópoles do mundo, a cidade na sua arquitetura aparece com resultados de maneira imediata e resulta em uma temporalidade longa. A cidade preserva, expõe, realça a memória de si mesmo, de seu passado, criando o efeito de uma temporalidade – histórica e humana – quase infinita, especialmente se você olhar para trás, para o presente persistente e quase intrusivo de seu passado mais remoto.

O segundo elemento, intimamente ligado apenas ao exposto, é que este efeito da eternidade tende a transformar-se na ação da eternidade da textura urbana em si. Demonstra a dificuldade de inserção de intervenções da arquitetura moderna ou contemporânea na cidade, especialmente no que é percebido como o “centro histórico”, se não a preço de conflitos políticos – como os que relacionam-se com o Museu do Ara Pacis por Richard Meier – que

fazem o trabalho de mudança, se não impossível, incerta e suspensa entre contingência e lentidão. Mesmo os trabalhos para modificar a cidade em Roma “são eternos”, como diz o *Vox populi*.

Esta complexa eternidade plasma em profundidade a imagem da cidade. Ela faz isso tornando invisível o que não é histórico, o antigo. E faz isso associando-o com o antigo senso de beleza – cujo fronteira é obviamente negociável, mas que em alguns aspectos corresponde ao vasto campo de toda a arquitetura pré republicana.

No contemporâneo, o surgimento da cidade eterna como um estereótipo coletivo marca o advento de uma maior derrapagem isotópica: a eternidade não está mais relacionada ao poder militar e ao poder espiritual, mas ao poder estético, seja da política, da fé ou da arte. Um processo que encontra o seu clímax simbólico com a adjudicação do prêmio Oscar 2014 como melhor filme estrangeiro na grande beleza de Paolo Sorrentino. A grande beleza de fato é exatamente a de Roma, da cidade, de sua paisagem, tão densa de história e arte. A grande beleza é a cidade que emerge e é definida de uma forma poderosa, precisa, em oposição à vida por muitos aspectos de pobreza, vazia, transitória de seus habitantes, especialmente os de alta sociedade, cujas existências da arte e reivindicações da arte são certamente muito passageiras para extrair e ceder a beleza da cidade “atemporal”.

Sem entrar em várias dobras e leituras do filme que a grande beleza – palavras que talvez no futuro não muito distante serão indexadas como outras auto definições da cidade – nos mostra no ato que é um mecanismo paradoxal do cinema que ratifica o que ele próprio criou. A cidade eterna contemporânea é, de fato, em boa parte o fruto do olhar cinematográfico que tem eternizado alguns lugares reais, hiper-locais, tornando-se parte do imaginário global.

Se em muitas maneiras o centro de Roma que está na definição da cidade eterna é ainda Piazza San Pietro, em outra poderia se dizer que hoje a cidade eterna é refletida em Scalinata di Trinità dei Monti ou Fontana di Trevi. Contanto que você não se esqueça que este é o verdadeiro lugar real apenas como parte de um imaginário compartilhado. Locais centrais projetados na nossa pele e na da cidade, a partir de outro centro, Cinecittà, até formar a realidade metropolitana contemporânea cotidiana.

CIDADE DE ROMA/SPQR

Outra definição que há muito passou pela história da cidade é a de Roma como um município. É uma definição institucional, aparentemente mais “fria” do que as duas

anteriores, que, no entanto, em certas conjunturas históricas tem carregado, com força, política e identidade.

O surgimento da cidade de Roma remonta aos tempos medievais e é parte de uma complexa relação entre cidadania romana e os dois poderes que afetaram a vida da cidade, o Papal e o imperial. A cidade de Roma foi formada a partir do golpe de 1143, pelo qual a classe emergente de mercadores, artesãos, empresários constituíram-se como uma entidade política em oposição ao poder papal e aristocrático. O gesto que caracteriza o surgimento desta nova formação semiótica, política e social, ao mesmo tempo, é o *renovatio Senatus*. Chamando a Assembleia da cidade recém-formada de “Senado” é realizada uma complexa operação semiótica, sintetizada por Sorrentino:

A opção de atribuir o nome do assunto político crescente que pertenceu a forma de governo que esteve em vigor durante o período da República, *Senatus*, a partir de um ponto de vista semiótico certamente não era neutro. Na verdade atribuir esse nome para a reunião cidade incipiente significava, para os romanos, reviver a instituição que encarnava a grandeza da República Romana e com ele re-atualizar os valores negados pela história. Mas, ao mesmo tempo, reviver o Senado que significava intervir nas fronteiras da cidade, movendo-se, tanto quanto possível, e com eles aumentando a amplitude do território em que o Senado poderia exercer seu poder (SORRENTINO, 2014).

Entre as numerosas e intrincadas dinâmicas que marcam este momento histórico, estamos interessados em enfatizar a retomada e combinação entre a cidade de Roma e alguns símbolos da antiga idade Republicana que são, por sua vez, mais auto definições verbais e, ainda mais, visuais de Roma.

A referência é o emblema do emergente município de Roma que incorpora a sigla SPQR e uma pequena cruz. Por meio da referência para o *Senatus Romanus Populusque* precedido pela Cruz, a Assembléia implementa uma incorporação de tempo e espaço, história do passado e do território atual, fazendo a sua própria glória e poder do passado para oprimir e incorporar o poder que domina o presente. ⁶

A experiência medieval da cidade de Roma termina em 1398 retornando a sua forma moderna após a violação da porta pia e da anexação de Roma ao Reino da Itália em 1870. Nesta longa história que atinge o presente, o símbolo da cidade se traduz em várias línguas, porém poucas variações, das quais Sorrentino assume finamente. O emblema da cidade, então, torna-se uma identificação de referência constante: a auto-definição real por meio de uma identidade visual específica. Auto-definição que também é eficaz graças ao duplo registo que incorpora: a institucional – a cidade de Roma – e a popular – SPQR.

Em particular, SPQR atravessa a história resultante do Arco de Tito acima referidas às purgas dos esgotos: mais literal que a incorporação da auto definição no espaço da cidade. A mesma forma de sigla também concede as redefinições contínuas daqueles sentimentais às paródias, daquelas comemorativas às prescritivas: *Sapiens Populus Quaerit Romam* (um povo

sábio que ama Roma) e a versão que zomba *Stultus Populus Quaerit Romam* (a pessoas tolas que amam Roma). Há também *Sanctus Petrus Quiescit Romae* (São Pedro descansa em Roma) ou *Salus Papae Quies Regni* (a salvação do Papa, a tranquilidade do Reino).

É impossível examinar toda a arte popular de retrabalho semântico do SPQR. No entanto, vale olharmos para o soneto eloquente e colorido de Belli 1833, em Roma, obviamente, intitulado S.P.Q.R.:

Quell'esse, pe, ccú, erre, inarberate
sur portone de guasi oggni palazzo,
quelle sò cquattro lettere der cazzo,
che nun vonno dí ggnente, compitate.

M'aricordo però cche dda ragazzo,
cuanno leggevo a fforza de frustate,
me le trovavo sempre appiccate
drent'in dell'abbeccé ttutte in un mazzo.

Un giorno arfine me te venne l'estro
de dimannanne un po' la spiegazione
a ddon Furgenzio ch'era er mi' maestro.

Ecco che mm'arispose don Furgenzio:
«Ste lettere vonno dí, ssor zomarone,
Soli preti qui rreggno: e ssilenzio».

A poesia de Belli é uma evidência valiosa de uma onipresença da sigla nas paredes da cidade: a presença tensa entre a insignificância e a atribuição de significado pelo poder ou, apenas parodicamente, pelos contrastes.

O emblema da cidade como um todo, ou suas partes separadamente, penetram profundamente no corpo da cidade, tanto sobre seus edifícios quanto em sua memória, no jornal gonfalons como nas curvas do estádio. Em uma contínua controvérsia ou tensão do contrato entre a dimensão institucional e popular.

A partir da síntese concluída com êxito, o símbolo ofereceu *auto definição* capaz de articular um duplo registro do mundo romano, a referente identidade cívica e a ligada à identidade do povo. Na maioria das vezes, as duas identidades tomaram caminhos diferentes, mas nunca separaram-se. A propensão para a incorporação do indivíduo na Epístola como um valor popular, como um espaço vivo, como uma história ou sentimento permanece em ambos.

Por tudo isto, o centro de Roma é o Capitólio, mas também, ao mesmo tempo, é toda a cidade e, especialmente, as esquinas das ruas dos bairros antigos da cidade.

CAPITAL DE ROMA

A partir de 3 de outubro de 2010, do ponto de vista jurídico, Roma transformou-se de “cidade comum” à “capital”. O município de Roma foi substituído pela capital de Roma. Este gesto que não é puramente jurídico, mas traz mais uma vez os efeitos sócio-políticos. Tende a relegar a ideia de Roma como “cidade de Roma” na memória cultural ou pelo menos no fundo da nova entidade de “Capital de Roma”. O último, entretanto, desde que seu símbolo incorpore o emblema com a coroa, a Cruz e o SPQR que justapõe nos caracteres letras a nova nomeação (Cf. SORRENTINO, 2014).

Desta nova tradução que tenta fazer uma dissipação indolor entre as duas entidades de nomeação é o testemunho do texto do segundo parágrafo do artigo 24 da lei 42 de 2009, que estabelece precisamente Capital de Roma:

2. Capital de Roma é uma instituição territorial, cujos limites atuais são os do município de Roma, e tem autonomia especial, legal, administrativa e financeira, dentro dos limites estabelecidos pela Constituição. A ordem de capital de Roma destina-se a garantir a melhor estrutura das funções que Roma é chamada a realizar como sede dos órgãos constitucionais e das representações diplomáticas dos Estados estrangeiros, presentes na República italiana, no estado da cidade do Vaticano e nas instituições internacionais.

Como é evidente Capital de Roma mantém em memória a cidade de Roma. É uma espécie de memória territorial que se torna o apoio para uma mudança de pele que também é uma mudança de papel (*attoriale*): ser “capital” em vez de “comum”. Esta luta de definições produz, de fato, uma inversão na relação semiótica-jurídica entre figura e progressão. Roma, de fato, já era comum e capital ao mesmo tempo, mas as partes foram, obviamente, invertidas. O papel da capital permaneceu em progressão do seu papel (e sua história) comum.

Para mostrar que a mudança de definição não é puramente nominal, há principalmente a atribuição de novos poderes e competências para a cidade que obtém precisamente um estatuto privilegiado adquirido. Em outras palavras, Roma muda de posição no sistema jurídico e no sistema das cidades italianas. Alterando as relações que compõem o objeto altera-se o próprio objeto. A cidade e sua imagem são transformadas.

Capital de Roma remodela o corpo da cidade a partir desta nova estrutura relacional que leva à superfície, de acordo com um isótopo direto do poder político (GEO), a geografia dos lugares que dentro do espaço da cidade personifica a presença dos Estados: do italiano ao estrangeiro, no meio do relacionamento nada simples com o estado na cidade que é o Vaticano.

Pode-se falar adequadamente sobre um isótopo do estado que redefine a imagem da cidade como um todo, mas, claramente, não é apenas sobre isso. A redefinição como capital, além da evidente vontade de valorizar a sócio-política, desencadeia um jogo de redefinição das relações de globalidade e localidade. Roma, de fato, abandona a posição de globalidade local que a própria cidade de Roma tinha, com a sua projeção interior, com a sua tendência à incorporação e à coesão dos romanos. A Capital de Roma é um lugar bastante global, onde,

no entanto, o global não é representado pelo mundo – como no *Roma Caput Mundi* – ou pela eternidade para o temporal da glória e do imaginário-como na cidade eterna, mas sim pela Itália, a partir do Estado italiano.

O texto da lei também traz à tona uma realidade ainda mais complexa e interessante, totalmente glocal. A condição de uma cidade capital de um estado que incorpora outros Estados. Não só, como é normalmente o caso de qualquer grande capital, por meio da incorporação do espaço extraterritorial de embaixadas estrangeiras, mas, sobretudo, por meio da incorporação de um estado inteiro – o do Vaticano – que, além disso, não renuncia a sua projeção “global” e “incorporação”, tanto em termos ecumênicos como temporais, como confirmado pela controvérsia política sempre adormecida sobre a influência do Vaticano sobre a política “romana” (um termo que aqui não é o caso como “italiano”). Conflito que pode certamente intensificar ou desanuviar dependendo do momento histórico contingente ou do Papa, mas que parece a todos os efeitos destinados a ser “Senhor”, pelo menos até o espaço do cidadão irá hospedar dois espaços políticos em constante tensão mútua e encapsulada.

Este jogo de recesso com o arranjo entre a incorporação e os agentes incorporados é um dos elementos que a redefinição de Roma como capital de Roma pode trazer à tona. Muito mais que o ressurgimento de uma imagem da direita, como assumiria uma leitura movida em ‘*intencio auctoris*’, ou seja, sobre a consideração de um texto de lei promovido, enquanto o governo da cidade e do estado eram representantes do direito mais ou menos extremo.

Como uma confirmação parcial pode servir o fato da redefinição da cidade não ter beneficiado eleitoralmente o presidente da câmara municipal de direito, Gianni Alemanno, que havia sido promovido. E que o novo prefeito (do centro) deixou, Ignazio Marino, não só repudiar, mas mobilizar uma dura disputa financeira com o governo central, tentando afirmar o estatuto privilegiado da cidade como capital.

Em suma, a *auto definição* da Capital Roma já começou a ocorrer no espaço discursivo da cidade e além. No entanto, não é possível saber como e quando esta nova *auto definição* irá penetrar no corpo da cidade e em suas experiências. Certamente, se esta Roma tem um centro onde está localizado, mais do que o Capitólio, a sede do poder da cidade – ou o Quirinale – a sede do Presidente da República Italiana – em Montecitorio – a sede do Parlamento, onde diariamente, por meio de imagens ao vivo de notícias e da crônica política da Roma e da Itália, são uma percepção coletiva, este torna-se quase indistinguível.

LA LUPA

Há uma *auto definição* de Roma, a última que consideraremos, que aborda a sua história partir do momento do mito da fundação para o contemporâneo: é a imagem do Lupa. Esta é uma imagem poderosa, traduzida ao longo do tempo em múltiplos discursos – da política ao esporte – por meio de múltiplas formas expressivas – da linguagem verbal do mito à escultura – para tornar-se um logotipo comercial moderno.

É uma síntese de imagem, mas também para quebrar, como acontece, por exemplo, no futebol, uma das práticas discursivas que mais caracteriza a articulação de identificações internamente ao corpo do cidadão. Aqui La Lupa é Roma com seus fãs, oposição a L’Aquila, que identifica a Lazio com seus fãs. E, no entanto, esta quebra sincronizada, mobilizada e empenhada no apaixonado conflito de fé (futebol) que permeia a vida cotidiana de muitos romanos, não pode sobrecarregar o poder unificador do mito que transcende o tempo.

Entre Roma e la Lupa você pode considerar, portanto, do ponto de vista *diacrônico*, uma verdadeira equivalência global: la Lupa é Roma e Roma é la Lupa. Ou melhor ainda, Lupa cuida de Romolo e Remo, a sobrevivência dos que descem a fundação e o destino da cidade. No entanto, se esta equivalência funciona, oferecendo-se como uma síntese unificadora da imagem da cidade, é precisamente porque a sua profundidade mítica é, ao mesmo tempo (re)conhecido e esquecido, tão óbvio quanto ser efetivamente anestesiado em seus efeitos políticos. La Lupa tão completamente condensa o mito do Império Romano até torna-lo imperceptível em seu conteúdo, como um brilho que cega ao invés de esclarecer.

Esta situação paradoxal é o resultado, em nossa opinião, de uma história política dinâmica igualmente paradoxal, ou seja, a valorização da lua como um símbolo fascista e nacionalista.

Este é um mecanismo paradoxal em seu conteúdo e resultado. Mecanismo paradoxal em seu conteúdo, porque, como veremos, o mito da Lupa é o mais distante e profundamente crítico da narrativa fascista-nacionalista e seus seguidores, ou seja, aqueles retóricos mais ou menos xenófobos, ao mesmo tempo que dizem construir um governo inclusivo, nos últimos anos inspiraram suas políticas de segurança tendendo a negar a imagem composta, popular e multiétnica da Roma contemporânea.^[16] Mecanismo paradoxal no seu resultado porque o fascista recorda o mito fundador do Império Romano que tem produzido sua ativação em Roma Republicana, a “cidade aberta”, pós- e anti-fascista, que teria sido capaz de fazer de forma positiva e criativa.

Em outras palavras, a identificação profunda e penetrante entre Lupa e o fascismo, por exemplo, como evidenciado pela criação dos “filhos da Lupa”, organização que desde 1936 obrigava a inscrição de cada criança italiana no nascimento – e que resultou em uma série de práticas, vestimentaria La Lupa, chapéus e artefatos masculinos – dificultou assumir La Lupa nas práticas discursivas do contexto político republicano. La Lupa, seu mito, tornou-se de fato

intraduzível para a modernidade metropolitana em Roma. Como tentaremos argumentar, teria sido capaz e poderia beneficiar e oferecer uma imagem mais alternativa da cidade e de seus cidadãos.

Portanto, La Lupa, na contemporaneidade, condensa tão bem a cidade e seu mito da Fundação para expô-lo sem traduzí-lo: La Lupa é Roma. É o suficiente. Você pode dizer de forma provocadora.^[17]

Em vez disso, tentamos cavar esta equivalência aparentemente perfeita. Tentaremos trazer para fora a sua imperfeição fértil. Para fazer isso, utilizaremos o belo ensaio que Ugo Volli (2009) escreveu dedicado à relação entre o espaço e a linguagem, baseando-se nos casos dos mitos da Fundação de Roma e Babel.

Dissemos então, um mito é denso com uma imperfeição crítica salutar. Olhando para ele a partir da perspectiva de nosso ensaio, de fato, que a Fundação de Roma é um mito mestiço, impuro, quase um pedido de desculpas de marginalidade.

Seus protagonistas, Romolo e Remo, são descendentes de Eneias, que certamente se casou com Lavinia, filha do rei local latino, mas ainda é um (mítico) troiano fugindo para o oeste do que é agora a Turquia. Enea, em suma, filho (e símbolo) de Ásia, menor de Anatólica grega, dos Balcãs Ocidentais e do Oriente Médio, violentamente sacudido na guerra de Tróia. E La Lupa, a mulher que se queixa de Romolo e Remo (nascidos, aliás, de uma mulher violentada), em muitas das versões do mito e na mitologia etrusca e Romana, demonstra ser uma prostituta. A mesma palavra latina “lupa” seria traduzível com “prostituta” como é do resto inferido pelo fato de que a casa de nomeação na Roma antiga foi chamado de *Lupanare*.

Entretanto, para ser muito significativo é o estatuto dos filhos Lupa e as suas motivações que os levam a fundar a cidade após o conflito com o rei de Alba, Amúlio, que, além de ser perseguidor dos dois, também poderia ser o estuprador da mãe de Romolo e Remo e ser sobrinho dela.

A longa passagem do volume de Plutarco dedicada às vidas paralelas de Teseu e Romolo é, de fato, significativa da subjetividade que é formada por meio da Fundação – que também é junção – com a cidade como um objeto de valor:

[Romulo e Remo] decidiram viver por conta própria, estabelecendo uma cidade em lugares onde eles tinham crescido tão pequeno [quando foram criados pela Lupa, nossa nota]. [...] Mas, ao mesmo tempo, a Fundação também se tornou uma necessidade para eles, como muitos servos e rebeldes que tinham se reunido ao redor deles [na luta contra Amúlio], então ou teve que demití-los, deixando-os dispersar um pouco em toda parte, ou se estabelecer junto com eles em um local separado. Que de fato os habitantes de Alba não considera apropriado coabitar com os rebeldes, nem aceitar entre os cidadãos, lhe mostra antes de tudo a empresa realizada para atrair as mulheres [...] (PLUTARCO apud. VOLLI, 2009, p. 20).

Já este primeiro passo mereceria longa análise, mas apontaremos duas coisas. A primeira é que a fundação é um retorno aos lugares de infância, ou seja, os lugares onde Romolo e Remo

foram levantados por Lupa. Roma foi fundada por um retorno aos locais fundamentais da Lupa. A segunda é que a fundação da cidade é o resultado de um passo de separação, para colocá-lo na linguagem antropológica de Turner (1982). O material humano que segue Romolo e Remo, dos quais os dois são agentes, não serão encapsulados e traduzíveis para a cidadania do reino de espaço Alba, são fabricantes de conflito e caos. Para encontrar o formulário deve estabelecer-se como subjetividade a criação de um novo espaço, uma nova cidade, abrangendo uma cidade hospitaleira para a diversidade que foi rejeitada em outro lugar. É uma cidade que mantém na memória, o que torna o presente, o trauma do qual ela surge e o valor que a ancora, como nos mostra este belo passo o oposto das políticas securitárias e xenófobas daqueles que vêem no símbolo da Lupa catolicismo puro e exclusivo:

Assim que a cidade começou a construção, eles construíram um templo que serviu como um lugar de refúgio para os fugitivos, e dedicou-o ao asilo de Deus; Nela todos se congratularam, sem entregar os escravos aos mestres, nem os proletários à usura, nem os assassinatos aos magistrados, mas eles disseram que todos eles garantido asilo em nome de um vaticínio emitido pelo Oráculo de Delfi. E assim a cidade é povoada com pressa: para o que eles dizem, desde o início as habitações foram mais de mil (PLUTARCO apud. VOLLI, 2009, p. 20).

O valor fundador da cidade é, portanto, o jardim de infância, a hospitalidade, uma espécie de raciocínio analógico desenvolvido temporalmente, sendo uma cidade de fugitivos Roma só pode acomodar aqueles que fogem, sendo uma cidade marginal Roma que só pode acomodar aqueles que vêm das margens.

Para inscrever essa história – esta temporalidade valorialmente densa e orientada no espaço aqui – há a necessidade de traduzir em arquitetura tudo isso, elevando desde o início um templo para o asilo de Deus. Mas há mais. Há certamente o conflito entre Romolo e Remo, que leva ao assassinato deste último no momento de traçar o encaixe que irá identificar a cidade. Mas há, sobretudo, o ritual que se segue, aquele que dá lugar à construção da cidade:

Na verdade foi cavado um buraco circular em torno do comício atual em que foram depositadas ofertas votivas de tudo o que foi adequado em conformidade com as práticas habituais e necessários de acordo com a natureza. Finalmente cada habitante trouxe uma pequena porção da sua própria terra d'origem e o lançará no poço, misturando-se com os outros. Eles chamam este poço com o mesmo nome com que indicam o céu: *Mundus*. (PLUTARCO, apud VOLLI, 2009, p. 22).

Este é um verdadeiro mito glocal, de muitas maneiras. Em primeiro lugar, a partir de um ponto de vista semiótico-formal, porque aqui o que engloba e o que é incorporado vai trocar as peças desde a cidade, enquanto não parar de ser incorporado pelo mundo que engloba o *Mundus*. Esse *Mundus* é o resto do mundo, outros terrenos, as muitas outras terras que aqui nesta nova terra encontram-se e misturam-se, mas também é, por sua vez, o céu que incorpora tudo. Um efeito espetacular de vertigem, como que a partir do qual seria entendido ao olhar para o poço onde a semente lançada pertence ao passado, mas que lançará suas raízes, colocando sua futura existência.

Em segundo lugar, o mito nos dá uma sensação de glocal porque, como salientei, nós nos encontramos na frente de

Uma operação de inversão semiótica das fronteiras, um gesto que, por assim dizer, revolta as associações: não é mais o mundo que rodeia a cidade, mas a cidade em torno do poço chamado *Mundus*; Os habitantes não são estranhos, vindos de outra terra, mas a sua terra torna-se parte da Fundação da cidade (SEDDA, 2009, 23).

Em terceiro lugar, finalmente, a cidade é feita a todos os efeitos do mundo por meio da mistura. A sucata do lixo produz a cidade glocal: mistura de mundos por meio da qual é feita a tradução e síntese do mundo. Claro, uma síntese que é sempre parcial e imperfeita, que baseia o seu mundo e o mundo apreendido pelo seu ponto de vista no seu canto do mundo. Roma é o mundo lido – visto e cultivado – da terra que era Lupa.

Lupa, portanto, poderia ser tudo isso. Imagem materna, fértil e de inclusão. Ao invés de ser imagem de masculinidade, guerras e figura de exclusão. Se assim for, se a cidade foi refletida nesta imagem traduzida e tradução Lupa, onde seria o seu centro?

Considerando a diversidade cultural atual de Roma. Provavelmente há o encontro da cidade e do conhecimento ou, pelo menos, o contato. Talvez, os centros de Roma Glocal, os lugares onde, entre mil dificuldades e conflitos, experimentam o *Mundus* Romano, são os bairros populares – como Esquilino, Pigneto, Torpignattara e muitos outros – onde romanos – que são, muitas vezes, filhos dos filhos de emigrantes do Sul da Itália – e migrantes das mais diversas comunidades – de benglases a chineses, de romenos a africanos – começam a viver e dialogar. Ou, ainda, finalmente, *mundus* abre lugar em Roma cada vez que duas alteridades se encontram e, dando-se hospitalidade, compartilham a criação de uma nova cidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNI, F. Italia: Vita e avventure di un'idea. **La revista Il Mulino**, Bolonha, 2010.

CERVELLI, P. **La città fragile**. Roma: Lithos, 2008.

ECO, U. **Semiotica e filosofia del linguaggio**. Torino: Einaudi, 1984.

GARGANO, M. Un nuovo museo per l'Ara Pacis Augustae: esperienza quotidiana e forme di una città. In: PEZZINI, I. (Org.) **Roma: luoghi del consumo, consumo dei luoghi**. Roma: Nuova Cultura, 2009. p. 83-93.

GENINASCA, J. **La parola letteraria**. Milano: Bompiani, 2000.

GENINASCA, J. **La parole littéraire**. Paris: Presses Universitaires de France, 1997.

HERSCHMANN, M. **O Funk e o Hip-Hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

LACLAU, E. **On Populist Reason**. London/New York: Verso, 2005.

LEONE, M. Policlastia – Una tipologia semiótica. In: _____. (Org.) **La città come testo. Scritture e riscritture urbane**. Roma: Aracne, 2008. pp. 335-355.

LOTMAN, J. M. **La Semiosfera**. Venezia: Marsilio, 1985.

- _____. **Tesi per una semiotica delle culture:** a cura di F. Sedda. Roma: Meltemi, 2006.
- _____.; USPENSKIJ, B. A. **Tipologia della cultura.** Milano: Bompiani, 1973.
- LYNCH, K. **The Image of the City.** Cambridge: The Technology Press & Harvard University Press, 1960.
- LYNCH, K. **L'immagine della città.** Venezia: Marsilio, 1964.
- MARRONE, G. **Figure di città. Spazi urbani e discorsi social.** Milano: Mimesis, 2013.
- MONTANELLI, I. **Storia di Roma.** Dalla fondazione alla caduta dell'Impero, Milano, Rizzoli, 1959. (ed. BUR 2009)
- PASTOUREAU, M. **Medioevo simbolico.** Roma-Bari: Laterza, 2005.
- _____. **Traité d'héraldique.** 8 ed. Paris: Picard, 2008.
- _____. **Une histoire symbolique du Moyen Âge occidental.** Paris: Éditions du Seuil; 2004.
- PERULLI, P. **Visioni di città.** Le forme del mondo spaziale, Torino: Einaudi, 2009.
- PEZZINI, I. **(a cura di) Roma:** luoghi del consumo, consumo dei luoghi. Roma: Nuova Cultura, 2009.
- _____. **Semiotica dei nuovi musei.** Roma-Bari: Laterza, 2011.
- ROSSI, P. O. Le Città di Roma. In: PEZZINI, I. (Org.) **Roma:** luoghi del consumo, consumo dei luoghi. Roma: Nuova Cultura, 2009. p. 310-332.
- SANMARTIN FERNANDES, C.; MAIA, J.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Comunicações e territorialidades:** Rio de Janeiro em Cena. Guararema – SP: Anadarco, 2012.
- SEDDA, F.; CERVELLI, P. Fra Roma e Dubai. La città globale. In: PEZZINI, I. (Org.) **Roma:** luoghi del consumo, consumo dei luoghi. Roma: Nuova Cultura, 2009. p.378-434
- SEDDA, F. **Imperfette traduzioni:** Semiopolitica delle culture. Roma: Nuova Cultura, 2012.
- SORRENTINO, P. Da Comune a Capitale. Storia dell'identità visiva di Roma. In: **Logos. Comunicação & Universidade,** Dossiê Cidades, Culturas e Tecnologias Digitais, Rio de Janeiro, 41 ed., v. 2, n. 24, p. 85-121, 2014.
- TURNER, V. W. **From ritual to theatre:** the human seriousness of play. New York: Performing Arts Journal Publications, 1982.
- VOLLI, U. Il bordo e il linguaggio. In: PEZZINI, I. (Org.) **Roma:** luoghi del consumo, consumo dei luoghi. Roma: Nuova Cultura, 2009. p. 17-52.

Comunicação, identidade, interculturalidade e comida: um olhar sobre as sociabilidades dos equipistas da barraca do espaguete na festa de Nossa Senhora Achiropita – SP

João Renato de Souza Coelho Benazzi

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Posiciono esta pesquisa no debate sobre interculturalidade e multiculturalismo contemporâneos (ELHAJJI, 2007) a partir da análise de um tipo particular de evento de consumo de comida. Para servir a este debate especializado opto pela investigação de evento no qual a comida possui marcante caracterização étnica, um estilo característico e cuja significação lhe sirva como marcadora de identidades hibridizadas (CANCLINI, 2004), hifenizadas (LESSER, 2001) e, no termo de Elhajji (2008), transnacionais, exemplo marcante com essas características seria o de comunidades de imigrantes e seus descendentes.

Parto também da perspectiva de Anderson (2008) que examina a ascensão do sentimento nacional, reconhece que o nacionalismo capta e expressa sentimentos, subjetividades, ideais, esperanças e preconceitos e, ainda, aponta que as comunidades nacionais podem ser imaginadas. Se a identidade nacional prescinde da fixação geográfica, ela pode assumir significados diversos, mobilizar representações variadas na construção da argumentação de seu discurso de identidade. A partir de um objeto de consumo tão intenso em simbolismos para o imaginário como a comida, do recorte sobre festividades marcadas por caráter étnico e pelo consumo dessa comida, examino a problematização da identidade cultural brasileira na contemporaneidade e as variadas formas de se lidar com o processo de globalização em curso,

focalizando em seus aspectos culturais. O objetivo é descrever as novas modalidades e formas de enunciação de suas identificações, lealdades e pluripertencimentos (ELHAJJI, 2012).

As festas, por serem locais de trocas e de redes, são aqui compreendidas como expressões culturais que põem em evidência a face transnacional das identificações associadas, já que mobilizam ativamente pluripertencimentos. Estas considerações podem ser condensadas nas seguintes questões de pesquisa: Como se inscreve a festa de Nossa Senhora Achiropita na narrativa da italianidade contemporânea paulistana? Como podemos compreender esta festa de celebração étnica e religiosa centrada na produção e consumo de comida como encontro de negociação de suas identificações?

A problemática da qual parte a pesquisa diz respeito às negociações por pertencimento lançadas por grupos que não são migrantes recém-estabelecidos no Brasil; pelo contrário, são grupos que, embora mobilizem de forma variada argumentos de etnicidade em seus discursos de identificação (BAUMANN, 2010), estão há pelo menos mais de uma geração no Brasil. Para Baumann (2010), diferentes comunidades mobilizam de forma diversa os recursos que possuem para construir uma narrativa de identidade a partir de seus projetos de identidade (VELHO, 2013a).

Fatores como etnia, religião e filiação a um estado nacional mesclam-se em um complexo jogo na arena política e na construção de significados de pertencimento associados a tal dinâmica. Deste modo, os objetos de pesquisa escolhidos (os encontros nas festas, sua comida, as redes e trocas que ali ocorrem) manifestam ecos das tradições dos ancestrais imigrantes e permanecem se valendo de tais aspectos em seus discursos, usando-os como recursos, nos termos de Yúdice (2004), e a partir da noção de campo de possibilidades (VELHO, 2013c).

A FESTA, SUA ESTRUTURA E HISTÓRIA

Este trabalho apresenta a primeira parte dos resultados de uma pesquisa realizada sobre a festa de Nossa Senhora Achiropita (NSA). Inicia-se com a apresentação da festa de NSA, da forma como ela é organizada e dos voluntários que ali trabalham. No campo, me vali da observação participante e da reflexão sobre o trabalho de campo etnográfico.

A festa de NSA é organizada pela Igreja de NSA, localizada no bairro do Bixiga, na cidade de São Paulo, estado de São Paulo. Este é um bairro famoso por ter sido sinônimo de localização de grande comunidade de italianos imigrantes em São Paulo por décadas, sendo até hoje marcado por tal imagem. A Igreja de NSA é mantida pela ordem dos orionitas e a

festa é organizada em prol da Pequena Obra da Divina Providência Orionita da Igreja de NSA, hoje liderada pelo padre Paulo Sérgio Correia.

A forma da festa e de sua organização hoje tem origem, mais especificamente, na construção da primeira capela em homenagem à NSA, exatamente no mesmo lugar onde está hoje a Igreja de NSA. A imagem de NSA começou a ser venerada em São Paulo na casa de particulares italianos imigrantes desde que chegaram a São Paulo, mas a festa em sua homenagem iniciou-se em 1908 na Rua Treze de maio, mesma rua em que está hoje a Igreja de NSA. No número 100 foi erguido um altar de madeira e nos dias 13, 14 e 15 de agosto de 1908 lá foram celebradas missas e festas com o intuito de arrecadar fundos para a construção de uma capela. Após a construção da capela se seguiram as festas anuais no formato de quermesse para viabilizar a construção de uma igreja maior.

Embora tenha crescido muito, ainda hoje a festa mantém o espírito de quermesse do interior com barracas de comida e brinquedos para crianças típicos de festas do interior, como carrossel, jogo de argolas, tiro com espingarda de ar comprimido, pescaria, entre outros. Até a Segunda Guerra Mundial _ quando as festas foram suspensas em virtude da perseguição aos italianos pelo governo brasileiro _ a festa ocorria com banda de música (os Bersaglieri, vindos da Itália), sorteios de prendas doadas, leilões de carroças de madeira, um pau de sebo e procissões de NSA e de Nossa Senhora da Ripalta. Durante a guerra apenas as cerimônias religiosas foram mantidas, inclusive a procissão.

A partir dos anos 1950, a festa passou a ser ornamentada com cordões de lâmpadas e fitas nas cores da bandeira italiana (tradição que se mantém até hoje). Surgiram, então, as primeiras barracas de rua para sorteios sob responsabilidade de associações religiosas ligadas à Igreja de NSA e apareceu a primeira barraca de comida, a qual vendia sanduíches de pernil. De 1975 em diante as barracas de comida passaram a ser abastecidas com pratos de doces e salgados que as famílias da comunidade doavam e a festa passou a ser realizada atrás da atual igreja, em mesas espalhadas pelo pátio no terreno anexo à igreja.

Em 1980, por causa de seu crescimento contínuo, a festa obteve autorização da prefeitura para ocupar as ruas do entorno, cresceu mais ainda e tornou-se progressivamente mais organizada. A comissão organizadora, espécie de comitê de fiéis criado em torno do padre responsável pela Pequena Obra da Divina Providência Orionita da Igreja de NSA e sob a sua liderança, assumiu maior importância na sua condução e nos preparativos, tornando-se um embrião da comissão atual.

A comissão organizadora atual é composta por oito casais coordenadores que ocupam funções bem definidas na festa (a gestão das equipes de gestão financeira, logística, produção, segurança, comunicação e relações públicas, assim como da Cantina Achiropita, do funcionamento das barracas e dos voluntários/equipistas) e reportam ao padre Paulo Sérgio

Correa. Cada um dos casais coordenadores possui sua própria equipe de voluntários que trabalha nas funções relacionadas aos objetivos de sua equipe (gestão financeira, logística e demais, conforme exposto acima). A organização da festa é, portanto, por função, na medida em que cada casal coordenador e sua equipe encarregam-se de um grupo de atividades relativamente especializadas. Por isso os voluntários que trabalham na festa e em seus preparativos são nomeados (e se aut nomeiam) equipistas, porque compõem equipes.

Ainda nos anos 1980, quando a festa contava com 13 barracas de comida e cerca de 200 voluntários, foi criada a hoje famosa *fogazza*, um tipo de calzone (pizza de massa de pão, fechada) com recheio de *mozzarella* e molho de tomate, mas que, após ser fechada, é frita. Ocorre também na década de 1980 a criação do embrião da Cantina Madonna Achiropita, a parte da festa que é fechada, com mesas e cadeiras para todos os comensais e para a qual cobra-se ingresso para ter acesso. É também dessa época o início do sorteio de dois queijos provolone de cerca de 100 quilos, outro símbolo da festa.

A partir dos anos 1990, a festa organizou-se mais e montou sua atual rede de parceiros, fornecedores, patrocinadores, colaboradores e benfeitores, tendo se tornado a mãe de todas as festas de comida de rua do estado de São Paulo, principalmente pelo seu tamanho e grau de organização. Em 2014 a organização da festa estimou que mais de 200 mil pessoas visitaram suas 30 barracas, operadas por mais de mil voluntários durante o mês de agosto. Em 2014 foi organizada a 88ª edição do evento, quando foi realizada a etapa da pesquisa de campo desta tese.

A festa ocorre anualmente aos sábados e domingos do mês de agosto, sempre durante cinco finais de semana, o que faz com que eventualmente avance pelo primeiro final de semana de setembro, como ocorreu em 2012. O mês de agosto é lembrado por equipistas tanto como o mês em que se comemora a Ascensão de Nossa Senhora quanto o *Pranzo di Feragosto* na Itália, festa que marca, com um almoço em família, o auge do verão no hemisfério norte, o que compõe parte importante da narrativa sobre a festa e seu caráter ítalo-brasileiro e religioso.

O objetivo principal da festa é arrecadar recursos financeiros para as obras sociais da Paróquia de NSA. Tais obras são o Centro Educacional Dom Orione (CEDO – para educação de crianças e adolescentes de baixa renda do Bixiga e cercanias), a Casa Dom Orione, a Casa Rainha da Paz, a Creche Mãe Achiropita, a Casa São José e a própria Igreja de NSA. Dentre tais obras, o CEDO, a Creche Mãe Achiropita e a Casa São José têm entre suas atividades principais o fornecimento de alimentação durante todo o ano e refeições diárias para as crianças e para a Casa São José. Esta última tem como objetivo principal o acolhimento de idosos e população de rua por meio do fornecimento de alimentação diariamente, sem, no entanto, oferecer alojamento.

A paróquia possui, no entorno da igreja, quatro cozinhas de formato industrial para produzir grande quantidade diária de refeições completas e entregar em quatro grandes refeitórios a comida ali produzida para seus públicos. São essas mesmas cozinhas de grande capacidade de produção que são mobilizadas para preparar fartas quantidades de massas diversas e outros itens que abastecem as barracas durante a festa. Durante os meses de funcionamento normal (fora o mês de agosto e os dias de festa), os trabalhos ligados à alimentação de adultos consomem certamente a maior parte dos esforços daqueles envolvidos nas atividades da paróquia e a maior parte dos recursos financeiros arrecadados durante a festa. Assim, a alimentação gratuita de adultos é considerada a atividade mais importante à qual a paróquia se dedica na casa São José. Tal atividade mantém o emprego de cerca de 50 funcionários encarregados do trabalho nas cozinhas durante o ano todo; tais funcionários são os únicos, entre os mais de mil equipistas, que não são voluntários na festa.

A festa acontece nas ruas que cercam a paróquia e se divide em duas grandes atividades: a Cantina Achiropita e a festa de rua. A Cantina Achiropita é uma festa fechada para a qual é cobrado ingresso. Ela ocorre em um grande salão paroquial, localizado logo atrás da Igreja de NSA, no qual cabem cerca de 200 pessoas sentadas em mesas coletivas longas, como preconiza a narrativa de italianidade no Brasil. A comida é servida em sistema de *buffet* e há música ambiente tocada sempre pelo mesmo conjunto, cujo repertório é composto de músicas conhecidas no Brasil como canções tradicionais italianas. A banda é Felice Itália, que também se apresenta em outras festas da comunidade ítalo-brasileira em São Paulo, como na festa de São Genaro. A festa na cantina é frequentada principalmente por famílias ligadas à Igreja de NSA, da comunidade ítalo-paulistana e da comunidade do entorno da festa (principalmente residentes da Bela Vista), e o preço do ingresso é relativamente alto, R\$ 70,00 por pessoa para uma noite.

As festas na cantina e na rua ocorrem exatamente nos mesmos dias, todos os sábados e domingos do mês de agosto. Uma diferença adicional importante é a variedade de comidas servidas na cantina e o serviço realizado. Há garçons e garçonetes em trajes típicos com as cores da bandeira italiana (verde, vermelho e branco) para servir bebidas. O *buffet*, do qual os festeiros da cantina podem se servir à vontade, possui sortimento de saladas, massas, carnes e sobremesas, todas ao estilo culinário italiano. As mesas são cobertas por toalhas de pano também com as cores da Itália, os pratos são de louça e os talheres, de metal. Nos intervalos de descanso da banda são tocadas músicas italianas em *playback* gravadas pela própria banda ou canções italianas populares no Brasil, cantadas em italiano.

No entanto, é na festa de rua que foram concentrados os esforços desta pesquisa.

SOCIABILIDADE E IDENTIDADE ITALIANA (À BRASILEIRA) NA BARRACA DO ESPAGUETE

Em cada dia de festa o trabalho dos equipistas começa pelo menos três horas antes do início da festa com a preparação prévia de diversos itens comestíveis, e com as instalações da Cantina Achirópita e das barracas de comida, dos brinquedos e dos equipamentos de distribuição dos alimentos das cozinhas para as barracas.

O início oficial da festa sempre ocorre com uma oração comunitária em louvor a Nossa Senhora e a NSA (duas orações diferentes). Nesta ocasião, o sistema de comunicação por alto-falantes que alcança todas as ruas onde a festa ocorre é chave na comunicação. O locutor do sistema de alto-falantes convoca todos os equipistas a saírem das barracas e a darem as mãos em uma grande corrente humana por toda a festa. Em seguida realiza as orações. Diversos avisos são veiculados também, como os horários das missas e bênçãos durante a festa daquele dia. O locutor agradece a diversos públicos diferentes: os parceiros institucionais da festa, os equipistas, os casais que lideram cada grupo de equipistas, os festeiros que já se encontram na festa, os benfeitores e os doadores.

Ao sinal da convocação para a oração de abertura todos os equipistas saem de suas barracas e de outros pontos (da igreja, do salão paroquial, da Cantina Achirópita, das áreas de apoio, das cozinhas setoriais) e vão para a rua se dar as mãos e rezar juntos. Ao final da oração todos batem palmas, se abraçam muito contentes e, uns aos outros, fazem votos de boa festa. São muitos abraços trocados, pois cada equipista abraça cada um dos outros equipistas que encontra pela frente e estes são afetuosos, não são protocolares entre meros conhecidos. Expressam, na interação face a face, o elo que os une enquanto grupo de escolha. A oração de abertura da festa é um ritual que se repete a cada dia de festa e é uma ocasião em que o grupo de equipistas reafirma vários atributos e compromissos relativos a sua comunidade de pertença e de escolha, nos termos de Baumann (2001).

É também, nos termos de Maffesoli (2009, p. 85), “uma boa oportunidade para vibrar juntos”. “O imaginário é determinado pela idéia [sic] de fazer parte de algo. Partilha-se uma filosofia de vida, uma linguagem, uma atmosfera, uma idéia [sic] de mundo, uma visão das coisas, na encruzilhada do racional e do não racional” (ibid., p. 80).

A oração de abertura da festa é, portanto, a afirmação identitária dos equipistas, por meio da qual eles comemoram e cimentam seus vínculos no auge de todo um processo que se repete anualmente e no qual eles seguem se engajando. A cada ano tornam a escolher participar da festa, reafirmando seus vínculos de escolha. Emocionados, veem na oração de abertura um momento de religação (de *religare*, etimologia de religião), de cimentar seus vínculos, de orgulhosamente viver seu modo de vida. Outra vez, para Maffesoli (2009, p. 61), “se trata

[...] de uma oportunidade de entrar em comunhão e, eventualmente, em transe”. Cabe aqui também reafirmar o entendimento de que, no aspecto imaginal, é exatamente o estar junto, o compartilhar das imagens abstratas – sobre si, sobre os outros e sobre o nós – que se faz revelador. A força do imaginal está exatamente na sua força de atração, no estar com o outro e fazer com e pelo outro (MAFFESOLI, 1995).

Os primeiros elementos que se destacam, em uma observação realizada antes do início da festa, é a logística de alimentos e equipamentos ligados à produção de comida, assim como a logística dos preparativos para a festa e de sua estrutura de atendimento. Começamos pela estrutura. Cada barraca é especializada em produzir, vender, entregar e acomodar os festeiros para alimentação, mas cada barraca se dedica a somente um prato. Assim, a festa pode ser entendida como uma festa descentralizada em sua estrutura, tanto de produção como de venda e de atendimento aos comensais.

Apenas com o objetivo de contrastar esse ponto, numa visita à festa de San Genaro, no Brás, em outubro de 2012, pude constatar que ela é centralizada na venda, mas não na distribuição nem no atendimento, causando grande transtorno aos visitantes. Na festa de San Genaro era necessário adquirir o *ticket* em um caixa central, com gigantescas filas, em seguida, entrar em nova longa espera na fila da barraca de comida para receber o prato. Só então segue-se para uma única área de balcões de alimentação, também lotada, para aguardar espaço para pousar o prato e se alimentar, ou então optar por comer segurando o prato na mão.

A descentralização da festa de NSA traz diversas vantagens do ponto de vista de sua organização. O festeiro entra apenas em uma fila para pagar e receber seu alimento, economizando tempo. Como as áreas de balcão de alimentação estão distribuídas por todas as ruas onde a festa é realizada, torna-se mais fácil encontrar lugares vagos para se alimentar pousando o prato com a comida. Há uma organização da festa de rua em torno do modelo da linha de montagem e não do trabalho artesanal.

A organização física da festa em barracas separadas, o planejamento minucioso dos locais e a distribuição espacial e a gestão planejada das filas, a logística de fornecimento contínuo de alimentos para as barracas, a atuação contínua das equipes encarregadas de retirar o lixo, a presença eloquente, atenta e calma das equipes de segurança, a ubiquidade do sistema de comunicação por alto-falantes, entre outros, denotam o alto grau de planejamento articulado e flexível de tantas atividades e mostram o resultado de longa e intensa preparação de todos os envolvidos na produção da festa. É, certamente, o modo de produção em massa em operação numa festa de comida de rua.

Dadas as suas proporções, seja pelos 200 mil visitantes na edição do mês de agosto de 2014 e mais de mil voluntários envolvidos, ou seja pelo volume de alimentos consumidos e trabalhados, pelo lixo gerado ou, ainda, pelas alterações nas circunvizinhanças da festa, os

impactos são tão amplos e disseminados quanto complexos em seu planejamento prévio e capacidade de articulação durante a realização da festa.

Cada barraca de comida tem uma área de fila de espera para pagamento e atendimento, a qual é organizada por meio de grades para ocupar menos espaço e ser mais compacta, já que fazem a fila serpentear de forma compacta. A fila, portanto, é organizada para que os festeiros adquiram o *ticket* e, em seguida, na mesma fila, sejam atendidos na barraca e recebam a comida adquirida. Dentro de cada barraca estão, portanto, os voluntários que desempenham a função de caixa e os que se encarregam de preparar e entregar a comida. Aos sábados à noite, quando as filas atingem seu ápice em número de festeiros, os “meninos da fila” ajudam em sua organização e manutenção.

Os “meninos da fila” são jovens rapazes equipistas que normalmente ficam no início da fila de festeiros, imediatamente antes do caixa, ou seja, no ponto onde o festeiro compra seu *ticket*. Sentados em cima da barra, são eles que autorizam o primeiro festeiro da linha a ir ao encontro do caixa. Nos dias em que as filas ficam grandes demais e ultrapassam o final da área de grades os “meninos da fila” aparecem com rolos de fitas de sinalização listradas de amarelo e preto e usam estas no lugar das grades para manter o final da fila organizado. Os “meninos da fila” estão sempre com fones de ouvido e rádios de comunicação pendurados no pescoço, de modo que se comunicam uns com os outros para agir articuladamente na manutenção da fila excedente. Portanto, cada barraca, de seu lado externo (onde circulam os festeiros), constitui um sistema dinâmico de gerenciamento do atendimento na forma da fila, de sua disposição física e de sua organização. Para manter a fila funcional há a divisão de tarefas entre “meninos da fila”, que contam com o auxílio das grades e os sistemas de comunicação, que integram as ações. Nota-se a grande ênfase no planejamento da estrutura de gestão da fila, quer no aluguel das grades e sua disposição prévia à festa, em lugares e de forma meticulosamente planejada, quer no treinamento e na prontidão dos “meninos da fila”.

Dentro de cada barraca outra parte da linha de montagem está em operação, a linha de produção da comida e o sistema de pagamento e controle. Os dois sistemas operam de modo rápido (a fila está sempre em movimento, por mais longa que seja) e flexível. Além da fila de atendimento dos festeiros existe uma segunda fila de prioridades, na qual gestantes, pessoas de mais idade e com deficiência são atendidas sem necessidade de ir para a fila comum. Ocorre que uma terceira fila também existe, uma para equipistas e públicos prioritários (bombeiros e policiais que estão de serviço na festa, principalmente). A segunda e a terceira filas funcionam quase como uma só, mas de forma que não está aparente de imediato. Aqueles que compõem a terceira fila sempre cedem seus lugares aos da segunda fila, o que, à primeira vista, parece indicar que eles não estão propriamente na fila.

A primeira fila possui uma área de espera, o ponto em que se paga o *ticket* (o caixa é o ponto em que a fila encontra a área da barraca), a área em que se recebe o prato pronto e a saída da fila, que coincide fisicamente com a parte final da barraca. A segunda/terceira fila encontra a barraca exatamente onde os festeiros da fila principal saem com seus pratos na mão. Ali há uma placa: Atendimento de equipistas. Essa segunda fila não gera receitas: ninguém ali paga nada no caixa, e os que estão nesta fila apenas apresentam um *ticket* diferente aos do que o caixa entrega a um festeiro quando ele compra seu prato. A comida servida nas duas filas é exatamente a mesma, já que há apenas uma linha de produção. Do ponto de vista do controle, há uma especificidade: o *ticket* gerado por uma venda vai para uma caixa diferente de onde são colocados os *tickets* entregues por pessoas da segunda fila. Existem dentro da barraca duas caixas, ambas forradas de fórmica branca e trancadas com cadeados, que possuem uma fenda por onde passa facilmente um *ticket* de papel, mas com tamanhos bem distintos, uma bem maior e outra pequena. Na maior são depositados os *tickets* vendidos e na menor, os da segunda fila. Trata-se de um sistema de controle das receitas geradas e da produção realizada em cada barraca, e seu papel é certamente o de controle, não dos equipistas da barraca, mas do(s) caixa(s) que ali trabalha(m).

Dentro da barraca funcionam a linha de montagem da comida e o(s) caixa(s). O caixa é a pessoa que vende o *ticket* ao festeiro. O caixa não participa da preparação da barraca antes do início da festa nem está na barraca por ocasião da oração de abertura da festa. Sua saída da barraca indica que os trabalhos daquela barraca estão encerrados naquela noite. É curioso notar que os demais equipistas parecem não conhecer o nome dos caixas que trabalham na barraca. No período em que observei intensivamente a barraca do espaguete _ cerca de seis noites _ notei que nas quatro últimas os caixas não foram os mesmos (nas duas primeiras noites não estive atento aos caixas), o que sugere fortemente que eles não são fixos, estão sempre em rodízio em barracas diferentes e isso só pode ser proposital. Ela ou ele é sempre nomeado para caixa pelos demais membros da barraca. Os demais equipistas dentro da barraca do espaguete sempre se conheciam pelo nome, faziam brincadeiras uns com os outros como velhos amigos, o que nem de longe acontecia com os caixas, nem entre si nem com os equipistas da barraca.

O caixa sempre chega na barraca ao final da oração de abertura da festa, portando uma caixa de madeira, a caixa de dinheiro (CD), forrada de fórmica por fora e com madeira aparente por dentro. A CD é transportada sempre trancada por cadeado e o caixa com a CD só circula fora da barraca acompanhada por pelo menos um segurança da festa. Dentro da CD, que se parece muito com a gaveta de uma caixa registradora comum, há um espaço para acomodar cédulas, outro para moedas, organizadas por seu valor, outro para os *tickets* para venda e uma maquineta de recebimento por cartão (aceitam tanto a função crédito quanto débito para as bandeiras Mastercard, Visa e American Express). Outros meios de pagamento

como *tickets* alimentação não são aceitos, tampouco cheques. O sistema de duas caixas para depositar os *tickets* (assim como a identidade visual dos *tickets*, que é diversa) faz parte do controle das receitas geradas no caixa e serve para verificar para onde fluiu a produção, se para a primeira ou segunda fila. É também interessante notar que o caixa sempre verifica as cédulas acima de 20 reais recebidas e que este demonstra estar treinado para saber detalhes que distinguem cédulas falsas de verdadeiras com grande agilidade, o que denota intenso cuidado e treinamento prévio, algo que raramente encontramos, como consumidores, no varejo de alimentação. Conclui-se, portanto, que grande cuidado e atenção são dedicados ao treinamento dos caixas, assim como são intencionalmente separados do treinamento e socialização com os demais equipistas.

Por outro lado, as questões detectadas sobre o caixa dentro da dinâmica da barraca do espaguete permitem refletir sobre a sociabilidade da barraca por outro ponto de vista. Como o caixa não tinha nome – era tratado apenas por caixa, podemos concluir que se tratava de um estranho para a equipe do espaguete 2. Parece certo que tal não se dê por mero acaso. Por isso, cabe a indagação do por que da organização colocar na função de caixa pessoas estranhas aquele grupo específico de equipistas. A função de controle do que ali se passa parece a melhor resposta. Por exemplo, o fato do caixa sempre conferir se notas acima de vinte reais possuem ou não elementos característicos de cédulas verdadeiras aponta para o fato de terem sido treinados para tal. E tal treinamento só faz sentido se existe a possibilidade da festa receber notas falsas, o que parece bastante provável, dado que é uma festa popular, com grande fluxo de pessoas todas as noites, ambiente muito propício para se espalhar cédulas falsas de baixo valor unitário. Se a organização da parte financeira da festa toma tal cuidado com a eventual recepção de cédulas falsas esta deve também acautelar-se de outros variados problemas em potencial e outros derivados de experiências passadas – de anos anteriores da festa. Um de tais cuidados parece ser o de evitar o convívio entre equipistas e caixas, que poderia levar ao desvio de recursos arrecadados na festa. Um caixa estranho aos equipistas casa bem com esse tipo de cautela. O caixa é muito bem treinado e realiza suas tarefas com grande presteza e zelo. É rápido no recebimento de dinheiro ou meios eletrônicos de pagamento e é responsável pelo total de *tickets* depositados na caixa de segurança de vendas que controla os valores que ele recebe, de forma que nenhum equipista manipula o dinheiro do caixa na barraca. Se um caixa precisa ausentar-se momentaneamente a fila progride em ritmo mais lento até sua volta. Se há apenas um caixa – caso de barracas menores e de menor movimento – a fila literalmente para quando o caixa se ausenta. Tal questão aponta cuidado na seleção e treinamento dos caixas resultando em um grupo pequeno e muito bem treinado.

Dentro da barraca do espaguete o número de equipistas trabalhando variou entre um mínimo de 10 e um máximo de 22. A divisão das tarefas colocava sempre um ou dois homens recebendo o espaguete pré-cozido entregue pela equipe de logística da barraca. Esses equipistas

armazenavam o espaguete (que vinha dentro de grandes caixas plásticas tipo *tupperware*, devidamente tampadas) em prateleiras embaixo da bancada de trabalho. À medida que se fazia necessário, eles pegavam as grandes caixas plásticas e retiravam o espaguete pré-cozido e o colocavam dentro de grandes panelas com água fervente posicionadas em cima de fogões industriais (dois). O passo seguinte era transferir o espaguete aquecido para largas tigelas de plástico, de onde era dividido em porções por outra dupla de equipistas e colocado nos pratos de isopor descartável. Em paralelo, duas grandes panelas mantinham aquecido o molho de tomate de receita secreta. As duas panelas, mais altas do que largas, possuíam cada uma um pequeno motor elétrico que mantinha o molho em permanente movimento, em ação semelhante a alguém que mexe o molho em movimentos circulares dentro da panela. A linha de montagem dentro da barraca do espaguete possuía, inclusive, elementos de automação. O molho era então porcionado sobre o espaguete quente com uma concha de tamanho padronizado. Em seguida, o prato era entregue a um último equipista, que porcionava o queijo parmesão ralado sobre o espaguete com molho e o entregava ao festeiro da vez na parte final da fila, adicionando uma fatia de pão italiano ao prato.

Toda a linha de montagem da barraca do espaguete era duplicada, ou seja, sempre havia dois equipistas realizando a mesma tarefa. Sempre havia pratos sendo entregues, a linha não parava enquanto houvesse um festeiro aguardando o prato depois de ter pago. O gargalo do fluxo era claramente o ritmo dos dois caixas, que realizavam sua tarefa em ritmo um pouco mais lento do que o dos equipistas da barraca. Era também claro que sempre havia na barraca equipistas em excesso, muito mais que o necessário para manter o ritmo de serviço, por isso, parece que o excesso de equipistas é intencional, não pretendendo-se maximizar o uso do trabalho dos equipistas. Pelo contrário, o objetivo parece ser o de dar flexibilidade ao modo de produção, evitando qualquer tipo de estresse entre os equipistas. Tal projeto, de fato, encontra sucesso na barraca do espaguete. Todos trabalham felizes, têm períodos de descanso relativamente longos e frequentes e alternam-se nas tarefas com alto grau de colaboração.

Embora fique claro que há uma liderança na barraca, Silvia, ela não impõe sua autoridade. Acima de tudo, ela coloca-se como uma entre outros equipistas. Na verdade, ela e seu marido, Vanderlei, são o casal líder da barraca, mas ele foca no abastecimento, na interface com a logística da festa e na comunicação com a organização, enquanto Silvia se encarrega do trabalho dentro da barraca com os demais equipistas. Silvia trabalha no final da linha de produção entregando o prato de espaguete pronto aos festeiros. Ela é a pessoa que mais conversa com os demais na barraca. Mobiliza sempre o bom humor, canta acompanhando as músicas em italiano nos alto-falantes da festa, dança, sempre falando alto, o que ajuda a compor a italianidade dela própria, da barraca e, por fim, da própria festa. Por exemplo, ela grita, sempre com bom humor e rindo:

– Solta a fila, caixa! – referindo-se ao caixa que demora e mantém festeiros esperando para pagar na fila principal, não havendo nenhum festeiro para receber a comida na parte final da fila. Silvia quer trabalhar mais, portanto...

– Olha o Alex no telefone!! – ao notar que Alex está novamente no celular e isso o distrai do trabalho de esquentar o espaguete. Os demais equipistas riem.

– Olha a *selfie*!! – quando um festeiro, ao receber o prato, tira uma *selfie* com equipistas ao fundo. É uma senha para que três ou quatro festeiros se coloquem logo atrás do festeiro para aparecer sorrindo na *selfie*. Todos riem, especialmente quando Silvia, imediatamente em seguida grita: _ A gente não apareceu!!

– O Fernando chegou, gente!! (ele estava mais de duas horas atrasado; risos...).

– Cadê o molho? (para o molho atrasando o serviço) Em seguida: – Soltaaa o molho!!

– Para prato! – para suspender o ritmo de montagem dos pratos enquanto a fila de festeiros se recompõe.

A informalidade nas interações face a face dentro da equipe é a regra, portanto. Não foi observada nenhuma situação do mais leve estresse entre equipistas dentro da barraca do espaguete nas oito noites de observação. Pelo contrário, ali todos se divertem e muito. Em outras barracas não observei clima de tanta alegria, mas o clima é sempre informal, embora seja altíssimo o comprometimento com o fluxo da fila, que, repito, nunca para.

Está claro que o compromisso de todos na barraca com o fluxo da fila, em permanente movimento para atender os festeiros, não encontra nenhum mínimo sinal de objeção pelos equipistas. Todos sabem perfeitamente que estão ali para cumprir essa missão, acreditam na importância dela e nada os desvia disso. No entanto, repito, o clima é extremamente alegre, tal como preconiza o estilo italiano de ser: cantam e riem alto, fazem piadas uns dos outros e com os caixas (que também se divertem com as piadas). Todos na barraca do espaguete (exceto, como já dito, os caixas) se conhecem pelo nome e demonstram se conhecer há bastante tempo, tratando-se por apelidos, tocando-se sem cerimônias e com intimidade.

O que se vê é um grupo coeso, que se reconhece como equipista. São membros de uma equipe e uma equipe com propósito específico: serem voluntários na festa de NSA. É certamente sua identidade e é assim que a anunciam aos festeiros. A organização da festa, que controla os alto-falantes, também os reconhece desse modo, tanto que assim os nomeia nos alto-falantes no convite para a oração de abertura da festa. Ser equipista define, nos termos dos próprios equipistas, quem eles estão ali, naquele momento e naquele lugar. Não é apenas um papel que desempenham para cumprir uma tarefa. Eles compareceram a várias reuniões para treinamento prévio, se conhecem há anos, são amigos, comungam do mesmo credo, tem

visões de mundo e valores ético-político-morais muito semelhantes e têm uma missão (não uma tarefa) a cumprir durante a festa, a qual cumprem voluntariamente.

A organização da festa vê a presença de equipistas muito além do número suficiente, como parte da própria festa. Assim, percebemos que a festa é também para os equipistas, e não apenas para gerar fundos para a igreja. A festa constitui também (além de outros objetivos a cumprir) na celebração dos equipistas para si mesmos, para estarem juntos. Maffesoli trabalha com textos de Simmel para chegar à socialidade contemporânea, tendo como fundamento central sensibilidades e experiências do vivido sensível na vida cotidiana. As questões do campo econômico e profissional (tal como na modernidade racional e objetiva), embora relevantes, são insuficientes para compreender os “movimentos de convergência” que aliam o racional ao sensível. Maffesoli usa ainda o conceito de afinidade eletiva de Goethe para analisar as relações peculiares entre pessoas sem que exista qualquer determinação de causalidade direta para que tal ocorra (MAFFESOLI, 1998, p. 73)

Parte-se aqui do conceito de sociabilidade de Simmel:

[...] Quando os interesses específicos (em cooperação ou conflito) determinam a forma social, são estes interesses que impedem o indivíduo de exibir sua peculiaridade e singularidade de modo tão ilimitado e independente. [...] O tato é aqui, portanto, de peculiar importância: onde nenhum interesse egoísta imediato ou externo dirige a auto-regulação [sic] do indivíduo em suas relações pessoais com outros, é o tato que preenche essa função reguladora. (SIMMEL, 1983, p. 170).

Segundo Maffesoli, nossas escolhas ocorrem a partir de uma racionalidade que se constrói a partir da sensibilidade (e não em oposição a ela); são as “razões sensíveis” que produzem a socialidade de base (*socialité*). A socialidade conecta os indivíduos ao mundo, tendo como ponto de partida o sentimento de pertença, tal como vemos entre os equipistas da barraca do espaguete. É exatamente a partir de suas sensações e sensibilidades, portanto, de sua estética (entendida aqui como emoção e não racionalização) e a partir das interações com outros equipistas, festeiros e organização da festa, todas calcadas no senso comum, que se estabelece e se reforça o vínculo comunitário. É tal construção que dá combustível às identificações e que molda as identidades dos equipistas. Para Maffesoli, “o ideal comunitário das tribos pós-modernas baseia-se no retorno de uma sólida e rizomática solidariedade orgânica” (2010, p. 39).

A solidariedade que cimenta a tribo se estabelece a partir das trocas e das relações de proximidade sensíveis, nas interações dentro dos grupos. O conceito aqui mobilizado é o de proxemia, a questão de se estar próximo aos demais. Proximidade é, portanto, tanto no aspecto espacial como na divisão do mesmo estilo e valores no plano do simbólico. A proxemia é a expressão do modo de estar junto compartilhando o sensível e a percepção de sentir o mesmo em comunhão (MAFFESOLI, 2006). Uma contribuição importante para o caso da italianidade são as reflexões de Bechelloni que afirma que a italianidade origina-se

coerentemente de uma pluralidade de fontes e é um produto típico da interação e da comunicação que estão sendo construídas por movimentos da população (os inúmeros grupos de migrantes que entram na Itália e dela saem) e por movimentações de bens e dinheiro, de idéias [sic] e obras da mente humana. (BECHELLONI, 2007, p. 107).

Tais considerações apontam a pertinência de considerar-se a festa de NSA e a achiropicidade com mais uma entre diversas manifestações de italianidade. Por fim, cabe reafirmar a concepção de que a festa de NSA é um nó, um ponto de intensificação e aglutinação de símbolos e valores culturalmente marcados em uma extensa rede. Uma rede de significados, produtos e manifestações da cultura da metrópole paulistana, onde culturas diversas dialogam e mutuamente se influenciam numa recursividade sem fim.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BAUMANN, G. **El enigma multicultural**: um replanteamiento de las identidades nacionales, étnicas y religiosas. Madrid: Paidós, 2010.
- BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BECHELLONI, G. A italianidade como recurso cosmopolita. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 99-116, 2007. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143017362006>>. Acesso em: 05 jul. 2013.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2004.
- ELHAJJI, M. O papel da comunicação cultural na construção de espaços identitários transnacionais. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXX, 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1562-1.pdf>>.
- _____. **Communication interculturelle et nouvelles formes de négociation de la citoyenneté**. Paris: Diogène (Ed. Française), 2008.
- _____. Rio de Janeiro–Montreal: conexões transnacionais, Ruídos interculturais. In: COGO, D.; ELHAJJI, M.; PUETAS, A. (Orgs) **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais**. Barcelona: Institut de la Comunicació e Universitat Autònoma de Barcelona, 2012.
- LESSER, J. **A negociação da identidade nacional**: imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil. São Paulo: UNESP, 2001.
- MAFFESOLI, M. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Oficinas, 1995.
- _____. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- _____. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- _____. **O ritmo da vida**: variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- _____. **Saturação**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2010.
- SIMMEL, G. O estrangeiro. In: MORAIS FILHO, E. de. (Org.). **Georg Simmel**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

VELHO, G. Memória, identidade e projeto. In: VIANNA, H.; KUSCHNIR, K.; CASTRO, C. (Orgs). **Um antropólogo na cidade**: ensaios de antropologia urbana. Rio de Janeiro: Zahar, 2013a.

_____. Trajetória individual e campo de possibilidades. In VIANNA, H.; KUSCHNIR, K.; CASTRO, C. (Orgs). **Um antropólogo na cidade**: ensaios de antropologia urbana. Rio de Janeiro: Zahar, 2013b.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 2004.

Experiências Sensíveis nas Cidades

Efervescência criativa e cultura participativa steampunk no contexto brasileiro

Micael Maiolino Herschmann
Éverly Pegoraro

Eles chegam dos mais diversos lugares. Aos poucos, o tradicional parque Tingui, em Curitiba, capital do Paraná, torna-se uma peculiar cena *steampunk*. As roupas misturam o cavalheirismo e o romantismo da Era Vitoriana, com pitadas do *punk* e do gótico. No ensolarado domingo à tarde, eles desenrolam toalhas, abrem as cestas cheias de petiscos e dedicam-se a jogos, brincadeiras e conversas. Alguns elementos ajudam a criar a atmosfera de passado: um gramofone, uma máquina fotográfica que utiliza o antigo procedimento de registro fotográfico através do filme de rolo, taças ao estilo medieval. Esta é uma breve descrição do *II Convescote Steampunk*, evento realizado pela *Loja Paraná do Conselho Steampunk*, em fevereiro de 2013.

Neste texto, objetiva-se apresentar o *steampunk* como uma cultura participativa, uma neotribo (MAFFESOLI, 1987) que tem conquistado muitos adeptos Brasil afora. Os *steamers*, como são conhecidos os participantes, partem de uma premissa retrofuturista para abraçar uma cultura urbana que reflete seus interesses mais imediatos e sua própria visão de mundo. A proposta desta análise é focar nos agenciamentos (DELEUZE; GUATTARI, 1995) individuais e coletivos do *steampunk* curitibano, em seus espaços de convivência e socialidades. Para isso, serão apresentadas as atividades do grupo de Curitiba^[18], argumentando que este potencializa uma produção participativa (JENKINS, 2010), por meio da mistura das formas de DIY (*Do It Yourself*) e DIT (*Do It Together*). Ao mesmo tempo em que o grupo incentiva a produção individual e personalizada, este propicia um espaço de agenciamentos coletivos de diferentes textos (literários, históricos, filmicos, de animações, de quadrinhos, de *games* e de jogos de RPG, por exemplo), conferindo-lhes novos significados em um contexto localizado.

Os *steamers* de Curitiba compõem a *Loja Paraná do Conselho Steampunk*, uma das “lojas” espalhadas pelo país. Diferentemente de outros países, os brasileiros organizam-se em lojas em cada Estado^[19], administrada por conselhos locais^[20], daí o nome da loja paranaense. O conceito inspira-se na maçonaria (neste tipo de sociedade, as unidades locais são denominadas lojas). Todas recebem o apoio do Conselho *Steampunk*, composto pelos precursores da cultura no Brasil. Esse apoio é fator importante para cada grupo iniciar suas atividades.

A loja paranaense existe há cerca de cinco anos e é administrada pelos membros fundadores mais ativos. Há vários participantes, alguns mais regulares e atuantes (cerca de 25 pessoas), outros apenas eventuais. Eles formam um grupo heterogêneo, composto por pessoas de ambos os sexos, vários grupos étnicos e de diferentes idades (oscilando entre 14 e 50 anos). Também são provenientes de diversas classes sociais, estudam e/ou trabalham em várias áreas, são escritores, músicos, donas-de-casa, professores, prestadores de serviços, etc. A maioria é universitária ou tem curso superior, é fortemente conectada e tem como uma das principais afinidades o gosto por produtos contemporâneos da cultura da mídia, tais como *games*, RPG, HQs, mangás, muitos deles tematizados em ficção científica.

A Loja Paraná do Conselho *Steampunk* é uma das mais ativas do país. O piquenique acima citado é um dos eventos que já entraram para o calendário anual do grupo. Os *steamers* paranaenses também promovem programações culturais, oficinas de customização e até mesmo palestras em encontros de outras culturas urbanas, como o *Jedicon PR*, o *World RPG Fest*, o *SteamCon* e o *MegaCon*.

A cena *steampunk* permite analisar vários aspectos da efervescência urbana contemporânea. Para Straw (2006), o conceito de “cena” sugere mais do que a fluidez agitada da sociabilidade urbana, esta estimula a análise das afinidades e interconexões que marcam e regularizam os itinerários espaciais de pessoas, produtos e ideias através do tempo. As práticas e as socialidades do *steampunk* curitibano formam uma cena, pois essa cultura urbana não se define pelo espaço geográfico, mas pelas práticas que configuram o que o grupo entende ser a sua proposta *steampunk*. Nas cenas urbanas, muitas práticas culturais lúdicas e experimentais adquirem forma e consistência. Por isso, ela engloba a efervescência e a exposição das experiências que refletem a teatralidade da estética urbana (STRAW, 2013).

Portanto, além da tradicional socialidade que tais eventos promovem, os *steamers* configuram-se como “prosumidores” (CANCLINI; CRUCES; POZO, 2012), pois dissolvem as fronteiras entre produtores, intermediários e consumidores. O incentivo à criação – individual, personalizada ou coletiva – de tudo o que diz respeito à identidade de cada um no universo *steampunk* potencializa um circuito artístico que não se baseia no modelo industrial clássico. Marcado pela valorização da personalização de produtos e pela comunicação interpessoal potencializada pelas redes digitais, a cena *steampunk* aponta, assim, que

produtores e consumidores estão interessados em abrir fronteiras, rompendo com modelos tradicionais e produzindo/consumindo produtos que concretizem seus objetivos, seus anseios e suas preferências.

De acordo com Straw (2013), uma cena mobiliza energia em múltiplas direções de interesses sociáveis, até mesmo incentivando formas simples de empreendedorismo, como muitos *steamers* revelaram nas entrevistas, ao aprimorarem-se em determinadas áreas, como moda, artesanato e customização. Dessa forma, as experiências do grupo curitibano com o *steampunk* excedem a socialidade típica de uma atividade de entretenimento, propiciando novas experiências que contribuem na fomentação do espaço cultural curitibano.

Essa tentativa de amplificar a efervescência cultural daqueles que, muitas vezes, estão nas bordas do mercado criador e consumidor, é um dos objetivos do próprio *steampunk*, tornando-se até mesmo uma missão para o Conselho *Steampunk*, conforme visto no texto de apresentação de sua página oficial na internet:

O Conselho *SteamPunk* foi idealizado tendo como idéia [sic] central a democratização, flexibilização e sustentabilidade do movimento *SteamPunk*. Trata-se menos de uma organização e mais de um conceito, sobre o qual representantes da comunidade *SteamPunk* podem criar suas Lojas, como são denominadas as células montadas a partir do conceito do Conselho. [...] O Conselho *SteamPunk* tem como missão oferecer mecanismos para a divulgação da cultura *SteamPunk*, disponibilizar material de referência, promover toda sorte de eventos correlatos, incentivar a produção cultural desta sorte de subjetividade, prestar homenagem a todos aqueles que criam material do gênero e produzir cultura *SteamPunk* em todas as formas que nos for possível. (CONSELHO STEAMPUNK, 2014)

Assim, como aponta Straw (2013, p. 16-17), “[...] a cidade se tornou uma ‘comunidade excessivamente produtora de sentido’, gerando ideias e energias que, com o passar do tempo, ela mal foi capaz de conter”. As estratégias dos *steamers*, então, agem como propiciadoras de socialidades e práticas culturais que gravitam em torno da cena que eles formam, catalisadoras da criatividade individual e marginal às instituições formais.

Para descrever o trajeto realizado pelo universo *steampunk* curitibano, apresenta-se, a seguir, a proposta desta cultura urbana retrofuturista e alguns parâmetros conceituais.

STEAMPUNK RETROFUTURISTA EM CURITIBA

O retrofuturismo caracteriza a mistura entre elementos do passado (numa caracterização retro) com tecnologia futurista, explorando os limites e as tensões entre a racionalidade e a alienação provenientes dos avanços da tecnologia. Ele é incorporado nas mais diversas áreas, tais como narrativas literárias, cinema, artesanato, *games*, histórias em quadrinhos, moda, instalações e decoração. Originário da ficção científica contemporânea, sua principal intenção

é analisar o papel que os fatores sociais e culturais desempenham na forma como o ser humano vive e interage com a tecnologia (JENKINS, 2007), além de reiterar o papel da subjetividade na forma de visualizar o futuro em diferentes épocas, mas nem sempre sob a ótica do progresso científico e tecnológico.

Culturas urbanas como o *steampunk* apropriam-se desta concepção geral e a ressignificam de acordo com as suas características específicas. O *steampunk* mistura história alternativa e retrofuturismo. As criações ressignificam o passado do século XIX, principalmente na Era do Vapor vitoriano (por isso *steam* – vapor em inglês). O *punk*, no entanto, pode ter duas interpretações: para alguns, evoca a ideia de rebelião do movimento *punk*; para outros, refere-se à literatura *cyberpunk*, já que o *steampunk* é uma ramificação deste subgênero. Todavia, tais concepções não são excludentes. As criações dessa cultura urbana retrofuturista incorporam características que, ora revestem-se do discurso distópico, apocalíptico e transgressor do *cyberpunk*, ora assumem a postura DIY originária no *punk*. Além disso, há claras influências do gótico e do romantismo da *Belle Époque*, potencializando, assim, uma bricolagem cultural peculiar.

Dessa forma, eles misturam passado, presente e futuro num suposto mundo a vapor *steampunk*, no qual a tecnologia a vapor teria sido o ápice do desenvolvimento social. Nesse contexto, imagina-se, para o melhor e para o pior, a inserção de tecnologias avançadas para a época e as consequências sociais, ambientais e culturais de tais transformações. A ressignificação parte da pergunta “e se tivesse sido diferente” para ficcionalizar o passado. Os *steamers* trabalham na linha entre o que foi, o que poderia ter sido e as extrapolações inventivas dos próprios participantes (desde escritores a adeptos da cultura urbana).

O retrofuturismo *steampunk* deixa suas marcas concretas nas criações de cada *steamer*. O processo é pautado por premissas que englobam concepções gerais retrofuturistas, mas adquire especificidades no grupo curitibano, que aposta na promoção de eventos para abraçar mais adeptos. Os agenciamentos individuais e coletivos ocorrem em espaços de convivência e socialidades. Nestas atividades, é possível perceber mais nitidamente as reapropriações contextualizadas. As programações não têm uma agenda fixa, variam em cada evento, mas geralmente giram em torno de música, dança, literatura e performances individuais dos *steamers*, por mais que a caracterização não seja obrigatória para participação.

Uma das principais atividades do grupo são as oficinas de customização, que ocorrem a cada dois ou três meses (não há uma regularidade rígida), no Solar do Barão, um espaço cultural no centro de Curitiba. Elas também servem de vitrine para os *steamers* mostrarem suas habilidades artísticas. São artesãos, desenhistas, estilistas e pessoas “comuns” que aproveitam a oportunidade para divulgar seus trabalhos e, em alguns casos, comercializá-los.

Assim, após ampla divulgação no *blog*^[21] e na página do grupo no *Facebook*^[22], os interessados reúnem-se num sábado à tarde previamente agendado, para aprenderem técnicas básicas de estilização do *steampunk*. As oficinas são ministradas pelos membros mais antigos do grupo ou por convidado que tenha alguma habilidade específica que possa ser útil na confecção de roupas e acessórios. Dificilmente, no tempo de uma tarde, é possível finalizar o processo. Mas os próprios *steamers* deixam claro que a oficina explicará os princípios básicos. Caberá a cada interessado, posteriormente, desenvolver (e até mesmo aprimorar) o que foi ensinado.

As oficinas promovidas pelos *steamers* aliam imaginação e capacidade de improvisação. Elas não seguem um cronograma rígido de atividades. À primeira vista, é difícil imaginar que uma diversidade de materiais antigos, reciclados, sucateados, folhas de E.V.A., pedaços de canos e engrenagens desmontadas possam dar origem a um conjunto que concretize a proposta *steampunk*. As oficinas ensinam a confeccionar cartolas e mini *hats*, armas de brinquedo e floretes, objetos em couro, bem como dão instruções sobre criação de personagens e contextualização de época.

É importante salientar que os tutores não são profissionais experientes nas técnicas que ensinam. As oficinas caracterizam-se como um momento significativo de socialidade entre o grupo, pois há compartilhamento, troca de ideias e interação entre os presentes, discutindo alternativas para concretizar a capacidade imaginativa de cada um. Aqueles que ensinam procuram incentivar a criatividade com a apresentação de uma diversidade de objetos elaborados em casa. Os alunos identificam-se com essas possibilidades e discutem alternativas para adaptá-las aos seus propósitos. Os tutores também compartilham as próprias dificuldades ao desenvolver a técnica, com o objetivo de amenizar a situação para quem está iniciando. É um exemplo de ilustração solidária, como Sennett (2009) descreve uma das diferentes ferramentas expressivas que os mestres utilizam para criar instruções mais expressivas que a simples denotação cega de um treinamento.

Ainda que sem repertório teórico ou didático específico, os *steamers* desenvolvem formas peculiares de troca de conhecimentos e, indiretamente, delineiam uma conceituação do que entendem ser o *steampunk*, concretizando-a em objetos e performances. As ideias discutidas nas oficinas dão origem aos mais diversos produtos, acessórios e vestuários. A maioria deles integra a identidade do criador do objeto, por meio de uma das práticas mais prazerosas para o grupo: o *steamplay* (adaptação do termo *cosplay* para o universo *steampunk*). Nesta atividade, mais do que estar, é preciso viver a experiência *steampunk*. Isso acontece, principalmente, nos eventos de socialidade do grupo, quando há um contexto de apropriação – a cena *steampunk* – e a interação entre os *steamers*, que dão sentido às suas estratégias nesse universo alternativo. São fatores externos apropriados pelos participantes que, na negociação com o contexto e com

outros e no processo de subjetivação formam a experiência *steampunk*. Tais apropriações passam a fazer parte da própria identidade do participante.

Percebe-se que o processo de customização dos elementos *steampunk* é lento e gradativo, mas os *steamers* não se importam com isso, principalmente nas programações que abrem espaço para o *steamplay*, ao revelar que o personagem ou os elementos que compõem a sua caracterização identitária ainda estão incompletos.

A lentidão do tempo artesanal é fonte de satisfação; a prática se consolida, permitindo que o artesão se apossa da habilidade. A lentidão do tempo artesanal também permite o trabalho de reflexão e imaginação – o que não é facultado pela busca de resultados rápidos. Maduro quer dizer longo; o sujeito se apropria de maneira duradoura da habilidade. (SENNETT, 2009, p. 328).

No *steamplay*, os *steamers* têm a possibilidade não só de apresentar seus personagens, mas de vivê-los em público. Em alguns eventos, eles são *steampunk*, mas não necessariamente concretizam a experiência de seus personagens em gestos, falas e comportamentos, por exemplo, nos piqueniques, quando a cena *steampunk* configura-se pelo conjunto de elementos e atitudes do grupo. A participação em eventos de outras culturas urbanas também exemplifica esta situação, pois eles estão à caráter, apresentam, explicam e discutem a proposta *steampunk*, dando visibilidade às suas produções, mas não necessariamente incorporando o personagem.

Ainda que no *steampunk* prevaleça o DIY, a premissa é permeada por uma política de ajuda mútua, pois cada *steamer* auxilia os demais com suas habilidades na confecção de acessórios e produtos, concretizando o DIT da cultura participativa.

O pessoal às vezes manda *e-mail* perguntando: ‘Vocês vendem roupa *steampunk*?’ ‘A gente não está vendendo, o que a gente faz é ensinar vocês a fazer’, eu falo. [...] O Paraná é o Estado que mais está fazendo oficina. E as oficinas estão trazendo muita gente e muita coisa boa. Tem o pessoal mais tímido que acaba ficando mais extrovertido, está fazendo amizades. [...] A gente não chama de curso, a ideia não é você ensinar o ‘be-a-bá’, a ideia é incentivar o pessoal a trazer coisas e o grupo ensinar o próprio grupo. [...] Eles trazem esse conhecimento deles e mostram o que fazem para o pessoal se estimular a tentar fazer alguma coisa parecida^[23] (MACHADO, 2012).

A declaração do *steamer* acima aponta outra faceta relevante da mistura entre DIY e DIT, que é a formação de vínculos afetivos mais fortes que os despreziosos ou transitórios. Dessa forma, o interesse do grupo curitibano pelo *steampunk* se estrutura por meio do desejo de interagir e fazer parte de uma comunidade que compartilha interesses culturais e sociais mais amplos. A socialidade é crescente ao identificarem interesses mútuos, ao compreenderem as convenções interpretativas particulares do grupo e as empregarem nas estratégias individuais e coletivas.

Do improvisado ao aprimoramento. Para muitos deles, a atividade que inicia como *hobby* transforma-se numa possibilidade de comercialização. Para outros, que já trabalham com artesanato profissionalmente (alguns são alunos de cursos de Artes), a especialização no

steampunk potencializa a divulgação de suas criações. Em ambos os casos, a prática cultural de engajamento em uma cultura urbana resulta em possibilidade de ganho financeiro.

Uma das *steamers* curitibanas, por exemplo, confecciona cadernos personalizados sob encomenda, com visual que varia do vitoriano ao *steampunk*. Outra *steamer* cria acessórios, como colares, que também são criados a partir das concepções da própria artesã sobre o *steampunk*.

Apesar de eu usar peças que são comuns para todos que trabalham com *steampunk*, que são engrenagens e antiguidades, eu tento fazer misturas. Devido à sinestesia, busco cheiro, sabor, tudo, e coloco numa peça, através de cor e de textura. [...] Na dança, eu tento buscar uma música que tenha várias misturas, tanto do violino, como de uma batida mais eletrônica, que eu acho que traz uma coisa do clássico e uma coisa meio robótica. (T.I.C., 23 anos, feminino, atriz, acadêmica do curso de Artes Cênicas)

Suas criações já foram usadas, inclusive, em uma novela de uma emissora brasileira, conforme ela divulgou na página do grupo no *Facebook*^[24]. Ambas promovem seu trabalho neste espaço virtual que, aliás, é usado por vários participantes como vitrine para produções personalizadas na estética retrofuturista *steampunk*.

A customização de roupas e acessórios está entre as principais atividades publicizadas na página do grupo no *Facebook*. (Nem todos que oferecem suas criações estão localizados na capital paranaense, assim como muitos deles não são participantes ativos, apenas utilizam o espaço para publicidade). No exemplo abaixo, a *steamer* participante de outra loja do país divulga os trabalhos que oferece. Pelo relato, percebe-se que o negócio (e a consequente abertura da microempresa) é resultado da própria visibilidade que as suas criações têm na convivência com o grupo. Os eventos são ótimas vitrines para destacar as produções individuais, já que os demais *steamers* interessam-se em saber quem fez e/ou como adquirir objetos, roupas e acessórios similares.

Pessoal, criei essa pequena empresa para estar atendendo aos pedidos de muitos para aluguel de roupas e acessórios para fotografias ou eventos. Além do mais estarei colocando alguns produtos à venda feitos artesanalmente por mim. Espero que gostem, e indiquem para quem gostar!^[25]

Os jovens que compõem o cenário contemporâneo da cultura participativa são agentes de novos processos de experimentação, expressão e conhecimento que se abrem para a junção de diversas áreas (literária, musical, artesanal, midiática, de entretenimento, etc.) em suas criações. A emergência da condição de prosumidor é uma consequência desse contexto, principalmente potencializada pelas redes sociais na internet. Esses jovens articulam novos ambientes comunicativos e agenciam estratégias alternativas para uso de suas habilidades pessoais. (CANCLINI; CRUCES; POZO, 2012).

Marcados pela cultura tecnológica que lhes pauta comportamentos e estilos de vida, eles não se configuram como consumidores passivos, satisfazendo-se com os conteúdos disponibilizados pelos seus produtos favoritos da cultura midiática. Conforme seus gostos,

habilidades e interesses mais imediatos, os prosumidores personalizam tais conteúdos, recriando-os e disponibilizando-os às suas redes de contato e, em muitos casos, transformando-os em renda. Para Gutiérrez (2012), essas formas simplificadas de empreendedorismo são significativas, pois significam

[...] implantar uma capacidade de busca de informação constante para aplicá-la em seus projetos criativos, olhar para os problemas sob diferentes perspectivas, construir o conhecimento a partir de uma cultura participativa em rede e desenvolver a capacidade de criar sua própria cadeia de fornecimento de informação, conhecimento e de diversos produtos culturais, bem como gerar seus próprios públicos e consumidores.^[26] (GUTIÉRREZ, 2012, p. 119-120, tradução nossa).

Mesmo assim, é preciso ter cautela ao analisar a mescla entre produtores e consumidores, ou a tendência a dissolver as fronteiras entre produtores, intermediários e consumidores (CANCLINI; CRUCES; POZO, 2012). Por um lado, há a ampliação do acesso à criação e à comunicação, amenizando as diferenças entre profissionais e aficionados. Entretanto, por outro lado, alguns fatores apontam que não há um rompimento categórico com a hierarquia imposta pelo mercado *mainstream*, não garantindo a sustentabilidade (sobretudo financeira) dessas práticas.

O que nós encontramos, em mudança, é que as formas industriais e pós-industriais (digitais) de produzir e circular bens e mensagens convivem com hábitos comunitários antigos, formação de novas comunidades e tipos de negócio, combinam-se os gostos pela cultura massiva com ‘novas’ formas de trabalho artesanal, do local e do transnacional.^[27] (CANCLINI, 2012, p. 19, tradução nossa).

É importante salientar que a conectividade digital impulsiona novas formas de comunicação entre os dois extremos desse processo os quais não se restringem ao virtual, pelo contrário, dão renovada vida às experiências de copresença e interação social. “As experiências digitais, ao mesmo tempo em que exibem os avanços recentes da tecnologia, se parecem com essas formas antigas da vida cultural e social que são o intercâmbio imediato, a copresença e a festa.”^[28] (CANCLINI, 2012, p. 17, tradução nossa)

ESTRATÉGIAS DE AGENCIAMENTO

Os *steamers* partem dos produtos da cultura da mídia que mais lhes interessam e se tornam produtores de novos textos de uma cultura participativa, que inclui: narrativas ficcionais, fotonovelas, ilustrações, ensaios fotográficos, customização de objetos, artesanato, performances de dança e musicais, produção de moda e acessórios, revistas especializadas e eventos. Portanto, a leitura ou apropriação feita pelos adeptos do *steampunk* é um processo social e público que toma forma a partir de dois movimentos. Essas produções individuais são potencializadas pelo DIY (o “faça você mesmo” do movimento *punk*) e pela concepção

contemporânea DIT (algo como “fazemos juntos”), propiciada pela construção coletiva nos espaços de socialidade da *Loja Paraná do Conselho Steampunk*.

Dessa forma, no *steampunk*, não há a intenção de simplesmente reproduzir produtos e personagens que fazem parte do repertório da cultura da mídia admirado pelos *steamers*. Quando muito, eles são reelaborados sob a ótica da cultura *steampunk*, ganhando novos traços. Na maior parte dos casos, as criações surgem a partir das ideias dos próprios *steamers*. Aliás, essa abertura maior à criatividade é o que motiva muitos participantes a optarem pelo *steampunk*:

O fato de no *steampunk* ter que criar alguma coisa foi o que me motivou, não é como no *cosplay*, que você copia, aqui a gente cria um personagem, um história em cima do personagem que a gente cria. (E. E. F., 26 anos, masculino, mediador cultural, graduado em Desenho)

Eu sempre trabalhei muito com invenção, fazia as minhas roupas desde que era adolescente, via umas roupas na internet, não podia comprar, então eu ficava customizando. A parte da customização sempre me agradou. E também eu já conhecia o estilo [*steampunk*], um amigo me apresentou, eu só sabia o que era e ele me explicou do que se tratava. [...] Não sabia que existia aqui em Curitiba e desde que conheci me apaixonei e nunca mais parei. Estou sempre tentando inovar, trazer coisas novas. (L.S., 25 anos; masculino; publicitário)

Dessa forma, eles jogam com os textos originais e dão sentido às suas experiências sociais, numa bricolagem cultural característica. Esses “piratas de textos” (JENKINS, 2010) agem em uma posição de marginalidade cultural e, geralmente, não têm acesso aos meios de produção cultural comercial. No entanto, mesmo assim, estabelecem táticas de resistência (CERTEAU, 1998) por meio das interpretações e apropriações simbólicas, que resultam em um conjunto de produções que adquirem novos significados e novas características, como se mostra na experiência *steampunk* do grupo de Curitiba.

As fotonovelas *steampunk* produzidas pela *Loja Paraná do Conselho Steampunk* podem ser tomadas com exemplo dessa argumentação. O grupo é pioneiro nesse tipo de produção. A primeira (*Carnivale Steampunk*^[29]) foi resultado dos ensaios fotográficos dos *steamers*. Trata-se de uma produção coletiva que mistura narrativa literária, produção fotográfica e sonora com performances dos integrantes da loja paranaense. Todas as etapas – produção, customização das indumentárias e dos acessórios, maquiagem, confecção de objetos de cena, edição e pós-produção – também foram feitas pelos participantes. O produto fez sucesso e, a pedido de *steamers* de outros países com os quais os brasileiros interagem, este foi traduzido para o inglês.
[30]

Com o êxito da primeira, uma segunda fotonovela (*O sequestro na ferrovia*^[31]) foi idealizada em associação com o grupo de Campinas (SP) e lançada no início do ano de 2013. O sistema de criação/produção foi semelhante. Em meados de 2014, uma terceira foi lançada (*A maldição da múmia*^[32]), desta vez com participação especial de membros *steamers* das lojas de Santa Catarina e do Pará.

Apesar das limitações compreensíveis de uma produção amadora, as fotonovelas podem ser caracterizadas como produtos visuais resultantes da socialidade de uma cultura urbana que se reúne em torno do interesse comum pelo retrofuturismo *steampunk*. Os produtos que integram o circuito micromídia (THORNTON, 1995) *steampunk* curitibano são vetores de experiência visual e estética, como fatores de comunhão sensível, na concepção de Maffesoli (1987).

Quando se trabalha com gente nos contextos onde se criam coisas, que são os [contextos] da vida cotidiana, entende-se que, na realidade, a criação tem a ver com a *poiesis*: com a busca de sentido, com a produção de sentido. Não com a produção de obras. Essa é a fonte de que são feitas as coisas importantes.^[33] (CANCLINI; CRUCES; POZO, 2012, p. XVIII, tradução nossa).

Portanto, não está em discussão o mérito estético das produções dessa cultura urbana, estabelecendo comparações de qualidade a partir de análises individualizadas ou com outros produtos do universo *mainstream* (até mesmo porque os próprios *steamers* não demonstram preocupar-se com esse tipo de comparação).

As propostas do *steampunk* formam uma verdadeira rede de interesses em torno do tema, agregando os mais diversos indivíduos que se reúnem para socializar, divulgar e criar coletivamente produtos específicos. Todas as atividades oferecidas contam com trabalho voluntário de pessoas que se tornam um grupo afetivo a partir de interesses comuns no *steampunk*. Para muitos, trata-se de afinidade pela estética, ou pelo interesse em conhecer outros que tenham os mesmos gostos em diversos produtos midiáticos relacionados ao tema. Percebe-se que muitos veem na cena *steampunk* uma forma de extravasar ou estender as ideias que cultivam sobre literatura, artesanato, ilustração gráfica e customização.

Bhabha (1998) propõe pensar as práticas culturais contemporâneas a partir de um tempo presente revisionário, em um espaço de intervenção no aqui e no agora. Por conseguinte, as operações de regulação e negociação das performances identitárias, bem como os processos de diferença cultural se inscrevem na emergência do que denomina de entrelugares, nos quais ocorrem as estratégias de subjetivações singulares e coletivas, originando novos signos de identidade, colaboração ou contestação. Tais estratégias articulam-se em artes do presente, definidas pelo autor como as performances pelas quais diferentes grupos minoritários elaboram estratégias de sobrevivência, formação identitária, contestação política, estabelecimento de relações sociais e manifestações estéticas.

As articulações do domínio estético, político e econômico elaboradas nos entrelugares propiciam um espaço de solidariedade afiliativa (BHABHA, 1998, p. 315), permeada por uma intersubjetividade insurgente e indisciplinar, cujas estratégias de significação são descentradas e até mesmo deslocadas. Portanto, a cultura *steampunk* pode ser compreendida como uma estratégia de tradução cultural na qual o signo se rearticula, tal como defendido por Bhabha (1998). Nesse sentido, a cultura *steampunk* proporciona, por meio de suas

performances, distintas formas de agenciamento híbrido para expressar um estar no mundo diferenciado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- *Steampunk* em Curitiba?

Quem é interessado no assunto ouve a pergunta com frequência. Essa cultura urbana retrofuturista vem ganhando cada vez mais adeptos ou, pelo menos, chamando a atenção dos curiosos. Prova disso é a página do grupo no *Facebook* que, desde meados de 2013, já contabilizava mais de 600 membros. Mesmo que uma grande parcela destes não participe ativamente das programações da Loja Paraná do Conselho *Steampunk*, significa que o apelo pela temática é forte, nas mais diversas áreas.

Três fatores são significativos para o fortalecimento do *steampunk* no grupo curitibano: o gosto pela ficção científica em variadas vertentes, tais como literatura e cinema; a participação em outras culturas urbanas; e a estética peculiar, que mistura o romantismo da Era Vitoriana com o gótico, o *punk* e a criatividade de cada um. Da curiosidade casual de um interesse descomprometido, até o engajamento em atividades culturais, lúdicas e experimentais. Os *steamers*, com suas estratégias de socialidade e performances, contribuem para dar forma ao contexto cultural curitibano.

Certamente, as atividades da cena *steampunk* fazem parte da teatralidade estética urbana contemporânea, que foge de padrões institucionais ou do *mainstream*, mas tem uma força significativa entre os seus participantes. Há, também, o incentivo ao desenvolvimento de habilidades manuais e artesanais, à organização de eventos culturais, à publicidade de produções individuais e personalizadas nas mais diversas áreas (que de outra forma poderiam não chamar tanta atenção), às formas simplificadas de negócios e empreendedorismo, às socialidades descomprometidas das neotribos e à visibilidade individual e coletiva. Estes são argumentos que reforçam a relevância do *steampunk* para aqueles que dele participam.

Portanto, é possível concebê-lo como uma cultura participativa acentuada por dois movimentos que, embora à primeira vista pareçam excludentes, não o são: o DIY e o DIT. Ao incentivar a produção individualizada, os *steamers* reforçam a necessidade de investir em processos de subjetivação que “deem vida aos objetos”. Não se trata do valor do objeto em si, mas da sua produção de sentido. Gumbrecht (2010) chama isso de desejo de presentificação na ânsia em preencher o presente com artefatos do passado. Esse desejo de presença (presentificação) tem como autorreferência predominante o corpo, em suas negociações entre

seres humanos e as coisas do mundo. O autor destaca que é a celebração materializada que intensifica a relação da presença. Além disso, o desejo por ela está relacionado com a vontade de ir além do que o cotidiano pode fornecer, numa intensificação de emoções. É a sensação de estar no mundo, no sentido de fazer parte de um mundo físico de coisas; é reativar pela dimensão corpórea e pela dimensão espacial a existência individual. Este é o sentido do DIY no *steampunk*.

Embora a interação virtual seja um das mais marcantes características dos jovens contemporâneos, a conectividade digital não restringe seus relacionamentos presenciais. Como salientam Canclini, Cruces e Pozo (2012), as práticas comunicacionais em rede renovam as experiências de copresença, intercâmbio social e festa, semelhantemente às formas antigas de vida cultural e social. Então a força do DIT. As estratégias criativas adquirem sentido no estar junto, no delineamento da cena *steampunk*. Dessa forma, as conversações podem iniciar em ambientes virtuais, mas é na interação presencial que os *steamers* curitibanos ganham força enquanto grupo, dando visibilidade às suas performances. As redes sociais funcionam como pontapé inicial. As atividades conjuntas reforçam o sentido de pertencimento, por meio da identificação e do aprendizado da concepção que caracteriza o *steampunk*. Para reiterar este argumento, vale ressaltar o testemunho dos *steamers* curitibanos. Nas entrevistas, alguns afirmaram que já gostavam do *steampunk* antes de conhecê-lo como tal. Eles apreciavam a estética retrofuturista e adotavam seus princípios, mas não sabiam que havia uma proposta que os materializava e que, principalmente, encontrariam outros em Curitiba que tinham o mesmo gosto.

Os jovens que fazem parte dessa neotribo retrofuturista posicionam-se como prosumidores, a geração que se delinea com a cultura tecnológica fortemente marcada por novos suportes de comunicação, com intensa capacidade criativa e de interação via redes sociais em ambientes virtuais, imersas em uma sociedade midiaticizada (BRAGA, 2010). Canalizar o potencial criativo na ressignificação de culturas urbanas tal como o *steampunk* não significa, numa argumentação rasa e superficial, que esses jovens são simplesmente fascinados por estrangeirismos ou nostálgicos por natureza. Pelo contrário, significa que eles traduzem culturalmente e agenciam estratégias da cultura midiática em favor de seus próprios interesses. Inspirados por produtos e práticas que mais lhe satisfazem, eles criam ou transgridem histórias, por meio do hibridismo temporal, outra questão fundamental do *steampunk*. Ficcionalizar o passado, ressignificar o presente, misturar tempos e épocas, o que os *steamers* demonstram são formas diferenciadas de encantar a vida cotidiana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BHABHA, H. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BRAGA, J. L. Experiência estética & mediatização. In: LEAL, B.; MENDONÇA, C.; GUIMARÃES, C. (Orgs.). **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 73-87.
- CANCLINI, N. G.; CRUCES, F.; POZO, M. U. C. (Coords.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid/Barcelona: Fundación Telefónica e Editorial Ariel, 2012.
- CANCLINI, N. G. Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes. In: _____. **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid/Barcelona: Fundación Telefónica e Editorial Ariel, 2012.
- CERTEAU, M. de. **A Invenção do Cotidiano**. 1. artes de fazer. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CONSELHO STEAMPUNK. Disponível em: <www.steampunk.com.br>. Acesso em: 14 jul. 2014.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**. v. 1. São Paulo: Ed. 34, 1995.
- GUMBRECHT, H. U. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto/Ed. PUC-RIO, 2010.
- GUTIÉRREZ, E. O. Aprendices, emprendedores y empresarios. In: CANCLINI, N. G.; CRUCES, F.; POZO, M. U. C. (Coords.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid/Barcelona: Fundación Telefónica e Editorial Ariel, 2012.
- JENKINS, H. **Piratas de textos**. Fans, cultura participativa y televisión. Barcelona: Paidós, 2010.
- _____. **The Tomorrow That Never Was: Retrofuturism in the Comics of Dean Motter (Part One)**. 18 jun. 2007. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2007/06/the_tomorrow_that_never_was_re.html>. Acesso: 1 abr. 2013.
- MACHADO, C. Entrevista concedida em 11 fev. 2012, em Curitiba, Paraná.
- MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**. O declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
- SENNETT, R. **O Artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- STRAW, W. Cenas culturais e as consequências imprevistas das políticas públicas. In: JANOTTI JUNIOR, J.; SÁ, S. P. de (Orgs.). **Cenas Musicais**. São Paulo: Anadarco, 2013.
- _____. Scenes and Sensibilities. **E-Compós**, Brasília, COMPÓS, n. 6, ago. 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/e-compos>>. Acesso em: 27 out. 2011.
- THORNTON, S. **Club Cultures: music, media and subcultural capital**. Cambridge: Polity, 1995.

Comunicação e socialidade: o teatro do oprimido como potência comunicativa

Cíntia Sanmartin Fernandes
Patrícia da Glória Ferreira Gomes

Desenhos, ritmos, utensílios, entre outras manifestações fazem parte da evolução do homem tanto quanto a mais nova descoberta da ciência. Todos esses registros revelam muito sobre o ser humano, as práticas sociais que se estabelecem entre as pessoas e entre elas e o próprio meio. Basta que se lembre das pinturas rupestres, as quais, por meio dos traços em cor deixados nas cavernas, pôde-se conhecer um pouco sobre a vida na chamada pré-história.

Assim como esses registros iniciais — os quais, mais tarde, passariam a integrar o campo das manifestações artísticas — a história do teatro entrelaça-se à história da própria humanidade. Há indícios que apontam o surgimento do teatro no Século VI a.C., na Grécia. Já naquela época, as apresentações estavam igualmente imbricadas às práticas vivenciadas no cotidiano, à rituais e à celebrações. O teatro junta e faz partilhar.

Há muito mais na arte teatral do que apenas um momento de diversão, principalmente levando-se em conta o apontado por Maffesoli, que diz que o verdadeiro teatro é “o da cotidianidade, podendo, por isso, servir de reservatório e modelo a formas mais específicas como o drama, a comédia ou outras expressões artísticas do dado social” (MAFFESOLI, 1984, p. 136). O teatro, como arte em geral, não é o real, mas dialoga com ele, pois é sua representação. Portanto, as práticas sociais e o cotidiano como um todo funcionam como matéria-prima e cimento para o teatro.

Isto não é diferente com o Teatro do Oprimido (TO) e sua metodologia, a Estética do Oprimido^[34], objeto de análise do presente trabalho. Em linhas gerais, o TO foi criado no início da década de 1970, durante o período da Ditadura, pelo teatrólogo Augusto Boal, mas (como ele mesmo dizia) o TO não foi criado por ele, e sim a partir das trocas com pessoas de diferentes grupos e países que tinham contato com a metodologia. O TO busca promover

uma situação cênica que tire as pessoas do seu ‘lugar de conforto’ e as faça, literalmente, integrar a cena, tanto no que diz respeito à produção do tema que será abordado, à construção dos diálogos e à construção cenográfica quanto, durante a apresentação, fazer com que as pessoas saiam da condição de espectador para a de ator, ocupando assim o papel de protagonista da peça como uma preparação para a sua vida e abrindo espaços para buscar a transformação da sociedade.

Todavia, para se entender melhor a Estética do Oprimido, faz-se necessário, antes de tudo, mergulhar na essência da qual esta é feita, isto é, na cotidianidade. Há essa necessidade porque a teatralidade não se apresenta somente nos palcos e espaços cênicos, mas em cada pequeno gesto, no modo de portar-se; assim como em cada conversa em casa, na escola, no trabalho ou na esquina. Segundo Maffesoli, todo esse ritual teatral, as regras de etiqueta cotidiana que as pessoas seguem, desde sempre e todos os dias, é o que opera “a comunicação, a troca, isto é [sic] permitindo o ser social” (MAFFESOLI, 1984, p. 17).

MATÉRIA-PRIMA É O ESTAR-JUNTO

A relação entre os indivíduos e entre eles e o meio mantém a sociedade em constante movimento. Na configuração social contemporânea, essa relação parte do cotidiano, mas se apresenta com algumas características específicas, como um sentimento de “pertencer a”, de “estar-junto”; em parte fruto da “saturação dos valores da modernidade que tende a dar lugar a valores alternativos, de contornos ainda imprecisos, mas cuja eficácia não se pode negar” (MAFFESOLI, 1995, p. 15). Essa configuração social fundada no desejo de compartilhar com o outro é denominada *socialidade*, e é “gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntarem-se” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 17).

Para referir a essas regras e costumes cotidianos praticados entre as pessoas de um dado lugar que permitem que o grupo se (re)conheça como uma coletividade, adota-se o conceito de *socialidade*^[35] — seguindo a mesma lógica trabalhada por autores como Martin-Barbero, Maffesoli e Fernandes.

Dentro de uma mesma sociedade há diversas formas de associação e condutas e há diversas vozes sociais. O fato de não existir, por exemplo, uma guerra interna não significa que não haja discordância entre os indivíduos, sempre há tensão. O que ocorre é uma relação de força que, conforme for instituída e difundida — não somente à base da força, mas também por consenso — poderá tornar uma ou várias vozes dominantes as quais poderão sobrepor-se e ditar práticas sociais a serem seguidas. No entanto, o mais importante disso tudo é não esquecer que mesmo que haja uma voz preponderante ela não está só, pois junto a ela na

socialidade pulula um “mundo” de vozes, onde cada uma delas também possui seu poder de ditar e têm seus adeptos.

Não seria precipitado afirmar que é da socialidade que se forja a cultura de um povo. Junto às trocas, aos laços sociais e aos elementos institucionais presentes, como política e religião, há uma série de lembranças coletivas (oficializadas, como o caso da construção da identidade de uma nação; ou não, como em alguns mitos ou tradições) que, de alguma maneira, contribuem para moldar como os indivíduos desse grupo se organizam, se estruturam e dão vida aos espaços que habitam. Tudo isso são elementos que constituem a coletividade e a identidade dos sujeitos, estando as tramas que formam o tecido social sempre em movimento e ajustando-se, como aponta Maffesoli:

O que se chama de vida cotidiana é feito de microatitudes, de criações minúsculas, de situações pontuais e totalmente efêmeras. É *stricto sensu* uma trama feita de minúsculos fios estreitamente tecidos e, separados, completamente insignificantes. [...] Essa insignificância e essa discricção permitem que essas práticas escapem do controle e da punição. (MAFFESOLI, 2009, p. 48-49).

As práticas sociais, entendidas como produtoras de sentido no cotidiano, têm um significado para cada indivíduo, para cada sociedade e, dentro desta, para os distintos grupos, tribos (MAFFESOLI, 2010). Por mais que um indivíduo nasça em um determinado lugar, ele, a partir da sua experiência de vida, escolherá os laços que pretende fortalecer, tanto no que diz respeito às opções identitárias quanto a associações com outros indivíduos. Para identificar essa força que há no agir de cada pessoa, promovendo sua ligação com o outro, elegeremos o conceito de *potência estético-comunicativa*, proposto por SanMartin, o qual indica que uma

Potência não apenas racionalizável, mas sensitiva, afetiva, emocional, possibilitada pela estética mundana. Estética que aproxima e comunica as diferentes comunidades dentro da globalidade, na qual a comunicação, seja por qual meio se dê, é a garantia do estar-junto mais primário, independente de contratos sociais e ações deliberativas; é a agregação e união que não representa o “estar moderno” institucional, está na base societal compondo o húmus. (FERNANDES, 2009, p. 92).

A relevância para o presente trabalho do conceito de *potência estético-comunicativa*, é que Fernandes (2009), partindo de autores como Maffesoli e Habermas, consegue ir além e melhor apreender a trama social contemporânea identificando o *élan* que faz com que os indivíduos se inter-relacionem. Fernandes indica que não é mais (ou, pelo menos, não é apenas) uma questão de laços sanguíneos, tradições, concepções políticas, etc. que liga ou faz com que os indivíduos se liguem, mas sim um desejo de estar-junto, de comunhão, resgatando o sentido etimológico da palavra comunicação — que vem do latim *communicare*, mesma origem da palavra comungar, que significa repartir, compartilhar, ter e pôr em comum.

O conceito de Fernandes conduz para o mesmo sentido de *estética*, como uma forma de partilha, empregado por Augusto Boal ao nomear a metodologia do Teatro do Oprimido como Estética do Oprimido. De maneira mais ampla, tal conceito une-se diretamente à definição proposta por Maffesoli:

no seu sentido mais simples: vibrar em comum, sentir em uníssono, experimentar coletivamente, tudo o que permite a cada um, movido pelo ideal comunitário, de sentir-se daqui e em casa neste mundo. Assim, o laço social é cada vez mais dominado pelos afetos, constituído por um estranho e vigoroso sentimento de pertença. (MAFFESOLI, 2009, p. 8).

Fernandes, ao cunhar o conceito de *potência estético-comunicativa*, enxerga a força (potência criativa) que há nos indivíduos e em suas associações e que faz mover toda a trama social. É desse hùmus, desse sentido de “pôr em comum”, que se alimenta o teatro, sendo também ele que faz com que as pessoas reconheçam elementos cotidianos e se reconheçam nas peças encenadas. Como dito anteriormente, o teatro apenas representa o real a partir da matéria-prima colhida nas tramas sociais.

Sem excluir a percepção do teatro como um veículo de comunicação, como televisão, rádio e jornal, por exemplo, com a característica de transmitir informação; o que se quer botar à luz aqui é a concepção de uma comunicação que não se esgota nos meios, inclusive porque estes não se limitam mais a “veicular ou a traduzir as representações existentes, nem tampouco a substituí-las, mas começou a *constituir uma cena fundamental da vida pública*” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 14, grifo do autor).

Sendo assim, é possível atribuir à arte teatral a característica de ser igualmente um local de produção de sentido, tanto na construção da peça quanto na relação dos atores com o texto, da encenação com a plateia e do próprio público que está assistindo. Isso faz com que o teatro, e de igual maneira o Teatro do Oprimido, seja também percebido como uma ferramenta de comunicação aproximando-se da conceituação de Maffesoli:

A comunicação, seja qual for o nome que se dê a ela, é uma estrutura, ou seja, uma entidade composta de elementos interdependentes que vai além da consciência dos atores envolvidos. A comunicação, tal como é examinada aqui, não é somente verbal, embora a palavra ocupe nela um lugar destacado, mas um sistema total, uma mescla de palavras, objetos e gestos que reclama uma poética globalizante. (MAFFESOLI, 2009, p. 97).

O conceito de comunicação que é adotado neste trabalho, assim como indicado por Fernandes, parte do entendimento de que a “comunicação de fato é uma linguagem, ou um meio, ou uma mediação importante para a constituição de um *elan* comunitário” (FERNANDES, 2009, p. 236). Nesse sentido, também, segue a linha dos Estudos Culturais Latino-americanos que, como propõem Martin-Barbero (2008), aborda a concepção de Comunicação como *mediações*.

Martin-Barbero estabelece que, para se analisar uma dada sociedade, pesquisadores tem que trabalhar os processos comunicativos de produção de sentido (entendidos como as trocas que ocorrem entre os indivíduos e entre estes com o meio de comunicação ou social), que ocorrem na relação entre cultura, política e comunicação. O autor toma esse caminho pois concebe que há na *socialidade* uma relação de poder e a disputa deste se dá no terreno simbólico, “onde se articulam as interpelações a partir das quais os sujeitos e as identidades coletivas se constituem” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 286-287).

No que diz respeito diretamente à natureza comunicativa da cultura, Martin-Barbero destaca o “seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 289). Desta forma, não há passividade nos indivíduos (receptores). A decodificação da mensagem recebida, isto é o seu sentido, será dado pelo receptor a partir dos seus referenciais, isto é, das suas *Matrizes Culturais* (MARTIN-BARBERO, 2008) — memória, crenças, História, tradições, hábitos familiares e experiências de vida.

Nesse ponto, cabe reforçar que tal processo de decodificação não passivo por parte dos indivíduos opera igualmente no espaço teatral. Diferentemente de Ortega y Gasset, que atribui à plateia do teatro “uma especialíssima passividade” (ORTEGA Y GASSET, 2007, p. 33). O caminho de pensamento que se toma aqui é que, no momento em que as pessoas assistem uma peça, elas dialogam com os atores, com o cenário e com o texto. Desta forma, o conceito de *mediação* vai ser abordado a partir do eixo da *socialidade*, que se expressa na relação entre as *Matrizes Culturais* (MC) e as *Competências de Recepção* (CR).

A socialidade, gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntarem-se, é por sua vez lugar de ancoragem da *práxis comunicativa* e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra-hegemonia) com o poder. Nesse processo as MC ativam e moldam os *habitus* que conformam as diversas Competências de Recepção (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 17, grifo do autor).

Sobre o eixo da *socialidade*, interessa colocar luz exatamente nos elementos que contribuem para a construção das práticas sociais (as MC) e nas diferentes formas (mediações) de diálogo com as produções culturais (as CR), entre elas o teatro. Para tal, adota-se a compreensão de Stuart Hall (2008), segundo o qual a codificação e a decodificação da mensagem acontecem dentro de um processo comunicativo, que é todo integrado, não linear e impossível de ter seu significado final determinado *a priori* — por mais que o emissor tenha a pretensão de produzir este ou aquele efeito com a mensagem veiculada.

Hall propõe uma sistematização hipotética, em três posições, sobre o processo de decodificação das mensagens^[36]:

A primeira posição hipotética refere-se à posição *hegemônica-dominante*. Quando o telespectador [...] *está operando dentro do código dominante*. [...] A segunda posição que identificaríamos é a do *código negociado*. [...] Decodifica, dentro da *versão negociada*, contém uma mistura de elementos de adaptação e de oposição: reconhece a legitimidade das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas), ao passo que, em um nível mais restrito, situacional (localizado), faz suas próprias regras — funciona com as exceções à regra. [...] Finalmente, é possível para um telespectador entender perfeitamente tanto a inflexão conotativa quanto a literal conferida a um discurso, mas, ao mesmo tempo, decodificar a mensagem de uma maneira *globalmente* contrária. [...] operando com o que chamamos de *código de oposição*. (HALL, 2008, p. 400-402, grifo do autor).

Tomando a perspectiva de decodificação acima, percebe-se o quanto as matrizes culturais são fundamentais para as possíveis leituras que o indivíduo pode fazer. Com isso, percebe-se

que o indivíduo (receptor) não é passivo, mas sim um produtor de sentido. Ele interage com o que é apresentado e faz sua leitura, gerando um significado para a mensagem que pode ser totalmente diferente, parecido ou igual ao sentido construído pelo destinador. As matrizes culturais influem nas competências de recepção e as direcionam, contribuindo também para a construção da *socialidade*.

A compreensão da existência de consenso entre a mensagem apresentada e a decodificação por parte do receptor não implica em dizer que não há, no discurso dos produtos culturais (seja da TV, do rádio ou até do teatro), uma intenção de propagar suas ideias, ideologias, nem, tampouco, que todo o indivíduo que recebe a mensagem tem a compreensão total dos códigos apresentados e de suas implicações. Pelo contrário, a crítica que é feita é que a construção de muitos códigos presentes na formação das matrizes culturais dos indivíduos recebe atributo de “naturais” e assim são interiorizados pelos indivíduos, contudo não passam de uma construção social, de caráter histórico, por parte de um discurso dominante. Aprendidas e apreendidas como “naturais”, algumas práticas sociais acabam não sendo alvo de críticas por parte dos indivíduos. É nessa desnaturalização dos códigos que também atua o Teatro do Oprimido, uma vez que nas peças é possível observar outras possibilidades de leituras, que não as dos produtos culturais do chamado *mainstream*.

POLIFONIA DODECAFÔNICA^[37]

Como visto no item anterior, é da vida cotidiana, da *socialidade*, que os escritores, ensaístas, roteiristas retiram a matéria-prima para produção de seus trabalhos. Por mais que o gênero escolhido seja o da ficção, é a partir do que existe no real vivido que o autor produz sua obra e é por isso que ela fará sentido para os que nela se reconhecem e se identificam. Mas de que tipo de reconhecimento e identificação se está falando?

Os costumes e hábitos do povo de um território vão sendo constituídos no percurso histórico de sua formação e transmitidos através das gerações, compondo assim a cultura deste povo e oferecendo uma identidade coletiva aos sujeitos que lá nascem. Podemos dizer que esses elementos compõem as matrizes culturais (MC).

Com os Estados Nacionais (a partir do século XVIII) tem-se o movimento de criação de uma identidade territorialmente unificada, com língua, moeda e bandeira em comum, assim como histórias nacionais e tradições próprias, algumas emprestadas de práticas já existentes e outras construídas. Os povos de diferentes regiões que estivessem dentro desse território demarcado deveriam passar a partilhar e a reconhecer-se dentro dessa identidade nacional. Como destaca Hall, “as diferenças regionais e étnicas foram gradualmente sendo colocadas, de

forma subordinada, sob aquilo que Gellner chama de ‘teto político’ do Estado-nação, que se tornou, assim, uma fonte poderosa de significados para as identidades culturais modernas” (HALL, 2006, p. 49).

Dessa forma, foram sendo forjadas e difundidas muitas das identidades nacionais que se têm hoje, incluindo a brasileira, como explica DaMatta, no artigo *Você tem cultura?*

É justamente porque compartilham de parcelas importantes deste código (a cultura) que um conjunto de indivíduos com interesses e capacidades distintas e até mesmo opostas, transformam-se num grupo e podem viver juntos sentindo-se parte de uma mesma totalidade. Podem, assim, desenvolver relações entre si porque a cultura lhes forneceu normas que dizem respeito aos modos, mais (ou menos) apropriados de comportamento diante de certas situações. Por outro lado, a cultura não é um código que se escolhe simplesmente. É algo que está dentro e fora de cada um de nós, como as regras de um jogo de futebol, que permitem o entendimento do jogo e, também, a ação de cada jogador, juiz, bandeirinha e torcida. Quer dizer, as regras que formam a cultura (ou a cultura como regra) é algo que permite relacionar indivíduos entre si e o próprio grupo com o ambiente onde vivem. (DAMATTA, 1981).

Mesmo que a identidade nacional possua elementos agregadores, a escolha por estes partiu de um lugar de enunciação e, portanto, de um processo comunicacional, que é um campo de disputa de poder, no qual quem tivesse maior poder de fala ditava as regras. Não é à toa que muitos povos foram exterminados em nome dessa identidade nacional. Como pontua Hall, “toda identidade é fundada sobre uma exclusão e, nesse sentido, é ‘um efeito de poder’” (HALL, 2008, p. 81) e provoca consequências concretas na sociedade, como já apontado por Pesavento:

Aquele que tem o poder simbólico de dizer e fazer crer sobre o mundo tem o controle da vida social e expressa a supremacia conquistada em uma relação histórica de forças. Implica que esse grupo vai impor a sua maneira de dar a ver o mundo, de estabelecer classificações e divisões, de propor valores e normas, que orientam o gosto e a percepção, que definem limites e autorizam os comportamentos e os papéis sociais. (PESAVENTO, 2003, p. 41-42).

Porém, aquilo que foi excluído, posto à sombra não necessariamente desapareceu por força deste capricho ou de atos de violência e extermínio. São inúmeros os exemplos de práticas sociais marcantes de uma característica identitária diferente da nacional, que foram inclusive perseguidas, mas que se mantiveram acesas.

Se já era árduo manter a ideia da identidade nacional como única, com o processo de globalização^[38] está ficando cada vez mais difícil inclusive mantê-la como a principal. Não é de hoje que autores como Canclini, Martin-Barbero, Fernandes, Hall e Bauman^[39] vão indicando configurações de novas identidades em formação. Essa mudança no processo de formação identitário, para Maffesoli, “permite compreender o deslizamento de uma *lógica da identidade* para uma *lógica da identificação*. A primeira é essencialmente individualista; a última, muito mais coletiva” (MAFFESOLI, 2009, p. 22, grifo do autor). Nesse sentido, esse deslizamento, ao que parece, tem como guia a *socialidade*, identificada por Fernandes como não sendo

construída apenas com normas e regras institucionais formais, mas também por uma ‘centralidade subterrânea’ informal, que assegura o compartilhar e o viver social. Assim, o mundo vivido mantém um espaço de liberdade institucional, mantém um espaço de criação, de profanação do instituído. (FERNANDES, 2009, p. 94-95).

Em que pese ainda a existência geográfica das fronteiras nacionais, os processos sociais, culturais, políticos e econômicos vêm se estruturando de outra maneira. Quanto a isso, Canclini chama atenção para o fato de que

[...] é necessário, antes de tudo, reconhecer que a relação entre cada cultura e um território específico, sem desaparecer, está sendo alterada pelo deslocamento de enormes massas de emigrantes, exilados, turistas e outros viajantes, assim como a crescente interdependência de cada sociedade com muitas outras, próximas e distantes. (CANCLINI, 2011, p. 105)^[40].

Dentro desse processo globalizante, as identidades nacionais ainda mantêm sua relevância como o reconhecimento coletivo de uma nação. Entretanto, os movimentos de contracultura da década de 1960 já demonstravam a ebulição de identidades (feministas, homossexuais, negros, etc.) que não cabiam nas representações existentes. Essas diferentes vozes que vêm emergindo dos estados-nação estão ganhando cada vez mais força, a ponto de já promoverem uma polifonia, que se não é mais alta, já rivaliza, em alguns aspectos, com a voz hegemônica, como indica Bhabha: “A própria possibilidade de contestação cultural, a habilidade de mudar a base de conhecimentos, ou de engajar-se na ‘guerra de posição’, demarca o estabelecimento de novas formas de sentido e estratégias de identificação” (BHABHA, 1998, p. 228).

Com o fortalecimento de outras formas de identificação, para além das já instituídas, os indivíduos passam a adotar uma ou várias identidades por meio das quais eles sintam-se reconhecidos, identifiquem-se e assim passem a integrar diferentes grupos. A força que irá movê-los é a *potência estético-comunicativa*, apresentada por Fernandes (2009). Os agrupamentos que são formados partilham do que Maffesoli chamou de *ética da estética*, na qual a estética caminha para o mesmo rumo apresentado por Fernandes, como uma vontade de estar-junto, e ética representa o desejo de fazer parte do grupo por escolha, sem que seja imposto nenhum tipo de punição caso o indivíduo resolva sair do grupo.

O que ocorre é uma ampliação de algumas identidades instituídas e o aparecimento de outras que abarcariam características e identificações ainda não atendidas. Isto é, altera-se, em última instância, também o imaginário social e suas representações.

Contudo, o surgimento de outras formas de identificação não significa que as anteriores não existam mais, nem, muito menos, que não haja resistência social em aceitar a nova identidade que aparece. O que se apresenta, então, é uma sociedade (e a socialidade que a forma) constituída por toda uma sorte de identidades, práticas sociais, representações e modos de ver o mundo. Como dito anteriormente, os conflitos e as tensões estão e estarão presentes. No entanto, partilha-se das percepções de autores como Sousa Santos, Fernandes, Bhabha e Hall; e, por isso, entende-se que a existência de tal polifonia dodecafônica é benéfica e

fundamental para a sociedade, sendo possível chegar a acordos e ajustes, como sugere o conceito de *interculturalidade* na forma apresentada por Santos, na qual o “componente intercultural não exige simplesmente um reconhecimento da diversidade, mas sim a celebração da diversidade cultural e o enriquecimento recíproco entre as várias culturas presentes” (SOUSA SANTOS, 2012, p. 20).^[41]

Interessa a adoção do conceito de *interculturalidade* na análise da Estética do Oprimido pois observa-se que ela tem uma proposta de atuação intercultural desde sua origem. Isso se dá porque, pensando de maneira macro, as primeiras técnicas do TO foram criadas no Brasil, por um brasileiro, mas a elas juntaram-se outras tantas criadas por outras pessoas de países distintos (como Moçambique, Chile e França). Além disso, todas as técnicas que constituem a Estética do Oprimido são aplicadas por toda uma sorte de pessoas em mais de 70 países^[42] e em grupos heterogêneos. Ao aumentar-se o *zoom* para grupos locais, o cenário intercultural não muda. Por mais que os grupos sejam formados apenas por brasileiros, por exemplo, cada aluno ou cada integrante da plateia possui sua própria bagagem cultural, a qual, seguramente, é distinta da dos demais. Para que o grupo constitua-se como tal e seja capaz de produzir algo em conjunto, como uma peça, é preciso que se abra espaço para o diálogo, que as vontades e desejos sejam postos em cheque, sem que isso seja percebido como determinado saber sobre outro, mas sim como uma troca. Afinal, como esclarece Canclini, a “interculturalidade implica que os diferentes se encontram em um mesmo mundo e devem conviver em relações de negociação, conflito e benefícios recíprocos” (CANCLINI, 2011, p. 106)^[43].

Essa possibilidade de abertura para o diálogo intercultural faz remeter ao conceito de *tradução cultural*, apresentado por Homi Bhabha, que também interessa a este trabalho pois o autor põe luz ao processo de comunicação cultural. Nas palavras de Bhabha tradução é

a natureza performativa da comunicação cultural. É antes a linguagem *in actu* (enunciação, posicionalidade) do que a linguagem *in situ* (*énounce*, ou proposicionalidade). E o signo da tradução conta, ou ‘canta’, continuamente os diferentes tempos e espaços entre a autoridade cultural e suas práticas performativas. (BHABHA. 1998. p. 313, grifo do autor).

Bhabha parte da literatura como linguagem, local de produção de discurso e enunciação. Contudo, é no processo de tradução que ocorre entre o livro e o leitor — nesse entre-lugar, nas mediações — no qual as partes não são e não ficam passivas, que se dá a produção de sentidos. Para Bhabha, a “complementaridade da linguagem como comunicação deve ser compreendida como algo que emerge de um estado constante de contestação e fluxo causado pelos sistemas diferenciais de significação social e cultural” (BHABHA, 1998, p. 312).

Desta forma, o Teatro do Oprimido é compreendido, neste trabalho, como um produtor de sentido o qual é produzido justamente no momento e espaço do ‘entre’, da contestação. O TO talvez seja, em um grau maior do que o livro, uma ferramenta de comunicação intercultural, uma vez que a lógica de produção das peças do TO parte da elaboração em

conjunto dos participantes das oficinas. Nesse sentido, as traduções operariam já durante a construção das apresentações e não se encerrariam com os atores no palco, pois a plateia é convidada a tomar parte da cena, fazendo com que novas traduções e novos processos de comunicação intercultural sejam operados, trazendo à tona questões anteriormente relegadas.

LUGAR DAS AUSÊNCIAS É NO PRIMEIRO PLANO

Como destacado no item anterior, na construção da identidade nacional quem detinha maior poder de enunciação ditava as regras, botando luz em algumas áreas e deixando outras à sombra, e não era diferente na construção de outras categorizações e *epistemes*. Um conceito interessante que dá forma à essa prática é o de *epistemicídio*, uma espécie de trocadilho cunhado por Sousa Santos.

O genocídio que pontuou tantas vezes a expansão europeia foi também um epistemicídio: eliminaram-se povos estranhos porque tinham formas de conhecimento estranho e eliminaram-se formas de conhecimento estranhos porque eram sustentadas por práticas sociais e povos estranhos. Mas o epistemicídio foi muito mais vasto que o genocídio porque ocorreu sempre que se pretendeu subalternizar, subordinar, marginalizar, ou ilegalizar práticas e grupos sociais que podiam constituir uma ameaça à expansão capitalista ou, durante boa parte do nosso século, à expansão comunista (neste domínio tão moderna quanto a capitalista); e também porque ocorreu tanto no espaço periférico, extra-europeu e extra-norte-americano do sistema mundial, como no espaço central europeu e norte-americano, contra os trabalhadores, os índios, os negros, as mulheres e as minorias em geral (étnicas, religiosas, sexuais). (SOUSA SANTOS, 2010, p. 328).

O problema não está no uso do livro ou da peça (ou qualquer outro produto cultural) para difundir um tipo de saber. O perigo se esconde na medida em que as produções desse saber acabam difundindo-se de tal maneira — inclusive porque seus produtores podem deter um maior poder econômico para fazê-lo — e ao longo da história, que contribuem para deixar nas zonas escuras, ou até exterminar, outros tipos de saberes, que não os dominantes, permitindo, assim, que práticas sociais, muitas delas até nocivas, sejam perpetuadas em prol da manutenção da ordem vigente.

O fato de muitas características de origem colonial (desigualdade social, cultural, econômica, opressão de práticas nativas, exploração econômica, sexismo, racismo, etc.) ainda persistirem nas sociedades contemporâneas chamou a atenção de autores como Bhabha, Hall e Sousa Santos. Trabalhando a questão de uma maneira mais ampla, não apenas a relação direta entre colônia e metrópole, os autores adotaram o conceito de *pós-colonial*^[44], o qual, nas palavras de Hall, “certamente não é uma dessas periodizações baseadas em “estágios” epocais, em que tudo é revertido ao mesmo tempo, todas as antigas relações desaparecem definitivamente e outras, inteiramente novas, vêm substituí-las” (HALL, 2008, p. 103). O autor ainda complementa que aquele “não se restringe a descrever uma determinada sociedade

ou época. Ele relê a ‘colonização’ como parte de um processo global essencialmente transnacional e transcultural — e produz uma reescrita descentrada, diaspórica ou ‘global’ das grandes narrativas imperiais do passado, centradas na nação” (HALL, 2008, p. 102).

É a história contada pelo “perdedor” que começa a ganhar fôlego e a vir à tona nessas reescrituras, como já trabalhado por historiadores na vertente da Micro-história^[45]. Faz parte igualmente do termo pós-colonial a percepção do surgimento da produção de outras histórias — fugindo do que a escritora Chimamanda^[46] alertou para “o perigo da história única”, que cria estereótipos e faz com que se cristalice uma única versão. Isso ocorre porque, segundo Bhabha,

As perspectivas pós-coloniais emergem do testemunho colonial dos países do Terceiro Mundo e dos discursos das “minorias” dentro das divisões geopolíticas de Leste e Oeste, Norte e Sul. Elas intervêm naqueles discursos ideológicos da modernidade que tentam dar uma “normalidade” hegemônica ao desenvolvimento irregular e as histórias diferenciadas de nações, raças, comunidades, povos. Elas formulam suas revisões críticas em torno de questões de diferença cultural, autoridade social e discriminação política a fim de revelar os momentos antagônicos e ambivalentes no interior das “racionalizações” da modernidade. (BHABHA, 1998, p. 239).

Decerto que esses discursos não estão surgindo agora dentro da *socialidade* local, os tais oprimidos^[47] sempre existiram — por mais que algum possa ter sucumbido. São as vozes dos oprimidos que não apenas estão conseguindo se fazerem ouvir mais altas e escrevendo suas próprias histórias, mas como também estão provocando rupturas e mudanças significativas na ordem vigente e promovendo um discurso de caráter intercultural. É com a experiência dos Fóruns Sociais Mundiais (FSM)^[48] que se pode perceber a dimensão de tudo isso, estes são locais privilegiados para o debate intercultural e, igualmente, para que se façam conhecer algumas experiências e tipo de saberes/conhecimentos que podem contribuir para a construção de alternativas para superar questões, como, por exemplo, o *epistemicídio*.

Entre essas construções alternativas está a proposta de Sousa Santos de um novo paradigma, o da *Epistemologias do Sul*, no qual

propõe-se revalorizar os conhecimentos e as práticas não hegemônicas que são afinal a esmagadora maioria das práticas de vida e de conhecimento no interior do sistema mundial. Como medida transitória propõe que aprendamos com o Sul, sendo neste caso o Sul uma metáfora para designar os oprimidos pelas diferentes formas de poder, sobretudo pelas que constituem os espaços-tempo estruturais acima descritos, tanto nas sociedades periféricas, como nas sociedades semiperiféricas, como ainda nas sociedades centrais. Esta opção pelos conhecimentos e práticas oprimidas, marginalizadas, subordinadas, não tem qualquer objetivo museológico. Pelo contrário, é crucial conhecer o Sul para conhecer o Sul nos seus próprios termos, mas também para conhecer o Norte. É nas margens que se faz o centro e é no escravo que se faz o senhor. (SOUSA SANTOS, 2010, p. 329).

Vale destacar que a proposta de Sousa Santos não é a de legitimar as vozes “do Sul” como as respostas certas aos problemas locais e mundiais, que as sociedades enfrentam nessa época pós-colonial, mas, sim, partir do reconhecimento de que há outros saberes tão válidos quanto, por exemplo, a ciência moderna, e dispor-se ao diálogo intercultural com essas vozes que se erguem. Em uma leitura mais ampla, o que Sousa Santos propõe é que se pense, a partir do

“entre-lugar”, em um exercício franco de *tradução e mediação*, alimentando a *socialidade* em todos os níveis sociais da vizinhança, da rua até as relações internacionais.

Para dar conta da emergência dessas vozes que foram relegadas à sombra, o autor propõe o conceito de *sociologia das ausências* com a intenção de abordar esse movimento de “presença” dessas vozes, que ao virem para frente do “palco” social tornam visíveis seus conhecimentos e práticas sociais próprios. Nas palavras do sociólogo:

sociologia das ausências é o procedimento através do qual aquilo que não existe, ou cuja existência é socialmente inapreensível e inexprimível, é concebido como o resultado activo de um determinado processo social. A sociologia das ausências visa revelar as experiências, iniciativas e concepções que tenham sido eficazmente suprimidas enquanto expressão de necessidades ou aspirações emancipatórias pelos instrumentos hegemônicos de globalização. No caso específico da globalização contra-hegemônica, a *sociologia das ausências* permite identificar as condições que criam a aparente fatalidade da inadequação das lutas contra-hegemônicas locais num mundo globalizado. (SOUSA SANTOS, 2010, p. 197, grifo do autor).

E complementa:

A produção social destas ausências resulta na subtração do mundo e da contração do presente e, portanto, no desperdício da experiência. A sociologia das ausências visa identificar o âmbito dessa subtração e dessa contração de modo a que as experiências produzidas como ausentes sejam libertadas dessas relações de produção e, por essa via, se tornem presentes. Tornar-se presentes significa serem consideradas alternativas às experiências hegemônicas, a sua credibilidade poder ser discutida e argumentada e as suas relações com as experiências hegemônicas poderem ser objecto de disputa política. (SOUSA SANTOS, 2002, p. 249).

Em relação à Estética do Oprimido, este trabalho parte do conceito maior de *Epistemologias do Sul*, contudo, focaliza justamente o viés da *sociologia das ausências* (SA), pois nos parece mais caro à proposta do TO. Principalmente no que diz respeito ao que Sousa Santos chama de segunda indagação da SA a qual visa “identificar os modos de confrontar e superar essa concepção de totalidade e a razão metonímica^[49] que a sustenta” (SOUSA SANTOS, 2002, p. 249).

Certamente, as vozes dos oprimidos, que vêm à tona como novos atores sociais a partir das peças que utilizam a metodologia do Teatro do Oprimido, não conferem garantias para achar-se uma solução que dê conta dos problemas das desigualdades sociopolítica e econômica, do racismo, machismo, individualismo, só para citar alguns. Contudo, conforme Sousa Santos e Bhabha, tem-se que dialogar e aprender com as vozes dos oprimidos já que estas podem ser de grande valia para compreender as relações que operam na contemporaneidade e para perceber outras formas de atuação e compromisso. Os saberes excluídos, de alguma maneira, possuem *expertise* para lidar com o que Hall chamou de dilema da atual época que

exige que pensemos para além das fronteiras tradicionais dos discursos políticos existentes e suas “soluções” prontas. Ele sugere que nos concentremos seriamente não na reiteração de argumentos estéreis entre os críticos liberais e comunitários, mas em algo novo e formas novas de combinar a diferença e a identidade, trazendo para o mesmo terreno aquelas incomensurabilidades formais dos vocabulários políticos — a liberdade e a igualdade junto com a diferença, o “bem” e o “o correto”. (HALL, 2008, p. 83).

Sousa Santos também chama atenção para o período de transição que se vivencia e para a urgência de alternativas. A proposta que ele apresenta é a de que a sociedade local e global deva começar a discutir uma *teoria crítica pós-colonial*, isto é, uma *nova cultura política*, promovendo um diálogo intercultural que leve em consideração as vozes do “Sul” e que se almeje a emancipação social.

Exatamente com esse compromisso que a Estética do Oprimido e seu Teatro (TO) indicam coadunar-se, tanto no que diz respeito à promoção de diálogos interculturais quanto à valorização de outros saberes que não os dominantes e à abertura de possibilidades para que os indivíduos construam suas próprias histórias. Com a premissa de que todas as pessoas são atores, o TO rompe, já em sua base, com um discurso preestabelecido de que apenas os oriundos de cursos de formação teatral clássica poderiam exercer o ofício. Além disso, constrói sua metodologia a partir do diálogo e troca de experiência com os integrantes — partindo, necessariamente, de temas propostos pelos próprios membros, a partir de algo vivido por eles — endossando a importância desses “outros” saberes que estiveram à sombra, possibilitando um espaço para a construção de outras narrativas, de outras histórias.

OPRIMIDO SIM, PASSIVO NUNCA

Mas se há uma potência inerente a essas vozes que foram excluídas, por que se referir a elas como oprimidas? Se elas têm possibilidades de burlar as condições adversas e “sobreviver”, por que ainda se fala em oprimidos? Não estariam, então, o termo e o próprio Teatro do Oprimido datados?

Em primeiro lugar, vale pontuar que a escolha do termo “oprimido” para a proposta de teatro iniciada por Boal tem sua origem no projeto de Paulo Freire, *A Pedagogia do Oprimido*^[50]. Freire desenvolveu um método de aprendizado para populações carentes economicamente, indo contra, em certa medida, ao que era postulado na época na área da educação. Na publicação, Freire já fala de um oprimido potente, munido de um saber próprio (mas que deveria também dialogar com outros saberes) e que precisava sair do seu lugar de opressão, escrevendo sua própria história. O autor desenvolve seu trabalho diretamente no combate à produção do discurso único, para ele era necessário a aplicação de outra estrutura pedagógica, uma pedagogia libertadora que permitisse outras construções de subjetividades. Nesse sentido, vai-se ao encontro do conceito das *Sociologia das Ausências* e compreende-se a ligação com o Teatro do Oprimido.

Uma crítica pertinente que talvez se possa fazer, hoje, à proposta de Paulo Freire é que sua visão dicotômica — bastante comum no período histórico de produção de sua obra —

talvez não o deixasse ver o tanto que havia de potência e força de mudança em indivíduos e grupos que não se enquadravam na condição de “simples” oprimidos nem de opressores.

O educador, apesar de enxergar a potência dos sujeitos e acreditar no poder do diálogo para a construção de conhecimento, nem de perto enxergava a *potência estético-comunicativa* produzida no encontro dele com os alunos e entre os próprios alunos. Isto é, parece que ele não via as zonas de produção do “entre-lugar” que ocorriam entre os indivíduos, a sociedade e sua *socialidade*. No processo de educação, como no da comunicação para a Escola de Frankfurt^[51], ele ainda via os alunos (receptores) como sujeitos passivos, os quais “até o momento em que [...] não tomem consciência das razões de seu estado de opressão ‘aceitam’ fatalistamente a sua exploração” (FREIRE, 1975, p. 55). A única maneira do oprimido libertar-se seria por meio do fortalecimento de uma consciência crítica, a qual só seria possível a partir de uma educação libertadora. As zonas intermediárias que não fossem aquelas produzidas pela ação da pedagogia, para Freire, não eram consideradas nas análises político-sociais e ficavam de fora.

Se, de fato, avaliar-se a obra e o “oprimido” de Paulo Freire, levando em consideração apenas o cenário que se tem hoje, que é o da policromia e polifonia, pode-se levar a acreditar que a teoria e o seu conceito-chave já não dão conta de serem utilizados para analisar a contemporaneidade. Porém, isso não é verdade ou, pelo menos, é apenas uma parte. Contudo, no livro “Teatro do Oprimido e outras poéticas políticas” pode-se perceber que Boal já chamava a atenção para a simplicidade deste olhar dicotômico, ao destacar que “oprimidos e opressores não podem ser candidamente confundidos com anjos e demônios. Quase não existem em estado puro, nem uns nem outros” (BOAL, 2011, p. 23). Além disso, Boal trabalha com a ideia de um oprimido potente que tem desejo de mudança, de transformação da sociedade. Desta forma, o oprimido do TO não é o mesmo oprimido de Freire, apesar de ambos terem como ponto comum o fato de sofrerem opressões.

Uma vez que se aposta que a atual época histórica pode ser identificada como *pós-colonial*, a qual é, como descreve Hall, “caracterizada pela persistência dos muitos efeitos da colonização e, ao mesmo tempo, por seu deslocamento do eixo colonizador/colonizado ao ponto de sua internalização na própria sociedade descolonizada” (HALL, 2008, p. 103), não se pode negar a existência de forças que oprimem — e, portanto, produz oprimidos — apenas porque há possibilidade de superação delas. O fato das pessoas dialogarem com o meio e seus elementos não significa que não haja opressão, pois esta é uma condição, uma ação produzida por alguém ou por um grupo sobre um indivíduo ou grupo que, em virtude de uma série de fatores (estruturais, inclusive), não consegue simplesmente desvencilhar-se da ação e são oprimidos^[52].

Por isso a relevância ainda hoje de práticas como a do Teatro do Oprimido, que parte do princípio de que todos os indivíduos são potentes e que no processo de *mediação* com o outro indivíduo ou com alguma ferramenta de comunicação (nesse caso o próprio teatro) ele pode ser “senhor” de suas escolhas. Dessa forma, o *oprimido* do Teatro do Oprimido segue a intenção proposta por Boal de

que todo ser humano é artista; que cada ser humano é capaz de fazer tudo aquilo de que um ser humano é capaz. Talvez não façamos tão bem uns como os outros, mas capazes somos de fazer, não melhor do que os outros, mas cada um melhor do que si mesmo. Cada vez mais e melhor. Eu sou aquele que eu mesmo, sou melhor do que penso, e posso vir a ser melhor do que tenho sido. (BOAL, 2009, p. 116).

Tomando emprestado o título de um funk^[53] carioca, é sugerido um trocadilho para sintetizar nossa proposta: “Oprimido, sim. Passivo, nunca”. Este é um dos elementos essenciais da Estética do Oprimido, onde o oprimido pode iniciar no palco teatral a retomada do protagonismo de sua vida e ir em busca daquilo que acredita ser necessário mudar em si e na sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, J. D’A. Sobre a feitura da micro-história. In: **OPSIS**, v. 7, n. 9, jul.-dez. 2007.

BHABHA, H. K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BOAL, A. **A Estética do Oprimido**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

_____. **Teatro do oprimido e outras poéticas políticas**. 11 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

CANCLINI, N. G. De la diversidad a la interculturalidad. In: _____. (Coord.) **Conflictos Interculturales**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2011. p.103-112.

DAMATTA, R. Você tem cultura? Disponível em: <http://nau.ufsc.br/files/2010/09/DAMATTA_voce_tem_cultura.pdf>. Acesso em: jan. 2013.

FERNANDES, C. S. **Sociabilidade, comunicação e política** – A experiência estético-comunicativa da Rede MIAC na cidade de Salvador. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1975.

HALL, S. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MAFFESOLI, M. **O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

_____. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1984.

_____. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Editora Artes e Ofícios, 1995.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

ORTEGA Y GASSET, J. **A ideia do teatro**. 2 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007.

PESAVENTO, S. J. **História & História Cultural**. Coleção Histórias & Reflexões. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2003.

SOUSA SANTOS, B. de. **Pela mão de Alice**: o social e o político na pós-modernidade. 13 ed. São Paulo: Editora Cortez, 2010.

_____.; Cuando los excluidos tienen Derecho: justicia indígena, plurinacionalidad e interculturalidad. In: _____.; RODRIGUEZ, J. L. E. (Eds.) **Justiça indígena, plurinacionalidad e interculturalidad em Bolívia**, La Paz: Ediciones Abya-Yala, 2012. p. 11-48.

_____. **A gramática do tempo**: para uma nova cultura política. 3 ed. São Paulo: Editora Cortez, 2010.

_____. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 63, p. 237-280, out. 2002.

“Ver do Meio”: a caminhada como gesto na fotografia contemporânea

Victa de Carvalho

FOTOGRAFIA E CIDADE

Em 2015, a exposição “Ver do meio: como o mato que cresce entre as pedras”, apresentada na 4ª Mostra do Programa Arquitetura Brasileira do Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo, visava apresentar a cidade sob a perspectiva das lentes de diferentes fotógrafos brasileiros. Mas, se por um lado, a cidade de São Paulo talvez seja uma das metrópoles mais fotografadas do mundo, por outro lado, a exposição convida a uma abordagem que se diferencia das imagens usualmente conhecidas, tanto no circuito artístico quanto no circuito midiático.

O curador da mostra, o pesquisador Nelson Brissac propôs aos artistas selecionados reunir imagens que apreendessem a capital paulista desde suas ruas, praças e estações de trem – perspectivas as quais os habitantes da cidade estão familiarizados em seu cotidiano –, tendo em mente que uma das características mais marcantes da metrópole contemporânea é que ela não se dá a ver, isto é, que existe uma experiência de cidade que pode apenas ser conhecida a partir de um percurso, de uma forma habitar o espaço que demanda uma experiência corporal através de um deslocamento. Para Brissac, era fundamental mostrar um olhar sobre a superfície do plano urbano de dentro da metrópole que pudesse ser experimentado apenas de dentro da cidade.

A mostra reuniu mais de 100 imagens dos fotógrafos Arnaldo Pappalardo, Mauro Restiffe e Pio Figueiroa, todos com ampla trajetória profissional voltada para as grandes cidades, em

particular para São Paulo. Ainda que esses fotógrafos tenham abordagens absolutamente particulares sobre a experiência das ruas, todos foram convidados a trabalhar a cidade pela via do cotidiano, isto é, a partir de uma imersão em situações rotineiras do cotidiano urbano de São Paulo.

A proposta curatorial enfatizava uma apreensão da cidade que escapasse dos monumentos e edifícios mais conhecidos, dos roteiros turísticos e das arquiteturas famosas, buscando assim suas características marcantes para além do circuito das paisagens e dos pontos de vista privilegiados. “A morfologia da paisagem, o desenho urbano, o esquema das principais artérias e mesmo a localização dos diferentes bairros escapam à experiência dos indivíduos, não se deixam apreender pela observação ocular” (BRISSAC, 2015, p. 1),^[54] insiste o curador.

Uma parcela significativa do que chamamos de fotografia contemporânea é marcada por um forte investimento dos artistas em estratégias que privilegiam o cotidiano das ruas das grandes cidades, seja por meio de propostas fotográficas ou de miscigenações da fotografia com o cinema, a performance ou as mídias digitais. São obras que privilegiam, na maioria das vezes, pessoas comuns, em situações rotineiras, sem nenhum acontecimento marcante, e se aproximam do cotidiano de modo a problematizar nossa experiência com as imagens, investindo na própria banalidade dos nossos condicionamentos diários.

Tema recorrente em diversas exposições fotográficas recentes como “The spectacle of the everyday”, na Bienal de Lyon de 2009, a exposição “From here on”, no Rencontres d’Arles, em 2011, na exposição “Everyday ephiphanies”, no Metropolitan/NY, em 2013, o cotidiano urbano vem sendo privilegiado sob diferentes abordagens. Em consonância com essa forte disposição da fotografia contemporânea, a proposição de Brissac volta-se, também, para o cotidiano das cidades, privilegiando a superficialidade da imagem, os não acontecimentos ou os acontecimentos mínimos, e uma experiência com a imagem que se dá a partir de um deslocamento do fotógrafo pelas ruas.

Sem motivar um retorno às estratégias documentais mais tradicionais da fotografia modernista, as imagens de “Ver do Meio” apresentam-se no atual contexto da fotografia como atualização do papel da *street photography* e, também, das possibilidades de experiência estética a partir da representação do cotidiano no campo da arte. Se, por um lado, o cotidiano das metrópoles foi amplamente transformado em imagens ao longo de todo o século XX, constituindo uma experiência do ver organizada a partir de um olhar que preserva a distância entre o observador e a cidade, como pensar essa retomada recente da fotografia de rua, alicerçada numa dimensão da experiência que privilegia a proximidade, a superfície, e o deslocamento na cidade? Que outras dimensões da cidade e da experiência estariam sendo convocadas pela proposta de Brissac ao afirmar que a cidade já não se dá a ver? Quais seriam as ressonâncias dessa proposta com outras produções artísticas que também buscam as ruas e

as caminhadas como forma de produção artística, como o Situacionismo, o Minimalismo e a Land Art?

A história da fotografia de rua é marcada por uma forte relação entre cotidiano e cidade. De diferentes maneiras, os fotógrafos modernos buscaram as ruas, com seus fluxos, suas velocidades e enorme diversidade, como lugar estratégico para capturar o cotidiano e transformá-lo em imagem. Privilegiando os flagrantes da vida ordinária ou a simples captura de cenas banais de pessoas comuns no dia a dia das grandes metrópoles, a fotografia foi responsável pela construção de um imenso arquivo visual da experiência sensível do cotidiano urbano moderno. Nesse artigo, propomos, por intermédio da exposição “Ver do Meio”, abordar as possibilidades de experiência com a cidade e os seus diversos modos de se dar a ver, enfatizando uma dimensão háptica da visão. Aqui, priorizamos o gesto fotográfico de caminhar, percorrer um espaço, desenvolver um percurso, andar “ao rés do chão” (CERTEAU, 1994, p. 176) com a intenção de perceber aquilo que só pode ser visto e experimentado nesse deslocamento.

Em diálogo com a história da fotografia de rua, abordaremos tanto as ressonâncias históricas quanto as singularidades do projeto “Ver do Meio” com base em duas proposições: 1. a caminhada como gesto fotográfico que gera uma multiplicidade de espaços e tempos, e 2. a cidade como superfície a ser experimentada em uma visão háptica.

VER DO MEIO: A CAMINHADA

A exposição “Ver do Meio: como o mato que cresce entre as pedras”, de 2015, foi conceituada a partir da ideia de que não há um ponto de vista privilegiado de onde deve-se fotografar na cidade. Trata-se de uma proposta que escapa tanto das imagens de fácil reconhecimento como as dos pontos turísticos e das imagens em cartão postal, quanto da proposição moderna de que o observador observa o mundo sempre de um lugar privilegiado. O curador da mostra Nelson Brissac inverte a máxima moderna e sustenta a prerrogativa de que se pode ver somente de dentro, do meio, implicado na cena e não de fora dela, subvertendo assim o lugar do observador por excelência. Assim, os fotógrafos convidados para a mostra trabalharam em uma espécie de corpo a corpo com a metrópole, de dentro dela, com a intenção de produzir uma imagem de superfície, de contato, a qual está inserida em um outro regime de imagem e de percepção ancorada no corpo e em seus percursos.

Segundo o curador da mostra, a chave conceitual “como o mato que cresce entre as pedras” é inspirada numa frase proferida pelo filósofo Gilles Deleuze em uma de suas aulas. Em suas referências, Brissac relembra uma passagem em que Deleuze se referiu às formas

botânicas que insistem em encontrar brechas entre as pedras das metrópoles, enfatizando a força de resistência daquele que foi soterrado. Em uma segunda referência a essa questão, Brissac retoma um texto sobre Richard Serra, escrito por Yve-Alain Bois^[55], no qual o historiador da arte diferencia o jardim francês (geométrico e simétrico marcando a primazia do homem sobre a natureza) do jardim inglês (ênfase nos acidentes naturais que impediriam a visão total)^[56]. Sob a perspectiva de que não é possível obter uma visão completa de uma cidade como São Paulo, o curador propõe esse embate com a cidade que não se deixa ver completamente, problematizando também o próprio lugar da fotografia de cidade na contemporaneidade.

As imagens da exposição abordaram regiões distintas de São Paulo, do centro e da periferia, assegurando suas semelhanças, cruzamentos e distinções. Se por um lado, as enormes construções de concreto impedem que um olhar mais extensivo e contínuo alcance a paisagem, por outro lado, é exatamente por conta dessas barreiras que interrompem a visualização do espaço, associadas às linhas errantes formadas pelas avenidas e ruas, que reivindicamos uma outra forma de olhar a cidade. O fotógrafo torna-se então aquele que deve percorrer o espaço, peregrinar na cidade para que ela lhe revele seu modo de experiência. O resultado são imagens que lançam um olhar sobre a superfície do plano urbano de dentro da metrópole, “como o mato que cresce entre as pedras”, observa Brissac.

Entre as fotografias da mostra, destacamos as de Pio Figueiroa que chamam a atenção por seu interesse naquilo que podemos apreender no próprio deslocamento a partir dos processos de migração nos centros urbanos. Para o artista, o desafio de fotografar a cidade pela via da migração se apresenta desde a própria ideia mais imediata de buscar por aqueles que vieram de fora da cidade ou mesmo de fora do país, mas também por aqueles que nela habitam e assim o fazem a partir de migrações diárias, de percursos diários nessa imensa e caótica capital. A migração, para Pio Figueiroa, integra a sua própria história de vida e a de sua família assim como a história de tantos outros que migraram para ou na cidade de São Paulo. Trata-se aqui de uma experiência de cidade que só se pode apreender por meio de seus fluxos migratórios e de suas intensidades a partir dos deslocamentos corpóreos daqueles que a praticam – termo tomado de empréstimo de Michel de Certeau – para assim também se constituir como espaço de enunciação (CERTEAU, 1994, p. 177).^[57]

A relação entre experiência e cidade constitui a tônica do pensamento de diversos autores ocupados com as transformações da subjetividade engendradas pelos novos modos de vida modernos. Não foram poucos os autores que se dedicaram a pensar a perda, ou mesmo a destruição da experiência a partir das transformações operadas na modernidade do século XIX. De modo semelhante, não são poucos os teóricos que atestam o fim da experiência na atualidade. A noção de experiência em Walter Benjamin, por exemplo, está presente em inúmeros textos escritos na primeira metade do século XX e sua perda está intimamente ligada

às transformações da nova realidade urbana. Para o autor, a modernidade é marcada pelo empobrecimento da experiência^[58] diante de um cotidiano massificado e automatizado, sendo a incomunicabilidade das experiências a consequência mais radical da pobreza disseminada pelos meios de comunicação de massa (BENJAMIN, 1994). Ao longo de sua obra, o filósofo alemão ora transmite um sentimento de nostalgia, ao confrontar a sociedade moderna com uma ideia de experiência perdida oriunda da ideia de tradição, ora arrisca-se a pensar outros caminhos para novas experiências, tendo em mente a influência da fotografia, da vanguarda surrealista, bem como os trabalhos dos escritores Baudelaire, Proust e Kafka. As possibilidades de resistência são apontadas por Benjamin tanto na literatura quanto nas artes e parecem contribuir com a ideia de que um novo modo de habitar o mundo pode ser reinventado quando nos abrimos às potencialidades criativas de um cotidiano heterogêneo.

Seguindo as definições benjaminianas de que a experiência estaria fundamentada na tradição e na autoridade por ela adquirida, Agamben identifica no contemporâneo a mesma impossibilidade para traduzir os eventos do dia a dia em experiência, o que torna o cotidiano uma vivência cada vez mais insuportável. Mergulhado em uma lógica de vida intolerável, o homem contemporâneo está também expropriado de sua experiência, e já não é preciso nenhuma catástrofe ou acontecimento extraordinário para consumir tal impossibilidade, “[...] a pacífica existência cotidiana em uma grande cidade é, para esse fim, perfeitamente suficiente [...]” (AGAMBEN, 2008, p. 141).^[59]

Desde o século XIX, diversos autores vêm enfatizando as transformações operadas na percepção, tendo em vista as novas estimulações sensoriais instauradas pela turbulenta vida urbana, com seu barulho, suas multidões, sinais de trânsito, vitrines e anúncios, bombardeando impiedosamente o sujeito de modo a distanciá-lo cada vez mais de uma experiência autêntica com o mundo. Mas, se o cotidiano foi, para diversos teóricos da modernidade, o lugar do hábito, da alienação e de uma certa deriva que privava o sujeito de vivenciar experiências de maior profundidade, sem dúvida, ele foi também matéria-prima das artes, da literatura, da pintura, da fotografia e do cinema, ao longo dos séculos XIX e XX. De um modo mais geral, tratava-se de reconhecer no cotidiano moderno a disseminação de um tipo de experiência vivida em feiras de variedades, parques de diversão, museus exóticos e museus de cera, assim como a experiência das ruas, dos cafés e das fábricas. As imagens produzidas a partir de então passam a refletir cada vez mais as experiências diárias, aproximando as representações da realidade das experiências dos centros urbanos.

A fotografia, de modo geral, desempenhou um papel fundamental na representação do cotidiano urbano, integrando um amplo conjunto de transformações dos modos de ver e experienciar as imagens e o mundo. Nesse contexto, inúmeros fotógrafos buscam as possibilidades poéticas do cotidiano reveladas por meio de aventuras nas ruas, nas calçadas e nos mercados da cidade. De diferentes maneiras, os fotógrafos modernos buscaram as ruas,

com seus fluxos, suas velocidades e sua enorme diversidade, como lugar estratégico para capturar o cotidiano e transformá-lo em imagem. Privilegiando os flagrantes da vida ordinária ou a simples captura de cenas banais de pessoas comuns no dia a dia das grandes metrópoles, a fotografia foi responsável pela construção de um imenso arquivo visual da experiência sensível do cotidiano urbano moderno.

Mais do que um gênero fotográfico com características próprias, a chamada *street photography*^[60] é uma tradição que remonta ao início do século XX e revela o potencial da fotografia como instrumento poético do cotidiano. Com forte ressonância na estética da fotografia documental e jornalística, a fotografia de rua conjuga a diversidade, o caos, a velocidade das ruas com um olhar criativo e original sobre as banalidades do dia a dia. Não se trata aqui de tentar definir a *street photography* e suas origens – outros autores já o fizeram, entre eles Clive Scott, Westerbeck e Joel Meyerowitz – mas de buscar algumas características comuns a essas imagens feitas a partir de um desejo de capturar a experiência da cidade através da potência das ruas, buscando sempre novas possibilidades perceptivas oferecidas pelo contexto. Entretanto, para o pesquisador e curador da mostra, Nelson Brissac, no contexto do capitalismo tardio já não há lugar para essa renovação da percepção, sendo a configuração atual das cidades um grande impeditivo para a imaginabilidade ou o mapeamento mental das paisagens urbanas (BRISSAC, 2015, p. 2). Sob essa perspectiva, já não se trata de ir às ruas buscar imagens que reflitam nossa experiência perceptiva contemporânea, pois, para o autor, a própria cidade já não nos oferece essa possibilidade. Impedidos de obter uma imagem ocular capaz de nos oferecer uma experiência de cidade, qual seria então o papel do fotógrafo de rua na atualidade? Como capturar imagens das cidades fora da lógica do modelo perspectivista ancorado na supremacia do olhar? Como pensar uma imagem que já não tem o privilégio da visão ótica?

Em contraponto aos discursos ancorados na perda da experiência e em ressonância com o desejo de captura de um potencial poético da cidade, as imagens de Pio Figueiroa vão justamente buscar por essas experiências, acreditando que elas podem se dar a ver em imagens a partir de um percurso corpóreo e afetivo pelas ruas da cidade. Trata-se aqui de enfatizar a caminhada como o gesto que vai permitir a retomada da experiência imagética da cidade. Não se trata aqui de uma imagem que tem como tarefa oferecer uma informação sobre a cidade, muito menos de uma imagem que quer ilustrar ou dar a ver uma verdade, mas uma imagem que nos oferece uma experiência múltipla, marcada por deslocamentos, pelas fraturas, pelos excessos e pelas intensidades da vida nas ruas. Em busca de uma experiência que reflita esse estado de cidade na atualidade, o artista Pio Figueiroa procura aqueles que vêm de longe, aqueles que se deslocam diariamente e, de algum modo, continuam imigrantes pela sua própria história de exclusão. Caminhando, busca por aqueles que se reconhecem também

nesse gesto de deslocamento e, no momento da tomada da imagem pela câmera fotográfica, compartilham esse lugar em trânsito.

Se todo o deslocamento permite a multiplicidade de pontos de vista, ele também permite a pluralidades das velocidades e dos tempos. Aqui, chamamos a atenção para um trabalho em vídeo produzido por Arnaldo Pappalardo, apresentado junto aos trabalhos fotográficos numa espécie de provocação à própria fotografia no contexto atual das artes e as suas múltiplas formas de lidar com o tempo e com o movimento^[61]. Em “Fusca em São Paulo”, de 2014, Pappalardo monta quatro câmeras dentro de um carro e percorre a cidade produzindo filmes ao longo do percurso. Para a apresentação final, as quatro câmeras são dispostas em paralelo e simultaneamente apresentadas dentro de um único filme. Cada cena nos oferece o que seria uma visão de dentro do fusca, uma visão sempre dificultada pelo pequeno tamanho do vidro da frente do veículo que permanece como o frame das imagens. Estamos diante de quatro janelas de vidro, com quatro imagens diferentes da cidade, todas em preto e branco, mas cada uma a seu ritmo. A sensação é de ao mesmo tempo estar se deslocando pela cidade, mas em um percurso caótico e temporalmente complexo. Numa aproximação com a experiência minimalista descrita por Tony Smith^[62], o que Arnaldo Pappalardo nos oferece é uma experiência de seu deslocamento pela cidade em toda a sua multiplicidade de tempos e espaços.

A janela da frente, as duas janelas laterais e a janela traseira foram colocadas lado a lado, promovendo um efeito de superfície do trajeto desenvolvido pelo carro. A proposta do vídeo planifica o efeito panorâmico de 360° ao colocar as janelas lado a lado como em uma única imagem, ainda que as descontinuidades entre elas estejam marcadas pelos diferentes formatos das janelas e pelos espaços pretos entre elas. Em uma tela panorâmica, experimentamos os quatro filmes de modo simultâneo, incorporando o incômodo de suas disparidades relativas a falta de sincronia entre as cenas. A cena parece sempre longínqua e avessa ao olhar, convidando-nos a experimentá-la por meioatravés de seus fluxos e ritmos, de dentro do fusca em movimento. Em múltiplos frames, percorremos as ruas, habitamos as imagens e experimentamos a cidade.

Mais uma vez o gesto aqui é o deslocamento, o movimento que reflete também as multiplicidades que a cidade hoje evoca. Se para essas imagens o percurso, a caminhada é o que vai permitir uma experiência com a cidade por meio da imagem, trata-se menos de um olho que deseja dar conta de uma totalidade sob uma perspectiva única, e mais de um olho nômade, marcado pelo deslocamento de um corpo, uma visão errante de uma imagem para ser vista com os pés^[63]. Podemos dizer, então, que a caminhada é aqui uma condição para uma percepção ótico-tátil. Sob essa perspectiva, importa observar os diferentes modos de experimentar o cotidiano urbano na arte contemporânea a partir da tensão entre ver (como reconhecer e como modelo ótico que integra um regime de visão ótica) e experienciar

corporalmente/afectivamente, isto é, habitar a obra (em um regime que poderíamos chamar de háptico).

VER DO MEIO: A SUPERFÍCIE

Não são poucas as pesquisas sobre arte contemporânea que visam uma compreensão do atual regime de imagem como um regime no qual predominam as passagens, as lacunas e os desvios de regimes de imagem hegemônicos. Também não são poucos os pesquisadores e os artistas que buscam um maior envolvimento do corpo na experiência sensível apostando em uma crítica ao ocularcentrismo clássico. No campo da arte, destacam-se os trabalhos nos quais o observador é convidado a fazer um percurso a partir do qual experimentará a obra. A obra, como um processo que acontece em um deslocamento, radicaliza-se ao longo do modernismo – *happenings*, *pop art*, performance, minimalismo, Fluxus – e encontra um lugar privilegiado na atualidade. Sob diferentes aspectos, essas obras demandam também novos modos de percepção, uma percepção capaz de efetuar-se na crítica ao ponto de vista privilegiado e na desconstrução do modelo ocular de observação predominante na arte.

A concepção de uma visualidade háptica, tal como Felix Guattari e Gilles Deleuze a elaboraram (1997, p. 203), nos permite pensar o regime espectral empregado nessas obras que se apresentam como percursos. Nessa perspectiva, aproximamo-nos também de uma reflexão recente que indaga sobre o modo como o corpo é convocado não apenas a participar (como nas teorias da participação na arte), mas também a experimentar esteticamente, sensivelmente e afetivamente a obra. É preciso, então, redefinir as noções de imagem tátil e visão háptica para darmos conta de propostas que apostam na espacialização das imagens utilizando a caminhada como estratégia para escapar da lógica do modelo perspectivista.

Inúmeros autores, entre os quais podemos destacar Michel Foucault e Hans Ulrich Gumbrecht, associaram o privilégio do modelo de visão ótica ao sucesso das ideias iluministas e ao nascimento das ciências humanas. No campo da imagem, o modelo ótico também está relacionado a uma separação entre sujeito e objeto que teria alcançado seu ápice a partir das estratégias perspectivistas. Tais estratégias determinam a separação entre quem olha e quem é visto, uma separação dependente de um centro capaz de direcionar a ação. A visão ótica configura um modelo visual fundado na representação renascentista e, por isso, sempre baseado em um olhar que organiza o espaço e o tempo.^[64]

Em sua leitura sobre a estética deleuziana, Buydens aponta três traços fundamentais que distinguem a arte ótica da arte háptica. Para a autora, a dimensão de proximidade seria a primeira característica da arte háptica (BUYDENS, 2015, p. 124), visto que ela não distingue

a forma do fundo e não cria uma relação dialógica entre seus elementos. É precisamente o caminho designado ao olho, aos intervalos e seus confrontos, às formas e às significâncias que a arte háptica recusa. “A perspectiva inserida no quadro traça os caminhos de significância, cria uma segunda distância que é a dupla distância característica da representação: entre o representante (pintor), o espectador e o representado (o quadro como representação)”^[65] (ibid., p. 126). A segunda característica do espaço háptico seria sua aformalidade, um espaço sem formas, nem sujeitos, composto de forças e fluxos. Trata-se portanto de um espaço movente, fluido, sem pontos fixos. A variação contínua de suas orientações significa a possibilidade de fusão entre olho e tela como nenhuma linguagem, nenhum sistema de signos ou de formas instituídas foi capaz. Não há nada entre o quadro e o observador, apenas a força e a sensação que a imagem condiciona. A terceira característica do espaço háptico estaria conferida a linha abstrata, errante e selvagem.

Se a subordinação da mão ao olho é rompida em um sistema háptico, é preciso não incorrer no risco de uma subordinação inversa. Trata-se, para Deleuze, de uma descoberta, por parte da visão, de uma função de tocar que lhe é própria, que lhe pertence e é distinta da função ótica. Uma imagem tátil aproxima-se de um tipo de imagem que, por sua natureza fugidia e imaterial, provoca-nos o desejo de tocar. Uma imagem pode ser ótica e/ou tátil, enquanto a visão háptica refere-se a um modo de compreensão do papel do observador. A visão háptica^[66], segundo Gilles Deleuze, relaciona-se primeiramente a uma capacidade de tocar da visão, a uma aderência do olho à superfície das coisas a ponto de todos os contornos esvaírem-se, todas as sombras que podem trazer uma mudança de profundidade desaparecem. Nesse sentido, trata-se de uma aproximação radical entre sujeito e objeto de modo a ultrapassar qualquer possível profundidade.

Em uma visão háptica há a supressão da profundidade e tudo corre para a superfície, suprimindo a distância entre observador e imagem. A perda de centro e de subjetividade torna-se um ganho de subjetividade para o objeto. Nessa aproximação, é o objeto que nos vê de sua profundidade. Segundo Deleuze, as duas correntes, a ótica e a háptica, correspondem a uma distinção que afeta o espaço em sua dimensão mais geral: a visão háptica revela o que Deleuze chama de espaço liso, e a visão ótica, de espaço estriado. O espaço liso é direcional e não dimensional, povoado de acontecimentos, é intensivo e não mensurável. Este é um espaço de afetos, aberto e nômade que encontra sua dimensão estética na arte háptica. Já o espaço estriado é dimensional, métrico, extensivo, mensurável e, orgânico. Ele se apresenta por meio das formas e dos sujeitos que compõem as ordens e as hierarquias. É um espaço fechado e sedentário que encontra sua expressão estética na arte ótica da representação.

O espaço liso, háptico é um espaço virtual no qual, onde os componentes fragmentados podem ser reunidos em múltiplas combinações. Neste espaço háptico, todas as orientações e ligações estão em contínua variação, em uma transformação contínua e gradual em um

esquema sem predefinições. Não há um conjunto estável de referências, pois as orientações são inconstantes. As ligações são construídas em uma dinâmica tátil de relações que mais se assemelham ao modo como os nômades concebem e exploram seu território (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 214).

A partir da proposta de visão háptica desenvolvida por Deleuze e Guattari, acreditamos ver em diferentes situações da arte contemporânea a possibilidade de abolir tal distância entre sujeito e objeto que, em última instância, está ligada aos mecanismos de poder que determinam nossa relação com o mundo. Diante de imagens espacializadas, fragmentadas, multiplicadas, lentas ou muito rápidas, as imagens em “Ver do Meio” convocam o observador a adentrar a imagem, não em sua profundidade perspectiva, mas em sua superfície, em seus fluxos, em suas múltiplas possibilidades perceptivas.

Quando dizemos que diversas propostas artísticas na atualidade espacializam a imagem, referimo-nos a um espaço liso, que precisa ser percorrido perceptivamente e afectivamente por um observador que deverá criar as relações e as ligações entre as imagens. Sem descartar a existência de outros espaços, o que nos interessa aqui é exatamente a maneira pela qual esses espaços comunicam-se, combinam-se, produzem fronteiras e passagens. Mesmo o espaço mais estriado é capaz de desenvolver outras forças e esconder novos espaços lisos. “Mesmo a cidade mais estriada secreta espaços lisos: habitar a cidade como nômade. Às vezes bastam movimentos, de velocidade ou de lentidão, para recriar um espaço liso.” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 214).

A arte contemporânea vem criando situações nas quais, cada vez mais, as imagens podem ser percorridas, habitadas e experimentadas a partir de múltiplas possibilidades espaciais e temporais. Pensar essas experiências a partir da noção de imagem háptica pode nos levar a instigantes considerações sobre o contexto atual. Com efeito, diversas obras recentes constituem-se como ativadores de experiências complexas por meio de diferentes recursos, pelos quais novos modos de perceber as imagens configuram um outro regime espectral. Um regime espacializado, baseado em uma visão háptica, caracterizando um modo de perceber ancorado nas dinâmicas do corpo e suas capacidades de contato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A chave conceitual em “Ver do meio” nos permite perceber o modo como a cidade foi apreendida poeticamente por esses trabalhos a partir de uma experiência que evidencia a tensão ótico/háptica. A tensão entre ver e não ver/habitar desafia o modelo de visão ótica e nos permite experimentar o que seria o “ver de dentro”, uma espécie de observador implicado na

imagem que produz. Se para Flusser estamos inevitavelmente dominados e controlados pela lógica dos aparelhos que utilizamos (FLUSSER, 2002, p. 23) – em nosso caso, a câmera fotográfica – então, podemos vislumbrar os inúmeros desafios que a fotografia teve e ainda tem que enfrentar para desvincular-se dessa lógica representativa do mundo.

A incorporação de temas e estéticas do cotidiano das ruas das cidades nas propostas artísticas mais recentes não parecem indicar necessariamente um retorno às estratégias de uma fotografia que se apresenta como um duplo da realidade produzida por um olhar privilegiado sobre o mundo. Se a fotografia vem sendo explorada pelos artistas contemporâneos por meio de inúmeras estratégias de experimentação do real é com o intuito de interrogar determinados discursos pré-definidos historicamente e gerar desequilíbrios nos modelos pré-concebidos de produção e recepção, entre obra e observador, imagem e representação.

Nesse contexto, a experiência estética ou sensível pode então ser instituída sob as bases instáveis dos múltiplos, das lacunas e dos excessos, convocando a um processo espectral que evidencia a relação e a presença dos corpos sensíveis nas obras. O regime háptico torna-se, assim, o regime privilegiado pela fotografia contemporânea para abordar o cotidiano, em especial as ruas. Experimentar as ruas, caminhar, percorrer corporalmente, sentir e ser afetado torna-se um gesto capaz de desviar a fotografia de rua de seu modelo ocular hegemônico e fazer das imagens uma sensação em um percurso. Caminhar torna-se também uma estratégia para habitar a cidade capaz de lidar com suas opacidades e incertezas, com seus ritmos e fluxos.

Em “A Conversa infinita: a experiência-limite”, Maurice Blanchot define o cotidiano a partir de sua impossibilidade: o cotidiano não se deixa apanhar, ele sempre nos escapa. Para o autor, o cotidiano pertence à categoria do insignificante, e é, por isso, sem verdade, sem realidade e sem segredo. No entanto, de um modo paradoxal, o cotidiano é ao mesmo tempo o lugar de toda significação possível. Sob essa lógica, o homem está simultaneamente mergulhado no cotidiano e dele privado. “É nisso que ele é estranho, o familiar que se descobre (mas já se dissipa) sob a espécie de extraordinário” (BLANCHOT, 2007, p. 237). O cotidiano seria, então, o desapercibido e o estranho, a familiaridade que se perde no ato do extraordinário. Mas aqui, é importante frisar, o ordinário de cada dia não é definido por contraste com um extraordinário que a ele se opõe, de modo que não há, no cotidiano definido por Blanchot, uma espera por um momento maravilhoso.

Ainda seguindo a definição de Blanchot, vivemos atualmente em um estado angustiado que nos leva a buscar o conhecimento do cotidiano cada vez mais no presente imediato, “viver ao corrente de tudo o que se passa no momento em que se passa” (BLANCHOT, 2007, p. 239). Essa sempre frustrada tentativa de recapturar o cotidiano ao nível do cotidiano apenas o enfraquece e o transforma em puro espetáculo e descrição. O cotidiano se define, desse modo,

por um deslizamento, um movimento contínuo e permanente, no nível da duração, no qual sempre estamos imersos, ao mesmo tempo em que não o alcançamos. Essa operação simultânea de movimento e permanência nos torna incapazes de decidir se o cotidiano é o que nos falta ou se é o temos em excesso. A relação que Blanchot estabelece entre a rua e o cotidiano é fundamental aqui para explicitar a experiência do homem comum nas cidades.

O fascínio pelo cotidiano das ruas apresentado pelas imagens fotográficas aqui comentadas denota a sua ambivalência: este é ao mesmo tempo fastidioso, penoso, alienante, e também inesgotável, irrecusável, sempre inacabado (BLANCHOT, 2007, p. 240). São imagens que, por um lado, apontam para a naturalização da caminhada como gesto do fotógrafo no cenário contemporâneo da cidade e, por outro lado, indicam a poesia do cotidiano do cidadão comum que caminha pelas ruas performando uma coreografia da vida urbana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, G. **Infância e história**: destruição da experiência e origem. Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- BENJAMIN, W. **Obras completas I**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BLANCHOT, M. A. **Conversa infinita 2**: a experiência-limite. São Paulo: Escuta, 2007.
- BOIS, Y. A.; SHEPLEY, J. A Picturesque Stroll around Clara-Clara. In: **October**, MIT Press, v. 29, 1984, p. 32-62.
- BRISSAC, N. Obra aponta para a noção de espaço inapreensível pela visão. **Folha de São Paulo**, 2 dez. 1997. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/12/02/ilustrada/27.html>>. Acesso em: abr. 2017.
- BRISSAC, N. Arquitetura Brasileira: Ver do meio. **Instituto Tomie Otake**. 2015. Disponível em: <<http://www.institutotomieotake.org.br/exposicoes/interna/arquitetura-brasileira-ver-do-meio>>. Acesso em: abr. 2017.
- _____. **Ver do meio**: como o mato que cresce entre as pedras. (catálogo). Disponível em: <http://www.iconica.com.br/site/nelson-brissac-ver-do-meio-como-mato-que-cresce-entre-as-pedras/#_ftn4>. Acesso em: abr. 2017.
- BUYDENS, M. **Saahra**: L'esthetique de Gilles Deleuze. Paris: Vrin, 2005.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano, vol. 2**: morar, cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CRARY, J. **Técnicas do observador**: visão e modernidade no século XIX. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- DELEUZE, G. **Francis Bacon**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- _____. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. v. 5. São Paulo: Editora 34, 1997.
- DUGUET, A. M. **Déjouer l'image**: créations életroniques et numériques. Nîmes: Éditions Jacqueline Chambon, 2002.
- FATORELLI, A. **Fotografia contemporânea**: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias. Rio de Janeiro: Senac, 2013.
- FLUSSER, V. **A filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FRIED, M. Arte e objetividade. **Revista Arte e Ensaios**, Programa de Pós-graduação em Artes Visuais, EBA/UFRJ, p. 130-147, 2002.

GUMBRECHT, H. U. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010.

_____. **A modernização dos sentidos**. São Paulo: Editora 34, 1998.

HIGHMORE, B. **Everyday life and cultural theory**. Nova York: Routledge, 2010.

SCOTT, C. **Street photography**: from Atget to Stieglitz. Nova York: I. B.Tauris & Co, 2009.

A foto de US\$ 4,3 milhões: sobre práticas de produção, circulação e legitimação da fotografia na arte contemporânea

Fernando Nascimento Gonçalves

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este trabalho apresenta e discute, inspirado na Teoria do Ator-Rede^[67] (LATOURE, 2012), as tramas envolvidas nas práticas de produção, circulação e legitimação da fotografia no campo da arte contemporânea. Para tanto, o texto se propõe a discutir o caso da obra *Rhein II*, do artista alemão Andreas Gursky, leiloadada em 2011 pela Christie's, em Nova York, pelo maior valor já pago até hoje por uma imagem fotográfica: 4.3 milhões de dólares.

A questão nos interessará pelos aspectos que permitem vislumbrá-la enquanto fenômeno relacional e de produção de sentido nas práticas sociais. Ao investigar as condições de individuação da fotografia contemporânea, das quais o caso Gursky faz parte, desejo seguir os traços de sua legitimação e visibilidade no mercado de arte para compreender os processos que tornam possíveis e legítimos certos modos de ver e produzir imagens e também de dá-las a ver no campo da arte.

Sem negar seu aspecto de documento e de expressão, os modos de presença de *Rhein II* interessarão aqui mais enquanto vestígios de um conjunto de relações que organizam sua “fatura” que ao mesmo tempo lhe confere sentido e legitimação como obra artística. Ao texto interessará, então, observar as redes que participam dessa construção a partir de seus regimes de visibilidade (RANCIÈRE, 2009), ou seja, dos sistemas de enunciação que configuram os

modos de inscrição que fundam as condições de sua existência, seu reconhecimento e sua circulação no campo social.

Discípulo de Bernd e Hilla Becher, conhecidos por suas tipologias fotográficas de edifícios e estruturas industriais alemães do início do século XX, Andreas Gursky é atualmente um dos fotógrafos mais bem sucedidos de sua geração. Suas imagens de grande formato são das mais caras e cobiçadas em galerias e leilões de arte.

Como veremos, as relações entre seu reconhecimento como artista/fotógrafo e as condições de valoração extraordinárias de seu trabalho se inscrevem em algumas das faces da problemática envolvendo a fotografia hoje: o redimensionamento da experiência do fotográfico e de seu estatuto – a “crise da representação”, as mudanças nas funções e nos modelos de produção e de circulação da imagem e a legitimação da fotografia como “arte”.

Porém, discutir o caso de *Rhein II* interessará não por potencialmente levar a respostas sobre esta mudança de estatuto, sobre o que seria arte hoje, se a fotografia seria ou não arte ou sobre que tipo de arte seria. Este interessará por permitir perguntar, em última instância, em que medida as relações da fotografia com a arte poderiam ser consideradas uma questão epistemológica pertinente para a compreensão dos processos de produção subjetiva contemporâneos, por participar da organização de nossos modos de vida e visões de mundo ao mesmo tempo em que se inscreve elas mesmas nos regimes de enunciação que as tornam possíveis.

RASTREANDO UM SUCESSO

Em novembro de 2013 um amigo fotógrafo postou no *Facebook* um *link* para uma nota no portal de notícias G1 com o título “Foto mais cara do mundo é vendida por US\$ 4,3 milhões, em Nova York”. *Rhein II* (1999) (Figura 1), do artista e fotógrafo alemão Andreas Gursky, foi vendida em 2011 na Christie’s de Nova York, uma das mais importantes casas de leilão do mundo, e batera o já fabuloso preço alcançado meses antes por *Untitled #96* (1981), da artista americana Cindy Sherman, pelo valor de US\$ 3.89 milhões^[68].



Figura 1 – Rhein II, 1999.
Fonte: GALASSI, 2001, p. 177.

Eu já percebera por conta própria que os preços alcançados no Brasil pela fotografia em galerias e feiras de arte contemporânea como ArtRio ou SPArte eram consideráveis, equiparando-se _ e não raro superando _ os de pinturas, esculturas e instalações. Na ArtRio de 2013, por exemplo, eu pudera observar de perto tipos, formatos e preços de trabalhos de artistas representados pelas principais galerias nacionais e estrangeiras e me surpreendi com um trabalho de Candida Hoffer, da geração de Gursky e também discípula dos Becher, vendido pela “bagatela” de 147 mil dólares^[69]. Mesmo já tendo ficado impressionado com esses números, como não ficar perturbado com a cifra alcançada pela foto de Gursky?

Talvez essa história pudesse ser explicada simplesmente por jogos retóricos, de *marketing* e/ou pela bolha especulativa que se criou no mercado de arte a partir de 2009, com a crise econômica mundial, e que fez com que fossem movimentados quase 60 bilhões de dólares em todo mundo^[70] em 2012. Certamente, obras de arte são vistas hoje como um dos maiores investimentos e alguns artistas contemporâneos são efetivamente figuras *pop* integradas a um *star system* (no qual, às vezes, reputação rima mais com liquidez do que com criação ou invenção). Mas, seria apenas isso que estaria em questão? Afinal, por que Gursky? Por que esta foto em particular?

Eu conhecia vagamente seus trabalhos de exposições, catálogos e livros sobre arte e fotografia. Gursky é reconhecido no meio da arte contemporânea com um “fotógrafo de paisagens”. Mas, observando suas imagens sempre tive a impressão de que, apesar de “reais”, suas “paisagens” eram inventadas pelo trabalho que realizava com os elementos registrados. O

documento seria o ponto de partida para suas criações. O que lhe interessaria não me parece ser tanto o aspecto figurativo do que ele mostra, mas o modo como estes aspectos são mostrados e a realidade que resultava desse gesto *na* imagem. Esta parece ser a *sua* paisagem.

De fato, seus trabalhos me chamaram a atenção desde o início, não pelas situações cotidianas envolvendo grande número de objetos ou pessoas ou pelos ambientes urbanos industriais, de entretenimento, de negócios, bolsas de valores ou pela arquitetura de hotéis e estádios esportivos, mas pela maneira como ele os relacionava entre si de forma quase abstrata e gráfica e em como fazia essas relações aparecerem na imagem. Esta característica é algo que o galerista alemão Rupert Pfab havia definido sobre Gursky da seguinte forma: “O principal interesse de Andreas Gursky não é o objeto que ele está fotografando, mas sim o ato de transformar a sua experiência especificamente visual em uma imagem.” (PFAB, 1998, p. 9).

Para Pfab, a obra de Gursky reflete as formas de arte e da estética do cotidiano da sociedade do século XX. Muitas de suas imagens seriam “alegorias que oferecem uma crítica cultural do papel do homem no composto natureza, tecnologia, arte e sociedade” (ibid.). Pfab observa que muitos de seus trabalhos assemelham-se a pinturas abstratas, nos quais Gursky aplica uma série de elementos formais, tais como luz, composição e forma, para transmitir “um estado de espírito ou uma mensagem sutil”, como seria no caso de *Rhein II*.

Já a curadora britânica Charlotte Cotton, observando os aspectos humanos e sociais dessas “paisagens”, vê seus trabalhos como um “mapeamento da vida contemporânea governada por forças que não se podem ver enquanto permanecem em meio à massa humana” (COTTON, 2009, p. 84). Um exemplo disso seriam trabalhos como *Chicago Board of Trade*, de 1999 (Figura 2), no qual vemos como o artista parece captar e organizar a cena de modo a transformar situações concretas em formas visuais e texturais formadas por pontos e cores, partindo de um ponto de vista distante e alto. Esse tipo de procedimento de deslocamento do olhar sobre uma cena que o transforma em uma imagem quase abstrata e em uma circunstância visual que nos impede de reconhecê-la de imediato nos leva a perscrutar a imagem e percebê-la como construção visual. Ao mesmo tempo, esse procedimento tem efeito sobre nossa percepção do tema: a bolsa de valores de Chicago aparece como uma espécie de colméia que, tomada como um conjunto e não em detalhes da cena ou de uma figuração em escala humana, explicita o aspecto monumental de uma megamáquina financeira formada de pessoas e coisas e suas funções, ações, discursos e funcionamentos, na qual a própria figura humana fica subsumida e parece equiparar-se à dos objetos.



Figura 2 – Chicago Board of Trade, 1999.

Fonte: GALASSI, 2001. p. 181.

Como no caso de todo artista que alcança uma certa maturidade no trato de questões e no uso de técnicas e recursos expressivos, a definição de procedimentos constitui escolhas intencionais e precisas, cuja coerência aponta para o que em arte chama-se de “linguagem”. É graças à linguagem desenvolvida pelo artista que a obra se autonomiza dele e que o artista pode criar uma “assinatura” para seus trabalhos. É por meio desta também que obra e artista podem ser reconhecidos e relacionados a outras obras e artistas de sua época e/ou de outras. É o que caracteriza, no caso de Gursky, seu “olhar”. Mas esse olhar não é apenas um dom, nem apenas uma habilidade adquirida por formação, ele constitui-se a partir da conjugação de talento e aptidão, habilidade e aprendizado adquiridos formal ou informalmente e das problemáticas levantadas em uma época, inclusive pela própria arte. O olhar inventariador do mundo em Gursky resulta dessa conjugação.

Gursky foi marcado por sua formação, primeiramente, na Escola de Essen fundada por Otto Steiner, onde surgiu o chamado movimento da “Fotografia Subjetiva”, de filiação pictorialista. Em seguida, pela Escola de Dusseldorf, onde estudou com Bernd e Hilla Becher, na tradição da chamada “Nova Objetividade”, entrou em contato com a sensibilidade minimalista de uma “fotografia topográfica e arquitetural”, muito em voga nos anos 1960 e 1970 nos Estados Unidos e na Europa. Em Dusseldorf, Gursky teria desenvolvido seus interesses pelos aspectos conceituais e formais da imagem, juntamente com Thomas Ruff, Thomas Struth e Candida Hoffer, artistas também mundialmente conhecidos hoje no circuito da arte contemporânea pelo uso que fazem do documental na fotografia. Para Galassi (2001), esse *background* teria influenciado seu interesse, nos últimos anos, pela abstração, pelas formas

geométricas e pelo formato monumental de suas imagens^[71], percebido pelo galerista britânico Ralph Ruggoff como uma “presença praticamente escultural na parede que lembra objetos minimalistas, assim como seus valores de produção assépticos” (RUGGOFF, 1998).

Mas esses modos de perceber e analisar a fotografia de Gursky remetem a um grande debate o qual vem sendo realizado desde o final dos anos 90 por curadores, críticos e pesquisadores de história da arte (ROUILLÉ, 2009; POIVERT, 2009; COTTON, 2010) que sugerem que o interesse da fotografia contemporânea na arte não estaria tanto em narrar o real, mas em criar modos de apresentar esse real à nossa percepção e ao nosso pensamento. Esse debate aponta para o que se propõe como um outro entendimento em torno da questão do documento, da narrativa e da imagem – considerados como artefatos e não espelhos do real, conforme veremos mais adiante.

O fato é que mesmo estando imerso, como pesquisador e como artista/fotógrafo, em tais questões, mesmo tendo lido sobre Gursky, sobre as questões envolvendo seu trabalho e sua trajetória e testemunhado a monumentalidade de suas imagens, a venda de *Rhein II* por US\$ 4.3 milhões me indignou tanto quanto me instigou. Por um lado, estava claro que o valor fazia parte de uma construção. Mas, por outro, eu resistia ao pensamento de que tal construção não passava de uma questão discursiva ou de economia simbólica. Foi então que resolvi procurar mais informações sobre o leilão na internet.

Entre notas de outros portais de notícias, que praticamente reproduziam as mesmas informações sintéticas da venda da Christie's, topei aleatoriamente com dois fóruns de discussão online nos quais a notícia fora reverberar, à época: o *bannination.com*^[72] e o *bike chat forums*^[73]. Em ambos, a sessão iniciava com o motivo “a foto mais cara do mundo”, sendo que no caso do *bike chat forums*, um “arte ou bobagem?” fora acrescentado ao título.

Em *bannination.com* a questão rendeu comentários durante dois dias, quase todas reações irônicas à notícia: “essa é, sem dúvida, a foto mais chata do mundo”; “Que se dane essa porcaria. Isso vale mais que Anselm Adams?”; “*Rhein I* era melhor”. Alguns reproduziram com sarcasmo trechos de um texto sobre *Rhein II*. Alguém, após tê-lo reproduzido na íntegra, satirizou: “[...]. tradução: é uma bela foto”. Outro “colou” um *print* da tela com os comandos de copiar e colar de um editor de texto e disse: “com o dinheiro que economizei com a compra da imagem agora posso comprar US\$ 4.3 milhões de bilhetes de loteria”. Em seguida, alguém posta uma pintura do artista abstrato Rothko e inicia-se uma discussão sobre arte, com direito a citações de teóricos e críticos de arte. Ao que alguém replicou: “pode citar a teoria de arte que você quiser, a foto é uma chatice!” Mais ao final, alguém arrisca: “é arte moderna, tem a ver com contexto e meta-narrativa”.

Já no fórum *bike chat forums*, a discussão estendeu-se por um dia. O primeiro comentário lançava um *link* para uma nota da BBC. Comentários indignados e irônicos repetiam-se,

como em *bannination.com*: “como a maior parte da arte moderna, isso é uma bobagem” ou “minha sobrinha poderia ter tirado essa foto com uma câmera descartável. Ela tem 4 anos”. Alguém também reproduz quase na íntegra o mesmo texto sobre *Rhein II* e em seguida alguns trechos são destacados pelos participantes. Mais reações: “eles dizem tantas palavras sobre absolutamente nada, você pode entender um pouco sobre o que está sendo balançado entre suas orelhas, mas em última análise, é bobagem expandida que tem pouca serventia a não ser para dar a ilusão de que eles pensaram em alguma coisa”. Entre esses comentários, chamou minha atenção um trecho que questionava os discursos acadêmicos de críticos e teóricos da arte: “[...] Por que isso? Porque ela é uma artista estabelecida, e você, não. Eu não quero parecer tolo por não concordar com o que alguns intelectuais presunçosos com um auto-declarado senso de grandeza e auto-importância dizem sobre algo”.

Os comentários, as referências à “arte” e ao “mundo da arte e seus especialistas” interpelaram-me de forma decisiva. Um abismo pareceu abrir-se entre Cotton, Pfab, Ruggoff e os participantes dos fóruns, opondo iniciados e não-iniciados, aqueles que entendem de arte e os que não entendem, especialistas e pessoas comuns, o que é sério e o que é bobagem. Certamente, essa “partilha do sensível” – como Rancière (2009) nomeia a disputa estética e política que define a divisão da experiência em partes comuns e partes exclusivas – não justificava o preço extraordinário alcançado por *Rhein II* no leilão da Christie’s. Ou justificava? A questão que mais me interessou naquela partilha/controvérsia, porém, não foi a oposição em si entre as partes ou suas razões, mas perceber como ela, de certo modo, parecia performatizar os processos de produção de sentido para os fatos. De toda forma, foi surfando na onda dos “excluídos” que me que deparei com uma nova pista e acabei chegando ao *site* da Christie’s.

RASTREANDO A CONSTRUÇÃO DE UM CONCEITO E UM VALOR ARTÍSTICOS

Depois de ler e reler algumas vezes os posts em *bannination.com*, reparei que logo no topo de um dos comentários que reproduzira o texto sobre *Rhein II* havia a seguinte inscrição: “From the auction lot notes” (Das notas sobre o lote no leilão).

Cliquei e fui parar na página da venda de *Rhein II* no *site* da Christie’s^[74]. Na página me deparei com uma série de informações padronizadas sobre o que está sendo leiloado, ou seja, o lote. Nome e imagem da obra (que pode ser aumentada num clic) figuram na parte superior da página, à esquerda. Ao lado da imagem da obra, informações sobre o local da venda, preço estimado (correspondendo ao lance inicial) e preço final alcançado pelo lote – dados que

podem ser compartilhados, impressos e/ou enviados por email. Na parte direita da página encontram-se links para os demais lotes integrantes daquele leilão, dispostos em pequenos blocos compostos por uma pequena imagem das obras, nome e data de nascimento do artista, título da obra e preço. Ali desfilavam pinturas e esculturas de artistas como De Kooning, Donald Judd, Eva Hesse, Richard Prince, Jeff Koons e Basquiat, cujas obras alcançaram preços que partiam quase todos da casa do milhão de dólares. Não havia nenhuma outra obra fotográfica, embora alguns dos artistas ali elencados fossem também fotógrafos, como Prince. Nesse lote, a obra de Gursky alcançara o mesmo preço do trabalho de Basquiat, da década de 1970, e ultrapassara por pouco o do artista contemporâneo Jeff Koons e por muito o das obras de Eva Hesse e de Donald Judd, artistas conceituais dos anos 1960 e 1970.

Logo abaixo da imagem da obra existem três abas: na primeira, a geral, há a descrição do lote, com a ficha técnica da obra (nome do artista, data de produção, formato e dimensão, número de edições da obra, museus em cujas coleções estão as outras edições da obra), a proveniência (galeria onde foi adquirida pelo atual colecionador), indicações de publicações especializadas nas quais a obra aparece e locais onde a obra já foi exposta.

A partir dessas tomamos conhecimento de que *Rhein II* pertencia a um importante colecionador alemão e era a impressão número um de uma edição de seis exemplares^[75] e que destes ela era a maior de todas, medindo 1,85m x 3,63m. É também nesta seção que pode-se conferir o invejável currículo de *Rhein II*: suas outras edições fazem parte das coleções do MOMA de Nova York, da Pinakothek der Moderne, em Munique, da Tate Modern, em Londres e da Glenstone Collection, em Potomac, Estados Unidos. Ela também já foi exposta em Munique, no Haus der Kunst, na Istanbul Modern; no Sharjah Art Museum, em Moscow, na Ekaterina Foundation, em Melbourne (Austrália), na National Gallery of Victoria, e em Kiev (Ucrânia), na Pinchuk Art Center.

A segunda aba traz as famosas “notas sobre o lote”. Como veremos mais adiante, trata-se de um texto escrito pela equipe de especialistas da Christie’s que apresenta a obra e o artista juntamente com referências e citações a artigos e textos curatoriais, como os de Peter Galassi, Diretor da área de Fotografia do MOMA de Nova York e curador da exposição retrospectiva de Gursky nesse museu, em 1998. Finalmente, a terceira aba da página de venda de *Rhein II* traz links relacionados à obra e um *podcast* do diretor do departamento de “arte contemporânea e europeia do pós-guerra” da Christie’s, chancelando institucionalmente a obra com sua marca.

Ao observar essa pletora de informações tão cuidadosamente organizada e elegantemente apresentada no *site*, tive a impressão de me deparar com uma espécie de mapa do “sistema das artes”, cujos elementos estendiam-se por um amplo aparato que participava da construção da visibilidade da produção artística contemporânea ao mesmo tempo que lhe conferia valor e

sentido. Desse modo, foi impossível não me dar conta de como esse processo de construção de visibilidade de *Rhein II* construía também uma realidade de mercadoria para a obra. No entanto, essa visibilidade, a qual ocorre em parte pelo modo de apresentação da obra como produto no interior dos processos de reconhecimento e legitimação não é produzida apenas dentro do próprio mercado de arte. Esta se dá apoiada, como veremos, nas relações com o discurso curatorial e com a história da arte, os quais se reproduzem também, em certa medida, nos critérios de seleção de projetos para editais, de obras para exposições em salões, galerias e aquisição de acervos para museus.

Em todo caso, quando penso que a ideia que fazemos da arte e de seus objetos e do tipo de relação com o mundo que ela nos dá a ver é, e sempre foi, construída por essas cadeias de mediações. Lembro-me dos comentários sobre a venda de *Rhein II* nos chats *bannination.com* e *bike chat fórum*. A questão que mais chamou minha atenção nos comentários não foi tanto a crítica ao valor em si alcançado pela obra de Gursky no leilão da Christie. O que mais me chamou a atenção foi o modo como os comentários reagem à ideia de que 1) *Rhein II* seja “arte”; 2) que, em todo caso, tal imagem, que não convence enquanto tal, possa valer mais que outra obra e 4.3 milhões de dólares; e que 3) os discursos que tentam lhe dar sentido e valor para justifica-lo não passariam de retórica vazia. É essa visão de que as regras do mercado das artes parecem não passar de uma grande estratégia de *marketing* – o que, em muitos casos, não é uma inverdade – na qual a arte contemporânea se apoia mais no discurso do que na “qualidade” e na “materialidade” das obras – o que também muitas vezes é o caso – media e constrói a ideia que fazemos da Arte Contemporânea: algo “hermético” ou “sem sentido”, para não dizer uma “falácia”. Ou seja, os fatos fabricados e dados a ver no sistema das artes – mercado, circuito expositivo e academia – forjam e projetam para a Arte e seus objetos uma “realidade” que servirá de referência para o entendimento do espectador e para o balizamento de sua percepção sobre a obra e suas questões. Essa forma de construção de sentido que produz modos de existência e visões sobre pessoas e coisas é que corresponde ao que Felix Guattari (1993) chamou de “produção social de subjetividade”. A subjetividade, que não remete a uma interioridade dos sujeitos e sim aos efeitos de processos que organizam modos de fazer, pensar, agir e comunicar a partir de um determinado conjunto de lógicas e aparatos discursivos e não-discursivos, é a marca coletiva de atravessamentos e mediações diversas, como as que vemos no caso de *Rhein II*. Observar as redes de relações que constroem sua visibilidade é, nesse sentido, considerar essa construção como uma questão de produção subjetiva.

Nas ciências sociais, a ideia de que na arte, como em outros campos da vida social, parece haver uma rede de relações que organizam práticas e discursos não é nova. Niklas Luhman (2000), talvez na esteira da sociologia da arte de Bourdieu (1996), foi, talvez, um dos primeiros pesquisadores da comunicação a estudar a arte como “sistema social”. Luhman vê o

funcionamento da arte interconectado com outros domínios, como a ciência, a economia e a política. Seria por meio das relações com estes campos que a arte se diferenciaria deles.

Perseguindo esse gênero de questões, também na história da arte, muitos autores se interessam pelo aspecto de construção social da arte por meio do estudo de suas instituições. Essa perspectiva concorre, como as de Bourdieu e de Luhmann já indicavam, com a desconstrução da suposta autonomia da arte. Para Oliveira e Couto, por exemplo, nem a obra de arte é autônoma e existe no vazio, nem a criação artística é gratuita: “[...] de algum modo a produção artística está atrelada ao contexto cultural em que se insere, dentro de uma comunidade de sentidos em constante modificação” (OLIVEIRA; COUTO, 2012, p. 7). É que a arte não é, nem nunca foi, uma atividade desinteressada, assim como também não é uma esfera separada do social, como preconizava Peter Bürger (2009), e sim uma instância do próprio social, com funcionamentos e regras de produção, legitimação e visibilidade.

Rancière, cujo pensamento demonstra afinidade com o de Foucault^[76], considera, por exemplo, as práticas artísticas como “modos de fazer” circunstanciados historicamente e culturalmente. No entanto, considera esses “modos de fazer” e suas configurações como enunciados que organizam os elementos e lhes conferem determinadas funções e sentidos. Para Rancière (2009), as práticas artísticas e as das instituições da arte são práticas sociais que falam dessas lógicas de organização dos modos de ser da arte e de seus objetos num certo momento e em certas condições, o que ele chamou de regimes das artes, um “tipo específico de ligação entre modos de produção das obras ou das práticas, formas de visibilidade dessas práticas e modos de conceituação destas e daquelas” (RANCIERE, 2009, p. 28). Esses regimes, por sua vez, tornam-se possíveis e, ao mesmo tempo, promovem o que ele chamou de “partilha do sensível”, 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” (ibid., p. 15).

É esta noção de partilha que me permite vincular o pensamento de Rancière ao de Latour. O ato de fazer e mostrar arte e de construir seu sentido e valor inscreve-se em uma rede de relações na qual atuam atores diversos: obras, artistas, curadores, colecionadores, mídia, público, leis de incentivo, além dos espaços institucionais que participam da configuração das formas de visibilidade, circulação e consumo da arte por intermédio de museus, galerias, feiras e salões e leilões. O que nos interessa aqui, portanto, é perceber como funcionam os regimes enunciativos que organizam discursos, práticas e visões de mundo relativas aos modos de existência da arte e seus objetos que, por sua vez, participam ativamente da organização de nossa experiência sensível, como é o caso da arte.

No caso de *Rhein II*, identificação, reconhecimento, legitimação e ranqueamento de obras e artistas e a aquisição de credenciais para circular, ser visto e adquirido de forma exclusiva são

algumas das figuras de um regime enunciativo que produz arranjos materiais e relações entre visível e dizível no sistema das artes do qual a Christie's faz parte.

A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO E DO VALOR DE UM OBJETO DE ARTE

É isso que vi no *site* e o que ele me pareceu enunciar com dados sobre a proveniência das obras, os locais onde haviam sido adquiridas e expostas, referências bibliográficas sobre artista e obra e textos curatoriais. Todos esses elementos participam da organização e da produção de sentido dos objetos da arte, por meio de arranjos particulares que tornam possível a uma imagem tornada “obra” transformar-se também em *commodity* de luxo. Graças a esses elementos e ao seu trabalho de mediação ou tradução (LATOUR, 2012) é possível envolver o trabalho de arte em diversas camadas de sentido que constroem sua realidade de objeto de arte e de produto, dotando ambos de uma aura que justifica o lugar que ocupa no olimpo dos lotes de elevado valor artístico, histórico-cultural e material.

Cada dado e cada *link* do *site*, articulados entre si, permitem entrever as cadeias de uma “partilha” que a um só tempo organiza e hierarquiza os *modos de fazer e de mostrar* do mercado da arte _ no qual se insere não só *Rhein II*, mas também as práticas discursivas e não discursivas da Christie's _ e desafia a lógica de equacionamento das variáveis componentes do valor de uma obra. É assim que, formando um amálgama, esses elementos e os arranjos que eles estabelecem promovem a construção de: 1) o valor de um nome (artista) _ dado pelo lugar que ocupa no sistema das artes, por sua liquidez e pela “qualidade” do trabalho; 2) a “qualidade” do trabalho _ avaliada em parte pelos critérios vigentes no campo da arte referenciados pela academia e pela crítica, pelo lugar que ocupa na história da arte, mas também pelo nome e a posição do artista no mercado e pela sua relação com outras obras e com outros artistas; 3) a liquidez da obra – dada pelas relações entre nome do artista e “qualidade” do trabalho, o grau e tipo de inserção no mercado e sua posição na história da arte e em relação a outros artistas e obras.

O que o *site* da Christie's encarna é a rede que performatiza a construção do valor da obra e do artista por meio da ação desses diversos elementos e cujo papel não é dado *a priori* pela Christie's, mas pelo lugar que assumem nas relações que estabelecem entre si nessa rede que é o sistema das artes e da qual, repito, a Christie's faz parte como um importante ator. Entretanto, como vimos, essa construção torna-se possível somente porque os dados sobre a obra e sua relação com outros trabalhos e artistas e seus modos de presença trabalham e são trabalhados por elementos pertencentes a outras redes, conectadas no espaço do *site*. Chama a

atenção, por exemplo, a relação entre obras leiloadas pela própria Christie's e a indicação de revistas especializadas e catálogos de exposição onde a obra figura e a indicação sobretudo de um texto de apresentação de *Rhein II*.

No primeiro caso, pesquisando no *site* da Christie's de Nova York foi possível perceber que em fotografia, os trabalhos mais valorizados eram dos artistas contemporâneos Gursky, Cindy Sherman e Jeff Wal, nesta ordem. Como já indicado anteriormente, era possível até perceber uma espécie de disputa entre as obras de Gursky e Sherman, que vinham revezando entre si desde 2007, juntamente com as de Wall, o hall da fotografia mais cara do mundo. Essa relação entre obras e artistas tem o efeito de elevar o valor pelo patamar alcançado pelas vendas de trabalhos anteriores, tornando-se um novo parâmetro para os preços de partida. Dessa forma, posicionar Gursky entre outros artistas renomados num mesmo lote, como vimos na descrição da página de *Rhein II*, entre outros artistas fotógrafos em particular, estabelecendo uma espécie de *ranking* entre eles, é um fator importante não apenas para a liquidez da obra, mas também para a legitimação de seu valor artístico.

Todavia, valores monetário e artístico da obra não se sustentam apenas por ranqueamento, pela lei da oferta e da procura ou pela posição que ocupa entre outras obras. Ela requer a mobilização de outros agentes que ajudem a balizar em outros termos o valor da obra a partir do lugar que esta ocupa na história da arte. Este é o momento no qual entra o uso do discurso curatorial no texto de apresentação organizado pela Christie's na página de *Rhein II*.

Esse texto foi elaborado pelos especialistas do departamento de informação do setor de arte contemporânea e do pós-guerra da Christie's e, como já foi dito, lança mão de uma série de referências à história da arte e a artigos publicados sobre Gursky e sua obra. Estes são elementos igualmente importantes que são mobilizados para produzir sentido para a obra e legitimar sua posição e a do artista. Se o lugar que artista e obra ocupam organiza e produz sentido para questões como autoria, originalidade e valor material dos trabalhos, isso não ocorre desvinculado de um outro conjunto circunstanciado de práticas discursivas e não-discursivas, o qual autoriza determinadas formas de ser da arte e de seus objetos, participando da fabricação do valor do trabalho de Gursky. Não que essas práticas inventem arbitrariamente esse valor, pois, como artista, Gursky efetivamente apresenta e discute questões em seus trabalhos por meio de um rigor técnico e estético e de uma linguagem plástica e visual desenvolvidos no contato com a academia e em diálogo com a história da arte e da fotografia e com o campo cultural. Mas a apreciação, a qualificação e o posicionamento de sua obra é alvo do investimento de diferentes vetores, como o do discurso curatorial, sendo esse o discurso mobilizado pela Christie's.

A estratégia narrativa das “notas sobre o lote” presente no *site*, compila e articula uma série de informações sobre *Rhein II* e sobre o artista _ alvo dos comentários mais ácidos dos

membros de *bannination.com* e *bike chat forums* _ apontando exatamente para a apropriação e o uso intencionado da história da arte, do discurso curatorial e da crítica de arte como parte das ações usadas para posicionar e justificar seu valor no lote.

O texto começa com um trecho de uma citação retirada do texto de Peter Galassi, diretor do setor de Fotografia do MOMA, no catálogo da exposição de Gursky em Nova York, num momento em que fala diretamente de *Rhein II*: “O hino de Gursky ao Reno e sua adorável paródia do fascínio comercial ecoam entre si. Descobrimos que Deus e Mamom usaram o mesmo modelo geométrico. Ambos os criadores simultaneamente nos incitam à admiração” (GALASSI, 2001 apud ANDREAS, 2011).

Na sequência, é reproduzido um depoimento de Gursky sobre sua fascinação pelo Reno e em como ele ficou pensando para produzir uma imagem a partir de um trecho do rio, usando-se, inclusive, de manipulação digital para retirar elementos que o incomodavam na imagem. A narrativa, então, prossegue, dessa vez, num discurso grandiloquente sobre a obra elaborado pelos especialistas da Christie’s:

Uma obra-prima de escala e admiração e de tirar o fôlego, bem como o ícone da obra fotográfica pioneira de Andreas Gursky, *Rhein II*, envolve o espectador na beleza de sua cena. [...]. Excepcionalmente para o artista, esta série contém fotografias produzidas em múltiplas escalas, o presente trabalho, sendo o maior de toda a edição. Ao estender a mão para o infinito, o trabalho invoca uma versão contemporânea do “sublime”, com a perfeição surpreendente de linha e cor conseguida através da invocação de uma paisagem aparentemente natural. Refletindo sobre a pesquisa histórica de Barnett Newman para o abstrato “sublime” na década de 1950, aqui Gursky adota essa metáfora e aplica a ela, talvez, o tema mais simbólico da arte alemã [...] [77] (ANDREAS, 2011).

O texto segue invocando o significado mítico do Reno na história da arte e elencando propriedades visuais do trabalho, descrevendo seus aspectos formais e plásticos, vinculando-os à tradição da pintura abstrata e ao minimalismo e reiterando a questão do sublime:

[...] Como Peter Galassi observou, com seus arranjos horizontais e geométricos livres de cor, *Rhein II* reflete uma “rica herança da estética minimalista de Friedrich a Newman e de Richter a Donald Judd” (Galassi apud Gursky, 2001, p. 35). Na verdade, os traços de cada um desses antepassados são visíveis no trabalho: celebração de Caspar David Friedrich aberto de horizonte infinito de Deus; subversão lúdica de Gerhard Richter da paisagem romântica; reflexões serializados de Donald Judd sobre as qualidades da sociedade industrializada e invocação de Barnett Newman do “sublime” através da abstração. [78] (ANDREAS, 2011).

Num outro trecho, a referência ao lugar ocupado por Gursky na história da fotografia, particularmente na tradição da fotografia documental, secundária, com uma citação a um texto de Ralph Pfab, a intenção de situá-lo em relação à arte contemporânea e à discussão que esta faz da fotografia:

Gursky foi originalmente educado pelos célebres artistas Bernd e Hilla Becher, na famosa Künstacademie em Düsseldorf. Com a perspectiva direta e inabalável centrada em um tema, no caso, o trecho reto e familiar do rio Reno, seu estilo lembra a própria prática distintiva dos Bechers. No entanto, seu trabalho faz uma ruptura radical com o seu brilhante uso de cores e imagens de grande formato. De fato, confrontado com o que ele considerava ser as insuficiências fundamentais da prática documental, Gursky se convenceu em 1992 a começar a usar a

tecnologia digital como um meio de manipulação. Ao fazê-lo, o artista habilmente gerou uma “ilusão de uma realidade fictícia,” pondo em questão a veracidade da imagem, na medida em que ela oscila entre uma paisagem intocada e um reenquadramento artificial do mundo^[79] (PFAB, 1998, p. 9 apud ANDREAS, 2011).

Finalmente, o texto remete *Rhein II* ao conjunto da obra de Gursky, especialmente à sua fase mais recente, como a desejar evidenciar a coerência de sua linguagem em outros trabalhos os quais, mesmo ao abordar temáticas diferentes, guardam igualmente um aspecto de geometrização e abstração com os quais o artista constrói suas paisagens. As obras invocadas nesse momento são *99 Cent*, de 1999^[80] (Figura 3) e *Paris, Montparnasse*, de 1993 (Figura 4).



Figura 3 – 99 Cent, 1999.
Fonte: GALASSI, 2001, p. 157.



Figura 4 – Paris, Montparnasse, 1993.
Fonte: GALASSI, 2001, p. 111

É importante assinalar que o uso intencionado de referências a Gursky em textos curatoriais para construir a apresentação do lote “Rhein II” não significa que esses textos sejam em si peças retóricas que busquem justificar o valor de obra de *Rhein II*. Tendo tido acesso, por exemplo, ao texto integral de Galassi, que abre o catálogo da exposição de Gursky no Museu Metropolitan em 2001, pude perceber o modo como o curador constrói a análise da trajetória de Gursky e de sua obra a partir de dados históricos, documentais e de associações com a história da arte e da fotografia. Curiosamente, Galassi o faz não no sentido de reconstituir uma origem que “explique” ou simplesmente enalteça sua obra. Antes, ele põe em diálogo, de forma não necessariamente linear, elementos diversos de modo a evidenciar as conexões do artista e sua obra com técnicas, tecnologias, influências de escolas, circuito de arte, mercado e história da arte e do campo cultural.

Essa visão de conjunto que apresenta os processos pelos quais se forjaria uma ideia do artista e de sua obra não deixa certamente de constituir uma narrativa. Mas o que chamou minha atenção no texto do *site* foi o modo como essas referências são apropriadas e recortadas pela Christie’s, tornando-se dados com função de produzir uma narrativa particular que as costura e constrói um determinado sentido para a obra e que será, então, um elemento importante para justificar seu valor *excepcional* de objeto. A seleção e o uso de referências que, de certa forma buscam explicar a obra e seu significado e indicar sua importância e seu lugar na história da arte em relação a outros artistas e obras, parece buscar criar parâmetros de julgamento e de valoração da obra. Ou seja, são uma forma de construir e legitimar a “qualidade do trabalho” de Gursky e de conferir valor ao artista e liquidez à sua obra.

Portanto, o uso da Christie’s de referências a textos curatoriais, como, por exemplo, de Galassi e Pfab, reiteram o gesto de forjar um conceito e um valor artísticos para a obra por meio de sua vinculação, localização e qualificação em relação à história da arte. Conferindo visibilidade e notoriedade ao trabalho por meio dessa vinculação, tal gesto participa, também, ativamente da construção de seu valor enquanto mercadoria.

A FOTOGRAFIA NA ARTE COMO QUESTÃO EPISTEMOLÓGICA E DE COMUNICAÇÃO

Ao trazer a questão da foto milionária de Gursky, busquei levantar uma das questões que interessam a uma pesquisa iniciada em 2012 sobre os processos de individuação da fotografia contemporânea na arte. Por individuação estou entendendo o processo de diferenciação que configuraria a experiência contemporânea da fotografia enquanto algo supostamente dotado de uma experiência “própria”, algo que nela definiria particularmente o que é *visível* e *invisível*.

na fotografia da arte contemporânea e influenciaria nossa experiência de tempo e espaço bem como nossas visões de mundo.

Apesar de disfrutar há tempos _ pelo menos desde Benjamin, Barthes, Flusser e Sontag _ de um status de objeto técnico, teórico e estético, teria sido apenas com a arte conceitual que a fotografia teria passado a ser legitimada como “objeto artístico” (ROUILLÉ, 2009). A maior parte dos discursos de teorias e da história da arte apontam para o fato de que somente a partir daquele momento teria sido possível perceber com mais clareza mudanças que envolvem 1) novas condições da experiência do fotográfico; 2) modos de produção e apreciação das imagens _ notadamente as artísticas, mas também as midiáticas; e 3) valor atribuído ao documental em diferentes contextos^[81]. É nesse sentido que proponho pensar a fotografia na arte também como “objeto epistemológico”.

O caso de *Rhein II* interessa aqui não apenas do ponto de vista da arte e sim como efeito de um processo de produção subjetiva inscrito na produção artística atual e nas redes que lhes dão visibilidade. Uma vez que a visão e as imagens podem ser consideradas uma forma de mediação entre o homem e o mundo (MAYNARD, 1997; DIDI-HUBERMAN, 2010; CRARY, 2012), investigar a construção da visibilidade da fotografia no campo da arte significa para mim investigar como nesse campo se estabelecem, para a fotografia, suas condições de existência e como essas condições podem nos ajudar a compreender alguns modos contemporâneos de produção subjetiva, a partir de suas formas de produção, circulação e legitimação na atualidade.

O fato de muitos artistas como Gursky não mais interessarem-se em produzir somente registros da vida social e do cotidiano, mas sim em realizar *a partir destes* uma investigação sobre nossos modos de existência, sobre as relações entre arte e sociedade, arte e vida, arte e suas instituições, seria um sintoma dessa falta de interesse. Certamente, esse deslocamento tão pouco serve para justificar a importância e o valor conferido pelo mercado de arte a imagens como *Rhein II*, mas contribui para lançar um outro olhar sobre as imagens na atualidade e sobre seu valor enquanto informação, representação e narrativa do mundo, por evidenciar o quanto a experiência da imagem hoje encontra-se não apenas na produção do documento, mas na produção de sentido e valor deste (POIVERT, 2010; FONTCUBERTA, 2012).

Esse modo de considerar a imagem me parece crucial hoje para os estudos da imagem na comunicação ou na arte. Casos como os da circulação de fotos no *Instagram* ou de vídeos em redes sociais, por exemplo, são fenômenos nos quais o que parece estar em jogo é menos o que as imagens mostram ou significam e mais os modos como são produzidas e difundidas e o papel de interpelação, agregação e mobilização que assumem no âmbito das interações sociais onde se apresentam e propagam. Esses fenômenos exigem de nós outra atitude epistemológica,

outra forma de entender e abordar as imagens e modos diferentes dos que atualmente participam de nossos modos de perceber o mundo e de estar nele.

É nesse sentido que aposto nas questões trazidas pela fotografia na arte como pertinentes para a Comunicação. Uma das principais é permitirmo-nos sair de uma perspectiva tecnicista que atribui juízo de valor ou significado para as imagens e adotarmos uma perspectiva relacional, a qual nos permite observá-las nas dinâmicas que fabricam seus sentidos, modos de presença e de legitimação no campo social, como no caso de *Rhein II*.

Tendo já discutido brevemente alguns dos aspectos das mudanças que vem ocorrendo na fotografia no campo da arte contemporânea (GONÇALVES, 2013), está claro para mim que as questões colocadas pela fotografia hoje, do ponto de vista da arte, implicam considerá-la como fenômeno que não se esgota na análise da imagem enquanto objeto nem se preocupa apenas com seu significado enquanto representação. É nesse sentido que Poivert, por exemplo, argumenta que a fotografia contemporânea não reproduziria em si o que já foi feito na primeira fotografia e na fotografia moderna, mas inventaria com elas uma outra relação. Não mais uma revelação do mundo, mas a evidência do caráter artificial de sua construção (POIVERT, 2010).

Quando Poivert faz suas afirmações sobre a fotografia contemporânea, ele não as faz mirando exclusivamente o campo da arte. É para tratar da condição contemporânea da fotografia e o que esta condição nos fala das mudanças em nossos modos de ser, agir, ver, dizer e como tais mudanças se inscrevem em processos de produção de sentido e subjetividade. O fato de não estar falando exclusivamente da arte, mas ao falar, basicamente, a partir dela, é também algo que merece atenção. Apesar de ser historiador da arte e da fotografia, Poivert o faz não por predileção, mas por considerar que há mais de 25 anos a fotografia vem fundando as bases de sua atualidade numa relação de contemporaneidade com a arte. Ou seja, a fotografia teria nas questões da arte um lugar privilegiado, embora não exclusivo, para repensar seu estatuto, suas funções e condições de existência. Portanto, “fotografia contemporânea”, para Poivert, seria uma noção mais operatória do que uma categoria que define a condição do fazer fotográfico no presente, seja em galerias e museus, no fotojornalismo ou em imagens vernáculas.

Entretanto, se por um lado é possível atribuir a contemporaneidade da fotografia às questões da arte, o mesmo não ocorre com seu reconhecimento enquanto objeto artístico e de mercado, sendo este o caso de *Rhein II*. Se no campo da arte a fotografia é considerada um artefato e seu interesse está no jogo que nos permite realizar, por meio dos códigos visuais e da representação, reflexões sobre nossos modos de vida em sociedade (ROUILLÉ, 2009; POIVERT, 2010), seu estatuto “artístico” não parece ser explicável unicamente pelo fato da

imagem ser feita por um artista, por estar exposta numa instituição de arte ou por ter um caráter supostamente distintivo de outras imagens “não-artísticas”^[82].

O que parece precisar ser explicado é justamente em que bases tais imagens são produzidas, que questões propõem, como são apresentadas, por meio de que processos e mediações adquirem legitimidade e reconhecimento e quais efeitos essas mediações produzem na organização de nossa experiência sensível. Dito de outro modo, o que me parece importante é exatamente evidenciar que tal estatuto é fabricado e que essa fabricação é uma prática relacional e de comunicação, remetendo a processos de produção de sentido que podem ajudar a entender o modo como hoje práticas e discursos sociais são construídos, percebidos e processados pela arte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As operações que criam as condições de produção, circulação e legitimação e o reconhecimento de *Rhein II* como “obra de arte”, assim como a atribuição de um valor excepcional a uma imagem cuja beleza, função ou interesse é dada por determinados parâmetros, parecem muito sintomáticas dos processos que constroem os modos de presença da fotografia na arte como questão relacional e de comunicação.

Meu interesse aqui foi de evidenciar não “o que há por trás” do fenômeno e que supostamente o explicaria a partir de regras e procedimentos que regem o “mercado das artes” e que definem seu funcionamento, no entanto, assim como tais regras, tais procedimentos constroem-se e afetam-se mutuamente, tornando possíveis determinados fatos. O caso de *Rhein II* mostra justamente que a construção de valor e sentido não são as “causas” do fenômeno, mas aquilo que precisa ser investigado para melhor compreender-se as dinâmicas envolvidas na fundação das condições de possibilidade da visibilidade da obra no sistema das artes. Sem dúvida, a análise da construção do valor de *Rhein II* feita aqui não dá conta de mostrar todos os vetores e todas as formas de mediação implicados nessa construção. A ideia, nesse texto, foi a de partir da observação de alguns desses vetores para mostrar de que forma eles participam da efetuação de uma lógica coletiva construída em rede pelo sistema das artes, mas cujo princípio está presente também em outros âmbitos da vida social.

Como ponto privilegiado dessa observação, o *site* da Christie’s constitui um microcosmo que articula um macrocosmo, permitindo acompanhar em certa medida os movimentos, procedimentos e processamentos diversos que, imbricados entre si, evidenciam o modo como regras e funcionamentos do mercado de arte estão conectados com análises e discursos da história da arte, de curadores e de acadêmicos. Isto é não é nenhuma novidade, ao escapar ao

“leigo” e constituir historicamente uma espécie de caixa preta, tal imbricação permite também mostrar que enquanto uma construção comum ao sistema das artes, este, por sua vez, também não está desconectado de outros sistemas e que, por isso mesmo, se inscreve em um ecossistema mais amplo.

O que busquei argumentar neste texto é que, no campo da arte, artistas, obras e suas trajetórias, a história da arte, instituições, mídia e ainda, possivelmente, outros elementos relacionam-se entre si e participam da configuração e modulação das regras para produção e consumo de obras num dado momento histórico, sendo o que Rancière chama de regime de visibilidade das artes. Por isso mesmo, não desejo indicar nenhuma relação de determinação ou causalidade entre esses elementos nessas dinâmicas. Cada elemento está conectado ao outro, age sobre o outro e faz vinco com o outro. Nesse vinco, produzem-se fatos, realidades mais ou menos visíveis, ativas e irredutíveis umas às outras.

Como qualquer obra de arte, *Rhein II* não é apenas um objeto para contemplação. *Rhein II* é, antes de tudo, um objeto híbrido de arte, sociedade, cultura, história, política, economia e comunicação. Híbrido não no sentido de uma resultante do somatório desses elementos, e sim como algo cuja natureza se forja e atualiza constantemente nesse vinco e, devido a esses movimentos, ultrapassa a soma de suas partes. Todos esses aspectos estão presentes no fenômeno, mas nenhum isoladamente pode dar a dimensão das nuances dos processos de fabricação do valor e do sentido de *Rhein II*, já que cada um só faz o que faz na relação que estabelecem um com o outro.

Portanto, não se trata apenas de uma questão de consumo e de poder do mercado e das teorias da arte e da história da arte como chanceladores discursivo ou da vinculação da trajetória do artista e de sua obra a um contexto. Todos se conjugam para produzir um fato e, ao mesmo tempo, constroem-se uns aos outros enquanto atores por meio de uma dinâmica que tem sua faceta mais visível nos processos de produção de sentido e de valor de uma obra de arte. Meu objetivo aqui foi, sobretudo, propor uma análise do caso de *Rhein II* sem reduzi-lo ou a seu aspecto artístico *ou* político *ou* discursivo. Esta irredutibilidade é o que considero propriamente uma abordagem relacional e comunicativa a qual busca evidenciar a importância epistemológica do estudo da fotografia na arte.

Finalmente, com este texto, busquei levantar a questão de que tal abordagem pode trazer reflexões para a fotografia também fora do campo da arte. O caso de *Rhein II* indica uma experiência do fotográfico que ultrapassa a questão do documento e da expressão do artista para inscrever a imagem no seio de um conjunto de forças que a configuram sem, porém, determiná-la. Esse tipo de experiência nos permite ver os processos de produção, circulação e legitimação da fotografia como uma experiência estética e não apenas como uma questão de representação.

Quando José Braga, ao tratar das relações entre comunicação e experiência estética, afirma que os produtos midiáticos são considerados um vetor de experiência sensível que tem dimensões comunicativas (BRAGA, 2010), me pergunto se a fotografia, seja na arte, nos meios de comunicação ou nas redes sociais, por exemplo, também não poderia deixar de ser considerada apenas como conteúdo a ser transmitido, interpretado ou explicado, para ser concebida como um artefato cujo trânsito revela redes de relações que afetam sua condição de imagem e também nossa experiência de percepção e de produção de sentido para elas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, P. **Regras da arte**: São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BRAGA, J. L. Experiência estética e mediatização. In: LEAL, B. et al (Orgs.) **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- BÜRGER, P. **Theory of the avant-garde**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.
- CHRISTIE'S. **ANDREAS GURSKY (B. 1955): RHEIN II**. Nova York, 8 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.christies.com/lotfinder/photographs/andreas-gursky-rhein-ii-5496716-details.aspx#top>>. Acesso em: 11 dez. 2017.
- COTTON, C. **A Fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- DIDI-HUBERMAN, G. **O que vemos, o que nos olha**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2010.
- FOTO mais cara do mundo é vendida por US\$ 4,3 milhões, em Nova York. **Portal G1**, 11 nov. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/11/foto-mais-cara-do-mundo-e-vendida-por-us-43-milhoes-em-nova-york.html>>. Acesso em: 29 jan. 2014.
- GALASSI, P. **Andreas Gursky**. The Museum of Modern Art. Nova York, 2001.
- GONÇALVES, F. Imagens em trânsito: fotografia contemporânea e experiência estética em Gambiarras de Cao Guimarães. **Revista Contracampo**, v. 27, p. 49-70, 2013.
- LATOURE, B. **Reagregando o social**. Salvador/Bauru: UDFBA/EDUSC, 2012.
- LUHMAN, N. **Art as social system**. Stanford - California: Stanford University Press, 2000.
- MAYNARD, P. **The engine of visualization**. Thinking through photography. Ithaca/London: Cornell University Press, 1997.
- OLIVEIRA, E.; COUTO, M. (Orgs.). **Instituições de arte**. Porto Alegre: Zouk, 2012.
- PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCOSSIA, L. (Orgs.). **Pistas do método da cartografia**: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- PFAB, R. Perception and Communication: Thoughts on New Motifs by Andreas Gursky. In **Andreas Gursky: Photographs from 1984 to the Present**. Düsseldorf: Te Neues Publishing Company, 1998.
- POIVERT, M. **La Photographie Contemporaine**. Paris: Flammarion, 2010.
- PROFILE: ANDREAS GURSKY. **C4** Contemporary art. [20-] Disponível em: <<http://c4gallery.com/artist/database/andreas-gursky/andreas-gursky.html>>. Acesso em: 10 fev. 2014.
- RANCIERE, J. **A partilha do sensível**. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. 34. 2009.

ROUILLÉ, A. **A fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.

RUGOFF, R. World Perfect. **Frieze**, n. 43, nov.-dec. 1998. Disponível em:
<http://www.frieze.com/issue/article/world_perfect/>. Acesso em: 06 jan. 2014.

Corpo e Produção de Sentido na Arte e na Mídia

Rock in Rio: mídia para produtos e emoções

Ricardo Ferreira Freitas

Flávio Lins

Maria Helena Carmo dos Santos

O Rock in Rio não é um festival. A primeira grande diferença é que os festivais nascem de pessoas apaixonadas por música, o Rock in Rio nasceu de um publicitário. Foi criado para divulgar o Brasil como destino turístico e para comunicar marcas.

MEDINA, 2011

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Surgido no Brasil em 1985, já como um megaevento^[83], o festival de música Rock in Rio converteu-se em um espetáculo que extrapolou os muros da Cidade do Rock, bem como as fronteiras nacionais. Mesmo carregando no nome uma homenagem à cidade onde nasceu, Rio de Janeiro, a alcunha não foi obstáculo para que fosse realizado em Lisboa, Madri e nos Estados Unidos. Outrossim, ao apropriar-se do nome da capital fluminense, o Rock in Rio busca incorporar e traduzir em negócios o gênio de festa e alegria atribuído à cidade.

A cada nova edição do festival, a marca Rock in Rio seguiu espraiando-se para quase todos os setores da vida social, estando presente em alimentos, bebidas, veículos, cursos de inglês, roupas, gomas de mascar, academias de ginástica e em outras centenas de produtos, além de figurar em anúncios na imprensa e nos mais diversos locais da cidade sede, o Rio de Janeiro. A capital fluminense que, neste início de século, entrou no turbilhão dos megaeventos, ou na “era de ouro” (RIO, 2013, p. 1), ficou imersa em ações de *branding* de

acontecimentos, como a Jornada Mundial da Juventude (2013), a Copa do Mundo de Futebol (2014) e os Jogos Olímpicos (2016), que disputavam cada centímetro da cidade a fim de fortalecer suas marcas e vender seus produtos. O espaço urbano transfigura-se em um grande negócio e coloca o Rio de Janeiro na vitrine. A cidade passou a compartilhar suas qualidades e seus problemas com estes produtos, que por sua vez também interferem no espaço urbano e na (re)construção do imaginário destes lugares.

No passado, a marca e o evento Rock in Rio eram eclipsados nos intervalos entre uma edição e outra do festival, mas, atualmente, com a internet, a fogueira da marca Rock in Rio é alimentada continuamente pelas possibilidades que transbordam das plataformas transmídia^[84].

Muito mais que um megaevento, acreditamos que o Rock in Rio converteu-se em mídia, um poderoso veículo de comunicação de massa que, além de valer-se de outras mídias, como TV e internet, tornou-se também um suporte para efetivação da prática comunicacional, ou seja, transmissão e recepção de informações. São as mensagens publicitárias, as campanhas educativas, o entretenimento e, sobretudo, os afetos que unem as pessoas por meio do Rock in Rio, como explica Maffesoli, para quem o cimento do corpo social encontra “seus ingredientes: na comunicação de massa” (2005, p. 15), o que “ultrapassa a simples lógica mercantil e quantitativa” (2005, p. 20), já que estes produtos darão a sensação fugaz de pertencimento a um grupo, “um modo de dizer o prazer de estar-junto” (MAFFESOLI, 2010, p. 74).

O pensador Muniz Sodré, em entrevista, ressaltou que esse alastramento da mídia na nossa vida acaba por fazer com que habitemos “dentro dessa prótese chamada médium [...] no interior de esferas mediadoras” (SODRÉ, 2001, p. 16). Essa mídia, considerada pelo autor uma nova forma de vida, avança sobre “as outras formas tradicionais” (SODRÉ, 2001, p. 16), como, acreditamos, acontece com o Rock in Rio. O festival, convertido em mídia, passa a ser a morada de seus e de outros produtos, além de tornar-se uma casa onde fervilham os afetos. Essa casa, materializada na Cidade do Rock, não fica restrita ao local do megaevento, ela se confunde com os próprios limites geográficos do Rio de Janeiro e mescla-se ao seu equipamento urbano, encontrando ainda no universo virtual, em sua poderosa plataforma transmídia, outro elemento que atua para que o Rock in Rio crie um universo mercantil que se descola da cidade, no qual, pode-se habitar e viver uma experiência multissensorial *online* ou *offline* com a marca, tornando-a uma marca do coração (ROBERTS, 2005).

Assim, propomos neste artigo analisar as novas funções que assume a marca Rock in Rio, quando dá forma a produtos como o festival e o *site*, que, convertidos em mídia, informam, entretêm e educam para o consumo, ainda que a massa esteja unida pelo afeto.

A GÊNESE DOS ESPETÁCULOS DE MASSA

Na segunda metade do século XIX, França e Inglaterra já eram potências industriais. Para conquistar novos mercados para o escoamento de produtos, as Exposições Universais tornaram-se também mostruários para ideologias e estilos de vida. Inicialmente, França e Inglaterra se revezavam como sede destes eventos. A proposta, que permanece, era que, além do país sede, outras nações também se interessassem em participar. O espetáculo pretendia apresentar e encantar o público com as maravilhas da época, alertando para as surpreendentes possibilidades que o futuro acenava. Para isso, a arquitetura deveria ser espetacular e, muitas vezes, efêmera, criando uma atmosfera mágica e festiva para essas celebrações do capitalismo.

Moldadas a partir do formato experimentado em feiras populares do século XVIII, as exposições universais caminharam do regional ao internacional, passando pelo nacional. As que floresceram a partir de 1851, quando foi realizada a primeira em Londres, celebravam a indústria e os avanços tecnológicos, bem como buscavam legitimar e justificar o colonialismo europeu. Além disso, estas funcionavam como gigantescas enciclopédias, cuja maioria das páginas tratava de novidades e curiosidades. Com seu enorme público, deram início à era dos espetáculos de massa.

Ano	País	Número de visitantes	Número de expositores	Superfície da Exposição
1851	Londres	6.039.195	13.937	8,4 hectares
1855	Paris	5.162.330	20.839	9,9 hectares
1862	Londres	6.211.103	28.653	9,5 hectares
1867	Paris	11.000.000	43.217	14,9 hectares
1873	Viena	7.254.687	25.760	16,2 hectares
1876	Filadélfia	10.165.000	60.000	30,3 hectares
1878	Paris	16.032.725		22,5 hectares
1889	Paris	32.250.297	61.722	21,2 hectares
1893	Chicago	27.329.000		81,0 hectares

1900	Paris	50.800.801	46,0 hectares
------	-------	------------	---------------

Fonte: PLUM, 1979, p. 61

Além de terem sido, segundo o pesquisador Maurice Roche (2000), um meio cultural novo e poderoso para transmitir informações e valores, o impacto das exposições vinha também da sua natureza massiva. A primeira versão atraiu mais de seis milhões de visitantes e foi, até então, a maior mobilização pacífica de pessoas fora de um período de guerras. O autor destaca também a cenografia e o conteúdo espetaculares. Celebrava-se o avanço da civilização (ROCHE, 2000). As exposições universais atuavam como feiras de comércio e indústria, imensas vitrines para os mais diversos temas, grandes escolas e laboratórios com um gigantesco potencial didático, espaços de lazer efervescentes e, principalmente, como mídia. Com todo esse suporte, eram excelentes centros de celebração do capital.

MEGAEVENTOS

A pesquisadora italiana Roberta Sassatelli (2004, p. 11) defende que o nosso cotidiano se divide entre o tempo do trabalho e o tempo do consumo, ou seja, quando não estamos trabalhando estamos sempre realizando algum tipo de consumo, não importa o que estejamos fazendo. Assim, se “[...] nascemos para consumir, é verdade também que consumir significa culturalmente e implica praticamente muito mais do que satisfazer as próprias necessidades cotidianas mediante mercadorias”^[85] (SASSATELLI, 2004, p. 16, tradução nossa). Para a autora, consumir é “[...] uma prática social e cultural complexa”^[86] (SASSATELLI, 2004, p. 16, tradução nossa). Consequentemente, organizar e oferecer as mercadorias para suprir estes desejos assume contornos também complexos. É para preencher este espaço de tempo, dedicado ao consumo, que florescem as exposições universais, megaeventos modernos multifacetados, que, desde o início, converteram-se em “lugares de peregrinação ao fetiche da mercadoria” (BENJAMIN, 2006, p. 57).

Mesmo provocando enorme impacto urbano, promovendo grandes alterações no cotidiano das cidades, interferindo no imaginário das pessoas e podendo se converter na centelha de movimentos sociais^[87], ainda não há consenso sobre o que é um megaevento. Pesquisadores de todo o mundo e de diversas áreas se debruçam sobre este tema, mas não há unanimidade, já que cada autor leva em conta o contexto de seu país ao elaborar conceitos e tipologias e o que é megaevento em um país pode não ser no país vizinho. Para Freitas (2011), por exemplo, um megaevento não se restringe ao tempo de duração, ou seja, tem início antes e termina após o encerramento. Isso seria explicado por conta das reverberações que envolvem a

sociedade na qual o certame se insere, sugestionando o conceito de fato social de Durkheim^[88].

Para a escritora Malena Contrera (2008), um megaevento é “o espetáculo de massa, tem como cenário a cidade moderna e, principalmente, como berço de nascimento a metrópole e, posteriormente, a megalópole. O megaevento vem compor o espetáculo urbano”. Se isso é fato, ambos parecem determinantemente interconectados ou, como afirma Freitas (2008), os megaeventos fazem parte do imaginário urbano, redesenhando a cidade e inscrevendo-se na vida cotidiana. Esse estar presente na vida do dia a dia contribui para que a cidade seja suporte comunicacional para a publicidade e para o *marketing*, potencializando negócios em diversos segmentos.

Philippe Bovy (2009), ao conceituar megaeventos, não se detém no número de participantes nem no seu impacto na mídia, mas dá especial destaque ao aparato que estes requerem. Para o pesquisador, megaeventos são eventos temporários, com duração de dois dias a seis meses, que pressionam a logística da cidade, “como transporte, aeroportos, energia, acomodações, segurança, hospitalidade global, imagem da Cidade [...]”, estando, além disso, sujeitos a uma grande cobertura midiática em nível mundial. Assim, as sedes convertem-se em cidades mundiais e exigem que todas as estruturas efêmeras sejam entregues a tempo, sem possibilidade de adiamento (BOVY, 2009, p. 8-9).

Nosso levantamento bibliográfico e documental sinaliza que as Exposições Universais, ainda no século XIX, ao atraírem milhões de visitantes para conhecerem outros mundos, tecnologias e produtos, ofertaram o modelo dos megaeventos contemporâneos. Todavia, se nos eventos promovidos pelos governos temos um dos focos principais na construção e fortalecimento da marca-país, encontramos naqueles oriundos da iniciativa privada a pretensão de se lançar ou ampliar outros produtos, como é o caso do Rock in Rio. Acreditamos que, desde o seu surgimento, as ações de *branding* sempre caracterizaram os megaeventos.

A partir das transformações ocorridas em Barcelona, na Espanha, que renasceu ao sediar os Jogos Olímpicos de 1992, países entraram em disputa para sediar megaeventos, como Olimpíadas e Copa do Mundo. Além de oxigenar a economia e possibilitar a recuperação de áreas degradadas das cidades, objetiva-se o fortalecimento da marca-país. Simon Butt (2010), entretanto, a partir de declarações de pesquisadores do *DeHaan Institute* da Universidade de Nottingham, ressalta possibilidades de erros e acertos dos países que sediam megaeventos, os quais nem sempre serão um sucesso. Para ele, os megaeventos impulsionam o desenvolvimento local, proporcionam novos fluxos de receita, *branding*, inovação e empreendimentos; no entanto, devem ser levados em consideração o aumento do gasto e os impactos na gestão e no meio ambiente. O texto de Butt (2010) destaca que megaeventos só

trazem soluções para as cidades/países sedes se fizerem parte de uma estratégia a longo prazo, não havendo soluções rápidas, ou seja, eles não têm o condão de mudar a realidade se não fizerem parte de um projeto amplo de reformas urbanas e sociais. Butt (2010) ainda salienta o grave problema dos mesmos erros se repetirem em eventos consecutivos, já que dados reais sobre megaeventos não costumam ser revelados e partilhados pelos estados que os promovem. Desse modo, corre-se o risco de que graves equívocos se perpetuem em eventos sucessivos e de um mesmo tipo.

Outro ponto a ser destacado é a dependência do apoio governamental, já que não é possível a realização de um megaevento sem respaldo oficial. Para Philippe Bovy (2011), que pesquisa megaeventos e planejamentos de transporte, as grandes intervenções do setor público destinam-se ao desenvolvimento de infraestrutura para o esporte e grandes investimentos no sistema de transporte. Para operacionalizar megaeventos, os dois mais importantes pesos para o setor público são o transporte e a segurança. O autor enumera questões que dependem do poder público:

- Apoio governamental geral (vistos, legislação trabalhista...)
- Aeroporto e Transporte Urbano
- Segurança em todas as escalas
- Projetos de instalações esportivas e de treinamento
- Projetos de instalações não esportivas tais como a Vila Olímpica, IBC/MPC, a Vila de Mídia, etc.
- Saúde, serviços médicos
- Proteção ambiental e sustentabilidade (BOVY, 2009, p. 15).

Mesmo cercados de polêmicas, estes eventos atraem públicos gigantescos e crescentes e, embora concebidos para o consumo de ideologias e produtos, tomam forma movidos pelo desejo de estar-junto (MAFFESOLI, 2010). Ao fraturarem o tempo e abrirem-se ao sensível aproximam-se da experiência descrita pelo sociólogo Maurice Roche de “viver” um megaevento:

[...] eles prometem modernidade, a ocorrência (e, ironicamente, também o controle) de carisma e aura em um mundo muitas vezes aparecendo como excessivamente racionalista e desprovido de dimensões, além do mundo da vida cotidiana e sua mundanidade. Além disso, em seu calendário e ciclos, megaeventos ofertam modernidade, uma visão de previsibilidade e controle sobre o tempo, sobre o ritmo e sobre a direção da mudança, num mundo onde as transformações sociais, tecnológicas, ecológicas e outras, muitas vezes, podem parecer “fora de controle” – imprevisíveis, muito rápidas para se adaptar, sem propósito e geralmente anômicas^[89] (ROCHE, 2000, p. 7-8, tradução nossa).

Ainda sobre as características destes agrupamentos, Le Breton (2009) discorre sobre o fato de haver lugares apropriados para a vivência das emoções, nos quais estas são toleradas sem interferência, citando os espaços sociais que “acolhem a expressão de sentimentos que não

poderiam ser abertamente vividos em outros lugares” (LE BRETON, 2009, p. 148). O autor ainda destaca as representações teatrais e os estádios esportivos como dispositivos que “encorajariam igualmente uma livre expressão da emoção” (2009, p. 148), como é o caso do nosso objeto de estudo. Le Breton (2009) destaca também que o indivíduo representará emoções muitas vezes fora de sintonia com o corpo, o que vai ao encontro e pode ser explicado pelo pensamento de Maffesoli, para quem “é próprio do espetáculo acentuar, diretamente, ou de maneira eufemística, a dimensão sensível, táctil da existência social” (1998, p. 108). No Rock in Rio, estimula-se o consumo de experiências que transcendem o momento de realização do evento, ou seja, há estratégias que articulam, no presente, a próxima edição do festival, fortemente mediadas pelas interações dos fãs-consumidores e tecnologias. É um evento que explora ao máximo a “cultura digital”, colocando “à disposição do mercado toda uma gama de processos interativos” (CASTRO, 2012, p. 194), que envolvem o “consumidor como parceiro e fã de determinada marca, produto ou serviço” (ibid., p. 188), infiltrando essa marca, no caso o Rock in Rio, no cotidiano de tal forma que o contato com ela torna-se inevitável.

No entanto, o fascínio pela possibilidade de experimentar outros mundos e sensações que atrai milhares de pessoas é apenas parte da motivação dos promotores desses eventos. Ao tratar das exposições universais, Roche (2000, p. 44) afirma que os governos nacionais acreditavam que as exposições, se tivessem sucesso, ofereceriam uma plataforma para a projeção internacional de imagens positivas das nações. Mesmo tratando-se de megaeventos esportivos, Burbank et al. (2001, p. 33) também compartilham dessa mesma ideia ao afirmarem que certames esportivos internacionais são importantes atrações turísticas, e a cobertura televisiva global significa que um evento pode representar uma vitrine para a cidade ou país sede.

O jornalista Jordan Bintliffe produziu para a revista inglesa *World Finance* uma análise interessante sobre as exposições universais a qual, acreditamos, pode ser utilizada para o estudo de outros megaeventos. Para ele, as exposições de 1851-1938 fizeram parte da corrida para a industrialização e agiram como uma plataforma para divulgação de novas invenções e descobertas. O período entre 1939 e 1987 viu a era do intercâmbio cultural e uma série de exposições que tentaram lidar com as questões do mundo. Estes foram tempos de forte vibração utópica nos corações, assim como de abordagem de temas humanitários, tais como progresso e harmonia para a humanidade ou paz por meio da compreensão. Com o aumento da facilidade de comunicação, as exposições mundiais gradualmente afastaram-se da exibição de novas tecnologias. A Expo 1988 viu o início de uma nova era, que ainda está presente hoje: a “marca-país” (BINTCLIFFE, 2012, tradução nossa). Embora o texto de Bintliffe considere que somente durante os últimos anos a marca-país tornou-se o foco principal de megaeventos, acreditamos que as exposições universais sempre tiveram o papel de energizá-las, fosse por

meio do impacto provocado pela cidade-sede ou pelo fato de algum país participante assombrar o público com suas invenções, descobertas ou estilo de vida.

O ROCK IN RIO

Embora as obras que tratem da história do festival (CARNEIRO, 2011; CASTRO, 2010) não confirmem e optem por romancear o ímpeto do empresário Ricardo Medina ao criar o Rock in Rio, ele declarou em entrevista (MEDINA, 2003) que o megaevento surgiu como uma campanha publicitária para divulgar uma nova marca de cerveja entre os jovens, utilizando uma estratégia que se distanciava dos moldes da propaganda convencional. De acordo com o publicitário e idealizador do projeto, para quem a propaganda sozinha funciona cada vez menos, este tipo de integração é necessária:

A Brahma queria rejuvenescer a marca da Brahma Chopp, que andava caída. Propusemos lançar uma cerveja, focada no público mais jovem, e assinar “qualidade Brahma”. Assim, os atributos de modernidade seriam transferidos de forma mais natural. Lançamos a Malt 90, que chegou a ter 14% de mercado, um tremendo sucesso. Com essa performance, nos habilitamos para propor a realização do Rock in Rio, que representava uma loucura total desde sua concepção. [...] Colocamos 1.380.000 pessoas no evento, um milhão a mais que Woodstock, até então o maior evento do gênero no mundo. (MEDINA, 2003).

Mesmo antes de acontecer, o Rock in Rio já dava sinais de que seria mais do que uma campanha publicitária. Embora a Malt 90 tenha abandonado temporariamente o projeto, os artistas internacionais estivessem desacreditados em relação à organização de shows no Brasil e o então governador Leonel Brizola ter proibido a construção da Cidade do Rock – tendo sido necessária a interferência do político Tancredo Neves para que a obra fosse liberada – o projeto já estava lançado e o megaevento concretizou-se.

Já na edição de estreia, em 1985, o Rock in Rio trouxe “pela primeira vez ao Brasil astros do pop e do rock de renome internacional, além de ter ajudado a consolidar a carreira de bandas nacionais [...]” (FREITAS et al, 2012). Curiosamente, mesmo com o investimento milionário em publicidade, a cerveja não agradou e deixou de ser fabricada. Mesmo assim, o festival “tornou-se um *case*^[90] sem igual na história da música em todo o mundo” (SALVI, 2012).

A partir da primeira edição, com intervalos de alguns anos, o festival vem sendo realizado não só no Rio de Janeiro, cidade que deu nome ao festival, mas em outros lugares:

Cidade	Ano de realização	Próxima edição:

Rio de Janeiro	1985, 1991, 2001, 2011, 2013, 2015, 2017	2019
Lisboa	2004, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016	2018
Madri	2008, 2010 e 2012	-
Las Vegas	2015	-

Fonte: levantamento dos autores.

Além do histórico e da programação para um futuro próximo, existem negociações para que o festival aconteça também em outras partes do globo. Segundo declaração de Medina ao jornal espanhol *El País*, “um festival no Oriente Médio é meu novo objetivo” (MEDINA in ANDREU, 2012). Em 2015, quando o festival completou 30 anos, aconteceram edições no Rio de Janeiro e em Las Vegas (EUA).

De acordo com Medina (2011), “[...] no primeiro Rock in Rio, a marca não tinha valor. Era só um sonho, uma aventura. Acho que só começou a ganhar valor a partir de 1991”. Segundo ele, uma “marca só existe quando se repete um projeto”. Se durante a primeira edição do festival, a lanchonete McDonald’s entrou para o “*Guinness Book* com um recorde de 58 mil hambúrgueres vendidos em apenas um dia” (LEVIN, 2012), em 2012, durante o *esquenta* para o Rock in Rio 2013, foram vendidos em apenas 52 minutos, pela internet, todos os 80 mil Rio Cards, ingressos que dão direito a assistir um dia do festival. (MONTEIRO, 2012). O sucesso da venda prévia confirmou-se em abril de 2013, quando esgotaram em quatro horas os 455 mil ingressos colocados à venda para os sete dias do festival. Durante a edição do Rock in Rio 2011, Medina avaliou o valor da marca em cerca de 150 milhões de euros.

O empresário trabalha para que o Rock in Rio se converta em uma *lovemark*, que, segundo Roberts (2005), é uma marca mais poderosa do que a “marca” tradicional, já que conquista o “amor” e o “respeito” dos consumidores. Segundo ele, “as emoções são uma ótima opção para estabelecer contato com os consumidores” (ROBERTS, 2005, p. 57). Para que uma marca seja a “marca do coração” do público, Roberts exalta a importância das experiências multissensoriais para moldar identificação nos consumidores.

Lovemarks [...] serão marcas e empresas que criam conexões emocionais genuínas com as comunidades e redes com as quais se relacionam. Isso significa tornar-se próximo e pessoal. E ninguém vai deixar você se aproximar o suficiente para tocá-lo, a menos que respeite o que você faz ou quem você é [...] (ROBERTS, 2005, p. 60).

No caso do Rock in Rio, que se propõe a ser uma plataforma comunicacional, as experiências multissensoriais sugeridas por Roberts não têm faltado, indicando que a marca trabalha para se converter em uma *lovemark*, como o programa de televisão *American Idol* e a Coca-Cola (JENKINS, 2009, p. 108). A plataforma, ou multiplataforma, do Rock in Rio na

internet converteu-se em um universo de possibilidades *online* e *offline*, as quais, além de abrir as portas para aproximação entre fãs-consumidores, produtores e produtos, possibilitam viajar no universo virtual da Cidade do Rock ou comprar um ingresso para conhecê-la ao vivo. E o número de produtos da marca não para de crescer. Para a edição de 2013, Penteado (2013) já sinalizava que “o Rock in Rio espera ultrapassar a marca de 600 produtos licenciados, quase o dobro do volume licenciado no festival de 2011 [...] retorno de R\$ 3,1 bilhões”. Em 2017, segundo o site do Rock in Rio, o número de produtos licenciados chegou a 700, estabelecendo um novo recorde.

A partir da edição de 2013, os fãs-consumidores puderam vestir-se, alimentar-se, passear e, principalmente, divertir-se com os produtos da marca, que, além do festival e do musical, tem planos de chegar ao cinema. Na edição de 2017, outra novidade: o Rock in Rio foi realizado no Parque Olímpico da Barra da Tijuca, onde foram disputadas 16 modalidades esportivas nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, em 2016.

O ESPETÁCULO CONVERTIDO EM MÍDIA

O nome Rock in Rio, inicialmente apenas o título de um festival de música, desde a edição de estreia, vem se consolidando e se desdobrando em múltiplos produtos. Sobre o vigor mercantil do festival, que também tenta tomar para si o *ethos* contracultural de Woodstock, o empresário Roberto Medina declarou ao repórter Jeronimo Andreu, do jornal El País: “Algumas pessoas criticam o meu festival dizendo que parece um shopping. E é verdade: esta é a evolução do shopping, porque 50% das pessoas que vão a um shopping center é pela socialização: pela experiência.” (MEDINA apud ANDREU, 2012, tradução nossa)^[91] e reafirmou que o festival é também “a festa dos patrocinadores” (MEDINA apud ANDREU, 2012, tradução nossa)^[92], o que reforça a essência midiática do evento, ou melhor, representa um potencial de investimento para os patrocinadores pelo fato de que o Rock in Rio tem sido planejado como um evento no qual a experiência parece ser o ingrediente fundamental.

Mesmo com tratamento diferenciado para as marcas patrocinadoras, o Rock in Rio investe pesado também na sedução das massas. Segundo o organizador, o festival foi o primeiro a iluminar o público com a mesma intensidade que ilumina o palco, já que “As pessoas também são o show” (MEDINA apud ANDREU, 2012, tradução nossa)^[93]. Mesmo sabendo que a mídia não consegue fabricar e controlar “os gostos e as reações do público” (LIPOVESTKY, 2004, p. 81), a capacidade da marca Rock in Rio de reunir milhares de pessoas onde quer que a Cidade do Rock materialize-se, ainda que seja no universo virtual, transforma-a em um fenômeno. Imantada pelo vigor juvenil e pela aura de rebeldia atribuídos

aos festivais de Rock americanos das décadas de 1960 e 1970, a plataforma da marca Rock in Rio se fortalece. Em entrevista ao Sapo, portal português de notícias, Roberta Medina, vice-presidente do Rock in Rio, revelou que faz parte do projeto da marca a criação de uma emissora de rádio e de uma televisão (MEDINA, 2011). Mas nós acreditamos que, mesmo antes da criação destes veículos, os produtos da marca se converteram em mídia, entendida a partir do conceito do professor Venício Lima:

A mídia, [...] será aqui entendida como o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Vale dizer que a instituição mídia implica sempre a existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize. A comunicação passa, portanto, a ser uma comunicação midiaticizada. (LIMA, 2003, p. 50).

Sobre este amplo leque de possibilidades dos megaeventos contemporâneos, o professor Maurice Roche (2000, p. 45), ao tratar das exposições universais, ressaltou que uma grande parte da emoção, da atração e do espetáculo das exposições é derivada do próprio meio, ou seja, dos principais edifícios, da arquitetura local, juntamente com as grandes reuniões pacíficas de pessoas em uma escala sem precedentes históricos fora de mobilizações de massas para a guerra, ou seja, a afirmação de McLuhan de que “o meio é a mensagem” (1967) se aplica às exposições.

Consideramos que a reflexão de Maurice Roche (2000), a partir das ideias de Marshall McLuhan, vem ao encontro da nossa proposta do Rock in Rio convertido em mídia, já que o impacto do megaevento é tão grande que o meio torna-se a principal mensagem. Consideramos que o fracasso de algumas marcas que patrocinaram o festival, como o portal americano AOL, que chegou a retirar-se do país, confirma nosso argumento, já que ao mesmo tempo a marca Rock in Rio se fortalecia, sempre retroalimentando-se e autorreferenciando-se a cada edição do espetáculo.

Quer seja no palco do festival ou no do musical^[94] que conta a história dele, quer seja no portal da internet, nos anúncios que mascaram a face da cidade, ou, ainda, nas aparições sutis da marca unindo campanhas educativas ou empresariais, o Rock in Rio, como mídia, está sempre mediando a prática comunicacional entre produto e consumidores. Ainda que a marca esteja sempre colada a estes produtos, o meio, afinal, não é a mensagem?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisadora Roberta Sassatelli salienta que o consumo concentra-se nos espaços dedicados ao lazer onde existem regras próprias que favorecem as interações, como, acreditamos, acontece no Rock in Rio. Além disso, o tempo livre torna-se cada vez mais

organizado e estruturado pelas indústrias de lazer e entretenimento (SASSATELLI, 2004, p. 199-203, tradução nossa). O rádio, a televisão e os impressos já haviam conquistado espaço nos lares quando a internet chegou com as suas plataformas repletas de possibilidades transmidiáticas. As casas, cada vez mais, tornaram-se espaços de consumo. As ideias de Sassatelli (2004) dialogam com o texto a “A metrópole e a vida mental” de George Simmel (1973, apud VELHO, 1973, p. 17), que trata a atitude *blasé* do homem metropolitano como uma reação ao ritmo da vida nas grandes cidades, principalmente aos apelos crescentes do consumo, os quais pressionam o indivíduo até a apatia. Surge, então, o espaço para a marca Rock in Rio. As velhas mídias (rádio, televisão e cinema) têm dificuldade para surpreender e encantar o público, utilizando formatos e espaços já explorados ao extremo. Quando toma forma uma edição do megaevento Rock in Rio e fratura o ritmo da vida na metrópole, espalhando-se em todos os seus universos, inclusive nas velhas mídias, atraindo o interesse do público, é este veículo que se torna o mais eficiente meio para transmitir mensagens ideológicas ou publicitárias, já que, travestido de entretenimento, o Rock in Rio é um megabazar que oferece experiências multissensoriais e onde pululam os afetos.

O festival de música, cujo *branding* vale-se de uma poderosa estratégia de *marketing* e publicidade em nível internacional, invade todos esses espaços da vida social, pública ou privada. As ações para criar uma “marca do coração” (ROBERTS, 2005) brasileira, sem fronteiras, desdobram-se a todo momento em novos suportes e composições midiáticas. A capacidade de mobilização massiva de alguns produtos, como o festival e o portal, os habilita a se converter em potentes veículos de comunicação. Em 2013, por exemplo, a serviço do Reino Unido, que pretende dobrar o número de jovens brasileiros que visitam o país, o Rock in Rio tornou a chamada “Rock Street” um espaço temático da cultura britânica com direito a *covers* dos Beatles, com “John Lennon incorporado por uma estátua viva, músicos interpretando clássicos do rock inglês, bandas de música irlandesas e malabaristas punk, assim como acrobatas, mágicos e cartomantes” (ASTUTO, 2013a). De acordo com a Revista Época, no ano de 2013 o festival totalizou 7 milhões de espectadores, contando com quase dez milhões de seguidores nas redes sociais (ASTUTO, 2013b).

Convertido em mídia, ou em forma de vida (SODRÉ, 2001, p. 16), o megaevento passa a ser habitado e experienciado. Tais características dos megaeventos se manifestaram desde as primeiras exposições universais, que foram mídia interativa e tinham três dimensões, em uma época (século XIX) em que o rádio e a televisão não existiam e o cinema ainda dava seus primeiros passos. Portanto, originário desta matriz, é natural que Rock in Rio também funcione como mídia, só que amplificada pelas reverberações tecnológicas dos novos e antigos meios de comunicação, a serviço do entretenimento e dos afetos, nos mais variados suportes. Como afirmou Muniz Sodré^[95], a comunicação que mediatiza todas as relações humanas, começa em qualquer lugar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDREU, J. Más grande que el rock. **El País**, Madri. 30 jun. 2012. Disponível em: <http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/06/22/madrid/1340396002_972100.html>. Acesso em: 01 jul. 2013.
- ASTUTO, B. Reino Unido fará campanha de turismo no Rock in Rio. **Época**. 2013a. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2013/08/numeros-do-brock-riob-nas-redes-sociais-impresionam.html>>. Acesso em: 10 ago. 2013.
- _____. Números do Rock in Rio nas redes sociais impressionam. **Época**. 2013b. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2013/08/numeros-do-brock-riob-nas-redes-sociais-impresionam.html>>. Acesso em: 10 ago. 2013.
- BENJAMIN, W. **Passagens**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- BINTCLIFFE, J. **Countries turn to “expos” to attract growth**. 2012. Disponível em: <www.worldfinance.com/inward-investment/out-of-this-world>. Acesso em: 15 mai. 2013.
- BOVY, P. **Megaeventos: catalisadores para transporte mais sustentável nas Cidades**. 2009. Disponível em: <<http://www.mobility-bovy.ch/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.
- _____. **Mega-event organization and bidding: the case of transport**. 2011. Disponível em: <<http://www.mobility-bovy.ch/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.
- BURBANK, M. J.; ANDRANOVICH, G. D.; HEYING, C. H. **Olympic Dreams: the impact of mega-events on local politics**. Boulder, CO: Lynne Rienner, 2001.
- BUTT, S. **“Mega events” research leads to global website**. 2010. Disponível em: <<http://www.nottingham.ac.uk/news/pressreleases/2010/june/megaevents.aspx>>. Acesso em: 1 jul. 2013.
- CARNEIRO, L. F. **Rock in Rio: a história do maior festival de música do mundo**. São Paulo: Globo, 2011.
- CASTRO, C. **Metendo o pé na lama: os bastidores do Rock in Rio de 1985**. Rio de Janeiro: Tinta Negra Bazar Editorial, 2010.
- CASTRO, G. G. S. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã. In: ROCHA, R. de M.; CASAQUI, V. (Orgs.). **Estéticas Midiáticas e Narrativas do Consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- CONTRERA, M.; MORO, M. Vertigem mediática nos megaeventos musicais. **E-compós**, Brasília, v. 11, n. 1, jan./abr. 2008. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/221/262>>. Acesso em: 10 dez. 2012.
- FREITAS, R. F. Folia, mediações e megaeventos: breve estudo das representações do carnaval nos jornais cariocas. **E-compós**, Brasília, v. 11, n. 1, jan./abr. 2008. Disponível em: <www3.usp.br/rumores/artigos2.asp?cod_atual=242>. Acesso em: 1 jan. 2013.
- _____. **Rio de Janeiro, lugar de eventos, das exposições do início do século XX aos megaeventos contemporâneos**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação em contextos organizacionais” do XX Encontro da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, jun. 2011.
- _____; ELIAS, R. V.; AZEVEDO, E. C. de. **Sexo, drogas e Rock in Rio: um estudo sobre campanhas de prevenção em megaeventos**. Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <<http://www.compos.org.br>>. Acesso em: 15 ago. 2012.
- _____; LINS, F. Rock in Rio: o megaevento como plataforma transmídia. In: NOVELLI, A. L.; MOURA, C. P. de.; CURVELLO, J. J. A. (Orgs.). **ABRAPCORP 2013: teorias e métodos de pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas: entre a tradição e a inovação**. Porto Alegre: Edipucrs, 2013. p. 227-249.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LE BRETON, D. Antropologia das emoções. In: _____. **Paixões Ordinárias: antropologia das emoções**. Rio de Janeiro, Vozes, 2009. p. 111-177.

- LEVIN, T. A marca merece. **Portal meio&mensagem**, Rio de Janeiro, out. 2012. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/meio_e_mensagem/blog-da-redacao/2012/10/17/A-marca-merece.html>. Acesso em: 10 out. 2012.
- LIMA, V. A. **Sete teses sobre a relação Mídia e Política**. Mimeo, 2003.
- LIPOVETSKY, G. **Metamorfoses da cultura liberal: ética, mídia, empresa**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- _____. Cultura e Comunicação Juvenis. 2005. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 11-27, jul. 2005.
- _____. **No fundo das aparências**. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- MARTÍN-BARBERO, J. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, S. H. S.; FREIRE FILHO, J. (Orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 9-32.
- MCLUHAN, M. O meio é a mensagem. In: _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1967. p. 21-37.
- MEDINA, R. **Roberto Medina**: entrevista concedida ao site Portal da Propaganda. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <http://www.portaldapropaganda.com/comunicacao/entrevista/2003/02/0001/index_html?pagina=4>. Acesso em: 20 out. 2012.
- MEDINA, R. **Roberta Medina**: entrevista concedida a Catarina Madeira do portal Sapo. Lisboa, 2011. Disponível em: <http://economico.sapo.pt/noticias/o-objectivo-e-fazer-a-maior-marca-de-musica-do-mundo_123468.html>. Acesso em: 20 jul. 2013.
- MEDINA, R. **Roberto Medina**: entrevista ao jornal Extra. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/rock-in-rio/medina-fala-da-decepcao-com-elton-john-axl-rose-adianta-atraco-es-para-proximo-rock-in-rio-2736965.html#axzz2COdqwodM>>. Acesso em: 20 out. 2012.
- MONTEIRO, P. Rock in Rio ganhará musical que estreará em novembro. **Portal PS**, São Paulo, out. 2012. Disponível em: <<http://portalps.virgula.uol.com.br/noticias/tambem-no-teatro/15466/rock-in-rio-ganhara-musical-que-estreia-em-novembro.html>>. Acesso: 10 out. 2012.
- PENTEADO, C. **Rock in rio licencia 600 produtos**. 2013. Disponível em: <http://www.jcom.com.br/colunas/145145/Claudia_Penteado_Rock_in_Rio_licencia_600_produtos>. Acesso em: 20 ago. 2013.
- PLUM, W. **Exposições Mundiais no Século XIX: Espetáculos da Transformação Sócio-Cultural**. Bonn: Friedrich Ebert Stiftung, 1979.
- RIO na era de ouro. **O Globo**, Rio de Janeiro, 1 jan. 2013.
- ROBERTS, K. **Lovemarks: o futuro além das marcas**. São Paulo: M. Books, 2005.
- ROCHE, M. **Mega-events modernity: olympics and expos in the growth of global culture**. Londres: Routledge, 2000.
- SALVI, R. de. A regra é ousar. **Revista Propaganda**, 2012. Disponível em: <<http://www.revistapropaganda.com.br/materia.aspx?m=1009>>. Acesso em: 20 dez. 2012.
- SASSATELLI, R. **Consumo, cultura e società**. Bolonha: Il Mulino, 2004.
- SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. p.11-25.
- SODRÉ, M. O objeto da comunicação é a vinculação social. **Pensamento Comunicacional Latino Americano**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 1-6, out-nov-dez. 2001. Entrevista concedida a Desirée Rabelo.

A ordem normativa da biomedicina no corpo do homem a partir da revista Men's Health

**Roberto Carvalho Alves Filho
Francisco Romão Ferreira
Cristiane Marques Seixas
Shirley Donizete Prado**

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Cada época imprime no corpo a sua marca, o que tem efeitos na construção identitária. Na atualidade, investigar o lugar do homem é uma tarefa necessária e passa por entender as mudanças na concepção do corpo em nossa cultura. A partir do final do século XX surge na sociedade brasileira a ideia de um “novo homem”, propagando em diversas mídias um novo modelo a ser seguido. Segundo esse modelo, o homem deveria ter mais cuidado com a pele, os cabelos, o vestuário, além de afrouxar o estilo “machão” tradicionalmente reconhecido (RIBEIRO; RUSSO, 2014). É possível perceber nesses movimentos de publicidade e mercado uma tentativa de criar um modelo de corpo ideal, uma imagem de um corpo perfeito, musculoso e viril, adaptável ao desejo do consumidor, modelado pelas estratégias do mercado e construído a partir do discurso pretensamente científico.

No entanto, o corpo não é apenas uma matéria modelável feita de carne e ossos, um simples organismo biológico com seus órgãos e sistemas; este é, também, construído na cultura e pelos discursos presentes na sociedade, em uma articulação sócio-histórica ininterrupta e transitória. Os corpos dos filósofos estoicos gregos, dos pensadores católicos medievais, do humanismo renascentista, do mecanicismo de Descartes, dos afetos de Espinosa, dos enciclopedistas do iluminismo e das teorias evolucionistas de Darwin,

decididamente, não são os mesmos. Temos vários corpos dependendo da época e dos discursos que os criaram, o que nos permite percorrer diferentes construções subjetivas decorrentes dessas distintas concepções instituídas a cada diferente momento.

O corpo, portanto, pode ser pensado como um conceito, um constructo do pensamento científico que atualiza seus discursos, seus pontos de vista e sua epistemologia. O conceito é a base do discurso, é o seu “núcleo duro”, pois formula um mundo possível, uma realidade própria construída, um “discurso legítimo” cientificamente demonstrado. Pensar o corpo é, ainda, refletir sobre os sentidos presentes nas relações sociais, os modos como os corpos são apresentados pela mídia e pela publicidade, os significados criados pelo senso comum e reproduzidos pela e na sociedade, os modos de representação do corpo no campo científico e nos discursos que o constituem nas Ciências da Saúde, pois ao mesmo tempo em que o corpo que é natureza biológica, também é cultura, ou seja, um conjunto de significados criados segundo interesses específicos dos diferentes atores sociais que produzem discursos sobre o corpo.

A ciência é essencialmente discurso, um conjunto de proposições articuladas sistematicamente. Trata-se, contudo, de um tipo específico de discurso: aquele que tem a pretensão de verdade. Cabe enfatizar que a ciência não reproduz uma verdade; ela produz a sua verdade: aquela que lhe é mais conveniente. Neste sentido, o corpo não é apenas uma palavra oriunda das ciências biológicas; ele é também um conceito, uma denominação e uma definição. É um termo dotado de sentido capaz de interpretar observações e experiências (MACHADO, 1981). O conjunto dos discursos acerca do corpo constituem, então, um corpo teórico e, sendo assim, uma teoria é constituída por um conjunto coerente de conceitos, por um sistema conceitual. E, neste sistema, enquanto o conceito assinala a existência de uma questão, a formulação de um problema, a teoria apresenta determinada resposta, sugere uma solução.

Para Foucault (1999), da mesma forma, o corpo é atravessado por discursos, saberes, conceitos e teorias que o esquadriham e o enquadraram em um processo de docilização dos corpos e, simultaneamente, de esvaziamento da sua singularidade e potencialidade política. Cabe lembrar, também, que o corpo se configura como a primeira morada do indivíduo, mas a sua compreensão não deve reduzir-se apenas à perspectiva biológica ou individualizada. Quando este se vê como sujeito, o corpo é o intermediário, o que está “entre” o mundo externo e o interno. Deste modo, percebe-se a importância do corpo para o indivíduo e para a sociedade, surgindo desse modo as tensões que se estabelecem nessas relações.

O discurso sobre o corpo que aparece nas revistas masculinas traduz uma mistura de discurso publicitário, discurso científico, senso comum, *marketing* de produtos, bens e serviços e discurso médico especializado, enfim, uma miríade de conceitos e discursos prontos para

vender algo para o público leigo. Atualmente podemos perceber o corpo capturado também pela lógica do narcisismo, do hedonismo e do consumismo da fase atual do capitalismo globalizado o qual, apoiado por discursos ditos científicos, legitima os interesses em jogo. As teorias e conceitos que aparecem nas revistas, os discursos dos profissionais especializados e os consensos sugeridos pelo senso comum e apropriados pela linguagem jornalística e publicitária são, então, estratégias que atendem a interesses distintos. Portanto, perceber a construção dos discursos acerca do universo masculino em sua relação com saúde e alimentação, percebendo também as estratégias discursivas e os interesses dos agentes do discurso biomédico em relação com a publicidade é fundamental para compreender o *modus operandi* das formações discursivas que envolvem o corpo do homem.

Tomamos como referência empírica a revista *Men's Health*, que se destina ao público masculino e atua na produção de sentidos em todos os níveis. Os conceitos sobre o corpo do “novo homem” presentes na revista articulam-se e conectam-se a outros conceitos, nos permitindo acompanhar as mudanças na subjetividade e no corpo do homem na atualidade. No presente estudo, buscamos pensar a relação entre a construção da identidade masculina no universo urbano utilizando o alimento como fio condutor, mas sem perder de vista a construção da imagem corporal, além da medicalização da comida e da transformação do corpo em objeto em revistas voltadas para este público. Nosso interesse é de apresentar, de forma crítica, o modo como os homens são abordados em revistas como esta, perceber a construção da imagem corporal, a transformação da comida em objeto de consumo e distinção social e o processo de medicalização dos alimentos.

A CONSTRUÇÃO DO CORPO MASCULINO

As concepções de alimentação são componentes fundamentais no processo de construção biotecnocientífica do corpo e, cada vez mais, o público masculino se vê assediado pelos meios de comunicação de massa, pelos discursos dos especialistas e fornecedores de serviços, produtos, medicamentos e alimentos que proporcionam “uma melhor performance para a máquina”. Para Ferreira (2011), o corpo é construído socialmente, ele é fruto das disputas e relações sociais de cada sociedade. O corpo está na encruzilhada entre o natural e o biológico, entre a escolha individual e a social, pois os processos de subjetivação são construídos em relação direta com o corpo.

Marcel Mauss (2003), no seu famoso texto “As técnicas do corpo”, afirma que a cultura modela o corpo em suas diversas maneiras de andar, falar, gesticular, pular, saltar, dançar, rezar, dormir, sentar, rir, ficar de pé, colocar as mãos em repouso, ver, nascer e morrer. Por

outro lado, as regras, normas de conduta e convenções sociais ajustam o sujeito aos valores morais e estéticos dominantes, criando modos de distinção de classe, jogos de aparência, modos de sedução e erotização, acessórios para o consumo, roupas da moda, formas corporais, marcas de distinção social (BOURDIEU, 2008), modos (e modas) ligadas ao entretenimento físico, lazer, prazer e sexo. A cultura é uma segunda natureza que modela o corpo e nele inscreve seus códigos e valores (CHAUÍ, 2000).

Há muitos estudos acerca da imagem corporal feminina e relativamente poucos acerca desse tema e dos cuidados em saúde voltados para o universo masculino (GOMES, 2011). O mercado já percebeu esta lacuna e o direcionamento das revistas voltadas para o público masculino trabalha na construção dessa imagem apoiando-se muitas vezes no senso comum. A adaptação desse “novo homem” à lógica do consumo descartável de bens, produtos e serviços, assim como a construção de uma estética “metrossexual” confunde-se com o que se chama de cuidados com a saúde, não passando, na maioria das vezes, de cuidado com a forma física.

Este processo, no qual há valorização de parâmetros estéticos na definição das condições de saúde e ligação com a medicina estética, é chamado de “estetização da saúde” (FERREIRA, 2015) e aponta tanto o papel do corpo no meio social, quanto o processo de construção da identidade a partir de uma nova percepção do corpo na atualidade. Neste sentido, os cuidados com o corpo e com a aparência dele, o crescimento do mercado relativo às transformações corporais de natureza estética, a popularização das cirurgias plásticas e os problemas ocorridos neste setor colocam a estetização da saúde e as tentativas de metamorfose corporal como novas questões de Saúde Pública a serem discutidas e enfrentadas. Contribuem também para esta construção do “novo homem” as preocupações quanto à alimentação para construir um corpo tanto de acordo com os parâmetros estéticos, quanto saudável e forte.

Os cuidados com o corpo refletem a produção social de sentidos, assim como as formas de distinção social decorrentes do *habitus* de classe. O *habitus* é um conceito central na obra de Bourdieu (1989), pois ele estrutura a compreensão da sociedade e fornece a articulação entre o individual e o coletivo. Por meio da socialização são incorporados os *habitus* de classe, que produzem a filiação de classe dos indivíduos reproduzindo ao mesmo tempo a classe enquanto grupo que compartilha os mesmos *habitus*.

O corpo masculino tornou-se também um capital (FERREIRA, 2011). Ele é uma moeda que participa da economia do mercado das trocas afetivas, sexuais, conjugais, profissionais e até existenciais. Ele é condição necessária para ascensão social, felicidade e reconhecimento social, ocupando um lugar de destaque no processo de diferenciação progressiva e hierarquizada da vida social. Ele é uma forma de capital que define e é definido pelo meio social, por intermédio dele se produzem novos códigos e se reproduzem antigos códigos de valorização e *status*. Suas possibilidades estéticas permitem transitar por diferentes posições na

hierarquia social, alterando e definindo trajetórias afetivas, pessoais, profissionais ou sociais, criando novos espaços na ordem social e novas formas de distinção social, pois o corpo trabalhado possui *status* próprio, como se ele não dependesse da hierarquia, embora na verdade apenas reforce as novas formas de hierarquia (FERREIRA, 2011).

A DIMENSÃO ESTÉTICA CONVERSA COM A DIMENSÃO ÉTICA

A ideia de beleza jamais foi algo absoluto ou imutável. Suas mudanças de padrão na cultura ocidental estão em sincronia com outras mudanças ocorridas em diferentes áreas do conhecimento. Desde o seu nascimento, a Estética associa o belo ao bom e ao verdadeiro, notando-se que valores morais, éticos e até políticos influenciam no que é considerado belo. Os padrões de aferição da beleza do corpo humano estão inscritos na cultura e são influenciados por fatores que estão além da materialidade do corpo, o qual é apenas o suporte desses valores. Em outras palavras, ética, religião, política e cultura criam os parâmetros que dão substância à beleza do corpo.

A construção de sentidos sobre o corpo, entre gregos e latinos, está intimamente ligada à sua forma peculiar de pensar que se baseia na racionalidade e na harmonia. O pensamento grego, que concilia observação, crítica e reflexão, constrói um corpo humano, que é “a medida de todas as coisas” (PLATÃO, 2007), a partir da observação racional e da palavra falada, da linguagem. Essa racionalidade que se manifesta na fala e se inspira em uma linguagem matemática constrói um arcabouço intelectual e simbólico que transformará o corpo em objeto central da educação e da relação estreita entre ética e política.

O corpo perfeito, belo é o que concilia em si a harmonia do cosmos, é o corpo que não obedece à desmesura, já que o excesso leva ao desequilíbrio e se opõe ao ideal de harmonia matemática e disciplina do indivíduo. Assim, ter um corpo belo, um corpo são, depende, antes de tudo, de uma profunda serenidade em perfeita correspondência com a harmonia do universo. Este resulta, portanto, de um equilíbrio interior da paixão e da razão, segundo um domínio de si que sabe respeitar a medida, recusar o excesso, a *hybris* (BRAUNSTEIN; PEPIN, 1999).

Desta forma, desde os gregos, a Estética não está ligada apenas ao campo dos sentidos, das sensações corpóreas, ela está intimamente associada à ética, na medida em que o que é belo não pode ser ao mesmo tempo “mal” ou “falso”. Deste modo, a Estética antiga estabelece um diálogo com a lógica e a moral. A beleza do corpo não se limita ao visível e ao sensível, ela se curva aos valores e a um modo de pensar que está além do corpo, na racionalidade e busca pela harmonia.

Segundo Foucault (2004b), entre os gregos, a preocupação estética com o corpo assume uma dimensão bem mais ampla do que a pensada nos dias atuais em nossa sociedade. Para os gregos, cuidar de si é também o princípio de toda conduta racional, em toda forma de vida ativa que pretendesse efetivamente obedecer ao princípio da racionalidade moral. O cuidado de si mesmo, a *epiméleia heautoû*, é uma questão fundamental na relação entre o sujeito, a verdade e os valores sociais. Posteriormente, este preceito do cuidado de si foi sendo esquecido e desqualificado em nome de um outro conceito, “conhece-te a ti mesmo”, *gnôuthi seauton*, que teria entre as suas propriedades a de conduzir à verdade, e esse encontro com a verdade não aconteceria sem uma transformação ou conversão do sujeito.

A preocupação com o corpo transcende o cuidado individual, inscreve-se no interior de um projeto político e pedagógico, torna-se uma função que abarca toda a existência individual em sua relação com a vida social. Presente em diferentes exercícios, práticas filosóficas ou espirituais, o cuidado de si aparece como forma de ocupar-se consigo mesmo, recolher-se em si, ter cuidados consigo, retirar-se em si mesmo, sentir prazer em si mesmo, buscar deleite somente em si, permanecer na companhia de si mesmo, ser amigo de si mesmo, estar em si como em uma fortaleza, cuidar-se, respeitar-se, etc. (FOUCAULT, 2004a).

Ocupar-se consigo denota a capacidade de se auto governar para poder agir com relação ao outro, ou então, governar os outros. A purificação é o caminho para a verdade e, para tal, a alma deve estar em sintonia com o corpo. Para Platão, é preciso ocupar-se com a própria alma, pois o corpo é apenas um instrumento a serviço dela. A alma é um elemento que se serve do corpo, pois o próprio corpo não pode servir-se de si, quem articula as ações corporais, instrumentais e da linguagem é a alma, portanto, ela não é prisioneira do corpo, muito ao contrário. Mas, para exercer esse controle e para ocupar-se consigo é preciso se conhecer e aprender a se controlar. Neste sentido, o cuidado de si, os cuidados com o corpo, com causas de um adoecimento, com cuidados médicos, com dieta, com prazeres ou com a construção do sujeito se confundem, fazendo com que a dietética, aliada à econômica e à erótica, estejam entrelaçadas na constituição do sujeito. Cada uma dessas dimensões atua em seu campo de ação e aponta para os riscos, prazeres e perigos dos *afrodisia* (atos, gestos, contatos que proporcionam uma certa forma de prazer), constituindo os três grandes eixos dos cuidados de si que podem levar ao conhecimento e ao controle de si.

A dimensão econômica trata dos cuidados com a casa, a propriedade, as obrigações conjugais e sociais, a justiça, o cuidado e o respeito com o outro, os deveres privados do pai de família, do marido, do filho, do proprietário ou do senhor de escravos, ou seja, será colocada a questão da relação entre o cuidado de si e a atividade social. A dietética trata da dieta, do regime alimentar, dos prazeres não apenas com a comida como também com a bebida ou com os excessos. Já a erótica cuida de apetites, jogos amorosos e controle dos prazeres. Ela propõe uma reflexão acerca das regras de comportamento, dos tipos de atitude com relação aos

parceiros e consigo mesmo, julga as maneiras de fazer, os jogos de aproximação e sedução, o *status* dos parceiros, os códigos a serem respeitados, os atos proibidos e permitidos, as maneiras de ser e de se conduzir, os limites físicos do outro ou de si, além de analisar a questão da superioridade. Enfim, ela avalia os cuidados consigo mesmo e o controle de si. Desta forma, a dietética, a econômica e a erótica tornar-se-ão as formas capitais do cuidado de si e do regime geral da existência do corpo e da alma.

O corpo está no cruzamento, na interseção entre essas artes de conduzir a existência, fazendo com que pensar a alimentação, os exercícios físicos, a dieta e as relações amorosas, conjugais e sociais se dê em um mesmo quadro de referência perpassado pela autoridade, por um código de conduta rigoroso e obrigatório; mas, ao mesmo tempo, com a liberdade de cada um de estabelecer seus limites, suas medidas e a direção de seus afetos. Essa ética que relaciona as relações complexas entre o amor, a renúncia aos prazeres e o acesso à verdade, conciliando dietética, econômica e erótica, cria um arranjo singular entre conduta moral, vida pública e cuidados com o corpo. Ou seja, a ética e a estética da existência vinculadas à política e ao pensamento da vida social.

Da mesma maneira que o corpo figura nas relações sociais, carregado do simbolismo que lhe é agregado, este também é objeto de poder. Segundo Foucault (2008), o poder disciplinar que se delineou a partir do final do século XVIII foi um elemento indispensável para o desenvolvimento do capitalismo, pois serviu para assegurar a inserção controlada dos corpos individuais no aparato produtivo e para ajustá-lo, transformando-o em instrumento útil aos interesses econômicos. Aos dispositivos disciplinares articulava-se um biopoder que visava controlar o corpo social que, dirigindo-se ampla e irrestritamente à espécie humana, escrutina todo fenômeno que subtrai sua força, não somente pelos dispositivos disciplinares que visam normalizar por meio de técnicas de individuação, comportamentos e condutas individuais, mas também por uma biopolítica disseminada na trama de instituições que se empenha em analisar dados populacionais, construindo estatísticas e parâmetros para o controle dos processos sociais (FOUCAULT, 2008).

A medicina, por seu turno, se estabelece como um saber-poder que incide ao mesmo tempo sobre o corpo e a população, sobre o organismo e os processos biológicos e que vai, portanto, ter feitos disciplinares e efeitos regulamentadores, gerando um aparato normativo que serve para controlar tanto o corpo individual que se quer disciplinar, quanto uma população que se quer regulamentar.

A medicina “começa a não ter domínio que lhe seja exterior” (FOUCAULT, 2011, p. 386). A medicina atual está em todo lugar e tem sempre uma palavra a dizer. Definir as normas de saúde e dos comportamentos saudáveis, obrigando os indivíduos a agir em conivência com essas normas, tornou-se, para além da simples função terapêutica, uma das

grandes atribuições do poder médico. A sociedade passa a regular-se, ordenar-se e condicionar-se de acordo com as normas que são determinadas por processos médicos.

Com o conceito de governamentalidade (FOUCAULT, 1999) pode-se entender que relações de saber-poder seriam as bases para a produção subjetiva. Quando Foucault (1999) nos apresenta o conceito de governamentalidade está dando continuidade no caminho aberto por ele para pensar o poder de forma mais ampla e suas intrínsecas relações com o saber. Segundo o autor, o que interessa é que o poder vai agir diretamente na existência do homem politicamente vivente, “quando a vida biologicamente considerada converte-se no verdadeiro objeto do governo” (CASTRO, 2009, p. 189). Neste sentido, o objeto concreto para esta subjetivação torna-se o corpo social e o individual.

Nesse contexto, a medicalização do social é pensada por Foucault (1999) como um processo amplo de normalização da população e do indivíduo, como o exercício moderno do poder. A “medicalização faz referência a esse processo que se caracteriza pela função política da medicina e pela extensão indefinida e sem limites da intervenção do saber médico” (CASTRO, 2009, p. 299), no qual a articulação entre poder-saber, indivíduo e sociedade, normal e patológico inscrevem-se como táticas tecnológicas dos processos de subjetivação. A subjetivação, para Foucault (1999), mostra-se em dois sentidos, um amplo e social para dar conta da normatização populacional e outro restrito que diz respeito ao sujeito, ressaltando que ambos os processos atuam integrados.

Se por um lado o corpo está presente no mercado como força de trabalho adaptada ao aparelho produtivo, por outro entra no mercado também como consumidor de saúde e a grande beneficiária deste processo é a indústria farmacêutica, à qual os próprios médicos estão submetidos. Os médicos passam a seguir as indicações, os estudos, as tecnologias desenvolvidas por essa indústria, tornando-se os principais representantes e distribuidores dos seus produtos. Da mesma forma, os discursos dos especialistas formados no campo da nutrição funcionam como argumentos de autoridade que legitimam o discurso biomédico hegemônico. As concepções de alimento e os argumentos utilizados por tais especialistas podem gerar desejos de consumir alimentos que permitem ao leitor alcançar os ideais estereotipados que naturalizam e restringem a saúde, limitando a própria amplitude da experiência humana e anulando, assim, a singularidade tão importante para a complexidade no ato de consumir alimentos.

Foucault (1999) percebe que no capitalismo o modelo repressivo não é eficaz e se os mecanismos de dominação fossem exercidos apenas de forma violenta eles não seriam eficazes. Os mecanismos de poder tornam-se mais sutis, naturais, agradáveis e desejados, ao mesmo tempo que se tornam produtores de saber e conhecimento, criando efeitos de poder. Produzem meios de controlar ideias, sentidos, conceitos e desejos e se reproduzem por meio

de micropoderes que se estendem sobre o social de modo descentralizado. A ordem normativa não pretende reprimir, punir ou proibir; ela quer ser aceita e disseminada. Sua tática é, portanto, convencer racionalmente, apresentando-se como uma escolha mais lúcida, racional, feita pelos indivíduos e não imposta a eles. E se antes o poder era repressivo e coercitivo, um imperativo social, hoje o poder é normativo, disciplinar, sutil e racional.

A IMAGEM DO CORPO MASCULINO NA REVISTA MEN'S HEALTH

A revista *Men's Health* tem uma boa vendagem no mercado, cerca de 80 mil exemplares por mês, e 294 mil leitores no Brasil. O seu público, dito pelo próprio editorial, corresponde aos homens heterossexuais. Ela chegou ao consumidor brasileiro em maio de 2006 pela editora Abril, a maior do Brasil em vendagem, trazendo uma forma diferente de abordagem da masculinidade, acompanhando o movimento mundial, segundo o qual o homem deveria rever sua masculinidade, deixando de ser o “brucutu”, homem grosso, sem cuidados estéticos, nem de saúde.

Considerando os números mensais publicados no segundo semestre de 2014 e no primeiro de 2015, registramos que a revista tenta mapear a masculinidade em todas as suas variáveis, pois é dividida em seis seções: sexo, fitness, nutrição, saúde, cabeça de homem, estilo e cuidados pessoais. As capas são constituídas por uma grande quantidade de anúncios que acabam por poluir a composição gráfica. No centro de todas aparece um modelo ou uma personalidade masculina destacada na mídia: o indivíduo rodeado por anúncios. Frequentemente, as capas apresentam uma pequena imagem de mulher no canto superior ou inferior, na maioria das vezes, em trajes de banho. Os discursos com relação às mulheres são pejorativos e misóginos, colocando-as sempre como objeto para a satisfação do homem ou aludindo a uma performance sexual que ela não vai esquecer.

Os corpos dos homens, que são destaque em todas as capas, não seguem o padrão das revistas masculinas do mercado, pois estas têm como ênfase os corpos femininos. Esses corpos inscrevem-se na ideologia vigente, que preconiza a boa forma. Dizemos “forma”, na medida em que temos um padrão único: corpos fortes, com músculos bem delimitados, contraídos e esculturais. O ícone da força, que sempre foi instituído para o masculino, continua e é, ao que parece, a maior aposta ideológica da revista. “Assim, seja por conta de ideologias que refletem mudanças do que vem a ser homem, seja pelo desejo de descobrir novos nichos no mercado de consumo, a mídia participa da discussão – e talvez da resignificação – do corpo e da mente do homem pós-moderno” (GOMES, 2008, p. 100).

No que diz respeito à saúde do homem, observa-se a hegemonia do discurso biomédico, que tem em suas prerrogativas o olhar para as partes e não para o todo. Vemos uma prática segregada e reducionista, a qual culmina no afastamento do contato humano em detrimento das biotecnociências. O discurso biomédico perpassa toda a ideologia da revista, quando percebemos manchetes como: “Como salvar seu fígado” (*Men’s Health*, fevereiro, 2015); “Seque os pneus e defina seu abdome” (*Men’s Health*, março, 2015); “Respire direito e turbine sua saúde” (*Men’s Health*, maio, 2015). Essas frases vão ao encontro do modelo biomédico, pois colocam a saúde vinculada a apenas uma ação em uma parte do corpo.

Essa racionalidade percorre todo o tecido social, da ciência ao senso comum, de modo onipresente. Ela “concilia pedagogia, medicina, ética, estética, moral, economia e demagogia” (FERREIRA, 2011). Trata-se de um discurso reproduzido como coerente e comprovado cientificamente. Neste sentido, os modos de ver e viver a vida são ditados por essa ideologia que age na produção subjetiva do homem contemporâneo e se evidencia na retórica adotada pela revista.

A possibilidade de que qualquer um pode vir a ser um homem *Men’s Health* está estampada na capa de julho de 2015: “Cara MH”. Também está presente no seu conteúdo interno, para o qual pessoas comuns enviam suas fotos do tipo “antes e depois”. Estratégias que seduzem pela ilusão. Da mesma maneira, o mito do homem protetor da humanidade, o herói e a eterna prontidão para a guerra se apresenta por meio de palavras como *detonar*, *táticas*, *treine*, *tanque*, *domine*, *proteja*, *conquista*, *vencer*, *resultado*, entre outras, que figuram nas chamadas para seu conteúdo.

Esses ideais são capturados pela mídia e apresentam-se como a única forma de ser homem. O biopoder descrito por Foucault (2008) se evidencia na revista no momento em que a saúde é diretamente vinculada a um certo tipo de corpo e que, uma vez que se tenha alcançado esse corpo, tudo na vida está solucionado. São novas estratégias de poder que, agora, apresentam-se ditando a melhor forma de ser homem.

No exemplar de setembro de 2014, essa assertiva encontra-se bem clara quando diz: “O rei da academia. Drible micos que detonam resultados (e sua imagem) na hora de malhar”. Nesta frase estão contidas quase que todas as nossas argumentações: como *rei* tem o poder sobre os outros, encontrando o narcisismo na *sua imagem*; mundo dos esportes com a palavra *drible*; e a ideologia mais recorrente do militarismo com *detonam* e competitivo com *resultados*.

A revista estudada responde a esta lógica dominante, que articula consumo, narcisismo, saúde, máquina e masculino. Segundo Bauman (2005), o iniciador da sociologia do corpo Bryan Tuner (2014) diz que a cultura moderna desenvolveu as potencialidades do corpo, principalmente do trabalhador da indústria e do soldado. A revista tem nestes dois

personagens ancoragens para seus discursos. A todo o momento, encontramos palavras que indicam o corpo como uma máquina industrial e o homem como um soldado sempre pronto para a batalha. Para manter toda essa estratégia da ideia do corpo como uma máquina, recorre-se ao conhecimento científico, constituindo o que Foucault (2006) chamou de estratégias poder-saber. Neste sentido, o alimento surge como o combustível necessário para a máquina produzir e consumir. O alimento nesta lógica é reduzido a mero carreador de nutrientes que, bem administrados, levam a máquina aos resultados esperados. Com essa racionalidade tenta-se apagar todo o lugar social do alimento.

Os profissionais de saúde e a mídia utilizam essas recomendações para estabelecer um padrão de alimentação saudável idealizado para um indivíduo idealizado, materializado em um padrão legitimado socialmente. Enquanto a ciência e a tecnologia desenvolvem uma alimentação saudável baseada em preceitos laboratoriais e recomendações nutricionais, no imaginário simbólico construímos o desejo de um alimento capaz de fazer o ideal de saúde se tornar realidade na vida das pessoas, um alimento com poder de medicamento. Nessa perspectiva, o alimento aparece separado do contexto e das práticas cotidianas das pessoas, traduzindo em nutrientes que atendam a uma demanda fisiológica, por um lado e idealizada por outro. (KRAEMER et al., 2014, p. 1349).

A dietética cada vez mais ganha relevância nas estratégias da biopolítica atual devido à intensificação da medicalização e farmacologização da vida. Enquanto Foucault (2006) pensa a medicalização como produção de desejo e normatização social, Peter Conrad entende a medicalização como o “processo de transformação de problemas anteriormente não considerados ‘médicos’ [ou ‘de saúde’, acrescentaríamos] em problemas médicos, usualmente sob a forma de transtornos ou doenças” (CAMARGO JR., 2013, p. 844).

Cabe ressaltar que a nutrição atravessa toda a revista, tendo uma boa parte das matérias dedicada a ela. Em quase todas as dicas dadas, o alimento é evidenciado, seja como cardápio a ser seguido para alcançar o resultado esperado, seja como solução para problemas os mais diversos. “Menu duplo: perca peso e ganhe massa” (*Men’s Health*, dezembro, 2014); “5 receitas fáceis para turbinar o resultado da academia” (*Men’s Health*, janeiro, 2015); “Erros no cardápio que sabotam sua forma” (*Men’s Health*, fevereiro, 2015); “24 sandubas que valem o jantar” (*Men’s Health*, março, 2015); “Táticas e cardápios para emagrecer na boa” (*Men’s Health*, abril, 2015); “6 combinações de alimentos que turbinam os músculos” (*Men’s Health*, abril, 2015); “*Whey* sem erro! Tire as dúvidas sobre o suplemento e turbine os músculos” (*Men’s Health*, maio, 2015); “A carne é forte. Costela e filé-mignon: coma e acelere seu ganho muscular” (*Men’s Health*, agosto, 2014). Com todas essas frases, não fica difícil perceber o grande valor que a dietética adquiriu nos dispositivos do biopoder, carregando magistralmente os ideais da época.

Foucault (1998) retoma a filosofia de Sócrates quando se refere ao cuidado pessoal em relação à *polis* grega para indicar que, a partir do século XVIII, os cuidados de si, assim como essas técnicas, voltaram-se para uma pedagogização do comportamento, das condutas e dos modelos para viver. As imagens do corpo masculino estampados na *Men’s Health* compactuam

com o incentivo à busca pelo ideal de corpos musculosos, semeando a estética masculina da rigidez e virilidade que seguem na esteira do que alguns teóricos nomeiam com narcisismo (LASCH, 1983), assim como podem se alinhar ao acirramento de um individualismo, no qual cada um, por meio da autodisciplina, é responsável por redesenhar o corpo (GOMES, 2008).

Ainda que a revista tente esconder, percebemos, com um olhar atento, a sutileza com que, em sua ideologia, aparece a inclusão de normas e a exclusão do que está à margem da norma. Todos os modelos das capas estudadas têm pele branca, são bem apessoados e demonstram fazer parte de classe social abastada. As mulheres presentes funcionam como estímulos objetivos para o prazer masculino. No discurso da revista encontramos a oposição ao que está fora dos padrões desejados. A matéria “Detone a gordura” (*Men’s Health*, julho, 2015) indica que a gordura é um vilão a ser combatido. Em “O guia das férias perfeitas” (*Men’s Health*, novembro, 2014), deparamo-nos com dicas que apenas pessoas com alto poder aquisitivo conseguem desfrutar, como na matéria “Leve a gata à loucura! (Damos o mapa do corpo dela)” (*Men’s Health*, abril, 2015). Toda a experiência subjetiva e a singularidade corporal feminina são apagadas devido ao mapa a ser seguido.

Portanto, observamos a estreita relação entre a argumentação foucaultiana com a subjetivação exercida pela revista. Esta contém justamente os dispositivos pensados pelo autor que incidem sobre o corpo e a sexualidade, em um contexto em que o saber se coaduna ao capitalismo e à sociedade disciplinar normatizadora. A busca por uma sexualidade plena e prazerosa coloca-se como o objetivo maior que se dissimula nas práticas almejadas pelos discursos da revista. O apelo sexual perpassa a maioria dos anúncios. Na leitura foucaultiana, a sexualidade é o dispositivo que mais incide no sequestro dos corpos em sua materialidade de prazeres, sensações, energia e força.

Ao folhear as páginas da revista *Men’s Health*, fica bastante claro como o discurso hegemônico da biomedicina, aliado aos discursos da publicidade e do mercado, transforma o corpo em uma matéria dócil, despolitizada, sem autonomia, totalmente envolvida por discursos e saberes que o aprisionam nas tramas da submissão. Os corpos (do homem e da mulher) são, cada vez mais, transformados em objetos a serem modelados pela indústria da estética, transformados em máquinas produtivas para atender aos ditames da moda e do mercado, sendo totalmente afastados da interioridade, de uma sensibilidade mais humanizada e de uma forma de estar no mundo menos passiva. Os corpos da revista são corpos dóceis para o capitalismo, são máquinas de produção de sentidos que atendem ao mercado, mas submetem os seus donos à dominação da norma, da serialização e da falta de singularidade.

CORPO MASCULINO E CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA

A produção de subjetividade no capitalismo pode ser vista como uma máquina de produção de sentidos a qual engendra papéis, desejos e comportamentos que tanto se prestam à submissão como à libertação. Esta produção de subjetividade instaura-se em universos de sentidos que ultrapassam a territorialidade existencial e é projetada na realidade do mundo e na realidade psíquica, gerando modos de relações humanas em suas representações inconscientes. Neste sentido, a produção subjetiva atua na base da constituição psíquica, que surge com a ideologia dominante, tornando a singularização cada vez mais difícil.

Para Guattari (1999) a produção de subjetividade altera a produção de sentidos, incide nas montagens da percepção, da memorização e na modelização das instâncias intrasubjetivas. Essa forma de produção de subjetividade não só atua individualmente emitindo estímulos diretamente ao inconsciente, produzindo indivíduos normalizados submetidos a um sistema hierárquico de valores e expostos à submissão, como também atua na produção de uma subjetividade social que se manifesta na produção e no consumo, produzindo, inclusive, sonhos, paixões, desejos, referências de mundo e projetos de vida (FERREIRA, 2011).

As formas de construção da identidade, percepção do próprio corpo e construção de um modelo ideal de referência a partir de padrões socialmente definidos não escapa a essa lógica, ou seja, a subjetividade é essencialmente fabricada e modelada no registro do social (GUATTARI, 1999) e os cuidados com o corpo e com a saúde estão no centro deste processo maquínico. Essa produção de subjetividade acerca do corpo, socialmente construída, articula estímulos variados, fazendo com que o indivíduo atue não apenas como consumidor, mas também como produtor desse universo de desejo, colocando o próprio corpo como mercadoria. A construção da identidade que em décadas passadas ocorria com mais solidez e apoiada em outros referenciais é pouco localizada nesses tempos líquidos. Sendo assim, no ambiente da vida líquida moderna as identidades são fluidas, voláteis e ambivalentes (BAUMAN, 2005).

Neste sentido, as produções subjetivas dos gêneros perpassam constantemente várias referências que produzem desejos de identidade por meio da polaridade masculino-feminino, incluindo o alimento nos arranjos constitutivos dos gêneros. Com esse movimento líquido-moderno de referenciais voláteis, a via concreta para alguma estabilidade individualizante é corpo (forma) e sua expressividade (tatuagens, roupas, acessórios, etc.).

O corpo transforma-se em um produto de consumo devidamente inscrito na órbita do fetiche da mercadoria, colocado na hierarquia dos objetos de consumo cotidiano. A construção da individualidade e da singularidade também dialoga com essa tentativa de cooptação, de adequação aos modelos dominantes de individualização (vista aqui como adequação às normas e valores dominantes) e singularização (vista como tentativa de produção

original), produzindo, às vezes, uma pseudo singularização, a qual tem como referência modelos pré-fabricados de singularidade (FERREIRA, 2011).

Fortunas impressionantes são feitas com a venda de alimentos saudáveis e medicamentos, equipamentos de exercício, livros de ‘aprenda você mesmo’ sobre medicina de família e boa forma. Seguir a última moda em cuidados com o corpo e escapar ao último susto das ameaças à saúde é o principal critério de alta cultura e bom gosto, e a principal ‘obrigação’ no incessante trabalho de autoconstrução. (BAUMAN, 2011, p. 237).

Um homem que não segue o padrão de beleza hegemônico, não se preocupa com a dieta ou que não segue o modelo dominante (que valoriza força, vigor e juventude), pode ser discriminado e sofrer as sanções cabíveis em função da inépcia, desleixo ou mesmo rebeldia. Ser diferente ou singular pode significar ser menos homem. Entendemos aqui a singularização no sentido utilizado por Guattari para designar os processos disruptores no campo da produção do desejo: trata-se dos movimentos de protesto do inconsciente contra a subjetividade capitalística por meio da afirmação de outras maneiras de ser, outras possibilidades, outras sensibilidades, outra percepção, etc. Guattari (1999) chama a atenção para a importância política de tais processos, entre os quais se situariam os movimentos sociais, as minorias, enfim, os desvios de toda espécie.

Retornando a Bauman, na ideologia líquida pós-moderna, as pessoas adquirem a característica de serem descartáveis e obsoletos, tendo no corpo o lugar da luta ambivalente entre o viver e morrer. Sendo assim, o “próprio corpo se transformou em objeto para a tecnologia” (BAUMAN, 2011, p. 229). O corpo ganha *status* de privado, tendo a própria pessoa como seu dono, administrador e supervisor. O processo de industrialização que perpassa todo o tecido social também investe sua ideologia no corpo.

Para Connell (2013), na masculinidade hegemônica constatam-se práticas de várias hierarquias de gênero e classe, bem como a comprovação de atividades constitutivas de gênero como atividades normativas. Este tipo de masculinidade incorpora a forma mais honrada, conservadora e tradicional de ser um homem, exigindo que todos os outros homens se posicionem em relação a ela positivamente e legitimando o modelo tradicional que traduz a ideologia dominante e que mantém a hierarquia tradicional ao subordinar as mulheres aos homens (CONNELL, 2013).

Na revista encontramos sem esforço esta subordinação das mulheres nas imagens menores na capa, bem como nos textos e matérias que colocam a mulher como objeto passivo ante aos desejos masculinos, beirando sutilmente a misoginia. Retiram a posição de sujeito das mulheres devido à forma corporal e ideológica na qual o homem é retratado. O alimento ganha extrema relevância na produção deste ser macho, sendo que há matérias que preconizam no alimento a performance, principalmente sexual, que colocaria as mulheres passivas e reféns deste homem.

Nessa ideologia o novo homem é transformado e reduzido à condição de máquina imperfeita que necessita ser concertada, tendo o mercado ao seu lado com a solução, desde que ingresse no universo do consumo. Ser homem, hoje, é ser consumidor de bens, produtos, serviços, aparelhos, equipamentos, tratamentos, enfim, há toda uma construção imaginária deste novo homem que, coincidentemente, ampara-se ou realiz-se no mundo do consumo. Como afirma Bauman, em uma sociedade de consumidores a principal mercadoria a ser tornada objeto de desejo e consumo é o próprio consumidor e o universo masculino incorporou e naturalizou essa perspectiva tornando-a óbvia e banal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário atual temos várias formas de masculino que são complexas e contraditórias. O termo masculino não está ligado somente ao homem ou à masculinidade hegemônica, ele se configura de várias formas dependendo da época, lugar e contexto. Por este motivo, objetivamos pensar o homem formado pelo discurso da revista como ideal e hegemônico sabendo que este é o modelo baseado no senso comum, sendo assim mais fácil de ser comercializado. É um homem que não tem conflitos, que usa a mulher de acordo com o seu interesse e conveniência, que não pensa na paternidade e só pensa no próprio corpo como objeto de distinção social via consumo. Este modelo apresenta-se como o modelo a ser seguido e tenta, de muitas formas, desqualificar as outras maneiras de ser homem, valorizando o discurso apresentado pela mídia que agrada, ao mesmo tempo, o público leigo e os anunciantes, mas não convence os homens mais inteligentes e com um mínimo de senso crítico.

Afirmar que o homem vem mudando é comum, mas problematizar os sentidos desta mudança vem a ser a proposta deste artigo. Aprendemos com Foucault (1999) que, na transição da sociedade soberana para a sociedade disciplinar, a maior intervenção deu-se nos corpos, os quais passaram a ser o palco onde os poderes exercem suas forças. Desse modo, a materialidade do poder se exerce sobre e a partir do próprio corpo dos indivíduos. Nesta perspectiva, a revista, em sua forma ideológica, apresenta-se como o discurso de verdade a ser seguido por quem deseja ser homem e macho.

Foucault (1999) apresenta a existência de duas histórias da verdade, uma interna, que seria a história da ciência propriamente dita, e outra externa que, em seu jogo, faz nascer formas determinadas de subjetividade. Esta modalidade de poder não atua apenas na restrição e punição, mas sim, produzindo desejos, verdades, saberes e discursos. O autor apresenta o poder disciplinar como condição para a construção de corpos dóceis, controlados e

disciplinados para o trabalho, mas frágeis em sua potência política. Com esta forma de interpretação percebemos com maior clareza a íntima relação da masculinidade, corpo e sociedade de consumo, pois no mundo capitalista do consumo consome-se o sonho de ser um certo tipo de pessoa (RIBEIRO; RUSSO, 2013).

A sociedade do espetáculo coloca as imagens como mediadoras privilegiadas dos objetos (mercadoria) e as pessoas, com suas verdades e soluções, transformando os indivíduos em reprodutores acríticos de suas ideologias sedutoras. Esse processo contínuo caracteriza-se pela ocupação de todas as dimensões da vida pela mercadoria, tudo e todos entram em uma dinâmica de fetichização. O corpo, a masculinidade e o alimento, que são os objetos desta pesquisa, configuram-se como os maiores veículos subjetivadores da revista.

Falar de saúde a partir das matérias publicadas na revista *Men's Health* é entrar em um campo minado com vários caminhos que não necessariamente chegam ao mesmo lugar. Para conceituar o que a linha editorial da revista entende como saúde ou doença é preciso perceber como a nossa cultura trata dessas questões e quais pensamentos são hegemônicos e contra hegemônicos no campo da saúde. É preciso compreender os discursos que estão presentes, como estes se articulam com os grupos de interesses que organizam, como financiam e como se apresentam na revista, tornando evidente o jogo de forças que compõe o que se chama genericamente de “saúde do homem”.

A construção da masculinidade em sua relação com a alimentação, portanto, incorpora as questões citadas acima e acreditamos que a revista possa ser útil para analisar as questões apontadas neste texto. Temas como a distinção social pelo consumo, a medicalização do alimento, a construção da imagem corporal, os sentidos e significados do alimento, as relações sociais presentes no ato de comer e os modos próprios como os homens lidam com essas questões são temas de interesse geral e bastante relevantes para o campo da alimentação e nutrição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPIA, A. **O homem é a medida de todas as coisas** (Protágoras). Lisboa: Biblioteca/Escola Superior de Teatro e Cinema, 2013.

ARAN, M.; PEIXOTO JUNIOR, C. A. Subversões do desejo: sobre gênero e subjetividade em Judith Butler. **Cad. Pagu**, Campinas, n. 28, p. 129-147, jun. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332007000100007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____. **Capitalismo parasitário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

- _____. **Vidas em fragmentos:** sobre a ética pós-moderna. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico.** Trad. de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. (Coleção Memória e Sociedade).
- _____. **A distinção.** São Paulo: Edusp, 2008.
- BRAUNSTEIN, F.; PÉPIN, J. F. **O lugar do corpo na cultura ocidental.** Lisboa: Instituto Piaget, 1999.
- BUTLER, J. **Desconstrução e subversão.** Belo Horizonte: Sapere Aude, 2013.
- CAMARGO JR., K. R. de. Medicalização, farmacologização e imperialismo sanitário. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 5, p. 844-846, mai. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2013000500002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.
- CASTRO, E. **Vocabulário de Foucault.** Belo Horizonte: Autêntica, 2009.
- CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia.** São Paulo: Ática, 2000.
- COSTA, J. F. **O vestígio e a aura:** corpo e consumo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- DAOLIO, J. **Da cultura do corpo.** Campinas: Papirus, 2011.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- DESCARTES, R. **As paixões da alma.** São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- DUARTE, J. F. Representação dos corpos masculinos na revista *Men's Health*. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 48, n. 3, p. 235-247, 2012.
- FERREIRA, F. R. Algumas Considerações acerca da Medicina Estética. **Ciência & Saúde Coletiva**. v. 15, n. 1, p. 67-76, 2010.
- _____. **Ciência, arte e cultura no corpo:** A construção de sentidos sobre o corpo a partir das cirurgias plásticas. Curitiba: CRV, 2011.
- _____. A estetização da saúde. In: BAGRICHEVSKY, M.; ESTEVÃO, A. (Orgs.). **Saúde Coletiva:** Dialogando sobre interfaces temáticas. 1. ed. Ilhéus: EDITUS, 2015, v. 1, p. 121-140.
- FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- _____. **Vigiar e punir.** Petrópolis: Vozes, 1987.
- _____. **História da sexualidade I:** a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- _____. **A ordem do discurso.** São Paulo: Loyola, 1996.
- _____. **Em defesa da sociedade.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- _____. **Ditos & escritos IV:** Estratégia, Saber-Poder. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- _____. **O nascimento da clínica.** Rio de Janeiro: Forense, 2004a.
- _____. **A arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense, 2004b.
- _____. **Estratégia, poder-saber.** 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- _____. **Segurança, território e população.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- _____. **Ditos e Escritos VII:** Arte, epistemologia, filosofia e história da medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.
- _____. **Ditos & Escritos IX:** Genealogia da Ética, subjetividade e Sexualidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.
- GOMES, R. (Org.). **Saúde do Homem em debate.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.
- _____. **Sexualidade masculina, gênero e saúde.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2008.
- GOMES DA SILVA, S. A crise da masculinidade: uma crítica à identidade de gênero e à literatura masculinista. **Psicologia Ciência e Profissão**, v. 26, n. 1, p. 118-131, 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?>

id=282021745011>. Acesso em: 15 nov. 2016.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica**: Cartografias do Desejo. Petrópolis: Vozes, 1999.

KRAEMER, F. B. et al. O discurso sobre a alimentação saudável como estratégia de biopoder. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 1337-1360, dez. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010373312014000401337&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

LAPLANCHE, PONTALIS. **Vocabulário de psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LAQUEUR, T. **Inventando o sexo**: Corpo e gênero dos gregos a Freud. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LASCH, C. **A Cultura do Narcisismo**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LeBRETON, D. **Adeus ao corpo**: Antropologia e sociedade. Campinas: Papyrus, 2003.

_____. **Antropologia do corpo e modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2013.

MACHADO, R. **Ciência e Saber**. A trajetória da arqueologia de Foucault. Rio de Janeiro: Graal, 1981.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MEN'S HEALTH. São Paulo: Abril, 2014-2015. Mensal.

MONTAGNER, M. A. Pierre Bourdieu, o corpo e a saúde: algumas possibilidades teóricas. **Ciênc. Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 515-526, jun. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232006000200028&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

NOZI, P. R.; CORREA, C. H. W. Discursos Sobre uma Masculinidade em Mudança na Revista *Men's Health*. **Anagrama**, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 1-15, abr. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35391>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso**: Princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2001.

PLATÃO. **Diálogos I – Teeteto, Sofista, Protágoras**. São Paulo: Edipro, 2007.

REVEL, J. **Foucault**: conceitos essenciais. São Carlos: Claraluz, 2005.

RIBEIRO, C. R.; RUSSO, J. A.; ROHDEN, F. Uma nova pedagogia da sexualidade para homens: discursos midiáticos e suas reverberações. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, p. 461-488, jun. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312013000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

RIBEIRO, C. R.; RUSSO, J. Negociando com os leitores: o “novo” e o “antigo” homem nos editoriais da revista *Men's Health*. **Cad. Pagu**, Campinas, n. 42, p. 477-511, jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332014000100477&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SAMPAIO, R. S.; GARCIA, Claudia Amorim. Dissecando a masculinidade na encruzilhada entre a psicanálise e os estudos de gênero. **Psicologia em Revista**, [S.l.], v. 16, n. 1, p. 81-102, set. 2010. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/article/view/P.1678-9563.2010v16n1p81>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SCLiar, M. História do conceito de saúde. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 29-41, abr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312007000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SENA, M. F. G.; RODRIGUES, M. L. Representação discursiva das capas da *Men's Health*. **Revista Avelpalavra**, v. 14, 2013. Disponível em: <<http://www2.unemat.br/avelpalavra/EDICOES/14/artigos/mellysena.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SERRA, G. M. A.; SANTOS, E. M. dos. Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. **Ciênc. Saúde Coletiva**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 691-701, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232003000300004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SOARES, L. A. Discurso e representação masculina em peças publicitárias da revista *Men's Health*. **Revista da ABRALIN**, [S.l.], v. 10, n. 1, jun. 2011. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/abralin/article/view/32065>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

TURNER, Bryan. **Corpo e sociedade**: Estudos em teoria social. Trad. de Maria Silvia Mourão. São Paulo: Ideias e Letras, 2014.

Os prazeres e caminhos a três: tecnologia móvel mediando ménage

Eduardo Bianchi

O ‘Caminhando’ tem todas as possibilidades ligadas à ação em si: ele permite a escolha, o imprevisível, a transformação de uma virtualidade em um empreendimento concreto. (Lygia Clark)^[96]

Caminhamos para lá e caminhamos para cá. Caminhamos pela cidade, caminhamos pelos seus bairros, caminhamos. Caminhamos pelas ruas, pelos cantos, pelos becos, pelas escadas que subimos e descemos. Caminhamos. Por tantas caminhadas cansamos, mas também nos revigoramos e mudamos. Caminhamos e mudamos o corpo, mudamos os gostos e os desgostos. Caminhamos para chegar, caminhamos para sair e para fugir. Caminhamos para o nada. Mudamos os caminhos e chegamos, ou nunca chegamos. Estamos em um eterno caminho, um porvir que nos motiva a prosseguir caminhando. Transformamos os caminhos pelas nossas caminhadas. É caminhando que vemos, observamos, sentimos e mudamos. Transformamos a cidade, pelos novos e velhos caminhos, pelos novos hábitos. Para além do concreto, caminhamos pelo sentimento. Caminhamos para não chegar, nunca chegar, e sempre continuar para algum lugar.

Lygia Clark caminha no gerúndio, caminha em processo. “Caminhando” é produção de sentido, de reconhecimento e de transformação dos espaços em lugares de afeto onde depositamos os sentimentos das emoções pela ação de caminhar, de viver.

Fazemos nossos caminhos pelo uso sensíveis da cidade, como se estivéssemos sobre fitas de *moebius*, caminhadas por infinitas possibilidades de experienciar a vida urbana. Os espaços urbanos nos são superfícies não orientadas, por mais que se acredite em seu uso planejado, racionalizado. Estamos sempre em movimentos para dentro e para fora, a cada passo mais próximos do que queremos e mais distantes do que não desejamos. Retraçamos nossos caminhos pelos desejos orgásticos à vida. O lúdico das experiências de nossos deslocamentos, o festivo pelos prazeres dos compartilhamentos das ambiências afetivas, o onírico das auras dos

lugares que nos são gratos. São produções de sentidos fundadoras das misteriosas conjunções que nos fazem caminhar por nossas redes emocionais, nossos lugares de pertencimento, reconhecimento e socialidade.

Os corpos redesenham e marcam seus espaços sensíveis, como mapas afetivos e emocionais que usam a cidade como passarela para sua mobilidade, para suas caminhadas. O deslocar dos corpos permite uma redefinição dos espaços da cidade, e, sendo assim, é por meio dos distintos usos desses espaços que se dão os processos contínuos de (re)territorialização.

O geógrafo Rogerio Haesbaert (2010) defende a ideia de que as territorializações se dão com as relações de domínio e apropriação do espaço, ou seja, nossas mediações espaciais do poder, poder em sentido amplo, estendendo-se do mais concreto ao mais simbólico. Apropriações se dão pelos usos das materialidades e, por conseguinte, atribuindo-lhes novas subjetividades, imaterialidades compartilhadas no cotidiano, por assim dizer, concedendo-lhes sentimentos a partir de emoções vividas em diferentes temporalidades. Por isso, reafirmamos que se trata de processo, uma releitura do espaço e de sua constante apropriação, reterritorializações da cidade pelas vivências.

“Cada Caminhando é uma realidade imanente que se revela em sua totalidade durante o tempo de expressão do espectador-autor” (CLARK, 1963). A realidade é a experiência em processo de realização, é a caminhada marcando o homem nos espaços na temporalidade da ação.

Os corpos que vêm e vão, que estão presentes e que deixam de estar, somem junto com os seus passos, mas deixam suas pegadas, marcas de sua presença e de suas experiências com os lugares vividos. Os corpos alteram os espaços pelas relações que estabelecem, reinventam, por meio da vivência, o imaginário dos lugares, deixam marcas pelos seus caminhos e, apropriando-se dos espaços, dão significados afetivos aos momentos de comunhão, de tempos de compartilhamento afetual e do festivo. Essas distintas temporalidades compartilhadas (re)configuram os ambientes sensíveis, transformando a cidade, e, por conseguinte, o que se entende de “cidades imaginárias”.

No texto de abertura de *Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias*, a historiadora Sandra Jatahy Pesavento coloca, brevemente, a relação do homem, da cidade e do tempo. Ela descreve a construção do espaço urbano como obra humana em constante devir, na infinidade dos tempos e das relações que se estabelecem e (re)produzem cidades imaginadas dentro dos espaços da mesma cidade.

[...] a cidade foi, desde cedo, reduto de uma nova sensibilidade. Ser cidadão, portar um *ethos* urbano, pertencer a uma cidade implicou formas, sempre renovadas ao longo do tempo, de representar essa cidade, fosse pela palavra, escrita ou falada, fosse pela música, em melodias e canções que a celebravam, fosse pelas imagens, desenhadas, pintadas ou projetadas, que a representavam, no todo ou em parte, fosse ainda pelas práticas cotidianas, pelos rituais e pelos códigos de civilidade presentes naqueles que a habitavam. Às cidades reais,

concretas, visuais, tácteis, consumidas e usadas no dia-a-dia, corresponderam outras tantas cidades imaginárias, a mostrar que o urbano é bem a obra máxima do homem, obra esta que ele não cessa de reconstruir, pelo pensamento e pela ação, criando outras tantas cidades, no pensamento e na ação, ao longo dos séculos. (PESAVENTO, 2007, p. 11).

Para a autora, é no imaginário que encontramos o mundo vivido, ele é “agente de atribuições da realidade, é o elemento responsável pelas criações humanas” (ibid., p. 11-12). Vemos uma cidade em construção, em contínuo processo, um por vir que não se limita. Obra do homem, a cidade é repleta de palcos para as caminhadas, para os desfiles dos usos das ações do homem. Caminhando pela cidade, os atores sociais apropriam-se dos espaços pelos momentos de produção de sentido, sensibilizados pelas experiências de ocupação. “O “caminhando”, por exemplo, só passou a ter sentido para mim quando, atravessando o campo de trem, senti cada fragmento da paisagem como uma totalidade sendo, se fazendo sob meus olhos, na imanência do momento. Era o momento a coisa decisiva” (CLARK, 1963). A cidade se refaz, também, nas manifestações imateriais do cotidiano, se refaz pelas experiências dos sentidos.

O momento é o presente da experiência, é a vida formada pelo aqui e agora, gozo máximo de sentir o tempo. O imaginário se faz pela experiência do momento vivido, mas também pelos sonhos, desejos, assim como, pelo intuído. “Pouco importa o objetivo ou a finalidade. A experiência é caminho, no que tem de completo, carnal” (MAFFESOLI, 2007, p. 208). Os desejos são parte importante de nossas relações, a busca do prazer do aqui e agora, a valorização do presente transforma nossas relações imateriais com a cidade, portanto, transformam a própria cidade e as relações de ressignificação que os corpos estabelecem com os espaços apropriados. As ações dos caminhantes produzem sentidos para a cidade, transformam as paisagens lhes dando novos significados, transmutando os elementos que configuram seu imaginário. Para Luchiarì (2001, p. 22-23), as paisagens contemporâneas configuram-se quando há presença do social e transformam-se pelos usos, pelas diferentes formas de apropriação que a ressignificam. As paisagens se desenham pela ocupação, pelo homem que, caminhando, ocupa a cidade e a integra.

Outra vez, contemplando a fumaça do meu cigarro, senti como se o próprio tempo fizesse incessantemente seu próprio caminho, se aniquilando e se refazendo em ritmo contínuo... Já experimentei isso no amor, nos meus gostos. E cada vez que a expressão “caminhando” surge na conversa, nasce em mim um verdadeiro espaço e me integro no mundo. Sinto-me salva. (CLARK, 1963).

Deslocando-se pela cidade, como que “Caminhando” em *moebius* – lugar onde se manifesta os prazeres, o gozo do aqui e agora e do presente hedonista do cotidiano – teatralizamos a vida, valorizando o presente, momento de transformação e do imprevisível (MAFFESOLI, 2012a). Negociamos com a cidade seus próprios espaços e os usos de suas estruturas físicas planejadas, negociamos os imprevisíveis desejos e a transformamos. Em sua

constante reestruturação, são os corpos caminhantes que se impõem aos espaços e lhes dão vida.

A cidade, para Pesavento (2007, p. 14), “tem um pulsar de vida e cumpre plenamente o sentido da noção do habitar, e essas características a tornam indissociavelmente ligada ao sentido do humano: cidade, lugar do homem; cidade, obra coletiva que é impensável no individual”. Portanto, podemos pensar a cidade como experiência da vida, representada pelos desejos de seus ocupantes, pelas relações estabelecidas entre esses e os lugares ressignificados e pelos compartilhamentos dos momentos festivos. A cidade contemporânea está “reencantada” por “esse jogo das paixões, das emoções, essa presença dos afetos contaminam gradualmente o conjunto da vida social” (MAFFESOLI, 2007, p. 196).

Viver na cidade é lhe garantir vida e transformação, é o fenômeno natural da busca sem que haja a procura. É simplesmente viver, sentir e reaprender. A cidade constitui-se, também, dos nossos caminhos. Enquanto casa, a cidade, por intermédio de seus espaços, é acolhedora, desde que se saiba, ou que se permita saber, de suas éticas, de suas práticas, de seus costumes e de seus modos de vida. Ela não se fecha às mudanças, ela se permite transformar. Percebemos uma cidade sensível.

Atribuir sentido é transformar espaços em lugares de memória e afeto. As lembranças das experiências emocionais, sensíveis e afetivas constroem os imaginários que ambientam os lugares sociais. Vemos, a partir de Maffesoli, que “o imaginário societal tem uma autonomia específica. É móvel, fugidio, polimorfo, mas não menos eficaz. E somente um politeísmo epistemológico pode levar a entender o advento das figuras em torno das quais se estrutura a ligação social” (ibid., p. 193).

Os prazeres das experiências se dão pelas ações cotidianas de estar com o outro, de buscar junto ao outro o reconhecimento de nós mesmos. É no empirismo sensível da vida que gozamos que praticamos nossos desejos de acordo com os outros. Na conjunção entre ética e estética valorizamos o nós, o corpo social de identificação por aglutinação. Juntamo-nos pelo reconhecimento de gostos, de estilos e dos vários modos de nos colocarmos no mundo.

A seguir veremos três histórias de homens comuns: Rafael, Fernando e Thiago. Estará marcadamente presente o caminhar hedonista, o aqui e agora e o senso de oportunidade, assim como, o corpo e a volúpia no sexo. São histórias contadas por seus protagonistas usuários de redes geosociais^[97] que utilizam sistemas de geolocalização^[98] em tecnologias móveis. Tecnologia empregada para o deslocamento, para o caminhar.

IDENTIFICAÇÃO E RECONHECIMENTO DOS PAPÉIS SOCIAIS

Protegido pelo guarda chuva preto, Rafael^[99] andava pelas ruas da Tijuca^[100] em direção ao apartamento de um casal. Não era uma chuva intensa, como costuma ser no verão carioca, mas a sensação de ficar com os pés molhados o incomodava. As irregularidades da rua faziam os caminhos serem repletos de poças as quais, nem sempre, eram fáceis de desviar. Ele procurava a chuva, o vento trocava de lugar a todo instante. Pela direita, e ele apontava o guarda-chuva, pela esquerda e ele o trocava de posição. As barras das calças já estavam molhadas.

Andava e não encontrava o edifício no qual deveria chegar, no número 457. Decidiu telefonar para pedir alguma referência, mas antes pensou em checar o endereço, pegou seu *smartphone* e abriu o aplicativo *WhatsApp*^[101] o número que procurava estava errado, o número correto era 467, que era um pouco adiante.

Chegando à portaria do edifício certo, ele olhava e não via porteiro, a chuva fica mais forte e ele chegou a pensar em desistir. Tocava o interfone, mas não tinha certeza se estava funcionando, o barulho da água no guarda chuva não deixava ele ouvir a campainha. Finalmente, o porteiro apareceu e perguntou com qual apartamento ele desejava falar.

– 506, por favor.

Recebendo a autorização dos moradores, Rafael sobe pelo elevador. Ele estava incomodado com as pernas das calças molhadas, aquela sensação lhe era bem desagradável. Enquanto subia, aproveitou o espelho do elevador para arrumar o cabelo que estava um pouco bagunçado por conta do vento. Nesse momento, uma certa tensão lhe bate, um frio na barriga anuncia que o momento está chegando.

Saindo do elevador, procura a direção do apartamento 506. Toca a campainha, segundos depois um homem abre. Era o homem das fotos, mas um pouco diferente. “Claro, estava sem photoshop”. Não era feio e a diferença não chegou a lhe incomodar. Todavia, a diferença foi percebida e registrada. Ele atendeu a porta sem camisa e com uma bermuda floral, tipicamente usada em regiões de praia. Cumprimentou estendendo a mão para Rafael e com um sorriso largo saudou o visitante.

Ao entrar no apartamento se depara com uma sala grande e bem mobilhada. No fundo da sala uma grande janela que se estendia do chão até o teto, toda de vidro, separava a sala da varanda. Do lado direito, uma porta para a cozinha e outra para um comprido corredor. Desse mesmo lado, só que mais adiante, uma “TV gigante, devia ter mais de cinquenta polegadas” – Rafael automaticamente se pergunta se não seria um exagero – contudo, observando um pouco mais, percebe que os donos da casa deveriam ser aficionados por filmes, séries, desenhos animados, animes e jogos de vídeo game. “As paredes eram tomadas de caixas de *DVDs*, *Blurays* e jogos de *Xbox 360*^[102]”. Do lado esquerdo estava a mesa de jantar, em seguida um grande sofá branco e mais jogos e filmes.

Passando o olho pela sala, Rafael percebe que estava sendo fitado por outra pessoa que estava saindo da varanda e entrando na sala. Vestindo apenas uma cueca branca box da Calvin Klein, se aproxima lentamente, quase que em câmera lenta, “devorando com os olhos” e com um sorriso de canto de boca, estende a mão e cumprimenta Rafael. “Absolutamente lindo, esse segundo cara nunca precisou de photoshop e não vai precisar tão cedo”.

Nesse momento Rafael percebe que eles sabiam o seu nome, mas ele não sabia o nome de nenhum dos dois. A conversa que havia se iniciado pelo aplicativo *Grindr*^[103] só tinha o *nickname* “Casal”.

No *Grindr*, a foto do perfil que se abria na interface do *smartphone*, era composta por dois dorsos bem torneados o que não apresentava muita informação. De informação no perfil apenas, “Casal procura +1”. Foi durante a conversa pelo bate-papo do aplicativo que Rafael recebeu as primeiras imagens digitais dos donos das costas que haviam chamado sua atenção. Depois dos envios mútuos de mensagens e imagens dos fragmentos dos corpos que marcavam as preferências sexuais (ativo, passivo e versátil)^[104], mediados pela rede social *Grindr*, decidiram encontrar-se. Antes trocaram números de telefone celular para se comunicar pelo *WhatsApp*, que, segundo Rafael, apresenta um sistema de troca de mensagens mais eficiente, e foi por esse aplicativo que Rafael recebeu o endereço de onde o “Casal” morava.

Incomodado, mas achando que deveria perguntar os nomes, ele os indaga com ar sem graça.

– Quais são os nomes de vocês?

Os dois riem e o primeiro homem responde:

– Fica tranquilo, isso acontece com frequência. Meu nome é Ricardo e ele se cham...

– Tiago – (responde o segundo).

– Prazer, eu sou o Rafa.

Ricardo lhe oferece um copo d’água e Rafa aceita. Enquanto Ricardo vai até a cozinha buscar a água, Rafa analisa e é analisado por Tiago. “Cara, nessa hora só imaginava aquele gostoso sem a cueca” – declara Rafa.

Sua distração foi tamanha que não percebeu que Ricardo já estava de volta e com o copo d’água estendido para ele. Rafa bebe a água, cada gole é observado. Estende o copo para Ricardo que o leva para a cozinha. Foi só Ricardo virar as costas e Tiago já estava com a mão entre as pernas de Rafael. Um longo beijo se inicia, seguido de muitas mãos deslizando pelos corpos. Uma terceira e quarta mão passeiam pelo corpo do Rafa. Ele é o recheio de um sanduíche, situação que o deixa um pouco desconfortável. Rafa é um ativo convicto. O

desconforto não dura muito. Tiago o pega pela mão e o leva para a cama, que está no último quarto, no final do corredor. É o primeiro *ménage à trois* de Rafael.

Na cama, são as vontades do visitante que prevalecem, seus desejos são cumpridos sem questionamento. Nesse momento tudo está valendo no deslumbramento do prazer. Rafael não foi mais recheio de sanduíche, ele colocou as regras de seu jogo. Ele era o deus da mesa, ou melhor, da cama.

Os três corpos nus na cama exploram os desejos e as vontades, reconhecendo os seus e os outros corpos. Em dado momento os três corpos são apenas um. Todos os órgãos penetrantes e penetráveis são partes de um único corpo. Os desejos expostos e os descobertos são vivenciados, explorados e valorizados. Na prática de *ménage*, em meio a unificação dos corpos, os prazeres individuais marcam as idiossincrasias das identificações. Identificação dos papéis sexuais de estilo de vida e, por assim dizer, o reconhecimento de cada ser presente nesse único corpo orgástico. O reconhecimento das ações e os papéis da cena sexual são constituídos pelas identificações sociais e o reconhecimento dos prazeres dos próprios corpos. Isso não quer dizer que os corpos não se surpreendam com novas possibilidades de prazer, novas formas de experienciar o orgasmo e reconhecer o próprio corpo de uma nova maneira.

Giddens destaca que “a sexualidade funciona como um aspecto maleável do *eu*, um ponto de conexão primário entre o corpo, a auto-identidade e as normas sociais.” (1993, p. 25). Entretanto, a sexualidade vai para além dessa definição; os estilos de vida perpassam a noção de “normas sociais”, pois os modos de se colocar no mundo contemporâneo ultrapassam as normas, regras e diretrizes. São as práticas sociais cotidianas que, movimentadas pelas éticas dos grupos e por seus modos de posicionar-se e de agir, compartilhados, (re)definem o *eu* em *nós* (MAFFESOLI, 2012a). A normatização é quebrada pela identificação. As experiências cotidianas transfiguram o “ser e estar” por meio de estímulos sensíveis à sexualidade. O que Giddens chama de auto-identidade pode tornar-se uma identificação fluída, reconfigurando os papéis corporais da sociabilidade sexual, podendo ser constantemente transitórios.

Os papéis de cada um dos corpos em *ménage* foram estabelecidos ainda nos primeiros contatos. As preferências sexuais, a exploração do corpo enquanto instrumento de prazer podem determinar os papéis em um *ménage*. Rafael havia deixado claro nas primeiras conversas pelo *Grindr* que ele era ativo, e quando aceitou marcar o encontro com o casal já sabia que Tiago era passivo e que Ricardo era versátil. Por isso o desconforto de Rafael quando se viu entre os dois corpos.

Os corpos carregam, a partir das experiências de vida, marcas das identificações. O comportamento na ação sexual pode ser marcado pelo papel social em que aquele corpo se reconhece. Portanto, o corpo em orgasmo também é a manifestação cultural do homem em ação social.

PAPÉIS SOCIAIS E PAPEIS SEXUAIS: VIRILIDADE NO PAPEL DE UM ATIVO

Fernando^[105] divide apartamento com mais quatro amigos em Ipanema, Zona Sul do Rio de Janeiro. “Tá muito caro SOBREVIVER^[106] nessa cidade... pra morar em Ipanema, você tem que ou ganhar muito bem, ou dividir... como eu não ganho bem... divido.” Finaliza a frase batendo ombros.

Fernando mora em um apartamento de mais ou menos 70 metros quadrados na Rua Visconde de Pirajá, uma das principais vias do bairro. Os amigos dividem os quartos dois a dois e um deles fica com o quarto da área de serviço.

A história de Fernando: Conversa vai, conversa vem e o *Grindr* promete para o final de semana. Fernando “estava com muito tesão e louco para fazer sexo”. Deitado em sua cama, conversava com vários “caras”^[107] por meio do aplicativo e marcava vários encontros. Segundo ele, “é sempre bom ter várias possibilidades”, depois é só “escolher a que melhor convém” – distância, tipo físico, preferência sexual e papo, “não necessariamente nessa mesma ordem”, mas são critérios usados por ele para escolher, “tudo depende do dia e do tesão”.

Em uma dessas conversas Fernando conhece Yago, jovem de 21 anos, 10 a menos que Fernando. Os dois ficam muito excitados com as trocas de mensagens e imagens. “Ele queria transar com um cara experiente e eu queria aproveitar aquele corpo lisinho e novinho”. Decidem que querem se encontrar, mas é nesse momento que surge um complicador, Yago não tem “local”^[108], pois mora com os pais e Fernando está com a casa cheia, os outros moradores. Fernando tinha ficado encantado com o jovem – “Branquinho, magrinho e lisinho... o melhor de tudo, passivo”. Segundo ele, ficou frustrado por perder a oportunidade de “comer”^[109] o garoto.

Mais ou menos dez minutos depois, Fernando recebe uma mensagem no Grindr, era Yago. Segue a conversa entre Fernando e Yago^[110]:

Yago: Você curte a três?

Fernando: Curto, mas depende do terceiro, né?

Yago: Ele não é bonito, mas tem um pau bem gostoso. Ele é ativo e disse que topa... mostrei suas fotos.

Fernando: Manda umas fotos dele...

Yago: Pera aí!!!

Tempos depois Fernando recebe a imagem.

Fernando: É ele não é bonito, mas também não é feeeio... Eu topo, mas ele tem local?

Yago: Tem sim.

Fernando: Onde e que horas?

Fernando chegou no horário marcado. Um prédio pequeno de três andares no Leblon, bairro localizado na Zona Sul do Rio de Janeiro. Pedro^[111] era o nome do terceiro elemento, dono do “local”. Ele morava no segundo andar do prédio, um quarto e sala que Fernando achou uma graça. Fernando achou tudo lindo, não fosse sua alergia a gato. “Ele tinha um gato sia... sai... siamês”.

O anfitrião indica o caminho do quarto. O jogo começa. Yago, o jovem efebo, era o centro das atenções. Os dois homens admiravam a pele lisa e sem pelos do rapaz. Com todos esses corpos em movimento a se roçarem, eles começam a suar. Fernando descreve a cena dos corpos nus suados com detalhes. O mancebo pingava sobre seu corpo. “No verão carioca tem que ter um ar potente... O ar-condicionado não dava conta”.

Fernando disse que tudo estava indo bem, até que Pedro pede para ele fazer uma coisa que lhe foi inusitada, principalmente pelo que havia sido “acordado” durante a conversa entre ele e Yago. Conta Fernando: “Ele virou pra mim e disse... ‘lambe meu cu’. Eu achei divertido... ele que se disse... que era ativo e blá, blá, blá... Fui lá e fiz. Nessa hora ele estava fudendo o Yago. Depois de um tempo ele pediu para eu comer ele. Ativo? Sei! Biba passiva...”^[112]

O julgamento de Fernando sobre o pedido de Pedro – “Biba passiva” – baseia-se apenas em seu juízo de valor. Não quer dizer que Pedro não seja ativo em suas relações. No imaginário que perdurou historicamente, o papel de um passivo em ato sexual teria como consequência o prejuízo de sua virilidade, a perda de seu gênero masculino (TAMAGNE, 2013, p. 432). Virilidade, portanto, característica de homem ativo, papel social que se esperava de Pedro. O pedido do anfitrião não está, necessariamente, ligado a sua perda de virilidade. Porque não pensarmos em uma situação de exploração da totalidade de seu corpo, penetrar enquanto se é penetrado? Orgasmo total e completo. Para Tamagne (2013, p. 433), “cada um negocia até um certo ponto a sua autoapresentação, em função dos lugares, dos ambientes e das situações.”. Pedro negociou seu próprio corpo pela valoração do prazer e na busca do orgasmo.

Fernando acredita que seu papel de ativo em relação a Pedro o colocou em uma situação de dominação, e, enquanto tal, de potência. Ele encarnou o papel da virilidade. Questionado sobre Yago, por quem ele se interessou, ele responde:

– Não comi ele.

Questionado sobre o motivo.

– A bicha passiva do outro^[113] se apossou dele.

Nessa mudança de papéis, talvez o dominador ainda tenha sido Pedro e talvez Fernando nem tenha se dado conta.

Prazer do aqui e agora, da realização do desejo, o lugar de Dionísio, foi representado por Pedro em seu próprio corpo, explorando as possibilidades que estavam ali expostas. Para Maffesoli (2009, p. 55) essa sabedoria, *dionisiaca*, “nos encoraja a desfrutar, bem e mal, esta terra e seus frutos”. É a disposição de permitir-se transcender a autoidentidade, falada anteriormente por Giddens (1993), sobre as potencialidades das experiências sensíveis que fundam o cotidiano. O amor à vida está no “vitalismo”, “momento certo, a ocasião propícia, o senso de oportunidade: é isso que caracteriza o presentismo dionisiaco” (MAFFESOLI, 2009, p. 58), uma potência de exploração do corpo, da vida.

Para o autor, o presenteísmo é a valorização do momento vivido e das relações afetuais que se estabelecem pelas experiências. O prazer do gozo, no caso do Pedro, não foi marcado apenas pelo orgasmo sexual, mas estava ligado à possibilidade orgástica do prazer da experiência total de seu corpo entregue ao gozo. Foi ultrapassando as regras iniciais de seu papel na relação social que ele pode desfrutar o novo, um novo corpo, uma nova forma de reconhecimento, uma nova identificação, um novo caminho.

ONE, TWO, THREE: RODOLFO, THIAGO E?

A sugestiva música da “princesinha do POP”, “3”^[114], de Britney Spears, apologiza a prática do sexo a três. Na letra o narrador tenta convencer uma terceira pessoa de participar de um *ménage*. O narrador garante que é “apenas diversão sem maldade”, esse pecado é garantia de prazer.

3

Britney Spears

1, 2, 3	Everybody loves ***
Not only you and me	Countin’
Got one eighty degrees	Three is a charm
And I’m caught in between	Two is not the same
Countin’	I don’t see the harm

1, 2, 3	So are you game?
Peter, Paul & Mary	Lets' make a team
Gettin' down with 3P	Make 'em say my name
Everybody loves ***	Lovin' the extreme
Countin'	Now are you game?
Babe, pick a night	Are – you in
To come out and play	Livin' in sin is the new thing
If it's alright	Are – you in
What do you say?	I am countin'!
Merrier the more	1, 2, 3
Triple fun that way	Not only you and me
Twister on the floor	Got one eighty degrees
What do you say?	And I'm caught in between
Are – you in	Countin'
Livin' in sin is the new thing (yeah)	1, 2, 3
Are – you in	Peter, Paul & Mary
I am countin'!	Gettin' down with 3P
1, 2, 3	Everybody loves ***
Not only you and me	What we do is innocent
Got one eighty degrees	Just for fun and nothin' meant
And I'm caught in between	If you don't like the company
Countin'	Let's just do it you and me
1, 2, 3	You and me...
Peter, Paul & Mary	Or three....
Gettin' down with 3P	Or four....
	- On the floor!

O narrador não se importa de onde e como ocorrerá o prazer, chega a cogitar romper o *ménage* para garantir o prazer, “a três, a quatro, no chão!” Segundo Carmo (2011, p. 339), “comumente se diz que sexo a três é *ménage à trois*, com quatro pessoas é suingue e acima disso é suruba, orgia ou bacanal”.

Vivendo juntos há quatro anos, o mineiro Rodolfo e o gaúcho Thiago^[115] têm uma relação aberta, definida por eles como: “transamos com outros caras, desde que o outro esteja envolvido”. São adeptos de *ménage à trois*, apesar de já terem feito sexo com um número maior de parceiros, mas dizem não gostar: “Falta cama!”. Sobre a prática do sexo a três, assim como na letra da música “não veem mal” e o que fazem “é inocente”. Entre no jogo, “dois não é o mesmo”.

Segundo Thiago, o mais falante entre eles, depois que baixaram os “aplicativos de pegação de viado^[116], ficou bem mais fácil trazer gente aqui pra casa”. O casal tem perfil nas redes geosociais *Grindr*, *Scruff* e *Hornet*, cada um em seu próprio *smartphone*. Quando algum outro membro de uma das redes sociais chama a atenção de um deles, imediatamente um resumo contendo algumas informações e imagens são encaminhadas para o outro (esse é o acordo entre eles). Para que ocorra o encontro, os dois devem estar de acordo. Conta Thiago:

– Um dia eu tava no hospital que trabalho, foi na hora do almoço... eu decidi olhar o celular e vi que tinha algumas mensagens da abelhinha^[117]. Tinha um cara bem gato. Dizia lá^[118] que ele estava uns cinquenta e poucos metros de mim. Ele tinha pedido para ver minhas fotos privadas^[119]. Eu liberei o álbum, ele era gato, né?! Normalmente peço pra ver primeiro, depois é que libero... vai que não gosto. Aí já mandei para ele (Rodolfo) as fotos do gostoso... e ele gostou. Aí falei que era casado e que tinha que ser a três. Ele curtiu a ideia de trepar com a gente... (Nesse momento Thiago pede desculpas por usar a palavra trepar e continua^[120]).

Daí, terminei meu plantão e encontrei com ele no estacionamento. Ele era enfermeiro do hospital. Novo lá... Bom, entramos no meu carro e coloquei, de propósito, uma música que adoro... *Three*, da Britney. Ele demorou para entender a brincadeira... bicha lenta. (Nesse momento Rodolfo e Thiago dão uma gargalhada). Eu sei que foi ótimo, ele era gato e gostoso. Fizemos sexo bem gostoso... os três.

A relação afetiva que se estabelece entre o casal e seus convidados são rápidas, fluídas, mas não menos intensas. A afetividade do prazer de gozar não está na temporalidade da relação, mas em sua potencialidade de prazer. A memória afetiva está no compartilhamento do casal, no gosto de ver o prazer do companheiro em suas várias possibilidades, das lembranças dos orgasmos e na excitação que proporcionam uns aos outros.

As tecnologias de informação e comunicação não são determinantes para as relações ocorrerem, mas não são menos importantes, pois coube à tecnologia participar desses “reencantamentos do mundo” (MAFFESOLI, 2007), do encantamento dos encontros, das práticas sociais do sexo e da transformação mágica que é a reconfiguração da cidade experienciada.

A tecnologia, no caso dessas histórias, é mediadora das conversas, dos encontros e da prática sexual. Segundo Lemos, “com a atual fase dos computadores ubíquos, portáteis e móveis, estamos em meio a uma ‘mobilidade ampliada’, que potencializa as dimensões física e informacional” (2011, p. 17). A tecnologia amplifica o lúdico jogo do desejo, já presente na vida cotidiana, e redimensiona as potencialidades das relações e dos laços sociais e suas distintas temporalidades. Vemos a “virtualização” e a “realidade” em um único meio, a vida em suas várias formas de potencialidade de experiências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARMO, P. S. do. **Entre luxúria e o pudor**: a história do sexo no Brasil. São Paulo: Octavo, 2011.
- GIDDENS, A. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora UNESP, 1993.
- HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- LEMOS, A. Mobilidade e espaço urbano. In: BEIGUELMAN, G.; La FERLA, J. **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- LUCHIARI, M. T. D. P. A (re)significação da paisagem no período contemporâneo. In: MAFFESOLI, M. **Homo eroticus**: des communions émotionnelles. CRS editions: Paris, 2012a.
- MAFFESOLI, M. **O ritmo da vida**: variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- _____. **Iconologias**: nuestras idolatrías postmodernas. Barcelona: Península, 2009.
- _____. **Homo eroticus**: des communions émotionnelles. CRS editions: Paris, 2012a.
- _____. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012b.
- PESAVENTO, S. J. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**, v. 53, jan.-jun. 2007.
- TAMAGNE, F. Mutações homossexuais. In: COURBIN, A.; COURTINE, J. VIGARELLO, Gs. **História da virilidade**: a virilidade em crise? Séculos XX-XXI. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013, v. 3, p.424-453.

Notas

[1] É preciso destacar que nossa análise não é contrária ao reconhecimento das diferenças culturais ou identitárias dignas de respeito e preocupação por parte da família humana em seu conjunto. Esta visa, antes, o processo de reificação de toda prática cultural ou traço identitário e a sua solidificação enquanto fim em si mesmo e não como modo de expressão e manifestação existencial. É o caso, principalmente, de movimentos sociais ou políticos que se reduzem à defesa ou salvaguarda de práticas ou aspectos culturais e identitários específicos; muitas vezes em detrimento daqueles aos quais são identificados.

[2] “A sociedade não existe”, disse Margareth Thatcher (Le Monde Diplomatique. “La société n’existe pas. Disponível em: <<https://www.monde-diplomatique.fr/mav/153/A/57545>>. Acesso em: fev. 2014).

[3] “A noção de substância em filosofia é definida enquanto aquilo que existe em si mesmo, de maneira permanente em oposição àquilo que muda: “a substância, isto é, a realidade ‘mais real’ que as formas” (RUYER, Esq. Philos. Struct., 1930, p. 307). Ou aquilo que persiste no meio da mudança (os fenômenos) e a torna (a mudança) compreensível: “as relações de tempo dos fenômenos, simultaneidade ou sucessão, só são determináveis graças à existência de um permanente; a mudança só pode ser percebida nas substâncias” (BOUTROUX, La Philos. De Kant, 1926, p. 124). Dicionário do Centre de Ressources Textuelles e Lexicales du CNRS.

[4] Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no GP Comunicação e Culturas Urbanas, no XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, Foz do Iguacu, PR, setembro/2014.

[5] O subtítulo faz menção ao verso do samba enredo da GRES Portela 2015 – “Imagina-Rio, 450 Janeiro de Uma Cidade Surreal” – que ressalta o trem e a Central do Brasil como elementos do imaginário carioca.

[6] “Bota Abaixo” foi o apelido dado às ações de desapropriação de residências e moradores da região central do Rio de Janeiro para que pudesse haver as reformas urbanas que modernizaram a cidade no início do séc. XX (ABREU, 1987).

[7] Prefácio escrito pelo geógrafo Márcio Oliveira (p. 11) para o livro O rapto ideológico da categoria subúrbio (FERNANDES, 2011).

[8] Comentários da autora deste artigo, que viveu por 25 anos em Salvador, Bahia.

[9] *Utopia Urbana* foi um estudo empírico realizado pelo antropólogo Gilberto Velho no final dos anos 1960 com o objetivo de estabelecer relações entre estratificação social, residência e ideologia (FERNANDES, 2011, p. 37).

[10] O subtítulo refere-se ao refrão do samba “Meu Lugar” de Arlindo Cruz (disco *Sambista Perfeito*, 2007), que descreve a história cultural de Madureira.

[11] Socialidade é um termo usado por Maffesoli (1988, p. 198) para “expressar uma empatia comunalizada e coletiva”.

[12] Tentei expor algumas suposições sobre o papel das autodefinições semióticas da cidade de São Paulo em 2012. Encontrei idéias frutíferas, que aqui eu não posso desenvolver, no Rio de Janeiro em Hershmann (2000) e Sanmartin Fernandes, Maia, Hershmann (Orgs, 2012). Um agradecimento especial vai para Isabella Pezzii pelo trabalho de pesquisa e cooperação sobre o

tema da cidade e para o colega Ilaria Tani por favorecer a elaboração deste ensaio. Finalmente, um agradecimento especial vai para Paolo Sorrentino: a leitura de seu belo ensaio na forma de publicação sobre a história simbólica de Roma (Cf. SORRENTINO, 2014) estimulou a elaboração deste texto, que em alguns aspectos representa uma continuação e um revival. Para outros versículos, este texto representa um novo desenvolvimento das minhas reflexões sobre a *cidade glocal* (SEDDA, 2012). Ele observa uma primeira versão deste ensaio, intitulado “As muitas definições de Roma”, é encontrado em TANI, I. (Ed.). **Paisagens metropolitanas**. Teorias, modelos, caminhos. Roma: Quodlibet, 2014.

[13] Sobre o surgimento medieval de heráldica, sobre o papel de selos e bandeiras (Cf. PASTOUREAU 2004; 2008).

[14] A importância de Ara Pacis na história da Itália e não somente de Roma (Cf. BRUNI, 2010).

[15] Relativa ao estabelecimento do sujeito em correlação com a contratação de um discurso (Cf. GENINASCA, 1997).

[16] Sobre o tema da “Gestão da Diversidade” em Roma contemporânea, consulte SEDDA; CERVELLI, 2009.

[17] Neste sentido, a imagem da Lupa parece estar além do status de um “símbolo”, no sentido proposto por Umberto Eco (1984) – significados contraditórios nebulosos – é ainda a ideia do símbolo como “significante vazio”, no sentido de Laclau (2005).

[18] A pesquisa empírica foi realizada por meio de observação participante por cerca de três anos (entre 2011 e 2013), com aplicação de questionários aos membros da *Loja Paraná do Conselho Steampunk*, em Curitiba, Paraná.

[19] Até início de 2014, havia apenas uma loja em cada Estado. Entretanto, Bruno Accioly, um dos precursores do *steampunk* no Brasil e membro do Conselho *Steampunk*, diz que em um mesmo Estado há possibilidade de se ter mais de um grupo, desde que haja interessados nisso.

[20] No Brasil, há 13 lojas no momento: Loja Alagoas (Maceió), Loja Ceará (Fortaleza), Loja Distrito Federal (Brasília), Loja Goiás (Goiânia), Loja Minas Gerais, Loja Paraíba (João Pessoa), Loja Paraná (Curitiba), Loja Pernambuco (Recife), Loja Rio de Janeiro (Rio de Janeiro), Loja Rio Grande do Sul (Porto Alegre), Loja Rondônia (Porto Velho), Loja Santa Catarina (Florianópolis), Loja São Paulo (São Caetano do Sul). (Informação fornecida pelo *Conselho Steampunk*, responsável pela hospedagem dos *sites* de todas as lojas do país).

[21] <http://pr.steampunk.com.br>.

[22] Página do grupo da *Loja Paraná do Conselho Steampunk* no *Facebook* Disponível em: <www.facebook.com/groups/146818038739904>. Acesso em: 17 jul. 2014.

[23] Entrevista concedida em 11 fev. 2012, em Curitiba, Paraná.

[24] Disponível em: <<http://www.facebook.com/groups/146818038739904/>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

[25] Disponível em: <www.facebook.com/groups/146818038739904>. Acesso em: 15 jul. 2014.

[26] No original: “[...] desplegar una capacidad de búsqueda de información constante para aplicarla a sus proyectos creativos, mirar los problemas desde diferentes perspectivas, construir conocimientos a partir de una cultura participativa en red y desarrollar la capacidad de crear una cadena propia de suministro de información, de conocimiento y de diversos productos culturales, así como generar de sus propios públicos y consumidores.”

[27] No original: “Lo que encontramos, en cambio, es que las formas industriales y postindustriales (digitales) de producir y circular los bienes y mensajes conviven con hábitos comunitarios antiguos, formación de nuevas comunidades y tipos de negocio, se combinan los gustos por la cultura masiva con “nuevas” formas de trabajo artesanal, de lo local y transnacional.”

[28] No original: “Las experiencias digitales, al mismo tiempo que exhiben los avances recientes de la tecnología, se parecen a esas formas antiguas de la vida cultural y social que son el intercambio inmediato, la copresencia y la fiesta.”

[29] Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Ehm8RJ8KVwo>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

[30] Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=_uzGAIQS-TU>. Acesso em: 20 dez. 2013.

[31] Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=diIhdiKJNaI>>. Acesso em: 15 jul. 2014.

[32] Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=GMpUv2eGGV8>. Acesso em: 15 jul. 2014.

[33] No original: “Cuando trabajas con gente en los contextos donde crean las cosas, que son los de su vida cotidiana, llegas a entender que en realidad la creación tiene que ver con la poiesis: con la búsqueda de sentido, con la producción de sentido. No con la producción de obras. Esa es la fuente de la que están hechas las cosas importantes.”

[34] No livro Teatro do Oprimido e outras poéticas, editado pela primeira vez em 1983, Boal inicia a apresentação da metodologia do TO. Em 2009 foi lançado seu último livro A Estética do Oprimido, no qual estrutura-se definitivamente o processo de sistematização do TO, complementando a primeira publicação. Tanto a biografia de Augusto Boal quanto informações sobre a metodologia do TO também podem ser acessadas no *site* www.ctorio.org.br

[35] Adota-se também a compreensão do conceito de socialidade de Maffesoli, que destaca que: “[...] o termo não é de uso comum entre os sociólogos”, Ressaltando a diferença que distingue sua obra das análises sociológicas e científicas correntes, o autor marca sua escritura de neologismos como “imaginal” e “societal”. O termo *sociabilité* (socialidade) é mais um exemplo e, como explica o próprio autor em livros posteriores, trata-se mais de uma comodidade de linguagem a qual procura exprimir a “solidariedade de base” na qual se assenta o “estar-junto” humano e do qual convém distinguir *sociabilité* (sociabilidade). Ainda, conforme o autor, a própria experiência do “estar-junto” está pouco representada no termo “social”, de uso comum, seria mais apropriado para designar a relação racional mecânica entre o indivíduo do que a “solidariedade” sobre a qual apoia-se esse “estar-junto”, razão pela qual, também nesse caso, o autor, voltando aos termos de Durkheim, prefere o uso do termo “*sociétal*” (societal). Este ultrapassa o sentido da “solidariedade mecânica” e “reenvia à solidariedade orgânica”. A socialidade seria a expressão cotidiana dessa solidariedade em ato, seria “o societal em ato” (Cf. MAFFESOLI, 1985) (MAFFESOLI, 2001, p. 37).

[36] O processo de decodificação de mensagens que Hall sistematiza é a partir dos discursos televisivos. Contudo, neste trabalho aplica-se tal sistematização na recepção/decodificação dos produtos teatrais. Isso porque o teatro, entendido também como um produto cultural, segue a mesma lógica de produção disposta por Hall: “produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (HALL, 2008, p. 387).

[37] Para montar o conceito de “Polifonia dodecafônica” a inspiração foi o pensador russo Mikhail Bakhtin, que – em uma explicação básica – destaca que o discurso é constituído por relações dialógicas que funciona como um campo de luta para as vozes. Já dodecafônica vem da música e apresenta o sistema de 12 tons, no qual cada som é independente entre si, mas juntos formam uma música.

[38] O conceito de *globalização* neste trabalho seguirá o apresentado por Stuart Hall, o qual “se refere àqueles processos, atuante numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado” (HALL, 2006, p. 67).

[39] Bauman apresenta uma perspectiva mais “acinzentada”, diferente dos autores citados anteriormente, em relação às novas formas de identificação. Nos parece que o autor fala ainda de um lugar mais moderno do que pós-moderno, onde a ampliação das identidades e a emergência de outras gera nele (e assim ele lê a sociedade) um sentimento de incerteza e não de potencialidade.

[40] No original: “[...] es necesario, ante todo, admitir que la relación entre cada cultura y un territorio específico, sin desaparecer, está siendo alterada por la deslocalización de enormes masas de migrantes, exilados, turistas y otros viajeros, así como la creciente interdependencia de cada sociedad con muchas otras, próximas y lejanas” (CANCLINI, 2011, p. 105).

[41] Do original: “componente intercultural no exige simplemente un reconocimiento de la diversidad, sino más bien la celebración de la diversidad cultural y el enriquecimiento recíproco entre las varias culturas en presencia” (SOUSA SANTOS, 2012, p. 20).

[42] A presença de grupos que utilizam a metodologia do Teatro do Oprimido no mundo pode ser observada no *site* <http://www.theatreoftheoppressed.org/>

[43] Do original: “interculturalidad implica que los diferentes se encuentran en un mismo mundo y deben convivir en relaciones de negociación, conflicto y préstamos recíprocos” (CANCLINI, 2011, p. 106).

[44] Sousa Santos vem trabalhando com o conceito de *pós-colonial de oposição*. Para ele apenas o conceito de pós-colonial não dá conta, uma vez que ele ainda apresenta certa proximidade com as teorias pós-modernas e porque, para o sociólogo, é

preciso avançar, abandonando o prefixo “pós” em detrimento do “pré”. Contudo, adotaremos o conceito de *pós-colonial*, na medida em que abordaremos os pontos de encontro entre a conceitualização de Bhabha, Hall e Sousa Santos.

[45] Segundo o historiador José D’Assunção Barros, “a ideia é que, embora não seja possível enxergar a sociedade inteira a partir de um fragmento social, por mais que ele seja cuidadosamente bem escolhido, será possível – dependendo do problema abordado – enxergar algo da realidade social que envolve o fragmento humano examinado” (BARROS, 2007, p. 171).

[46] Ver TED - **O perigo de uma história única - Chimamanda Adichie** em <https://youtu.be/wQk17RPuhW8>.

[47] Apesar de Bhabha utilizar o conceito de “minorias”, preferimos não adotá-lo, pois acreditamos que ele ainda está carregado da semântica colonizadora, a qual remete à ideia de inferior, mas não necessariamente em quantidade. Por exemplo, quem é a minoria na África do Sul: os negros ou os brancos? Se levarmos em consideração os números, sem dúvida, são os brancos; contudo são os negros que recebem tal designação. Isto porque minoria também é um conceito criado dentro do Estado, como já abordado por Arjun Appadurai (2009, p. 39). Portanto, neste trabalho utilizaremos, ao invés de minorias, o termo “oprimidos”, que em linhas gerais designarão as pessoas e grupos que lutam contra as situações de opressão, como racismo, desigualdade social, machismo, etc. No último item deste capítulo apresentaremos melhor a discussão.

[48] A Carta de Princípios do Fórum Social Mundial pode ser acessada pelo endereço eletrônico: http://www.forumsocialmundial.org.br/main.php?id_menu=4&ccd_language=1

[49] Sousa Santos utiliza a expressão *razão metonímica* como uma forma de conceituar a parte pelo todo. A razão metonímica, junto a outros três tipos, a *razão impotente*, a *razão arrogante* e a *razão proléptica*, formam a *Razão Indolente*, que é uma espécie de conformismo com a situação em que se vive, e está presente na prática social de muitos indivíduos e na maneira como a sociedade se organiza. Contra a Razão Indolente, o sociólogo propõe a *razão cosmopolita*.

[50] A obra foi publicada pela primeira vez em 1968, durante o período em que o educador ficou exilado no Chile.

[51] A Escola de Frankfurt foi fundada por cientistas e pensadores alemães, entre os quais estão Theodor Adorno, Max Horkheim, Erick Fromm, Herbert Marcuse e Walter Benjamin. A Escola segue uma orientação marxista e, em linhas gerais, identificavam os meios de comunicação como ferramentas da Indústria Cultural, a serviço apenas da dominação das forças políticas dominantes da época. Seus autores, talvez com a exceção de Benjamin, partilhavam o entendimento de que o público não exercia poder de crítica sobre os produtos difundidos pela Indústria Cultural.

[52] Um exemplo que se pode citar, de maneira bastante genérica, é o de uma mulher que sofre com assédio sexual do seu chefe, mas não pode deixar o emprego, pois precisa do salário para sustentar a casa, cuidar dos pais e dos filhos, não podendo abrir mão dele naquele momento. Ela não está alheia ao assédio, mas sua condição no momento não a deixa com vias de saída.

[53] A música citada é “Solteira, sim. Sozinha, nunca”, letra de MC Jenifer.

[54] Texto de divulgação da exposição no site do Instituto Tomie Otake. Disponível em: <http://www.institutotomieotake.br/exposicoes/interna/arquitetura-brasileira-ver-do-meio>. Acesso em: abr. 2017.

[55] Ver: Yve-Alain BOIS and John; SHEPLEY, . *A Picturesque Stroll around “Clara-Clara”* in. *October* . MIT Press. Vol. 29 (Summer, 1984), p. 32-62.

[56] Texto de divulgação disponível em: <http://www.select.art.br/a-cidade-e-as-cidades/>. Acesso em: abr. 2017.

[57] Para De Certeau, “a caminhada afirma, lança suspeita, arrisca, transgride, respeita, etc., as trajetórias que “fala” (CERTEAU, 1994, p. 179).

[58] A partir da impossibilidade de compartilhar o vivido, a exemplo do desaparecimento das formas tradicionais de narrativa e do emudecimento dos sobreviventes dos campos de batalha, Benjamin marca a existência moderna a partir da vivência do indivíduo solitário. Ver: BENJAMIN, W. “Experiência e Pobreza” e “O Narrador” In: *Obras Escolhidas – volume 1: Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

[59] Tal recusa não significa atestar qualquer impossibilidade, mas pensar as bases de uma experiência que se caracteriza por uma exterioridade e se efetua cada vez mais fora do homem.

[60] Até os anos de 1930 e 40, o termo *street photography* era usado apenas para nomear os fotógrafos de rua que abordavam turistas, principalmente, para oferecer seus serviços de retrato.

[61] A relação entre fotografia e vídeo foi desenvolvida por Antonio Fatorelli a partir da expansão dos limites da fotografia e do privilégio dos híbridos na contemporaneidade. Ver: FATORELLI, A. *Fotografia e novas mídias: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias*. Rio de Janeiro: Senac, 2013.

[62] Ver: FRIED, M. *Arte e Objetividade*. *Revista Arte e Ensaios*, Programa de Pós-graduação em Artes Visuais, EBA/UFRJ, 2002, p. 130-147.

[63] A ideia de ver com os pés foi desenvolvida por Nelson Brissac em um artigo para a Folha de São Paulo no qual comentava os trabalhos de Richard Serra. Ver: BRISSAC, N. “Obra aponta para a noção de espaço inapreensível pela visao”. *Folha de São Paulo*, Ilustrada. 2 dez. 1997. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/12/02/ilustrada/27.html>. Consultado em: abr. 2017.

[64] Em sua análise da década de 1890, Gumbrecht ressalta o colapso do paradigma sujeito/objeto como modelo para a produção de conhecimento, e o surgimento de uma nova forma de produção do saber. Se, desde o Renascimento italiano, a estrutura estabelecida para o conhecimento opunha sujeito e objeto, sendo o sujeito o observador do mundo e o mundo o objeto de suas observações, é no século XIX que essa polaridade se desfaz em prol de um sujeito que agora é visto como parte desse mundo e que, portanto, torna-se também um objeto de conhecimento. Ver: GUMBRECHT, H. U. *A Modernização dos sentidos*. São Paulo: Ed. 34, 1998.

[65] Tradução da autora.

[66] As noções de “visão aproximada” e “espaço háptico” são termos emprestados de Alois Riegl. Ver: BUYDENS, M. *Saabra*. *L'esthétique de Gilles Deleuze*. J Vrin, 2005, p. 124.

[67] TAR é uma forma de abordar fenômenos sociais no processo de sua fabricação. Sua especificidade enquanto método, que toma emprestado da antropologia algumas de suas ferramentas, reside em “seguir os atores” de forma a acentuar a observação do trabalho de construção dos fatos por meio do que Latour chama de mediação ou redes sociotécnicas. Na TAR, pessoas e coisas são simetricamente consideradas atores (um site, um livro, uma imagem, um museu, um discurso, um procedimento, tanto quanto um artista, um curador, um historiador da arte, por exemplo). A noção de rede em Latour não se filia à de sistema, e sim à dos enunciados em Foucault e ao conceito deleuziano de agenciamento, que considera conjuntos de funcionamentos inter-relacionados de elementos diversos que formam determinadas configurações e estabilizações empiricamente observáveis (um modo de discurso, um valor, maneiras de fazer e visões de mundo que fazem com que certas coisas aconteçam do jeito que acontecem). Vejo os procedimentos da TAR muito próximos do método cartográfico de Deleuze e Guattari, sistematizado por Eduardo Passos, Virginia Kastrup e Liliana da Escóssia (2010). Nesta perspectiva, ao “seguir atores”, o próprio pesquisador se inclui na trama que descreve, assumindo seu papel na construção do conhecimento e rompendo com a dicotomia sujeito-objeto na pesquisa. A narrativa em primeira pessoa, como veremos ao longo deste texto, é coerente com este gênero de abordagem.

[68] O trabalho de Sherman, por sua vez, havia desbancado *99 Cent II Ditychon*, de Gursky, vendido em 2006 por US\$ 3.35 milhões, que vinha sendo considerada por cinco anos a foto mais cara do mundo. Fonte: http://www.artfixdaily.com/news_feed/2011/11/14/9513-photographer-andreas-gursky-unseats-cindy-sherman-in-record-setti.

[69] Os preços médios dos trabalhos em fotografia na Feira giravam em torno de 25 mil reais.

[70] Fonte: http://quoi.info/wp-content/uploads/data_art/#.UvgIRfaA3Sg.

[71] Em média de 2m de largura por 5m de comprimento.

[72] Fonte: <http://www.bannination.com/comments/5134321>

[73] Fonte: <http://www.bikechatforums.com/viewtopic.php?p=3017141>

[74] Disponível em: <<http://www.christies.com/lotfinder/photographs/andreas-gursky-rhein-ii-5496716-details.aspx#features-audio>>.

[75] O número de edições têm um significado particular na valoração das obras fotográficas: do ponto de vista da produção, juntamente com a dimensão, o acabamento e o tipo de papel, a tiragem é um dos fatores que influenciam o valor de um trabalho. Quanto menos exemplares ele tiver, mais ele vale. Princípio clássico de exclusividade da obra de arte, com a diferença de que na fotografia uma “cópia” pode ter valor de “original”.

[76] Particularmente em sua teoria dos enunciados e das visibilidades que trata das formas de constituição do saber em determinados momentos históricos de nossas sociedades.

[77] Texto original: “[...] A breathtaking masterpiece of scale and wonderment, as well as the icon of Andreas Gursky’s pioneering photographic oeuvre, *Rhein II*, enwraps the viewer in the sheer beauty of its scene (...) Unusually for the artist, this series contains photographs produced on multiple scales, the present work being the largest of the entire edition. Reaching out towards infinity, the work invokes a contemporary take on the “sublime” with the astounding perfection of line and color achieved through the invocation of an apparently natural landscape. Reflecting on Barnett Newman’s historical search for the abstract “sublime” in the 1950s, here Gursky adopts this metaphor and applies to it perhaps the most symbolic motif in German art [...]”.

[78] “[...] As Peter Galassi has noted, with its unimpeded horizontal and geometric arrangements of color, *Rhein II* reflects a “rich inheritance of reductive aesthetics from Friedrich to Newman to Richter to Donald Judd” (P. Galassi, “Gursky’s World,” in *Andreas Gursky*, New York, 2001, p. 35). Indeed, traces of each of these forebears are visible in the work: Caspar David Friedrich’s open celebration of God’s infinite horizon; Gerhard Richter’s playful subversion of the romantic landscape; Donald Judd’s serialized reflections on the qualities of industrialized society; and Barnett Newman’s invocation of the “sublime” through abstraction”.

[79] “Gursky was originally schooled by the celebrated artists Bernd and Hilla Becher at the renowned Künstacademie in Düsseldorf. With his direct and unflinching perspective centered upon one theme, here the familiar straight stretch of the river Rhine, his style recalls the Bechers’ own distinctive practice. However, his work does make a radical departure with its brilliant use of color and large-format imagery. Indeed, faced with what he considered to be the fundamental inadequacies of the documentary practice, Gursky was persuaded in 1992 to begin using digital technology as a means of manipulation. In doing so, the artist skillfully generated an “illusion of a fictitious reality,” throwing into question the veracity of the image as it fluctuates between a pristine landscape and an artificial reframing of the world [...]”.

[80] Considerada a fotografia mais cara do mundo antes de *Untitled #96* de Cindy Sherman desbancá-la em 2011. *Rhein II* ultrapassou *Untitled #96* poucos meses depois. Fonte: <http://www.pophoto.com/news/2011/05/cindy-sherman-print-sells-39-million-auction-highest-ever-photograp>.

[81] Esta, evidentemente, é uma outra “caixa preta” que a pesquisa deseja abrir e investigar, mas que não será tratada aqui. De toda forma, noções como a do anacronismo das imagens em autores como Didi-Huberman, Poivert, Rancière e Daniel Arrasse já demonstraram como, ao longo da história, pintura, desenho e fotografia já apresentavam, em distintas épocas, questões muito próximas as que são colocadas hoje no âmbito da chamada arte contemporânea, algumas das quais analisadas notadamente por Jonathan Crary (Cf. CRARY, 2013).

[82] Autores como Fontcuberta, por exemplo, problematizam a questão do arquivo e da memória na fotografia, mostrando o quanto o esmaecimento das fronteiras entre artístico e não-artístico na arte contemporânea apontam para um jogo intelectual que, ao mesmo tempo em que “desdramatiza” o documento, evidencia as forças discursivas e não-discursivas que o organizam e significam. Assim, imagens documentais, vernáculos ou de cunho informativo, são passíveis hoje de serem legitimadas como obra de arte, exatamente por evidenciar ou por apresentarem questões que correspondem às da arte contemporânea (releitura do passado, modos de vida, códigos de representação) (Cf. FONTCUBERTA, 2012).

[83] “[...] encontros que repercutem na mídia antes, durante e depois do acontecimento, despertando o interesse de milhares de pessoas” (FREITAS, 2011).

[84] Os megaeventos contemporâneos, como o Rock in Rio, se convertem em plataformas comunicacionais onde floresce o *branding* transmídia. Ou seja, o padrão de “contar uma determinada história” em um único meio é ampliado, cada mídia possuindo um conteúdo original adequado a suas características e ao seu público (FREITAS; LINS, 2013).

[85] Texto original: “[...] siamo nati per consum_are, è anche vero che consumare significa culturalmente e implica praticamente molto di più che soddisfare i propri bisogni quotidiani mediante dele merci”.

[86] Texto original: “[...] una pratica sociale e culturale complessa”.

[87] No Brasil, em junho de 2013, insatisfeita com os altos custos dos estádios para a Copa de 2014, a população deu início a uma série de protestos pelas ruas do país, onde se reuniram milhares de pessoas e se mesclaram outras questões sociais.

[88] Para Émile Durkheim (1978), o fato social é determinante nas alterações do cotidiano de uma coletividade, caracterizando-se por três vertentes: a coercitividade relacionada a fortes padrões culturais do grupo que os indivíduos integram; a exterioridade desses padrões de cultura; e a generalidade, ou seja, os fatos sociais que existem para a coletividade (DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. In: GIANNOTTI, José Arthur. Os pensadores: Émile Durkheim. São Paulo: Ed. Abril Cultural, 1978).

[89] Texto original: “[...] they promise modernity the occurrence (and, ironically, also the control) of charisma and aura in a world often appearing as excessively rationalistic and as lacking any dimensions beyond the everyday lifeworld and its mundanity. Also, in their calendar and cycles mega-events offer modernity a vision of predictability and control over time, over the pace and direction of change, in a world where social, technological, ecological and other changes can often appear “out of control” – unpredictable, too fast to adapt to, purposeless and generally anomic.”

[90] *Case* de sucesso são histórias de sucesso de uma empresa ou profissional.

[91] Texto original: “Hay quien critica que mi festival parece un centro comercial. Y es verdad: esto es la evolución del centro comercial, porque el 50% de la gente que va a un shopping es para socializar: por la experiencia”.

[92] Texto original: “La fiesta de los patrocinadores”.

[93] Texto original: “La gente también es el show”.

[94] Com pretensão de chegar à Broadway e também tornar-se um filme, foi criado em 2013 o musical brasileiro mais caro já produzido até hoje, contando a história do festival a partir da seleção de músicas marcantes de cada edição. O espetáculo, chamado “Rock in Rio: O Musical”, foi apresentado no Rio de Janeiro e em São Paulo com muito sucesso, permanecendo em cartaz durante oito meses.

[95] Informação extraída da aula do professor Muniz Sodré na UERJ em 21 de maio de 2013.

[96] Lygia Clark, 1963.

[97] Redes sociais da internet que utilizam a tecnologia de geolocalização empregada para *smartphones*.

[98] Casos específicos para métodos de pesquisa que adapta etnografia e netnografia – (pesquisas empíricas em suportes diferentes – a primeira no espaço público e a seguinte pela internet). Os primeiros contatos se deram pelas próprias redes geosociais. Contudo, o desdobramento das conversas se deram em espaços públicos e privados dependendo da escolha dos entrevistados. Entrevistas que se seguiram por horas, buscando a informalidade, mas sem perder o foco das histórias e no objeto da pesquisa.

[99] Rafael é morador da Tijuca, bairro localizado na Zona Norte da Cidade do Rio de Janeiro. É professor particular de inglês. Tem 1,80 de altura e pesa 82 kg. Gosta de cinema, teatro e malhar. Fonte: Perfil do Rafael na rede social Grindr.

[100] Bairro da Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro.

[101] *WhatsApp Messenger* é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. [...] Além das mensagens básicas, os usuários do *WhatsApp* podem criar grupos, enviar mensagens ilimitadas com imagens, vídeos e áudio. Fonte: <http://www.whatsapp.com>

[102] Rafael se diz “viciado” em games e se identificou ainda mais com o casal, pois o seu console também é o Xbox 360.

[103] Grindr é um aplicativo para *smartphone*, uma rede social que utiliza tecnologia de geolocalização voltada para o público gay, o aplicativo tem mais de 4 milhões de perfis em 192 países. O aplicativo, além da possibilidade de trocas de mensagens de texto, permite aos usuários enviarem fotos e vídeos pessoais. Fonte: <http://grindr.com/learn-more>.

[104] Chamo aqui de “ativo, passivo e versátil” os papéis sociais que são identificados por muitos dos usuários das redes sociais. A identificação no perfil do usuário de uma dessas preferências facilita a aproximação dos observadores. Ativo é o papel social do homem que penetra o outro homem em uma relação sexual. Passivo é o homem penetrado pelo ativo. O versátil seria um homem flexível para os atos sexuais, ele tanto gosta de penetrar quanto de ser penetrado. Existem, é claro, variações para essas preferências: ativos não tão ativos e passivos mais versáteis. Os papéis sociais na cena sexual dependerão do desenrolar do momento festivo.

[105] Fernando, morador de Ipanema, Zona Sul do Rio de Janeiro. 31 anos, 1,73 de altura 70 kg. “Gosta de trepar e de pau grande.” Fonte: Perfil da rede social Grindr.

[106] Ênfase dada pelo entrevistado.

[107] O mesmo que homens.

[108] Expressão comumente usada nos bate-papos dos aplicativos para designar um lugar para o encontro.

[109] Comer é uma expressão que se refere ao papel ativo (aquele que penetra) de um dos envolvidos na relação sexual.

[110] Tive acesso à conversa através do *smartphone* de Fernando. Pude ler a troca de mensagens e ver o conteúdo das imagens – reflexos de corpos nus nos espelhos foram fotografados pelas câmeras fotográficas dos *smartphones*. Os fragmentos dos corpos também foram destacados – pênis e nádega, as últimas em posições erotizadas. Em nenhum momento Fernando ficou encoberto. O texto da conversa aqui apresentado foi transcrito tal qual estava no histórico da conversa de Fernando.

[111] Segundo Fernando, Pedro deveria ter aproximadamente 33 anos, mas não consegue precisar.

[112] Fernando finaliza essa frase com um beijo no ombro. Beijo no ombro é um movimento de mandar um beijo estalado na direção do ombro. Tem várias funções simbólicas, entre elas o deboche.

[113] Fernando referindo-se a Pedro.

[114] A música “3” é um dos *singles* do álbum de 2011 chamado *Femme Fatale* de Britney Spears da gravadora *Jive*.

[115] Rodolfo é “mineiro do interior das Gerais”, 38 anos, 1,70 altura, 74 kg, versátil/ativo. Thiago é “gaúcho ativão”, 26 anos, 1,75 de altura, 76 kg, 20 cm. Fonte: perfil do Thiago na rede social *Hornet*.

[116] Aplicativos de “pegação de viado” aos quais Thiago se refere são os aplicativos que utilizam a tecnologia de geolocalização, redes geosociais voltadas para o público gay, como o já referido aplicativo *Grindr*.

[117] O que Thiago chama de “abelhinha” é a marca da rede geosocial *Hornet* que se traduzido é para o português seria uma vespa.

[118] Quando se abre o perfil de um usuário do *Hornet* aparece a distância entre esse membro da rede social e seu observador, caso essa função esteja habilitada pelo dono do perfil.

[119] No perfil dos membros existem duas possibilidades de arquivar imagens, as públicas, ou seja, que ficam visíveis para todos os observadores que desejarem vê-las e as privadas, que são liberadas pelo seu detentor quando esse achar conveniente.

[120] Com o pedido de desculpas, Thiago deixa claro que está, ao contar sua história, escolhendo palavras que não sejam consideradas por algumas pessoas indelicadas. Enquanto pesquisador, peço que ele fique à vontade, que não precisa desculpar-se e que pode e deve usar as palavras que quiser. Mas minha presença, nesses primeiros contatos com o casal, inevitavelmente causam reticências, e a manifestação está claramente na escolha do vocabulário para narrar a experiência.

Currículos dos organizadores e autores:

João Maia – Doutor em Sociologia pela Université de Paris V (René Descartes), Sorbonne. Pós-doutor em Estudos Culturais pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC/UFRJ). Professor associado da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Líder do grupo de pesquisa CAC – Comunicação, Arte e Cidade, cadastrado no CNPq. Fundou e coordena o Laboratório CAC, que é uma Unidade de Desenvolvimento Tecnológico (UDT) cadastrada pelo Departamento de Inovação da UERJ (InovUERJ), comprometido com a prática de ações inovadoras e o desenvolvimento de processos, produtos e serviços. O Laboratório é um ambiente acadêmico propício à pesquisa em torno do campo da comunicação, das artes e da cidade, que hoje é uma das principais áreas de atuação dos docentes do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom/FCS) da UERJ e cuja importância tem crescido significativamente nos últimos anos. Ele serve de estímulo a uma maior participação de universitários na pesquisa científica e em trabalhos de campo no âmbito urbano, promovendo a troca de ideias e a atuação nos diversos meios culturais da cidade, além do compartilhamento destas experiências com a sociedade.

Cíntia Sanmartin Fernandes _ Pós-doutora pela Escola de Comunicação da UFRJ e pelo Programa de Comunicação e Semiótica da PUC/SP. Doutora e mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Ao longo do doutorado realizou estágio no Centre D'Étude sur L'Actuel et Le Quotidien (CEAQ) _ Université Paris V (René Descartes), Sorbonne. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ). Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom/UERJ). Vice-coordenadora do grupo de pesquisa CAC _ Comunicação, Arte e Cidade e pesquisadora associada ao Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação (NEPCom/UFRJ), desenvolve projetos sobre Culturas Urbanas e Comunicação no Rio de Janeiro. Tem experiência na área de Sociologia Política e Comunicação, com ênfase

em Teoria Social Contemporânea e Teoria da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: cultura, sociabilidade, cidade, cotidiano, comunicação, arte e cidadania.

Eduardo Bianchi – Doutor e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGcom/UERJ), tendo concluído a graduação em Jornalismo na mesma instituição. Realizou estágio de doutorado sanduíche no exterior, PDSE/CAPES, na Université Paul-Valéry-Montpellier III (UPVM), onde desenvolveu a pesquisa Interação e Mediação Comunicacional: redes geossociais e os caminhos locativos de visualidades gays. Professor do curso de Comunicação Social da Universidade Veiga de Almeida (UVA), tendo lecionado também na Universidade Cândido Mendes (UCAM). É membro do grupo de pesquisa CAC _ Comunicação, Arte e Cidade. Atua principalmente nos seguintes temas: comunicação, cidade, estilo de vida, tecnologia de geolocalização e cidadania. Sua pesquisa tem como foco as redes geossociais, aplicativos (apps) para *smartphones* voltados para o público gay e os diferentes usos e práticas de socialização que se dão mediante a apropriação dessa tecnologia. O estudo observa a reconfiguração dos espaços urbanos pelas práticas de encontros sociais, sexuais, onanísticos ou qualquer outra prática lúdica que envolva tais aplicativos.

Ricardo Ferreira Freitas – Doutor em Sociologia pela Université Paris V (René Descartes), Sorbonne, com estágio pós-doutoral em Comunicação no CEAQ/Sorbonne (2006/2007) e estágio sênior em Comunicação e Sociedade na Universidade Paul Valéry-Montpellier 3 (2015/2016), ambos com bolsa da CAPES. Fez mestrado em Comunicação e Cultura na ECO/UFRJ e graduou-se em Relações Públicas na UERJ. Professor associado da Faculdade de Comunicação Social da UERJ, leciona na graduação de Relações Públicas desde 1986. Membro do corpo docente do programa de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação da UERJ desde sua fundação. Tem experiência na área de Comunicação Organizacional e Teoria da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: relações públicas, cidade, consumo, megaeventos e turismo. Líder do grupo Comunicação Urbana, Consumo e Eventos, cadastrado no CNPQ. Foi Diretor da Faculdade de Comunicação Social da UERJ (1996/2000), Diretor de Comunicação da UERJ (2000/2003), Vice-diretor da Faculdade de Comunicação Social da UERJ (2008/2012) e Coordenador do PPGCom/UERJ (2012/2014). É consultor Ad Hoc da CAPES e da FAPERJ.

Fernando do Nascimento Gonçalves – Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e pós-doutor em Sociologia do Cotidiano pela Universidade Paris V (René Descartes), Sorbonne, com apoio da Capes. Em 2016, foi pesquisador visitante na Universidade de Bari, Itália, e em 2002, na Tisch School of the Arts da Universidade de Nova York, com apoio do CNPq. Foi diretor da Faculdade de Comunicação Social da UERJ entre 2012 e 2016. É professor associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

(PPGCom/UERJ), bolsista de produtividade 2 do CNPq, vice-coordenador do GT de Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual da Compós e artista visual. Suas pesquisas têm como temas principais: arte, fotografia, tecnologia, sociabilidade e produção subjetiva. Atualmente, seus estudos têm como foco o papel que a fotografia na arte parece ter na redefinição dos parâmetros de apreensão e mediação da experiência social através da imagem.

João Renato de Souza Coelho Benazzi _ Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ e mestre em Administração pela PUC-Rio. Professor adjunto do Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Coordena o Laboratório de Pesquisa em Opinião Pública e Mercadológica (LPO) e o curso de pós-graduação *lato sensu* de Pesquisa de Mercado e Opinião Pública. É também professor da graduação e pós-graduação *lato sensu* do Departamento de Administração da PUC-Rio. Foi ainda coordenador e professor na graduação em Administração nas Faculdades Senai Cetiqt/RJ e na Universidade Castelo Branco (UCB/RJ), além de professor convidado da Fundação Getúlio Vargas/RJ e do FGVonline. Orientou centenas de trabalhos em Pesquisa de Mercado e Opinião Pública, *Marketing*, Gerenciamento de Projetos e Gestão. Atua nas áreas de Comunicação e Administração com ênfase nos estudos de consumo, sociabilidades, interculturalidade, mercadologia, gestão de serviços e metodologia de pesquisa para Comunicação e Administração. É membro dos grupos de pesquisa da UERJ CAC _ Comunicação, Arte e Cidade e Comunicação, Culturas Urbanas e Eventos.

Mohammed ElHajji _ Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Pós-doutor pela UNISINOS (Mídia e Migrações). Professor associado da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO/UFRJ). Professor nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (POS/ECO) e Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (EICOS). Sua pesquisa, seus estudos, sua produção intelectual e suas orientações acadêmicas (no âmbito nacional e internacional) são focados na questão migratória transnacional, diaspórica e intercultural: identidade, cultura, etnicidade e alteridade. É membro do Consórcio MITRA/Master Erasmus Mundus (Brasil, França, Bélgica, Irlanda, Polônia, Romênia, México e Senegal) e coordenador do Fórum de Migrações e do Simpósio de Pesquisa sobre Migrações (<https://forumdeimigracao.org>). Também é líder do Grupo de Pesquisa Diaspotics (<https://diaspotics.org>), coordenador do GT Comunicação e Cidadania da Compós, pesquisador do CNPq e assessor da FAPESP.

Micael Maiolino Herschmann _ Doutor e mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Realizou três estágios pós-doutorais: um em Comunicação na Universidade Complutense de Madri, um em Ciências Sociais na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e outro em Ciências Sociais pela CLACSO. É professor associado IV da linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ, líder do Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação, vinculado ao PPGCom da UFRJ e coordenador do GT de Estudos de Som e

Música da Compós e do Programa de Pós-Graduação da ECO/UFRJ. Nos últimos anos vem trabalhando com os tópicos: comunicação, cultura urbana, cidades criativas, estudos de som e música, juventude, espacialidade e políticas públicas. Atualmente é pesquisador 1D do CNPq e desenvolve a investigação Cidades Musicais do Estado do Rio de Janeiro, por meio da qual busca-se avaliar a importância das atividades musicais realizadas ao vivo e nos espaços públicos e privados por artistas, coletivos e/ou redes sociais _ na forma de concertos, blocos, rodas ou *jam sessions* _ para a resignificação destas urbes do estado.

Victa de Carvalho _ Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, com estágio de pesquisa na Université Paris I, Panthéon-Sorbonne. Mestre em Comunicação e graduada em Comunicação Social na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atualmente, é professora adjunta da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ), professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom/UFRJ) e coordenadora da Central de Produção Multimídia (CPM/ECO) e do Laboratório de Fotografia e Imagem Digital. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Artes, atuando principalmente nos seguintes temas: fotografia, arte contemporânea, cinema, vídeo e novas mídias. Seu projeto de pesquisa atual tem como foco analisar o cotidiano na arte contemporânea. Na fotografia, no cinema, nas instalações, nas performances, o cotidiano é retomado e reinvestido de novas virtualidades. Nesse contexto, interessa perceber alguns aspectos gerais que inserem essas obras em um mesmo campo de problemas artísticos contemporâneos.

Franciscu Sedda – Doutor e pesquisador em Semiótica da Cultura, foi vice-presidente (2007-2009) da AISS (Associazione Italiana di Studi Semiotici). Atualmente, é professor da Università degli Studi di Cagliari. Sua pesquisa relaciona-se com semiótica da cultura, teoria da semiótica geral, desenvolvimento de uma teoria da globalização, estudo das metrópoles globais, história da cultura e da consciência da Sardenha. É criador e organizador do ÚÏze Festival de Carloforte (Isola di San Pietro, Sardenha), festival dedicado às ilhas, de cujas duas primeiras edições participaram, entre outros: Umberto Eco, Cristiano de André, Franco Cassano, Paolo Fabbri, Omar Calabrese, Franco Zagari, Elias Torres e Jorge Lozano. Como professor convidado, ensinou semiótica de texto e semiótica de eventos esportivos na Universidade de Roma “La Sapienza”, e filosofia e teoria da linguagem na Universidade de Sassari. Realizou cursos ou colaborações com as universidades de Bolonha, LUISS de Roma e Link-Campus em Roma. Foi professor visitante na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, onde iniciou um projeto de cooperação internacional e realizou vários cursos, incluindo “Semiótica Geral e Semiótica de Cultura ” e ” Semiótica da Cultura e Semiótica do Espaço Urbano”. Proferiu palestras em universidades públicas e privadas em São Paulo, Araraquara e Bauru e participou de conferências e debates no Brasil, França, Espanha, Alemanha e Estônia. Foi convidado para a Universidade de Granada (Espanha, 2008) e Universidade Complutense

de Madri (Espanha, 2010). Recebeu de Umberto Eco o prêmio “Sandra Cavicchioli” pela melhor tese da semiótica em 2000-2001. Tem ensaios publicados em revistas e coletâneas, alguns deles traduzidos e publicados no Brasil, Espanha, Argentina e Estônia, além de obras individuais como “Tradurre la tradizione. Sardegna: su ballu, i corpi, la cultura”, de 2003, e “Imperfette traduzioni” de 2012.

Flávio Lins _ Doutor em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro e pela Università degli Studi di Roma “La Sapienza”. Mestre em Comunicação e Identidades e pós-graduado em Globalização, Mídia e Cidadania pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Autor do livro *Cariocas do brejo entrando no ar: o rádio e a televisão na construção da identidade juiz-forana*, tendo também dirigido o documentário baseado na pesquisa, o qual foi premiado pela Cinemateca Brasileira. Dirigiu e produziu o filme documentário *Histórias do Magela* e organizou o livro *Megaeventos, comunicação e cidade*. Trabalhou por 25 anos em diferentes emissoras de televisão (SBT, Bandeirantes, Record e TV Globo), com experiência nas áreas de direção de arte, computação gráfica, direção de TV e edição de telejornalismo/comerciais. Na TV Panorama, afiliada da TV Globo em Juiz de Fora, fez a direção de arte, roteirizou e finalizou o DVD comemorativo dos 25 anos da emissora. Atualmente é professor efetivo da Faculdade de Comunicação da UFJF.

Maria Helena Carmo dos Santos _ Doutora em Comunicação pela Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Especialista em Novas Tecnologias da Educação e do Treinamento Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas/RJ. Graduada em Relações Públicas pela UERJ e em Letras (Português/ Inglês) pela UFRJ. Professora de Comunicação nas Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA) e no Instituto A Vez do Mestre (curso de pós-graduação). Atualmente coordena o Escritório de Relações Públicas da FACHA, tendo sido coordenadora do curso de Relações Públicas da referida instituição de 2012 a 2015. Entre 2007 e 2012, foi professora substituta da Faculdade de Comunicação Social da UERJ (FCS/UERJ).

Shirley Donizete Prado _ Doutora em Saúde Coletiva pelo Instituto de Medicina Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestre em Saúde Pública pela Escola Nacional de Saúde Pública da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Graduada em Nutrição pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É professora associada do Departamento de Nutrição Social do Instituto de Nutrição da UERJ. Foi coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Alimentação, Nutrição e Saúde e vice-diretora do Instituto de Nutrição, além de representante do Centro Biomédico no Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão da UERJ e presidente do Fórum Nacional de Coordenadores de Programas de Pós-Graduação em Alimentação e Nutrição. Hoje é Cientista do Nosso Estado FAPERJ, bolsista do Programa

Prociência/UERJ, coordenadora da REDE NAUS (Rede Ibero-Americana de Pesquisa Qualitativa em Alimentação e Sociedade) e editora do periódico DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde. Atua na área das Ciências Sociais e Humanas em Alimentação, liderando o Núcleo de Estudos sobre Alimentação e Cultura (NECTAR), no qual coordena pesquisas sobre Alimentação e Nutrição na sociedade contemporânea.

Roberto Carvalho Alves Filho – Mestre em Alimentação, Nutrição e Saúde pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Possui graduação em Psicologia e pós-graduação em Teoria e Clínica Psicanalítica pela Universidade Gama Filho (UGF/RJ). Atualmente é psicólogo clínico, psicanalista, psicólogo da Faculdade de Medicina de Campos (FMC) e professor da FMC e dos Institutos Superiores de Educação do Centro Educacional Nossa Senhora Auxiliadora (Isecensa) nos cursos de graduação em Psicologia, Educação Física, Pedagogia e Medicina e de pós-graduação em Psicanálise. Foi membro participante da Formação Freudiana no Rio de Janeiro por cinco anos. Áreas de interesse: psicologia médica, psicossomática, saúde mental, análise institucional, filosofia, pesquisa-ação e intervenção. Tem experiência em: saúde mental, docência superior, psicanálise, psicologia sócio-histórica, representação social, análise institucional, esquizoanálise, psicopatologia, psicologia do trânsito e supervisor de clínica psicanalítica e saúde mental.

Francisco Romão Ferreira – Doutor em Ciências na Escola Nacional de Saúde Pública e pós-doutor no ensino de Biociências na Saúde no Instituto Oswaldo Cruz (Fiocruz). Mestre em Artes Visuais pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Graduado em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). É professor adjunto do Instituto de Nutrição, bolsista do Programa Prociência e professor do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Alimentação, Nutrição e Saúde da UERJ. Sua pesquisa visa analisar a construção de sentidos e significados presentes no campo da Alimentação e Nutrição e ampliar o diálogo entre este campo e outros setores das Ciências Humanas e Sociais. Áreas de interesse: alimentação, nutrição, ensino de biociências, educação em saúde, ciência, arte, cultura, saúde e desenvolvimento, tecnologias e meios de comunicação.

Cristiane Marques Seixas – Doutora em Teoria Psicanalítica pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre em Saúde Coletiva pelo Instituto de Medicina Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Especialista em Psicanálise e Laço Social e graduada em Psicologia pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Atualmente, é professora adjunta do Instituto de Nutrição da UERJ e pesquisadora do Núcleo de Estudos sobre Cultura e Alimentação (NECTAR). Psicanalista membro da Escola Letra Freudiana e também membro da Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (ABESO). Tem experiência na área de Psicanálise e Saúde Coletiva, atuando

principalmente nos seguintes temas: obesidade, anorexia, bulimia, psicanálise, corpo, biopolítica e contemporaneidade.

Éverly Pegoraro _ Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre em História Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Professora adjunto B e vice-chefe do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro). É líder do grupo de pesquisa Comunicação e Interfaces Socioculturais, cuja proposta é pesquisar experiências, processos e produtos comunicativos mediados pela cultura midiática, numa perspectiva interdisciplinar. Seus estudos partem da interseção entre Comunicação, Estudos Culturais e Estudos da Cultura Visual, na busca por entender possíveis relações entre indivíduo, cultura e sociedade, analisando, para isso, processos de produção cultural e estratégias de socialidade agenciados pela mídia. As principais áreas de interesses da pesquisadora são: estudos da cultura visual, estudos culturais, cultura urbana, história da comunicação, linguagem jornalística em diferentes formatos de mídia e a Revolta dos Posseiros de 1957.

Adelaide Chao – Doutoranda e mestre em Comunicação pelo PPGCom da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) na linha de pesquisa Culturas das Mídias, Imaginário e Cidade. Integrante do grupo de pesquisa CAC _ Comunicação, Arte e Cidade. Especialista em Docência do Ensino Superior (IAVM/UCAM), tem MBA em *Marketing* (ESPM) e em Planejamento, Implementação e Gestão da Educação à Distância (PIGEAD/LANTE) pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Católica de Salvador, Bahia. Publicitária, professora e pesquisadora nas áreas de comunicação empresarial, consultoria de *marketing* e orientação profissional corporativa. Possui experiência em educação presencial e à distância. A partir de suas pesquisas na Feira das Yabás, no Mercado de Madureira, no Jongo da Serrinha e nas casas de cozinheiras conhecidas da Grande Madureira, vem desenvolvendo um estudo sobre mediação, comensalidades e imaginário da comida do subúrbio carioca como fenômeno comunicacional.

Patrícia da Glória Ferreira Gomes – Doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Especialista em Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educativas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Possui graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Trabalha no Núcleo Estadual do Ministério da Saúde no Rio de Janeiro e tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo, Editoração e Assessoria de Imprensa. Atualmente é doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ, onde desenvolve estudos sobre comunicação do Teatro das Oprimidas.

Carla Leal R. Helal – Mestre em Jornalismo pela Facultad de Ciencias Sociales da Universidad de Buenos Aires (UBA), onde também fez o curso de pós-graduação *lato sensu* Planificación y Gestión de la Actividad Periodística. Jornalista e bacharel em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ). É integrante do grupo de pesquisa CAC _ Comunicação, Arte e Cidade, cadastrado no CNPq e vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. Atualmente, é bolsista Qualitec do Departamento de Inovação da UERJ (InovUERJ) e atua nos projetos do Laboratório CAC da UERJ, em especial na realização de filmes documentários. Trabalhou também na pesquisa *Worlds of Journalisms* _ financiada pela Universidade de Zurique, em que entrevistou mais de 100 jornalistas brasileiros _, na Diretoria de Comunicação Social da UERJ, na Empresa Municipal de Mídia (Multirio) e nas editoras Rio e Elsevier.