

Arte, novos ativismos sociais e práticas participativas na contemporaneidade

E-ISSN 1806-0498



contemporânea

Número 24 | Ano 12 | Vol.2 | 2014



REVISTA



Contemporânea



Número 24 | Ano 12 | Vol.2 | 2014

e-ISSN 1806-0498

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/FCS/PPGCom

Revista Contemporânea - Vol. 1, N° 1 (2003)

- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 2003

-

Semestral

E-ISSN 1806-0498

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação

-Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.

4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

Brasil

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Paulo Roberto Volpato Dias

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

Fernando do Nascimento Gonçalves

VICE-DIRETOR

Erick Felinto de Oliveira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Fabio Mario Iorio

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ricardo Benevides

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

João Luís de Araújo Maia

CONTEMPORÂNEA - NÚMERO 24 - ANO 12 - VOL.2 - 2014

A revista *Contemporânea* é uma publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGC/UERJ) e de seus grupos de pesquisa Corps: corpo, representações e espaço urbano e Comunicação, arte e cidade (CAC). É dirigida a pesquisadores, professores e estudantes de pós-graduação do campo da comunicação e de áreas conexas. Seu principal objetivo é publicar textos originais e inéditos de pesquisadores brasileiros e estrangeiros, mas também estudos teóricos, revisões de literatura que contribuam para o estudo da comunicação em suas interfaces com outras disciplinas. Sua proposta editorial vai ao encontro do entendimento da complementaridade entre o campo da comunicação e as diversas áreas do conhecimento. A revista também se propõe a publicar artigos que reflitam sobre a produção cultural contemporânea. São aceitos trabalhos de doutores, mas também há espaço para a publicação de doutorandos e mestrandos.

EDITORA GERAL

PROF^a. DR^a. CÍNTIA SANMARTÍN FERNANDES, UERJ

CONSELHO EDITORIAL

CÍNTIA SANMARTÍN FERNANDES, UERJ

DENISE DA COSTA OLIVEIRA SIQUEIRA, UERJ

ERICK FELINTO, UERJ

FERNANDO DO NASCIMENTO GONÇALVES, UERJ

JOÃO ARAÚJO MAIA, UERJ

LETICIA MATHEUS, UERJ

RICARDO FERREIRA FREITAS, UERJ

RONALDO GEORGE HELAL, UERJ

SONIA VIRGÍNIA MOREIRA, UERJ

VINÍCIUS PEREIRA, UERJ

CONSELHO CONSULTIVO

MARIALVA CARLOS BARBOSA, UFRJ

TANIA MARIA CESAR HOFF, ESPM/SP

STÉPHANE HUGON, PARIS-DESCARTES

NÍZIA SOUZA VILLAÇA, UFRJ

EULER DAVID SIQUEIRA, UFRJ

PAULO CELSO DA SILVA, UNISO

VERA GUIMARÃES, UNIPAMPA

CHRISTIANNE LUCE GOMES, UFMG

MÔNICA CRISTINE FORT

ANDRÉA BERGALLO SNIZEK, UFV

JOSÉ CLÁUDIO SIQUEIRA CASTANHEIRA, UFSC

EDIÇÃO EXECUTIVA

GABRIEL GUIMARÃES

EDUARDO BIANCHI

EQUIPE DE REVISÃO

FÁBIO GROTZ, GABRIEL GUIMARÃES, JACQUELINE DEOLINDO E ZILMEA RIBAS.

BOLSISTA DE EXTENSÃO

CAMILA CASTRO

CAPA / DIAGRAMAÇÃO / EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

WILLIAN GOMES

PROJETO GRÁFICO

PRISCILA BATISTA PIRES





Apresentação - Arte, novos ativismos sociais e práticas participativas na contemporaneidade

SOCIABILIDADE, ARTE E TERRITÓRIO

- 10** “So Far, So Close”: distinção e políticas na Sofar Sounds, uma rede colaborativa de consumo de música ao vivo
Jeder Janotti Junior (prof. dr. UFPE),
Victor Almeida Nobre Pires (doutorando, Comunicação, UFPE)

- 21** Pensando a cena musical a partir dos territórios informacionais
Bruno Pedrosa Nogueira (prof. dr. Comunicação, UFPE)

- 33** A cidade como palco: artistas de rua e a retomada do espaço público nas cidades midiáticas
Jhessica Reia (doutoranda, Comunicação, UFRJ)

PARTICIPAÇÕES E RESISTÊNCIAS POLÍTICAS

- 49** Os vínculos, a massa e as manifestações: comunicação e psicanálise
Potiguara Mendes da Silveira Júnior (prof. dr. Comunicação UFJF)

- 64** Eleições na rede: fases e perspectivas da comunicação política
Gerson Luiz Martins (prof. dr. Comunicação, UFMS), Janaina Ivo da Silva (mestra, Comunicação, UFMS)

- 78** A relação entre representante e representados no Facebook: Um estudo de caso da fanpage de Dilma Rousseff
Brenda Parmeggiani (doutoranda, Comunicação UnB)

- 91** Novos conceitos entram em cena pela Democracia
Elaine Barreto Batista (mestranda, Políticas Sociais, UNICSUL)

- 106** Cartografia das Redes da Revolta: fluxos políticos de oposição no Facebook
Marcelo Alves dos Santos (mestrando, Comunicação, UFF)

- 121** Projeção das imagens e a ação política no Rio de Janeiro: contribuições do estudo de situações sociais para análise de apropriações tecnológicas
João Guilherme Bastos (mestrando, Comunicação, UERJ) e Fernanda Freira (mestranda, Comunicação, UERJ)

CONEXÕES

- 132** Pop Filosofia: pós-modernidade e a produção de sentidos nas letras da banda Titãs
Therence Santiago Alves Feitosa (doutorando, Comunicação, PUC-SP)

- 149** Itala Vieira (mestranda, Comunicação, UFRJ)
Maria Fernanda Carli

SUMÁRIO

Edição nº24

Ano XII Vol.2

Dezembro 2014

A Contemporânea é uma revista acadêmica eletrônica produzida com a colaboração de pesquisadores, professores e alunos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGC/UERJ) com suporte do Laboratório de Comunicação Integrada da Faculdade de Comunicação Social da mesma instituição (LCI/FCS/UERJ).

Expediente

Editora Geral

Prof^a. Dr^a. Cíntia SanMartín
Fernandes, Uerj

Conselho Editorial

Cíntia SanMartín Fernandes, Uerj
Denise da Costa Oliveira Siqueira, Uerj
Erick Felinto, Uerj
Fernando do Nascimento Gonçalves, Uerj
João Araújo Maia, Uerj
Leticia Matheus, Uerj
Ricardo Ferreira Freitas, Uerj
Ronaldo George Helal, Uerj
Sonia Virgínia Moreira, Uerj
Vinícius Pereira, Uerj

Conselho consultivo

Marialva Carlos Barbosa, UFRJ
Tania Maria Cesar Hoff, ESPM/SP
Stéphane Hugon, Paris-Descartes
Nízia Souza Villaça, UFRJ
Euler David Siqueira, UFRJ
Paulo Celso da Silva, Uniso
Vera Guimarães, UniPampa
Christianne Luce Gomes, UFMG
Mônica Cristine Fort
Andréa Bergallo Snizek, UFV
José Cláudio Siqueira Castanheira, UFSC

Edição Executiva

Gabriel Guimarães
Eduardo Bianchi

Bolsista de extensão

Camila Castro

Capa / Diagramação / Editoração

Eletrônica
Willian Gomes

Projeto Gráfico

Priscila Batista Pires

Contato:

contemporanea.revista@gmail.com

Site:

<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea>

Apresentação

ARTE, NOVOS ATIVISMOS SOCIAIS E PRÁTICAS PARTICIPATIVAS NA CONTEMPORANEIDADE

Com este número da Contemporânea – publicação acadêmica semestral e interdisciplinar do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ e de seus Grupos de Pesquisa “Comunicação, Arte e Cidade” e “Corps: corpo, representações e espaço urbano” – encerramos as atividades da Revista que desde 2009 divulga conhecimento produzido na área, publicando textos originais e inéditos de pesquisadores brasileiros e estrangeiros, estudos teóricos e empíricos, resenhas e entrevistas que contribuíram para o estudo da Comunicação em suas múltiplas interfaces.

Reuniram-se nesta última edição artigos que abordaram as relações entre arte, novos ativismos sociais e práticas participativas na contemporaneidade. Neste número, nos interessou trabalhos que privilegiaram: as principais transformações no mundo contemporâneo, abarcando as problemáticas no âmbito cultural e tecnológico; análises e interpretações sobre a relação e a simbiose entre a sociedade e as tecnologias de informação e comunicação; os processos identitários contemporâneos fruto desses novos processos sociotécnicos; bem como o crescimento de iniciativas colaborativas de coletivos e o surgimento de novas cenas sociopolíticas culturais no espaço urbano.

O que se propôs foi reunir um conjunto de artigos que refletissem sobre: o papel significativo das redes sociais para a construção de experiências socioculturais; os usos artísticos das tecnologias de comunicação para realizar novas formas de ação política; as novas práticas de ativismo e ações críticas nos espaços públicos e na internet; e, finalmente, as ações críticas de artistas que, por meio de tecnologias de comunicação, apresentam formas de participação e colaboração, mesclando arte e ativismo.

Este número divide-se em três blocos: o primeiro, intitulado **Sociabilidade, arte e território**, é inaugurado pelo artigo “So Far, So Close: distinção e políticas na Sofar Sounds, uma rede colaborativa de consumo de música ao vivo”, de autoria de Jeder Janotti Junior e Victor Almeida Nobre Pires, em que se busca abordar os aspectos distintivos e políticos de novas rotas e alternativas na configuração dos modos de fazer e produzir música ao

vivo. Para tanto, partem do estudo de caso do “Sofar Sounds” (Songs From a Room), uma rede colaborativa que possibilita a realização de pequenas apresentações intimistas nas residências de músicos e fãs para um seleto grupo de intermediários culturais. Na sequência, Bruno Pedrosa Nogueira, com o artigo “Pensando a cena musical a partir dos territórios informacionais”, apresenta a possibilidade de pensar o virtual no contexto da mobilidade e dos chamados territórios informacionais a partir de marcações virtuais associadas a um local. Finalmente, encerrando o bloco, Jhessica Reia propõe um olhar para as cidades como espaços capazes de construir e registrar mensagens, gerando práticas socioculturais diversas que são permeadas pelo cotidiano e pelas tecnologias da informação e da comunicação. Com o artigo “A cidade como palco: artistas de rua e a retomada do espaço público nas cidades midiáticas”, ela analisa o papel da arte de rua como forma ativa de (re)apropriação do espaço público urbano em disputa.

O segundo bloco, Participações e resistências políticas, inicia-se com o artigo “Os vínculos, a massa e as manifestações: comunicação e psicanálise”, de Potiguara Mendes da Silveira Júnior e Aristides Alonso. Os autores analisam a manifestações de “massa” recentemente ocorridas no Brasil a partir da teoria geral dos vínculos, que embasa a Transformática (teoria psicanalítica da comunicação). Na sequência, Gerson Luiz Martins e Janaína Ivo da Silva, considerando o contexto no qual a democratização da informação está em franca expansão, propõem em “Eleições na rede: fases e perspectivas da comunicação política” a análise de questões relacionadas às mídias sociais nas eleições, especificamente na construção e no uso do capital social e as características da conversação em redes digitais. Ainda sobre eleições e o advento das novas tecnologias digitais, Brenda Parmeggiani, em “A relação entre representante e representados no Facebook: um estudo de caso da fanpage de Dilma Rousseff”, empreende um estudo de caso da fanpage da presidente Dilma Rousseff com o intuito de analisar se a página é utilizada como ferramenta para incrementar o diálogo entre representante e representados. Na sequência, o artigo “Novos conceitos entram em cena pela Democracia”, de Elaine Barreto Batista, nos incita à reflexão sobre o exercício da cidadania na atualidade. Em “Cartografia das Redes da Revolta: fluxos políticos de oposição no Facebook”, Marcelo Alves dos Santos dedica-se ao estudo empírico exploratório do surgimento da rede de oposição radical, que aciona a retórica antipetista e antiesquerdista no Facebook. Encerrando o segundo bloco, João Guilherme Bastos e Fernanda Freire, em “Projeção das imagens e a ação política no Rio

de Janeiro: contribuições do estudo de situações sociais para análise de apropriações tecnológicas”, abordam a apropriação de tecnologias de projeção de imagens para ação política, particularmente a interação entre projeções e fotografias em ações políticas na cidade do Rio de Janeiro, tomando como base o estudo de situações de interação pela perspectiva dramática proposta por Erving Goffman.

No terceiro bloco, intitulado **Conexões**, dois artigos completam a Revista: Therence Santiago Alves Feitosa apresenta a relação possível entre a música e a produção de sentidos referente a questões pertinentes à pós-modernidade em “Pop Filosofia: pós-modernidade e a produção de sentidos nas letras da banda Titãs”. A partir da análise das letras da banda Titãs o autor discute sobre os cenários de crises pelos quais a modernidade passava através das lentes do rock nacional. Em “A vida secreta de *A vida secreta de Walter Mitty*: considerações sobre vida e arte, imagem e invisibilidade, o banal e o extraordinário”, Ítala Vieira, tendo como contexto a reconfiguração da revista americana *Life*, propõe seguir os rastros que o filme suscita sobre a relação entre cinema, fotografia, comunicação e arte, oferecendo ao leitor um debate sobre arte e vida, imagem e invisibilidade, banal e extraordinário, prosaico e poético na cultura das mídias.

Boa leitura!

A equipe editorial.

"So far, so close": distinção e políticas na Sofar Sounds, uma rede colaborativa de consumo de música ao vivo

"So far, so close": distinction and politics in Sofar Sounds, a collaborative network for consumption of live music

Jeder Janotti Junior

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal de Pernambuco)

Victor de Almeida Nobre Pires

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco e
doutorando na mesma instituição

Resumo

Nos últimos anos, tem sido repetido que a recomposição do mercado musical passa pela perda do poder da indústria de discos em prol das apresentações ao vivo em todos os níveis. Parte da euforia inicial em torno do consumo de música ao vivo estava relacionada a grandes eventos e festivais, o que reacendeu os debates em torno da importância da experiência presencial no consumo de música e das cenas como parte importante dessas articulações. Assim, parte-se do estudo de caso do Sofar Sounds (Songs From a Room), uma rede colaborativa que possibilita a realização de pequenas apresentações intimistas nas residências de músicos e fãs para um seleto grupo de intermediários culturais. Desse modo, busca-se abordar os aspectos distintivos e políticos que essas novas rotas e alternativas têm na configuração dos modos de fazer e produzir música ao vivo.

Palavras-chave: música popular massiva; música ao vivo; Sofar Sounds.

Abstract

In the past years, it has been repeated that the recovery of the music business involves the record industry's decrease of power in favor of live performances. Nowadays it is possible to realize the coexistence – sometimes collaborative, sometimes contradictory – of affections around the value of music collections and shows at various scales. Undoubtedly, part of the initial euphoria surrounding the consumption of live music was related to major events and festivals, which reignited the debate about the importance of presential experience in the consumption of music and about the music scenes as an important part of those articulations. Thus, studying the case of Sofar Sounds (Songs From a Room), a collaborative network that promotes small and secret concerts in the musicians' and fans' homes to a selected group of cultural intermediaries. We seek to approach the distinctive and political aspects of these alternative productions as well as the impact that it has on the so-called alive music.

Keywords: popular music; live music; Sofar Sounds.

INTRODUÇÃO

Há algum tempo acompanhamos o desenvolvimento de um mercado voltado para a música ao vivo, suas transformações, as novas lógicas e estratégias econômicas que surgiram para músicos de grande e pequeno porte. É interessante perceber que o momento da “virada” da música ao vivo começou com a queda de faturamento das gravadoras e, conseqüentemente, dos músicos, em função da “crise” que surgiu com a diminuição da venda de artefatos físicos, como CDs e DVDs. Não se fatura mais como antes com os produtos editoriais, e a fim de manter a lucratividade da atividade musical, foi preciso atentar para a demanda cada vez maior dos fãs para o consumo de shows.

O dado novo dentro desse contexto de crise e reestruturação do mercado é que está crescendo a consciência dos profissionais de que a produção de música ao vivo continua valorizada e muito demandada pelo público. Os músicos, produtores e gestores de *indies* que concentram seu poder nos eventos musicais têm tido não só um retorno interessante, mas também a possibilidade de perceber que a “questão pirataria” passa a ser incorporada não mais como um problema, mas uma oportunidade para divulgação da obra (como uma estratégia para se angariar reconhecimento junto ao público). Se, por um lado, talvez no *business* das *indies* seja possível constatar de forma mais clara o crescimento da relevância da música ao vivo e a perda de importância dos fonogramas, por outro, Yúdice (2007) nos lembra que os concertos ao vivo – mesmo no universo das *majors* – vêm representando um percentual cada vez maior nos rendimentos produzidos pela indústria da música [...] (HERSCHMANN, 2010, p. 118).

11

Contudo, nos dias atuais, já é possível perceber algumas importantes modificações no cenário retratado por Herschmann. A primeira delas, referente aos eventos de grande porte e às turnês de grandes artistas, relaciona-se com o momento de instabilidade que o mercado brasileiro sofre em diferentes níveis, ou seja, ao mesmo tempo que o Rock in Rio esgota todos os ingressos para a próxima edição em apenas quatro horas, constata-se dificuldades financeiras em festivais como Sónar São Paulo e SWU, além da sobra de ingressos para os shows de Madonna, Lady Gaga e The Cure.

Com promessas de turnês milionárias e de festivais grandiloquentes, previu-se um ano de fartura no mercado de entretenimento musical. O anúncio da vinda de bandas como The Cure, New Order e The Who (esta ainda não confirmada), o gigantismo do Lollapalooza e as ousadias do Popload Gig se somariam à tradição do Rock in Rio num 2013 de muito crescimento. Mas uma série de decepções recentes quebrou a euforia, contradizendo as expectativas. O clima de desconfiança provocado pelo cancelamento do SWU em 2012, além da dificuldade de divas como Madonna e Lady Gaga venderem uma cota desejável de ingressos, também no ano passado, intensificou-se com o anúncio, na última segunda-feira, de que o festival alternativo espanhol Sónar desistiu das apresentações programadas para os dias 24 e 25 de maio, em São Paulo. Ao alegar uma “instabilidade no mercado de entretenimento”, a produção do evento – que traria nomes como Pet Shop Boys e Jamie Lidell – gerou boatos sobre um suposto desaquecimento no setor. Entre a euforia propagada nos últimos anos e o prenúncio de uma crise iminente, qual seria o estado real do ramo de eventos no Brasil? (TORRES, 2013).



Como não poderia deixar de ser, essas transformações não atingiram somente os festivais de grande porte; alcançando também o chamado “mercado independente”, retratado como um segmento em constante crescimento que nos últimos anos cresceu atrelado a patrocínios estatais que garantiam não só a sustentabilidade de um evento, como também sua realização.

Na atual conjuntura brasileira, percebe-se a necessidade que os festivais independentes têm de serem aprovados em leis estaduais de incentivo à cultura, editais da Petrobras, Conexão Vivo, Funarte, só para citar alguns exemplos. Com a política de corte de gastos de algumas empresas, como Vivo e Oi, o cenário aponta para um desaquecimento nos próximos anos que afeta vários pequenos festivais.

Seria tentador estabelecer aqui uma espécie de crise ampliada para os diversos segmentos de música ao vivo, mas há uma vertente da produção independente que não passa por editais públicos, leis de incentivo à cultura, patrocínios e que está conseguindo viabilizar shows, turnês, produção de discos fora das tradicionais conexões que envolvem incentivos públicos e privados.

É nesse contexto de constantes crises e rupturas econômicas que começamos a perceber novas estratégias produtivas que podem possibilitar repensar os fazeres da música ao vivo. Produções movidas principalmente por afinidades entre fãs, músicos e produtores estão subvertendo algumas lógicas já consolidadas dentro da cadeia produtiva da música.

É nesse cenário que constatamos uma mudança do papel do público na produção de determinados eventos. O público, antes representado na figura do “pagante”, hoje assume um protagonismo e um perfil mais ativo na produção desses eventos, chegando a ser reconhecido como “realizador”.

Concertos, mesmo não sendo isentos à queda livre da indústria na última década, ainda se mostram como valiosos meios para um músico gerar dinheiro, aumentar sua visibilidade e se conectar com fãs. Assim como a internet transformou o modo como consumimos música gravada, não existe equivalente digital para ver a sua banda favorita no palco, ao vivo.

A regra média para os fãs nesse processo é simples: comprar um ingresso e deixar o resto com os profissionais. Música ao vivo é uma indústria em si com um maquinário de donos de casas de show, produtores, agentes e vendedores de ingressos. Se você não é uma dessas pessoas – parece não tem nada que você possa fazer para participar.

De qualquer modo, existem modos de se trabalhar fora do sistema – se você colocar algum esforço extra. Isso pode significar escrever para clubes locais e pedir a eles para marcarem a banda que você ama. Você pode usar um serviço da web como o Eventful, o qual permite aos usuários “demandar” aquele show específico na sua área. Ou, com uma pequena confiança na bondade de estranhos, você pode tratar do assunto com suas próprias mãos (TYLER-AMEEN, 2011).



Algumas iniciativas, como as plataformas de *crowdfunding* (a exemplo do Queremos e Catarse), o Sofar Sounds e a prática das Living Room Tours, trouxeram aos holofotes as maneiras pelas quais os fãs começaram a assumir fazeres para a viabilização de shows, seja organizando os eventos nas salas da própria casa, seja se tornando agentes realizadores em parceria com produtores locais.

Essa ampliação do papel ativo do consumidor de música na cadeia produtiva está conectada à amplificação da própria escuta, que hoje envolve muito mais do que música em sentido estrito. Sonoridades musicais agenciam espaços, lugares, temporalidades, cenas, artefatos midiáticos, ações e consumo como partes dos processos de escuta. Os valores agenciados pelos gostos musicais envolvem mudanças realizadas nas próprias obras pelos modos de escuta em diferentes tempos e espaços, bem como as mudanças no próprio estatuto do que é construído como música ao vivo. “Dito de outra maneira, trata-se de restabelecer a natureza performativa da atividade do gosto ao invés de fazer dela uma ‘constatação’. Quando alguém diz que gosta de ópera ou rock – e o que gosta, como gosta, porque etc. –, isso já é gostar, e vice-versa” (HENNION, 2011, p. 260).

É nesse sentido que fenômenos como o Sofar Sounds nos permitem pensar a “recuperação” de valor da música ao vivo. Assim, observa-se como, mesmo em uma época marcada pelo crescimento dos megafestivais e grandes turnês, os shows pequenos, secretos, com artistas desconhecidos são valorados pelo público e se mostram como táticas de sobrevivência para bandas emergentes.

SOFAR SOUNDS: “ALGUMA COISA ESTÁ ERRADA NA MÚSICA AO VIVO...”

Um e-mail chega na minha caixa de entrada, eu estou na lista. Eu me sinto como Charlie quando ele finalmente descobriu o ticket dourado no seu chocolate Wonka. [...] E agora eu tenho um dos ingressos mais desejados de Berlim – um show intimista, “secreto” na sala de frente de alguém, com artistas ainda não confirmados.

Lindsey Fryatt, 2013.

O Sofar Sounds (sigla para “Songs From a Room”) começou em Londres março de 2009 na sala da casa do compositor e cofundador Dave Alexander. A ideia por trás do movimento era dar suporte a bandas e artistas emergentes independentes e realizar apresentações em formato intimista, apenas para convidados. A rede, que hoje se espalhou por mais de 30 cidades, realiza mais de 300 apresentações por ano, organizadas por voluntários locais e com curadoria feita pela sede em Londres. Segundo relato do outro cofundador do Sofar, Rafe Offer: “Existe muito pouco foco e respeito pela música, especialmente com novas bandas. Meu amigo Dave [...] e eu estávamos em um show, e aquilo estava tão barulhento que não conseguíamos ouvir o músico, foi aí que decidimos que deveria ser de outro jeito [...]” (OFFER apud FRYATT, 2013).

Após a primeira sessão, Alexander e Offer produziram, através de sua rede de contatos, eventos nas cidades de Nova York e Paris. Com a demanda em outros locais, o movimento se espalhou de maneira rápida e quatro anos mais tarde já havia se consolidado como uma importante rede na circulação da nova música independente global.

O cuidado com o evento é refletido também na escolha dos convidados. São analisados, entre os candidatos a assistir às apresentações, quais são os que têm capacidade de multiplicação, que podem ajudar na divulgação do evento e das bandas, e/ou ainda atuar nas atividades de fotografia e filmagem das sessões, ou seja, aqueles que são potenciais mediadores da rede.

Nós gastamos o mesmo tanto de tempo na lista de convidados quanto na música. Por acaso, 80 pessoas estão vindo para o show de hoje em Londres – nós podemos garantir que pelo menos metade delas nunca esteve presente. E nós priorizamos aqueles que podem ajudar de alguma maneira – blogueiros, pessoas que ajudam na filmagem, pessoas que são parte da família de alguma maneira. E também fãs – aquele tipo de pessoa que vai vir e depois contar para outras 100 pessoas: “Você não vai acreditar no que eu vi ontem à noite [...]” (OFFER apud FRYATT, 2013).

Na configuração do Sofar, intérpretes, fãs, reprodutores musicais, sites de relacionamento, fanpages, instrumentos, veículos de crítica tornam-se actantes, ou seja, “ele é o mediador, o articulador que fará a conexão e montará a rede nele mesmo e fora dele em associação com outros” (LEMONS, 2013, p. 42).

Essa abordagem liga-se de forma fluida com a ideia de uma escuta conexa proposta anteriormente, pois antes de dar destaque às escutas e às sujeições humanas, os eventos do Sofar são vistos como associações entre actantes humanos e não humanos, cuja simbiose é responsável pela materialização das experiências musicais e das performances de gosto através de posts, fotos, vídeos, enfim todo material de registro e divulgação do evento.

Atrelados a esses mediadores, existe uma lógica de divulgação das apresentações na internet. Todas as atividades do Sofar Sounds são fotografadas, filmadas e editadas por voluntários vinculados à rede e que recebem o dinheiro recolhido no chapéu ao final de noite. Assim, são gerados produtos que circulam na rede Sofar Sounds, ajudando na publicidade do evento (fazendo que mais pessoas queiram participar das atividades futuras) e da banda em questão (divulgando esses grupos para públicos de outras partes do planeta e que também integram a rede).

Isso é um dado importante, pois, para a maioria das bandas iniciantes, é difícil não só ter acesso a algum material em alta qualidade de imagem e/ou som, mas também a meios para que esses produtos circulem por entre um público mais amplo. Ao mesmo tempo que atua na produção de shows de bandas emergentes, o Sofar Sounds também divulga os vídeos



pós-show e, dessa maneira, garante que o grupo tenha uma repercussão e uma projeção ampliada. Assim, os modos de circularidade do Sofar já são materializações dos modos de agenciar experiências estéticas diante da música ao vivo. A escuta aqui é “(...) um quadro, um coletivo, um conjunto de dispositivos materiais, discursivos, a acumulação de maneiras de fazer ou de se praticar e de muitos objetos e meios em que se apoiar” (HENNION, 2011, p. 260). Essas competências são também formadoras das escutas, isto é, diz respeito à preferência por modos distintos e exclusivos de apreciar bandas em pequenos shows para poucos “escolhidos”.

É a correlação entre as experiências do mundo real e a estratégia digital que faz do Sofar não apenas legal, mas comercialmente viável. Voluntários locais criam gloriosas galerias de imagem e vídeo em alta qualidade para cada evento – alimentando o site do Sofar e ótimo conteúdo para as mídias sociais, como também entregando material de marketing grátis para os artistas.

Para qualquer banda nova, é difícil se divulgar lá fora. Qualquer um pode postar coisas on-line, mas para os fãs é difícil achar qualquer coisa, assim como para os músicos é difícil se promover, a menos que você seja um expert em mídias sociais (FRYATT, 2013).

15

Em outras palavras, o sucesso do Sofar Sounds como modelo produtivo de música mostra de que maneira esse tipo de evento tanto tem um viés estético para consumo de um tipo específico de música quanto se mostra como um ambiente de resistência política para valorização de escutas diferenciadas de música ao vivo.

Assim, consumir música não é uma dicotomia entre os consumos de shows ao vivo, de música em suportes físicos e circulação de músicas digitalizadas. Consumir música nos dias de hoje é estar conectado a uma rede cultural que une o usuário que baixa álbuns de seus artistas favoritos na internet, o fã que vai aos shows de música de artistas da sua cidade, o jovem que, influenciado por seus ídolos, decide iniciar a prática de determinado instrumento musical, o músico que grava um disco inteiro em casa fazendo o uso de um computador, um grupo de amigos que monta uma banda, produtores culturais locais que promovem shows e amigos que se reúnem para conversar sobre suas bandas e álbuns favoritos. Enfim, todas essas ações colaboram para que a música se afirme como um produto de forte presença em diferentes espaços do mundo atual (JANOTTI JUNIOR; PIRES, 2011, p. 9).

“INDIE” E “DO IT YOURSELF”: AUTONOMIA CRIATIVA

As transformações na indústria da música e suas consequências nos fazeres, na circulação e no consumo de música acabaram por reconfigurar as próprias fronteiras entre independentes e músicos atrelados à indústria fonográfica tradicional; muitas vezes, produtos de circulação reduzida atingem graus de sofisticação que antes pareciam restritos ao universo das grandes estruturas do mercado de música:



Nos debates sobre o mercado musical atual, é possível notar uma associação recorrente entre tecnologia, independência e qualidade estética. Quase todos os discursos apontam positivamente para o fato de que as facilidades tecnológicas aumentaram as possibilidades de circulação da produção “independente”, estabelecendo canais e nichos mercadológicos que demandam músicas diferenciadas. Indiretamente, o “mercado de nichos” é descrito como um ambiente onde a qualidade estética pode se desenvolver com maior facilidade do que num mercado “de massa”, o que aciona uma retórica de valoração estética baseada na oposição entre arte e mercado (TROTТА, 2010, p. 249).

O rótulo “independente”, nos dias de hoje, significa mais do que bancar o disco do próprio bolso, organizar os próprios shows. É, principalmente, assumir alguns posicionamentos ligados ao mercado frente aos outros atores sociais envolvidos na cadeia produtiva e legitimar a produção artística com base na autonomia criativa e produtiva

Ser independente atualmente é simplesmente gozar de certa liberdade estética, não necessariamente dissociada do poderio financeiro das *majors* nem das “grandes *indies*”. O que se observa é que o panorama da circulação de músicas pela sociedade estabelece uma distinção entre os produtos concebidos no forno das multinacionais e os “outros”, produzidos a partir de lógicas e capitais “independentes” do financiamento das “*majors*”. De um modo geral, os produtos *indies* têm uma forte vertente de valoração estética, agregando núcleos estilísticos radicalmente diversos a partir do compartilhamento hipotético de determinado grau de autonomia artística. Mas nem sempre (TROTТА, 2010, p. 255).

Com base nessas afirmações, percebe-se que as ideias relativas à autonomia estão associadas aos processos de produção do Sofar Sounds, uma vez que o evento se coloca como uma alternativa aos grandes shows. A produção dos próprios fãs para o consumo de música em locais intimistas está conectada à tradição política dos “independentes”. Mais importante do que dizer que os artistas que tocam nesses eventos não são “contratados de gravadoras” é notar como se dá a afirmação de autonomia nos modos de produzir, circular e consumir música na lógica do Sofar.

E a fórmula do Sofar nasceu: transformar a sala de estar de voluntários dispostos em locais para shows pop e intimistas. [...] Quatro anos depois de receber a primeira série de shows nas salas de estar de Londres, onde a dupla [de fundadores] vive, o Sofar Sounds atingiu um equilíbrio delicado: atingir um impressionante crescimento e ainda se manter no contexto underground (FRYATT, 2013).

Neste ponto, nos encontramos diante de ressignificações das territorialidades musicais através de um atravessamento do público e do privado, das escutas individuais e coletivas, apontando para uma íntima associação entre as mudanças no modo de fazer circular música e de afirmar suas cartografias.





“HYPE”: ENTRE UM NOVO MODELO DE PRODUÇÃO E A “MODA” DO SOFAR SOUNDS

Na noite de terça-feira, escondido em algum lugar de uma estrada não sinalizada no norte de Londres, em uma sala de estar, novos músicos, fãs de música e experts da indústria se juntaram para celebrar uma coisa: as maravilhas da música ao vivo desplugada [...]. Esse é o chamado Sofar Sounds.

SUZYQ, 2012.

“Hype” significa a promoção exagerada de algo no contexto publicitário, a tendência de fazer ou comprar algo, de seguir a moda em determinado ambiente. Na música, podemos perceber esses fenômenos com base em novos grupos que fazem sucesso de forma repentina, na música que é hit de nicho, ou mesmo na forte presença de certos grupos nas redes sociais. Exemplos não faltam na história recente da música. Um deles foi o grupo britânico Arctic Monkeys, uma das bandas mais faladas da nova geração do rock inglês e que tinha lançado apenas um EP. No Brasil, poderíamos pensar no início da carreira de Mallu Magalhães, que, com apenas três músicas lançadas no MySpace, conseguiu angariar uma grande quantidade de fãs, contratos publicitários e exposição na mídia.

Poucas coisas são tão caras para os fãs de música quanto a ideia de conhecer o que ninguém conhece. No âmbito de consumo de música (sobretudo de rock ou, mais especificamente, de *indie* rock), essa lógica se refere a conhecer algo antes que os outros. O *hype* é formado, entre outras coisas, por essa sensação de distinção. Fazer parte da festa a que todos querem ir, ver primeiro o show que todos querem ver, conhecer antes a banda que será o sucesso do próximo verão.

O valor que fãs de música atribuem ao Sofar Sounds passa, em relação ao *hype*, pelo evento em si e pelas bandas que se apresentam nele. Como já discutido anteriormente, é interessante perceber como os convites são disputados e concorridos, o que leva a perceber que o movimento se configura como algo exclusivo e para poucos. A própria ideia de exclusividade presente no modo de produção do Sofar passa a ideia de música para um grupo de “iniciados”.

Outro ponto que chama a atenção é a oportunidade de conhecer uma banda e assistir ao seu show antes que esse mesmo grupo seja conhecido por um público mais amplo. Essa é outra ideia bastante presente no modo de atuação do Sofar Sounds e que agrega capital simbólico à plataforma.

O movimento é agora ativo em mais de 30 cidades em cinco continentes – de Barcelona a São Paulo, de Londres a Nova York, de Sidney a Mumbai, de Paris a Berlim. O cast do Sofar inclui Dry The River (apontada como a próxima Mumford and Sons), a bonita e excêntrica cantora e compositora Jesca Hoop, o trio We Were Evergreen e até uma aparição improvisada do vampiro celebridade Robert Pattinson (FRYATT, 2013).

Percebemos, então, que, mesmo em se tratando de um fenômeno disperso geograficamente, a construção dos valores do Sofar Sounds passa pelo modo como o movimento se articula em públicos restritos e pequenos, em salas de estar de fãs ao redor do mundo e em audiências maiores através da participação



da rede na internet. Pensando essas perspectivas atreladas à própria trajetória do Sofar, conseguimos entender melhor os processos que transformaram um hobby caseiro de alguns grupos de amigos em uma rede em constante crescimento formada por fãs ativos nos processos produtivos e, também, no consumo de bandas emergentes, os quais dialogam pela rede com públicos consolidados ao redor do mundo.

Resta saber se, como “segredo” para os iniciados, o Sofar se afirmará como exercício de um esnobismo que privilegia de modo excessivo o desconhecido, o acesso restrito, independentemente das qualidades sonoras, ou se ele funcionará como um ponto de partida para repensar o sistema produtivo e a própria ideia de “música ao vivo”.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARAH, N. *Pop Brands: branding, popular music and young people*. Peter Lang; New York, 2010.

FRITH, Simon. *Performing Rites: on the value of popular music*. Cambridge: Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

FRYATT, Lindsey. Meet the man behind Sofar Sounds: the “secret gig” movement changing the face of live music, one living room at a time. *Venture Village*, 19 mar. 2013. Disponível em: <<http://venturevillage.eu/sofar-sounds-rafe-offer>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

GIBSON, C.; CONNELL, J. *Music Festivals and Regional Development in Australia*. Ashgate: Farnham, 2012.

HENNION, Antoine. Pragmática do gosto. *Desigualdade & Diversidade*, Rio de Janeiro, n. 8, jan./jul., p. 253-277, 2011.

HERSCHMANN, Micael. *Indústria da música em transição*. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. Afeto, autenticidade e sociabilidade: uma abordagem do rock como fenômeno cultural. In: GOMES, Itânia Maria Mota; DE SOUZA, Maria Carmen Jacob de Souza (Org.). *Mídia e cultura*. Salvador: EdUFBA, 2003. p. 75-93.

_____. Simon Frith: sobre o valor da música popular midiática. In: _____; GOMES, Itânia Maria Mota (Org.). *Comunicação e Estudos Culturais*. 1. ed. Salvador: EdUFBA, 2011. p. 133-147.

_____; PIRES, Victor de Almeida Nobre. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; LIMA, Tatiana; PIRES, Victor de Almeida Nobre (Org.). *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. 1. ed. Porto Alegre: Simplissimo, 2011. p. 8-22.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede*. Salvador: EdUFAB; Bauru: Edusc, 2012.

LEMOIS, André. *A comunicação das coisas: teoria Ator-Rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.

KAITB. Sofar Sounds Chicago. *Discreet Musical Murmurings*, 12 jun. 2013. Disponível em: <<http://discreetmusicalmurmurings.wordpress.com/2013/06/12/sofar-sounds-chicago/>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

SUZYQ. Sofar Sounds, North London. *Plutonic Group*, 2 out. 2012. Disponível em: <<http://plutonicgroup.com/sofar-sounds-north-london/>>. Acesso em: 12 ago. 2013.



TORRES, Bolívar. Cancelamento do Sónar provoca uma reflexão no mercado de shows internacionais. *O Globo*, Rio de Janeiro, 24 mar. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/cancelamento-do-sonar-sp-provoca-uma-reflexao-no-mercado-de-shows-internacionais-7931928>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

TROTTA, Felipe C. Autonomia estética e mercado de música: reflexões sobre o forró eletrônico contemporâneo. In: DE SÁ, Simone Pereira (Org.). *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. 1. ed. Rio de Janeiro: Globo Universidade: Sulina, 2010. p. 249-266.

TYLER-AMEEN, Daoud. Live In Your Room: You Book The Bands. *NPR Music*, 11 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.npr.org/blogs/therecord/2011/03/11/134425621/live-from-your-living-room>>. Acesso em: 12 de agosto de 2013.

YÚDICE, George. Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música. In: HERSCHMANN, Micael (Org.) *Nas bordas e fora do mainstream musical*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2011.

Pensando a cena musical a partir dos territórios informacionais

Thinking music scenes through informational territories

Bruno Pedrosa Nogueira

Professor adjunto no Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia, com pós-doutorado em Comunicação Social pela UFPE)

Resumo

O virtual é um espaço de práticas que é transversal a todas as configurações de cenas culturais. No entanto, a partir da perspectiva de sua fusão com o espaço físico, como é proposto por Pierre Lévy, passamos a pensar o virtual também no contexto da mobilidade. E quando produzimos e acessamos este conteúdo desta forma, damos sentido aos chamados territórios informacionais. A partir de um passeio por esses territórios e uma revisão bibliográfica das noções de cena e mídias locativas, a proposta deste artigo é mostrar como esta prática social – a de gerar marcações virtuais associadas a um local – nos permite observar e identificar novas cenas musicais que não têm um suporte midiático tradicional, como discos, imprensa e espaços de convivência bem delimitados, como casas de show e bares.

Palavras-chave: cenas musicais; territórios informacionais; internet.

Abstract

The virtual space is a practice that cuts across all settings of cultural scenes. However, from the perspective of its merger with the physical space as proposed by Pierre Lévy, we began to think also in the context of virtual mobility. And when we produce and we access the content this way, we sense the so-called informational territories. From a tour over these territories and a literature review of the concepts of scene and locative media, the purpose of this article is to show how this social practice – to generate virtual tags associated to a site – allows us to observe and identify new music scenes that has no traditional media support, such as discs, press and living spaces well delimited like venues and bars.

Keywords: music scenes; informational territories; internet.

LUGAR E TERRITÓRIO NAS CENAS MUSICAIS

A cena musical é algo que faz parte do imaginário da música pop como um todo. Falar de músicos e bandas pressupõe falar de público, do encontro dessas pessoas em shows, lojas de discos, bares e outros lugares que propiciem trocas de experiências em torno da música. Se podemos entender que a música é um grande mobilizador social – conhecemos novas pessoas, criamos relações e pautamos uma parte de nossa sociabilidade com base na trilha sonora que nos acompanha –, a cena talvez seja um ponto de materialidade de todas essas ideias. Um ponto de observação seguro, inclusive, para a compreensão de diversas práticas que estão relacionadas à produção, à circulação e ao consumo de produtos musicais.

Sendo assim, é natural que diversas pesquisas tratem de dar sentido à compreensão das cenas musicais. Como faz, por exemplo, Will Straw, da Universidade de McGill, no Canadá, ao afirmar que essas cenas são “um espaço cultural em que várias práticas musicais coexistem interagindo entre si com uma variedade de processos de diferenciação” (1991, p. 494). Ainda segundo Straw, as cenas podem ser distinguidas de acordo com a sua localização (a cena pernambucana); o gênero da produção cultural que lhes dá coerência (cena punk); ou a atividade social da qual ela toma forma, como uma cena de cineastas (2013, p. 12).

22

Essa noção passa a ser processada, atualizada e representada por pesquisas como a de Janotti Junior e Almeida (2011), que afirmam, por sua vez, que “podemos supor que o que caracteriza uma cena musical são as interações relacionais entre música, dispositivos midiáticos, atores sociais e o tecido urbano em que a música é consumida” (2011, p. 10). A ideia é tensionada a partir de questionamentos propostos por pesquisadores como Micael Herschmann, que reivindica o uso do termo circuito musical ou então de territorialidade sônico-musical; ou Felipe Trota, que problematiza o enquadramento midiático dado pela percepção das cenas e a dificuldade de adequá-lo a produções de cultura folclórica e popular.

Entre esse espaço de tempo e reflexões sobre o que caracteriza uma cena musical, se evidencia um raciocínio de que a cena é algo relacionado com frequência a um local. Straw defende que a cena “é um meio de falar da teatralidade da cidade – da capacidade que a cidade tem para gerar imagens de pessoas ocupando o espaço público de forma atraente” (2013, p. 12). Quando conseguimos associar um determinado gênero musical a uma cidade, como acontece com o grunge e a cidade de Seattle, nos Estados Unidos, ou o samba e a cidade do Rio de Janeiro, isso acontece muitas vezes pelo reflexo de uma cena. Algo que envolve músicos, produtores, público, imprensa especializada e outros agentes – tal qual uma cadeia produtiva – que trabalham e se comunicam em torno de determinados produtos musicais.

Dito isso, é importante reforçar ainda que certas identidades culturais não partem exclusivamente ou mesmo especificamente de ações desses agentes. Em determinados casos, como acontece com o frevo e a cidade de Olinda, são esforços de disputas políticas e demandas de entidades organizadas, mas



que não representam uma realidade musical cotidiana do lugar. Quem for a Olinda fora do período do carnaval, por exemplo, terá dificuldade para ver apresentações de frevo nas ruas ou em espaços fechados, seja de iniciativa pública, seja privada. Não existe uma relação multilateral, no sentido do esforço da criação e consolidação de uma cena do frevo nesse raciocínio mais clássico.

Como já foi dito, a ideia de gênero musical, por mais que seja um artifício de classificação associado com frequência a práticas do mercado do entretenimento das indústrias culturais, é também um ponto seguro para pensar as cenas. Quase sempre uma determinada cena é nomeada a partir de um determinado gênero musical. O musicólogo Franco Fabbri define gênero musical como um “conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é governado por um conjunto de regras abertamente aceitas socialmente” (FABBRI, 1982, p. 52). Essas regras sociais vão desde os aspectos formais da música, como arranjo e melodia, a questões comportamentais, econômicas e jurídicas (TROTТА, 2008).

Os Estudos Culturais, desde sua fundação, trabalham a hipótese de uma construção de identidade distante da relação com o território, impulsionado por lógicas pós-modernas (JAMESON, 1984; HALL, 2005), hipermodernas (LIPOVETSKY, 2004) e assim por diante. A definição de gênero apresentada por Fabbri ajuda a encontrar regras sociais bem delimitadas a partir de relações globais (o heavy metal pode ser identificado no mundo todo pelas construções harmônicas e melódicas) e locais (em determinados países, o ouvinte de heavy metal pode se vestir e se comportar de maneira diferente do que é praticado em outros países, como pode ser observado no documentário *Global Metal*, que mostra diferentes manifestações do gênero no mundo). A massificação da música pop tende a deixar, com o tempo, relativas questões referentes a território ao ponto que, em um determinado país, inclusive, uma banda pode não ser considerada pertencente a um gênero, da mesma forma que é reconhecida em outros países.

É nesse ponto de tensão que as cenas musicais parecem ganhar um refinamento próprio e distante da ideia de gênero. Existe uma compreensão geral entre os integrantes de determinadas cenas sobre as regras sociais específicas, muitas vezes invisíveis, relacionadas diretamente à legitimação de músicos e bandas. Tocar música do gênero punk rock, por exemplo, não faz daquele artista um integrante reconhecido, respeitado e legitimado pela cena punk. Bennet e Petterson (2004) apresentam uma tipologia de cenas musicais que ajuda a entender melhor essas diferenças, quando categorizam, por exemplo, o que chamam de cenas “translocais”, onde existe uma relação cultural e econômica mais evidente que a relação local entre os integrantes de uma determinada cena.

Portanto, o que caracteriza determinados gêneros, como o forró, em sua prática associada a uma cidade ou outra, também estaria de certo modo relacionado ao que determina aquela cena especificamente em uma cidade. Por exemplo: se o forró pé de serra – gênero marcado pela junção dos instrumentos sanfona, triângulo e zabumba, com letras que remetem a um imaginário interiorano do campo –, na



cidade do Recife, não se reconhece em práticas de escuta e socialização reconhecidas como jovens – uma alta frequência de festas, letras que remetem a questões mais contemporâneas e menos ao passado –, essas seriam sim as características de uma cena musical do forró. Algo que vai além das noções estéticas – os arranjos, as letras etc. – e das práticas de mercado – das lógicas de produção e circulação dos produtos gerados.

Todas essas questões remetem a uma formação da identidade cultural de uma cena, o que tem um embasamento midiático bastante seguro. Estejam as cenas associadas a gêneros, territórios ou atividades, de uma forma geral, é fácil perceber as limitações que estão postas na mídia de massa. Não é por acaso que um desafio atual é conseguir encontrar os limites de uma cena que atende a segmentos que são tão restritos ao ponto de não terem sido cooptados pela mídia tradicional. Tratando de experimentações culturais ou práticas sociais que não traduzem tanto uma relação com o território, se aproximam de gêneros definidos pelo mercado ou de qualquer atividade formalmente reconhecida.

Para compreender o questionamento posto aqui, facilita a metáfora da porta de entrada para uma determinada cena cultural/musical. Geralmente, ela está presente em um disco, uma revista especializada ou uma casa de show, algo que consiga ativar a sociabilidade existente na relação entre um produto cultural e seus consumidores. Transitar pela vida noturna de uma cidade, entretanto – e como será ilustrado mais adiante –, é perceber certas aglomerações que trazem o rastro de uma cena, mesmo que não acolhida midiaticamente ou automeada como tal.

Isto, de fato, é algo bastante comum a partir das novas práticas de produção, circulação e consumo que surgem na música em meados da década de 1990, quando a popularização dos computadores pessoais e do acesso à internet passou a desafiar a lógica de consumo massivo. O mercado segmentado, formado por plataformas de e-commerce [1], evidencia diferentes e curiosos produtos nas mais diversas áreas, incluindo aí também a cultural. Da mesma forma que muda o acesso a este conteúdo, muda como as pessoas passam a se configurar em torno deles.

É o que Bennett e Petterson vão propor ao falar, por exemplo, das cenas virtuais (2004), onde o público passa a se conectar pela internet em torno de lógicas de mercado e propostas estéticas. Uma forma de prática social semi-individualizada a partir de trocas de e-mails e mensagens em softwares sociais como o Facebook e o Twitter. Neste caso, o computador não é ainda um ponto de acesso à cena: ela ainda se configura em torno de produtos culturais que têm um impulso midiático evidente. A internet surge como um apoio a uma dificuldade evidente, que é o distanciamento geográfico do público dessa cena, o qual pode vir a se encontrar e superar essa questão.

Tendo sido proposta em 2004, a percepção de cena de Bennett e Patterson é, hoje, questionada com mais frequência, em razão das mudanças por que passou a internet desde o início de sua popularização, em meados da



década de 1990. Uma das questões centrais é o fato de que é difícil imaginar uma cena musical que não utilize extensivamente os recursos que seriam exclusivos de uma cena virtual, como coloca Simone de Sá na afirmação a seguir.

Dito de outra maneira, minha premissa é a de que, ao se transportar para o ambiente digital, qualquer cena vai ser convocada a considerar as especificidades – estéticas, técnicas e econômicas – deste novo ambiente. Trata-se, assim, de um processo altamente complexo que pode deixar marcas e transformar de maneira definitiva a própria identidade de uma cena local ou translocal (DE SÁ, 2013, p. 32).

Ainda segundo a autora, seria mais interessante, no contexto atual, uma percepção das cenas como redes sociotécnicas, “constituídas por múltiplos mediadores que atravessam incessantemente as fronteiras do mundo off-line e on-line” (2013, p. 37). O sentido do virtual na cena se fragmenta, e a rede mundial de computadores ajuda, inclusive, a dar sentido material a segmentos até então restritos ou improváveis de acontecer, como uma ampliação de uma cena k-pop, a música pop japonesa que não está inserida na mídia de massa na região Nordeste do Brasil.

Porém, com o passar do tempo, a internet ganhou uma dinâmica de mobilidade, podendo ser acessada em qualquer lugar por redes WiFi, 3G e 4G. Os mesmos dispositivos de acesso móvel, como os celulares e os tablets, também se reconfiguram em aparelhos de produção de conteúdo e, como consequência, presenciamos o surgimento de etiquetas virtuais espalhadas por um território até então geográfico. São fotos, vídeos, *hashtags* e outras possibilidades criadas por aplicativos que propõem novas formas de pensar a territorialidade.

Com isso, encontramos também uma nova perspectiva para repensar o virtual nas cenas musicais, com base na metáfora de sua fusão com o espaço físico, como é proposto por autores como Pierre Lévy e André Lemos (2010). A produção de conteúdo em tempo real e a formação dos territórios informacionais, como veremos mais adiante, se transformam em porta de acesso para novas possibilidades de cartografias culturais, possibilitando observar práticas sociais e culturais que não foram ainda cooptadas pela música.

O IMPACTO DOS TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS

Um dos desafios apresentados pela consolidação da cultura digital é pensar as territorialidades. Sempre foi uma das grandes expectativas da cultura conectada em rede que a sociabilização acontecesse em novos territórios virtuais, que não teriam exatamente ligações políticas e econômicas com o espaço geográfico onde as pessoas, conectadas através de dispositivos, de fato estavam. Um ambiente de trocas mais livres, sem os intermediários clássicos, como instituições de ensino e a mídia de massa. Segundo Lemos e Lévy, estaria em jogo uma nova esfera pública, “essa nova esfera pública digital não é recortada mais por territórios geográficos (os seus cortes relevantes correspondem antes às línguas, às culturas e aos centros de interesses)” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 13).





Essa possibilidade está diretamente ligada à proposta do fim do polo clássico de emissão da mensagem característico dos meios de comunicação de massa. Algo que, mais tarde, chega a uma nova proposição de configuração de sociedade, que os autores identificam como pós-massiva. Segundo eles:

As funções pós-massivas, por sua vez, caracterizam-se por abertura do fluxo informacional, pela liberação da emissão e pela transversalidade e personalização do consumo da informação. [...] Sendo assim, as funções pós-massivas não se preocupam necessariamente em atingir grandes “audiências”, o hit, mas estariam mais preocupadas em suprir “nichos”, criando o que Chris Anderson (2006) chamou de “cauda longa”, ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos para poucos [...] Vemos essas funções pós-massivas em blogs, softwares livres, podcasting, wikis, microblogs, mapas interativos (Google Maps e outros) etc. (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 49).

Todas essas práticas tencionam as possibilidades de pensar territórios e territorialidades. O território tem compreensões multidisciplinares que o definem em função de dimensões locais (geográficas e naturais), econômicas (o que se produz no território e quem o faz), simbólicas (relações culturais e afetivas entre grupos e indivíduos) e sociopolíticas (relações de poder entre quem domina e é dominado), enquanto as territorialidades tentam fazer uma soma de todos esses fatores.

O conceito de territorialidade refere-se, então, às relações entre um indivíduo ou grupo social e seu meio de referência, manifestando-se nas várias escalas geográficas – uma localidade, uma região ou um país – e expressando um sentimento de pertencimento e um modo de agir no âmbito de um dado espaço geográfico. No nível individual, territorialidade refere-se ao espaço pessoal imediato, que em muitos contextos culturais é considerado um espaço inviolável. Em nível coletivo, a territorialidade torna-se também um meio de regular as interações sociais e reforçar a identidade do grupo ou comunidade (ALBAGLI, 2004, p. 27).

Pensar territórios é uma ação que ganha um novo grau de complexidade com as mídias móveis. Quando passamos a carregar *smartphones*, *laptops* e *tablets* em nosso caminho, somos constantemente bombardeados por pontos de acessos à informação que fazem parte da paisagem urbana, como é o caso das redes WiFi. Uma mesma loja onde são vendidos livros e filmes permite que seus clientes utilizem computadores em uma rede que dá acesso a esse mesmo conteúdo de forma gratuita, mesmo que muitas vezes ilegalmente. Essa rede também permite que eles tenham acesso a novos intermediários que podem influenciar o que comprar ou não comprar. Conforme observam Lemos e Lévy, com essas práticas se consolidam um território informacional: “Assim, nas cidades contemporâneas, os tradicionais espaços de lugar estão, pouco a pouco, se transformado em ambiente generalizado de acesso e de controle da informação, territórios informacionais criando zonas de conexão no espaço urbano” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 122).

Além dessas mudanças mais evidentes, como a ilustrada da loja de livros e discos, os dispositivos móveis e as redes urbanas de acesso à internet estão transformando a forma como nos relacionamos com as cidades. Tanto em uma nova perspectiva de cidadania, quando passamos a compartilhar conteúdos de pura vigília urbana – fotos de buracos nas ruas, de descasos públicos etc. –, quanto em práticas mais superficiais do cotidiano. Por exemplo, quando compartilhamos fotos ou vídeos que indicam que estávamos em um determinado evento cultural e, a partir das marcações territoriais, identificamos novas pessoas que também estavam lá, promovendo então novas possibilidades de formação de comunidades a partir de práticas sociais anteriores a essas novas mídias.

Com aplicativos de foto, vídeo, áudio e mapa, estamos criando novas marcações urbanas, agregando um conteúdo simbólico que será percebido principalmente por usuários dessas mesmas mídias móveis quando estiverem em trânsito. De volta ao exemplo da loja de livros e discos, a rede sem fio que permite ao cliente acessar a internet também permite que ele publique e indique livros que comprou ali; ao ser percebido por outras pessoas que consomem o mesmo gênero literário, pode passar a interagir de uma forma que será apenas visível para os usuários dessas mídias. Essa é uma ação impulsionada por um território, mas que não está necessariamente presa a ele.

A circulação livre de informação no espaço urbano promove uma desterritorialização global. Como afirmam Lemos e Lévy, essas mídias locativas “estão criando, pelo interessante imbricamento do ciberespaço aos espaços concretos, novos pertencimentos locais, novas significações no espaço físico e novos vínculos comunitários” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 62). Essas práticas abrem uma perspectiva de descoberta do espaço físico que supera a agenda pautada pela mídia de massa. Andar por um território com seu dispositivo atento a essas marcações permite entrar em contato por meio de um agendamento criado pelo próprio público.

Até então, vários dos principais suportes que dão materialidade à cena estão relacionados a estruturas mais formais. Por exemplo: uma casa de show onde bandas de um determinado gênero se apresentam ou matérias publicadas em um jornal que falam onde estão o público, o artista, os produtos e os aparelhos culturais associados. Mas os territórios informacionais abrem a perspectiva de identificar manifestações que ultrapassam essas formalidades. Com geolocalização, *hashtags* e outras marcações feitas por aplicativos, encontramos festas, shows e manifestações que ainda não foram apropriadas nem pela mídia nem por outros dispositivos da indústria da música. Encontramos uma possibilidade de mapear novas cenas musicais.

UM PASSEIO PELOS TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS

Observar as cenas com base em seu suporte midiático – sejam os discos, sejam os espaços para shows, seja a imprensa especializada – não deixa de ser uma perspectiva mais limitada. Martín-Barbero sustenta a afirmação de que “analisar relatos é estudar processos de comunicação que não se esgotam nos dispositivos tecnológicos, porque remetem desde aí mesmo à economia do imaginário coletivo” (2004, p. 160). É também Martín-Barbero, ao analisar principalmente as novelas do rádio, que vai lembrar a importância do uso social da mídia e como aquele produto se transforma em práticas muitas vezes não programadas.

Martín-Barbero evoca o imaginário urbano construído com base na oralidade e na apropriação popular de práticas midiáticas. O suporte de mídia – o rádio, a TV – assume um papel secundário quando se divide entre conteúdo e dispositivo que é capaz de agregar família, vizinhos e amigos e promover manifestações sociais com base na oralidade. No entanto, o autor se engana quando afirma de forma categórica que as novas tecnologias promovem uma comunicação não territorial, impossibilitando dar sentido e valor ao nacional e ao local para os jovens (2004, p. 154). Martín-Barbero enxerga um distanciamento desses locais de encontro, quando na verdade eles passam a acontecer com base na dinâmica da fusão entre virtual e real. Para entender como as mídias móveis não promovem um isolamento, mas uma nova forma de se reconhecer como parte de uma comunidade, é preciso saber dialogar com suas possibilidades.

Andar pela rua do Sossego, no bairro da Boa Vista, na cidade do Recife, por exemplo, pode ser uma ação que não traz indicativos de manifestações culturais evidentes. A rua corta a região central da cidade e se encerra em uma de suas principais avenidas, sendo uma zona predominantemente residencial. Sua cartografia formal também não traz informações complementares nesse sentido, indicando que ao longo de sua extensão estão localizados sindicatos, gráficas e um estabelecimento de comércio, sendo o restante formado por residência.

Com uma conexão 3G e o aplicativo de geolocalização Foursquare é possível compreender algumas das primeiras controvérsias geradas pela ocupação pública. Usuários informam que essa é a “melhor rua do Recife” e que “faz jus ao nome”, enquanto outros vão dar dicas, como a de que se encontra ali a carrocinha de Espetinho do Danylo, incluindo informações sobre sabores, molhos, horários de funcionamento e preços. É possível ver se amigos frequentam ou passam pelo local, assim como que outras pessoas desconhecidas também deixam seus rastros por ali. Vendo que alguns desses usuários registram fotos da rua do Sossego, há um convite para observar a rua a partir de um aplicativo de imagens.

Registrando a passagem pelo Instagram, aplicativo que mistura fotos com interação social – é possível adicionar amigos, agregar *tags* etc. –, é possível ver um novo imaginário coletivo da rua do Sossego. De gatos da rua a cenas de chuva, destaca-se a repetição de registro de uma casa que estampa as letras “IHKE” em sua fachada, recebendo a *tag* de #Iraq. Outras fotos mostram o interior da casa

com projeções de vídeos, imagens de festa, grafite e mensagens escritas na parede. Seguindo a *tag* no aplicativo e os usuários que a registraram, descobre-se ali um ambiente de festas e shows.

O Iraq está mapeado no inconsciente coletivo de uma cena específica da cidade do Recife que se materializa em documentários e matérias de jornal. Mas sua programação não está na agenda cultural da cidade, nem é possível saber com precisão quando ocorre um evento ali, principalmente por se tratar, na realidade, de uma residência e o proprietário, que formalmente a abre apenas para amigos, não necessariamente fazer isso com frequência aos fins de semana (algo que é possível ver pela data em que as fotos são registradas).

Essa informação parece estar fragmentada, mas existe um caminho natural a partir do mesmo dispositivo móvel. Da dica deixada no Foursquare para a foto registrada no Instagram, chega-se a um grupo fechado no Facebook. Se a entrada for autorizada, algo que o capital social deste software específico fará através das conexões de cada usuário, como delimitado por Recuero (2009), é possível ter acesso à agenda de eventos e também à senha exigida na entrada das festas do Iraq. Um espaço de experimentação e contracultura, com leitura de poesia, apresentação de bandas underground, performance artística e afins, algo não cooptado pelo agendamento midiático tradicional.

Fazer esse mesmo exercício na avenida Ministro Marcos Freire, que cruza o bairro de Casa Caiada e o Bairro Novo, na cidade de Olinda, também permite descobertas que estão por fora de uma agenda da mídia ou de ambientes formais. Registrar a passagem pelo Instagram, marcando o território, abre uma porta de entrada para um imaginário coletivo ainda mais rico por se tratar uma avenida ao lado da praia e, portanto, com uma concentração maior de turistas e seus olhares estrangeiros. Os moradores registram o cotidiano em imagens que se repetem com uma maior monotonia, mas nas fotos de usuários de outros estados é possível ver rastros de manifestações que interessam a esta pesquisa.

Algumas dessas fotos mostram que uma praça que está ao lado da avenida Ministro Marcos Freire é frequentada por skatistas. Curiosamente, não se encontram registros dos próprios meninos e meninas que estão ali praticando o esporte, mas se identificam marcas evidentes de horário – fim de tarde, pela posição do sol, e dia da semana, pela data em que a foto é registrada. Retornar naquele mesmo ponto nos dias da semana e no horário mapeados é presenciar uma agregação relevante de uma cena hardcore da cidade. As manobras de skate são realizadas sempre com música alta de fundo, tocadas de um rádio portátil que repousa em um dos bancos. Bandas nacionais e locais se misturam a clássicos internacionais do gênero, enquanto alguns garotos distribuem panfletos de um show que acontecerá no fim de semana.

Em ambos os casos, são configurações sociais que encontram um diálogo com as noções apresentadas de cena, que se reconhecem como cena, mas que não têm um caminho de encontro tradicional. Não são encontradas, muitas vezes, bandas e artistas com discos lançados, não se trata de casas de show, nem de estabelecimentos



comerciais, nem de algo que está na agenda da mídia, apesar de ser eventualmente pincelado por matérias que vão retratar um enfoque específico (como o ativismo artístico do proprietário do Iraq, Evandro Sena)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreendemos que a internet existe em um contexto de mobilidade, tanto de acesso ao que é veiculado pela rede quanto de produção do conteúdo. Este conteúdo não está mais limitado ao formato tradicional de páginas da web, e-mails e bancos de dado de fóruns de discussão. A conexão está ligada diretamente ao dispositivo móvel, neste caso, o celular, o que permite a constituição desses territórios informacionais, ao quais, por sua vez, nos permitem observar territorialidades sob uma nova perspectiva.

O argumento central aqui é que os territórios informacionais passam a ser uma importante porta de entrada para mapear cenas musicais que não tenham um suporte geográfico ou midiático tradicional. Se podemos identificar essas configurações a partir de práticas do público, muitas dessas práticas estão sendo narradas em tempo real por imagens estáticas ou em movimento; por dicas de *hashtags* distribuídas nos aplicativos de celular.

Os exemplos apresentados não são meramente episódicos, mas apenas dois recortes que ilustram uma prática já bem disseminada. É comum encontrar, em regiões do Brasil e dos Estados Unidos, por exemplo, as festas #BYOB, sigla para *Bring Your Own Beer*, ou traga a sua própria cerveja, em português. Trata-se de um circuito que acontece em residências e cuja marcação é preciso seguir, para saber onde ocorre. Também têm surgido notícias de festas e shows secretos anunciados por QR Codes (códigos de barra que podem ser lidos por celular) espalhados pela cidade. Eventos específicos, quando acontecem em galpões, residências e praças, geralmente promovem uma etiquetagem espontânea por parte do público, abrindo portanto portas de acesso.

Dessa forma, os territórios informacionais se tornam um ponto de partida para identificar e mapear não só novas cenas musicais – e o pesquisador precisa estar muito atento a seu dispositivo móvel como instrumento metodológico para perceber essas manifestações –, mas também narrativas urbanas de uma forma geral. Isso dá mais sentido à afirmação de Martín-Barbero: “É a partir das novas maneiras de juntar-se e excluir-se, de desconhecer-se e se reconhecer, que adquire consistência social e relevância cognitiva aquilo que passa em e pelas mídias e pelas novas tecnologias da comunicação” (2004, p. 220).

NOTAS

[1] Segundo Chris Anderson, ao propor a existência de um gráfico em formato de cauda longa de consumo, sites como E-bay e Amazon – e suas contrapartidas brasileiras, o Mercado Livre e o Submarino – favorecem a sobrevida de um produto segmentado que não encontraria espaço em uma loja física (ANDERSON, 2006).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ALBAGLI, S. Território e territorialidade. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília: Sebrae, 2004.

BENNET, Andy; PETERSON, Richard A. *Music scenes: local, translocal, and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004.

DE SÁ, Simone Pereira. As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual. In: DE SÁ, Simone Pereira; JANOTTI JUNIOR, Jeder. *Cenas musicais*. São Paulo: Anadarco, 2013. p. 25-40.

FABBRI, Franco. A Theory of Musical Genres: Two Applications. In: HORN, David; TAGG, Philip (Ed.). *Popular Music Perspectives: Papers from the First International Conference on Popular Music Research*. Göteborg: Exeter: IASPM, 1982.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva; Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LEMONS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Tradução de Fidelina Gonzáles. São Paulo: Edições Loyola, 2004. (Comunicação Contemporânea.)

NOGUEIRA, Bruno. *Reação em cadeia: transformações na indústria da música no Brasil após a internet*. Rio de Janeiro: Simplíssimo, 2013.

JAMESON, Fredric. *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press, 1984.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. Are you Experienced?: experiência e mediatização nas cenas musicais. *Contemporânea*, Salvador, v.10, n. 1, jan./abr. 2012.

_____; ALMEIDA, Victor. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; LIMA, Tatiane Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (Org.). *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. Rio de Janeiro: Simplíssimo, 2011.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.



STRAW, Will. Systems of Articulation, Logics of Change: Scenes and Communication in Popular Music. *Cultural Studies*, v. 5, n. 3, p. 368-388, Oct. 1991.

_____. Cenas culturais e as consequências imprevistas das políticas públicas. in: DE SÁ, Simone Pereira; JANOTTI JUNIOR, Jeder (Org.). *Cenas musicais*. São Paulo: Anadarco, 2013. p. 9-24.

TROTTA, Felipe. Gêneros musicais e sonoridade: construindo uma ferramenta de análise. *Ícone*, Recife, v. 10, n. 2, dez. 2008.

A cidade como palco: Artistas de rua e a retomada do espaço público nas cidades midiáticas

The city as a stage: Street artists and the recovery of public space in media cities

Jhessica Reia

Mestra em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e doutoranda na mesma instituição. Professora assistente e pesquisadora do Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas (CTS/FGV)

Resumo

Esse trabalho propõe-se a olhar para as cidades como espaços capazes de construir e registrar mensagens, gerando práticas socioculturais diversas que são permeadas pelo cotidiano e pelas tecnologias da informação e da comunicação. Nesse contexto, analisa-se o papel da arte de rua como forma ativa de (re)apropriação do espaço público urbano em disputa. É através de performances alijadas das tradicionais instituições de arte que a arte de rua pode emergir como força movente das cidades midiáticas contemporâneas, promovendo outras maneiras de olhar e sentir os espaços que nos cercam. Por último, discutem-se brevemente as relações entre espaço público e arte de rua no Rio de Janeiro, a partir da análise da institucionalização da atividade, trazida pela Lei no 5.429/2012.

Palavras-chave: arte de rua; espaço público; cidades midiáticas; ativismo.

Abstract

This work aims to look at cities as spaces capable of constructing and registering messages, creating an array of socio-cultural practices that are permeated by everyday life, as much as information and communication technologies. In this context, we analyze the role of street performance as an active way of (re)appropriation of disputed public urban spaces. It is through performances cast away from traditional art institutions that street performance can emerge as a moving force of contemporaneous media cities, promoting other ways of looking and feeling the spaces that surround us. Finally, we briefly discuss the relationship between public space and street performance in the city of Rio de Janeiro, from the analysis of these activities institutionalization, brought by the law nº 5.429/2012..

Keywords: street performance; public spaces; media cities; activism.

INTRODUÇÃO

Atualmente, os espaços urbanos podem ser considerados meios de comunicação capazes de construir e registrar mensagens, tornando-as instrumentos de comunicação cujo uso pode gerar tanto integração identitária quanto formas de dominação. Mesmo com a cidade sendo tomada pelas novas mídias, além das mídias de massa, que geram experiências mediadas, existe ainda espaço para maneiras de expressão que podem se constituir em formas de comunicação contra-hegemônica. Segundo Any Ivo (2007, p. 107), o próprio espaço urbano passa a se constituir como palco dessas atuações, e a cidade acaba abrigando muitas formas de manifestação.

Em um contexto no qual as cidades se tornam cada vez mais midiáticas, enquanto o espaço público é disputado, buscam-se formas de voltar a olhar para a cidade e enxergar possibilidades de sociabilidade e de uma vida pública. No Brasil, somam-se à essa problemática as recentes movimentações para adequar as cidades aos megaeventos que estão cerceando os espaços públicos, através de repressão e regulamentação dos usos para atividades espontâneas – como aquelas exercidas pelos artistas de rua.

Os artistas de rua evidenciam uma retórica compartilhada que forma sua visão do mundo e do papel do artista como elemento contestatório da “ordem” vigente. Eles tentam restaurar um sentido ao espaço urbano e suas formas arquiteturais, tratando-se de uma proposição de reapropriação dos conteúdos significativos e simbólicos do espaço, se ancorando em uma problemática da perda do lugar social que aflige a sociedade contemporânea. Assim sendo, esse tipo de intervenção artística, que pode ser considerada uma forma de ativismo (FERNANDES; HERSCHMANN, 2014), retoma uma concepção de espaço público como suporte comunicacional de troca e de constituição da opinião. A rua, como metáfora do espaço público, é antes de tudo um lugar comum onde se constitui o público como conjunto e a cidade como cena (CHAUDOIR, 2004, p. 2-3).

Aqui se pretende discutir brevemente a ascensão da cidade midiática e sua influência na delimitação do espaço público, assim como as relações exercidas entre ela e os megaeventos, ou mesmo o turismo. Com base nesse debate, é importante definir o que são as práticas de arte de rua, como se configuram e, ainda, como interagem com o espaço público e os cidadãos que circulam pela cidade de forma a não notar as especificidades da espacialidade que os cerca. A partir daí, propõe-se pensar nos artistas de rua como elementos essenciais para uma retomada ativa do espaço público, assim como discutir a influência da regulamentação e repressão recentes nessas performances artísticas, e como isso transforma a cidade que lhes serve de palco.

ESPAÇO PÚBLICO EM DISPUTA

As discussões em torno do espaço público, assim como de suas dinâmicas e particularidades, são bastante amplas e podem tomar rumos diversos; aqui, se propõe pensar o espaço público nas cidades midiáticas. Scott McQuire (2006) apresenta a ideia de “cidade midiática” em contraposição ao conceito amplamente usado de “cidade informacional”, uma vez que defende ser preciso reconhecer uma história mais longa e diversificada da produção mediada do espaço urbano do que aquela concentrada nas novas tecnologias da comunicação e da informação: o audiovisual, por exemplo, torna-se cada vez mais importante para a experiência espacial contemporânea, ao mesmo tempo que as novas tecnologias convergem com outras mídias para produzir imagens e sonoridades que caracterizam a cidade do século 21. Assim sendo, a cidade moderna transforma-se em um espaço complexo que envolve mídia e arquitetura, no qual a produção mediatizada do espaço urbano se torna um quadro constitutivo para um novo modelo de experiência social. Nesse contexto, o autor insere o conceito de “espaço relacional” (*relational space*), que seria um espaço:

Despido de suas qualidades inerentes, tais como dimensões e aparências estáveis (e, evidentemente, significados sociais estáveis), porém cada vez mais experimentado como inconstante, variável e contingente. O espaço relacional só pode ser definido pela posição temporária ocupada por cada sujeito em relação a tantos outros, o que sugere que esses espaços não são facilmente unificados, a partir do momento em que cada sujeito pertence a múltiplas matrizes ou redes que se sobrepõem e se interpenetram. A heterogeneidade do espaço relacional é uma experiência chave da globalização contemporânea, demandando novas formas de pensar como devemos compartilhar o espaço para construir experiências coletivas [1] (McQUIRE, 2006).

A partir da reflexão de “espaço relacional”, o autor também discute o papel emblemático que as enormes telas representam na cidade midiática. Em seu livro *The Media City*, McQuire (2008) afirma que na década de 1980 as telas de televisão começaram a aparecer em inúmeros locais públicos, tendo como função a informação eletrônica em estações de trem, por exemplo; no entanto, logo apareceram enormes telas, como as da *Sony Jumbo Tron* (apresentada em 1985 no Japão), que rapidamente tomaram conta dos espaços públicos. Assim, a migração das telas eletrônicas para a paisagem urbana acaba se tornando uma das tendências mais visíveis e influentes do urbanismo contemporâneo. Essa transformação tem intersecção com outras grandes mudanças tecnológicas e culturais das duas últimas décadas, como a formação de redes globais de satélites, fibras óticas que derrubam as fronteiras nacionais, assim como a emergência de dispositivos de mídia móveis, que acabam deslocando a antiga arquitetura pautada em torno de formas fixas (McQUIRE, 2008, p. 130).

Não demorou muito para que cidades ao redor do mundo comessem a usar grandes telas como uma estratégia para “revigorar” espaços públicos; contudo, McQuire (2008, p. 131) questiona essas novas formas de *public spectating*,



uma vez que o declínio da cultura pública, e por consequência do espaço público, virou algo bastante debatido no século no final do século 20, principalmente por Richard Sennett (1988) em seu livro *O declínio do homem público*.

Retomando a experiência de Baudelaire na Paris do século 19, assim como a *flânerie* de Benjamin, McQuire (2008, p. 133) afirma que as transformações sociais ocasionadas pelo capitalismo ressaltam as diferenças arquiteturais e as relações com divisões de classe – contrastes e sociabilidades que costumavam ser conjunções não familiares passam a se mostrar cada vez mais evidentes. Nos *boulevards* das cidades modernas, a multidão aparece como ator social específico, e a experiência característica desse novo contexto é viver entre estranhos que permanecem estranhos; o anonimato mútuo toma seu lugar entre diversos graus de familiaridade.

Sennett, como aponta McQuire (2008, p. 134), defende que o florescimento da vida pública no século 18 estava associado à emergência de novos espaços públicos nos quais estranhos podiam se encontrar, como teatros e parques; contudo, o equilíbrio entre comportamento privado e público foi se alterando ao longo do século 19, borrando a distância entre regras e convenções sociais. Essa distância tem uma função essencial para ele, uma vez que é o ato da performance (*playacting*) que sustenta a cultura pública entre estranhos. De certa forma, a performance demanda a manutenção de uma distância social, e por isso acaba entrando em declínio ao longo do século 19, dando lugar à intimidade. Como uma consequência desse processo, a expressão pública foi reduzida a uma qualidade especial, reservada a artistas e políticos.

Expressar-se publicamente foi reduzido a um talento especial, algo que seria inerente apenas a certos indivíduos, tais como atores, músicos, artistas e, de modo muito importante, políticos. No entanto, para a maioria das pessoas, que não se crê possuidora dessas capacidades expressivas especiais, a expressão foi relegada à esfera privada da vida familiar. O silêncio e o comportamento uniforme emergiram como mecanismos de defesa para aparecer em público. O resultado disso foi uma cultura pública que privilegia o observar em detrimento do falar, o distanciamento em detrimento do engajamento [2] (McQUIRE, 2008, p. 135).

Assim sendo, os tipos de interação ritualizada entre estranhos em público foram duplamente deslocados, tanto pelo recuo da expressão pessoal autêntica ao santuário da família quanto pela elevada dependência de líderes carismáticos para a expressão pública indireta (McQUIRE, 2008, p. 135). Ao mesmo tempo, conforme os ritmos das trocas econômicas e da vida social aceleravam, as possibilidades para a *flânerie* diminuía – as novas dinâmicas e formas arquiteturais da cidade impediam a caminhada do *flâneur* (McQUIRE, 2008, p. 135-136). Dessa forma, a qualidade liminar dos novos espaços públicos afastava a prática “improdutiva” da *flânerie*, sendo que esta foi cada vez mais sendo integrada à prática economicamente “produtiva” das compras: “*The department store is the last promenade for the flâneur*” (“A loja de departamento é o último local de caminhada para o *flâneur*”) (McQUIRE, 2008, p. 136).



Tratando-se da arquitetura moderna, McQuire (2008, p. 137) afirma que, diante do medo da multidão e da irracionalidade presente nela e no que a circunda, as emoções suscitadas nos arquitetos eram de medo e repulsa, culminando no pensamento da metrópole planejada: *“Fear of revolution merged with antipathy to the growing squalor and chaos caused by capitalist industrialization, creating the conditions for over-investment in the dream of the planned metropolis”* (“O medo da revolução se fundiu à antipatia com a crescente miséria e o caos causado pela industrialização capitalista, criando condições para o sobreinvestimento no sonho da metrópole planejada”). Le Corbusier foi um dos grandes expoentes da visão amplamente difundida de uso da construção racional, em seu livro *Towards a New Architecture*, escrito em 1923. Apesar das boas intenções existentes, elas se perdiam nos esquemas de “modernização” da cidade, podendo-se destacar a polêmica gerada em torno das ruas: no lugar das ruas desorganizadas deveriam surgir zoneamentos funcionais, com infraestrutura integrada. Esses programas de planejamento urbano duraram até a década de 1970 (McQUIRE, 2008, p. 137).

Ao mesmo tempo que o planejamento urbano beneficiou muitos aspectos das cidades, também criou problemas, principalmente no que tange o controle dos espaços públicos e circulatórios – como as ruas – em uma tentativa de controlar o comportamento público:

Se, por um lado, o planejamento urbano produziu ganhos incontestáveis no que tange a fluxos ineficientes, espaços miseráveis de moradia e crises endêmicas de saúde nas cidades industriais, por outro, entre os muitos problemas posteriormente identificados, estava a questão do espaço público: até que ponto as tentativas de planejar espaços urbanos e sistemas de circulação cada vez mais complexos sucumbem em tentativas prescritivas de controle do comportamento público? Em retrospecto, é difícil evitar a suspeita de que, seguindo o que foi dito por Haussmann, muitos planos para “racionalizar” as ruas foram baseados no desejo de eliminar qualquer espaço que permitiria “ao povo” se constituir como um sujeito coletivo revolucionário [3] (McQUIRE, 2008, p. 137).

Era latente o desejo, no pensamento da arquitetura modernista, de domar as ruas, e a necessidade de sistematizar os benefícios da rua e pacificar seus perigos foi defendida de forma intensa por Le Corbusier; para ele, o principal problema urbano do período entre guerras era o congestionamento (não apenas de veículos, mas também de edifícios), e com base nisso defendia que o desenho das ruas não só estava fora de escala, mas também não comportava os novos veículos de alta velocidade. A solução dada por ele não era a dispersão em subúrbios, mas a criação de grandes torres que concentrariam a habitação, deixando amplos espaços livres para a circulação em estradas de tráfego rápido (McQUIRE, 2008, p. 138). Em sua obra *The City of Tomorrow*, escrita em 1929, Le Corbusier defendia que a rua, como era entendida, entre duas calçadas e grades edifícios, deveria desaparecer, para que se pudesse criar um outro tipo de rua: uma rua feita para produzir velocidade – afinal, uma cidade feita

para a velocidade seria uma cidade de sucesso. Nessa cidade feita para a circulação e para a velocidade, as caminhadas do *flâneur* não teriam mais lugar.

Segundo McQuire (2008, p. 139), a moderna separação entre função social e função circulatória das ruas acabou sendo canonizada por Lewis Mumford e Siegfried Giedion, e apesar das tentativas, o conflito entre automóveis e habitação humana nunca foi resolvido, apenas deslocado. Aos poucos, a fetichização do individual em termos de direitos privados e do consumo se mostrou incompatível com os valores da cultura pública. Tudo isso fica mais evidente no pós-guerra, pelo menos nos Estados Unidos, quando as pessoas começaram a se mudar para os subúrbios, com o apoio do governo federal, deixando os centros das cidades em condições de degradação. As grandes áreas suburbanas alteraram ainda mais o equilíbrio entre privado e público, uma vez que são ricas em espaços privados, enquanto os espaços públicos são quase inexistentes.

Nos anos 1980 surge uma tendência ao (re)desenvolvimento dos antigos centros das cidades, mas de maneira diferente do que costumavam ser, e aos poucos as cidades dos Estados Unidos foram se fechando em si mesmas – nelas, os espaços “públicos” de shopping centers substituíram as ruas tradicionais e toda a espontaneidade que havia nelas. Aparecem cada vez mais técnicas de controle do espaço, de grandes condomínios fechados a distritos industriais, tendo a vigilância como elemento essencial; nesse contexto, encontros com estranhos são tratados como problemáticos e o controle da rua se torna parte de uma agenda que deseja transformar o espaço público em algo não apenas seguro, mas previsível (McQUIRE, 2008, p. 141).

Para Ackbar Abbas (1997, p. 76), que escreve sobre Hong Kong, há hoje um afastamento da experiência visual da cidade, uma vez que as pessoas são bombardeadas por sinais de diferentes formas e movimentos, que distraem e confundem – do tráfego à propaganda, ou ainda às mídias televisivas, tudo compete por atenção com os edifícios. O resultado de toda essa insistência seria um desligamento do visual, sendo que os transeuntes agora, além de evitar o contato visual com estranhos, também o evitam com a cidade. Para o autor, quando a visualidade se torna tão problemática, diferentes formas de olhar para a cidade devem ser trazidas à tona – não apenas vê-la, mas também ouvi-la e senti-la.

Boris Groys (2008, p. 101), em seu livro *Art Power*, debate a cidade no que chama de a “era da reprodução turística”. Para ele, as cidades surgem primeiramente como projetos para o futuro, a partir do momento em que as pessoas se mudam do campo para a cidade buscando escapar das forças da natureza e também construir um novo futuro mais controlável. Dessa forma, a história humana até o momento seria definida por esse fluxo do campo para a cidade, fazendo que a cidade em si mesma possuísse uma dimensão intrinsecamente utópica ao tentar se situar fora da natureza; as cidades se isolavam para tentar traçar seu próprio caminho em direção ao futuro – e, assim, a cidade genuína seria, além de utópica, antiturística.





Esse sonho utópico da total racionalidade e controle de um ambiente urbano desencadeou uma dinâmica histórica que se manifesta através da transformação perpétua da vida urbana:

A busca pela utopia força as cidades a entrar em um processo permanente de superação e autodestruição – motivo pelo qual as cidades se tornaram o local natural para revoluções, levantes, constantes reinícios, modas passageiras e estilos de vida incessantemente mutáveis. Construída como um refúgio de segurança, a cidade logo se tornou um palco para criminalidade, instabilidade, destruição, anarquia e terrorismo. Dessa forma, a cidade se apresenta como uma mistura de utopia com distopia, lugar no qual a modernidade celebra e aplaude, sem dúvidas, seus aspectos distópicos, ao invés dos utópicos – decadência urbana, perigo e uma estranheza assombrada [4] (GROYS, 2008, p. 101-102).

39

Desse modo, as pessoas se dedicavam a limpar espaços para o que estaria por vir; no entanto, o que estaria por vir era constantemente atrasado pelo que ainda restava do tecido urbano, tornando impossível concluir essa missão. Para o autor, nos tempos modernos, esse impulso utópico da busca pela cidade ideal foi substituído pela fascinação pelo turismo; ele chama de turismo romântico essa primeira fase, muito típica do século 19, que está em busca de diferenças culturais e identidades locais, e não de modelos utópicos de cidade – e seu olhar é mais dirigido ao passado do que ao futuro: “*Romantic tourism is a machine designed to transform temporariness into permanence, fleetingness into timelessness, ephemerality into monumentality*” (“O turismo romântico é uma máquina desenhada para transformar provisoriedade em permanência, fugacidade em atemporalidade e efemeridade em monumentalidade”) (GROYS, 2008, p. 103). Portanto, pode-se afirmar que o turista romântico abole a utopia ao enxergá-la como alcançada.

Para Groys (2008, p. 105), é o turismo que monumentaliza uma cidade e promove a eternização dos espaços urbanos, e hoje se vive uma era pós-romântica, marcada por uma nova fase na relação entre a utopia urbana e a topografia do mundo. Nesse processo, as cidades deixam de esperar pelo turista e passam, elas mesmas, a unir-se à circulação e projeção global.

Consequentemente, os artistas e intelectuais de hoje acabam passando boa parte do tempo em trânsito; espera-se também que eles sejam capazes de fornecer sua produção para uma audiência global. Além disso, graças aos modernos meios de comunicação, eles podem interagir com artistas e influências do mundo todo, indo além dos gostos e das orientações do seu entorno imediato. Mesmo o que é típico e intrínseco àquela cultura acaba transcendendo seus limites, não em nome da universalidade, mas para serem turisticamente reproduzidos e disseminados globalmente – e a cidade acaba se tornando homogênea, sem ser universalizada. A arte de rua se propõe, muitas vezes, a ocupar esse espaço público em disputa com sua heterogeneidade, fomentando a (re)apropriação da cidade midiática e turística



ARTE DE RUA E A RETOMADA DO ESPAÇO PÚBLICO

Scott McQuire (2008) acredita que através da arte pode-se haver uma retomada dos espaços públicos das cidades midiáticas. De instalações a performances, seria possível promover a interação do público, pois:

A percepção de que não se deve esperar que um projeto elimine de uma só vez as hierarquias urbanas historicamente sedimentadas de raça, etnia, gênero e classe não deve implicar o abandono de todas as expectativas. Um papel crucial da nova arte midiática nos espaços públicos é o potencial de evitar os filtros de espaços como a galeria de arte, dessa forma engajando audiências que nunca cruzariam aquele limiar. Esse é um indício da nova função da arte nas cidades midiáticas contemporâneas: não ser uma resposta tardia a um mundo social já existente, mas sim tornar-se parte integral da construção de relações sociais [5] (McQUIRE, 2008, p. 149).

Segundo o autor (McQUIRE, 2008, p. 150), a sociabilidade pública não é natural, precisa ser aprendida e praticada; principalmente em um contexto no qual o espaço público é dominado por *brandsapes* e pacificado por tecnologias da vigilância, é cada vez mais importante que existam novas formas de interação capazes de facilitar o surgimento da participação coletiva e da colaboração imprevisita. O autor acredita que a arte que utiliza as novas tecnologias para construir interfaces no espaço público pode assumir um valor estratégico, assim como a arte feita em espaços públicos em geral, principalmente a de rua, pode exercer esse papel de fomento das interações e da imprevisibilidade da colaboração.

Existem diversos termos para designar as atividades dos artistas de rua: “arte pública”, “arte urbana”, “culturas urbanas”, “artes de rua”, etc. Para Chaudoir (2004), o emprego desses termos é comumente confuso e precisa de um mínimo de delimitação, mesmo que todos digam respeito a tornar pública a arte, levando-a para além dos perímetros institucionais consolidados (como museus e teatros, por exemplo). O conceito de “arte pública” vem sendo usado há algumas décadas apesar de constituir uma prática artística antiga; contemporaneamente, a arte pública tem por objetivo introduzir no cotidiano a questão da Arte, geralmente por trás de uma hipótese de mudança e posicionamento crítico em relação ao mundo. Já o conceito de “arte urbana” parece derivar do de “arte pública”, partindo da vontade de estruturar a composição urbana e criticar o urbanismo funcionalista, retomando a dimensão simbólica e psíquica, reencantando o território; há também uma relação com a hipótese situacionista, da arte como realidade cotidiana permanente. Já “culturas urbanas” giram em torno de temáticas identitárias, sejam ligadas à música (como hip-hop) ou ao grafite, por exemplo. As “artes de rua” possuem existência autônoma no campo da criação em forma de movimento artístico, de particularidade transdisciplinar, pois o cruzamento de campos artísticos é um de seus princípios. Outra questão fundamental é a interação entre o espaço público e as formas artísticas – disso é a partir dessa interação que esses artistas costumam reivindicar a expressão cultural na cidade como um serviço público, enfatizando o discurso da gratuidade das performances (CHAUDOIR, 2004, p. 1-2).

Segundo Catherine Aventin (2006), as artes de rua são normalmente representadas como diversão, trazendo animação para os espaços públicos e soprando um pouco de ar festivo na vida cotidiana das cidades. Mas quando se pensa além dessa primeira impressão, as artes de rua são interpretadas como mensagens subversivas, críticas e provocativas da sociedade contemporânea. Para ela, as três últimas décadas viram a importância dessa forma de arte aumentar e gerar inúmeras reflexões, sendo necessário discutir também o componente espacial do espetáculo nas ruas.

Aventin (2006, p. 1-2) afirma que essas práticas artísticas ocorrem “além dos muros”, em espaços públicos, geralmente gratuitos, tendo o intuito de se oferecer facilmente a um público que não costuma frequentar “lugares de arte”. Portanto, essas práticas são plurais e se manifestam em múltiplas formas, tornando difícil agregá-las de maneira mais específica – e acabam sob o termo guarda-chuva “artes de rua”, ou muitas vezes como “arte urbana”, “ações artísticas urbanas” e ainda “arte pública”.

A autora traz a tona a centralidade do espaço público e suas particularidades quando se fala em arte de rua, afirmando se enquadrar em uma corrente de pensadores que enxergam o espaço público como um conjunto de dimensões construídas (edifícios), sensíveis (o que se percebe através dos sentidos) e sociais (práticas e usos dos habitantes, transeuntes, comerciantes, etc.). Dessa forma, o espaço urbano não se caracteriza de maneira virtual; ele é definido como algo “oco”, em oposição ao “preenchimento” das construções.

Contudo, esse “oco” não se caracteriza como algo vazio em termos materiais ou em sentido; o espaço público possui formas e materiais que modelam a propagação dos sons, por exemplo. Ele recebe e gera práticas, encenações da vida individual e coletiva acontecem, vive a passagem das estações, eventos nele acontecem. E é nesse contexto que se situa geograficamente (e não virtualmente) que acontecem as práticas dos artistas de rua (AVENTIN, 2006, p. 3), muitas vezes assumindo uma postura ativista de estar e viver na/da cidade. Os espaços públicos são receptáculos ou mesmo consequências de atividades que nele de desenrolam, portanto, não são nem passivos, nem formatadores dessas ações; o espaço urbano é um espaço conhecido, percebido e vivido pelos cidadãos que entram através de seus corpos em interação com os outros. Assim sendo, segundo Aventin (2006, p. 3), estudar esses espaços públicos significa estudar as inter-relações entre os cidadãos (sujeitos receptores e ativos), os lugares em questão (físicos e sociais) e as ações e práticas que derivam dessas relações.

Os espetáculos de rua atuam como um interessante viés, uma vez que eles reverterem o habitual e ativam as capacidades de adaptação dos habitantes da cidade, que são convidados a reagir rapidamente ao se depararem com uma situação nova ou excepcional; dessa forma, são levados a ter um outro uso do espaço, adotando outro comportamento, pelo menos enquanto duram as apresentações. Ao trabalharem com o ordinário da cidade, os artistas de rua intervêm no coração do conjunto de relações constitutivas do espaço público (AVENTIN, 2006, p. 4).



Tudo que é ordinário e familiar no espaço público acaba deixando de ser visto, vira rotina, banalidade; assim, se a repetição pode participar na transformação do espaço público em algo habitual, pode também torná-lo invisível. A arte de rua e seus espetáculos podem justamente exacerbar esses comportamentos que poderiam passar despercebidos. Por serem experiências desestabilizadoras, os espetáculos de rua trazem à tona as competências ordinárias dominadas pelos cidadãos para confrontá-los com novas situações com/no espaço público (AVENTIN, 2006, p. 5-6).

Não se trata de transformar a cidade em um grande teatro ou de tornar o espaço público em um grande palco para intervenções artísticas; na verdade, acredita-se que os arquitetos e urbanistas deveriam propor instalações que, por suas formas, materiais, mobiliário urbano, etc., pudessem favorecer usos múltiplos e insuspeitados: esses espaços públicos devem ser facilmente apropriados por todos ou qualquer um, a qualquer momento, em variadas épocas (AVENTIN, 2006, p. 9). É preciso imaginar espaços que compartilhem as novas tecnologias, sim, mas também sejam oportunos para que as pessoas se cruzem, se sobreponham e coexistam.

Em seu livro *Contemporary street arts in Europe: Aesthetics and politics*, Susan Haedicke (2013, p. 1) mostra como intervenções artísticas nas ruas invadem um espaço público, agitam-no e depois desaparecem – mas a memória dessa interrupção assombra o lugar para o público que passou pela experiência proposta. Esse tipo de arte busca interromper a vida diária, surpreender espectadores com a inversão de um lugar familiar e atividades cotidianas, testando os limites do que pode ser feito em público e encorajando o público a participar da intervenção. De um modo geral, os artistas não tentam apagar ou esconder o cotidiano que reveste suas intervenções performáticas; ao invés disso, suas práticas de participação estabelecem uma dinâmica de experiência com sua audiência em espaços públicos (HAEDICKE, 2013, p. 1).

Em tempos de megaeventos, de reestruturações urbanas, do choque de ordem e da diminuição do espaço público nas cidades midiáticas (MCQUIRE, 2008), a arte de rua ainda poderia ser vista como possibilidade de experiência estética e reflexão política – contudo, como aponta Haedicke (2013, p. 2), muitos artistas e críticos lamentam que o teatro de rua do início do século XXI careça de uma estância *anti-establishment* que era comum em seus predecessores; o argumento trazido é de que o sucesso dessas práticas acabou levando à sua cooptação por governos municipais ou empresas que reconhecem a utilidade/versatilidade dessas performances e as usam para apoiar narrativas oficiais de turismo cultural e para participar na produção de interpretações sociais e identidades de acordo com a ideologia do crescimento, redensolvimento e rejuvenescimento pertencentes a um modelo do capitalismo tardio e da democracia liberal. Todavia, questiona-se também se a resistência nas práticas sociais seria a única forma de definir algum tipo de engajamento político, uma vez que independentemente de ser em termos estéticos ou sociais, liberdade e

expressão não se opõem à obrigação e cautela, mas depende do outro. Porém, é importante ressaltar que essas críticas não invalidam a importância da arte de rua para a retomada dos espaços públicos urbanos.

Segundo Haedicke (2013, p. 6-7), os artistas de rua não necessariamente fazem arte política em termos de ideias ou narrativas, mas eles fazem arte politicamente, ou seja, que as intervenções dos artistas de rua têm duas facetas: por um lado, se referem a uma reconfiguração da experiência estética através da superimposição e fisicalidade nas atividades que acontecem ao mesmo tempo no espaço público real e em um espaço performativo “fictício”. Por outro lado, fazer arte politicamente também se refere a um afastamento da produção da arte representacional na qual o trabalho artístico reflete/representa eventos externos, situações e problemas. Os trabalhos artísticos de artistas de rua demandam mais do que uma simples troca interativa entre ator e espectador; elas prosperam na reciprocidade da performance, da participação social de um público e na perturbação de um lugar familiar (HAEDICKE, 2013, p. 8).

RELAÇÕES ENTRE ESPAÇO PÚBLICO E ARTE DE RUA NO RIO DE JANEIRO

A cidade do Rio de Janeiro, após um longo período de decadência (socioeconômica, política e cultural), iniciada com a mudança da capital do país para Brasília, só começou a se recuperar em meados dos anos 1990 – e aos poucos voltou a ter protagonismo no cenário nacional e ganhar destaque em âmbito internacional. Herschmann e Fernandes (2011, p. 7) acreditam que os investimentos públicos e privados direcionados à cidade por conta dos megaeventos esportivos e de entretenimento tem seu papel na reversão desse quadro, assim como as atividades artísticas que acontecem pelas ruas da cidade também o teriam – e isso estaria levando a uma ressignificação de espaços no Rio. Em um estudo recente, Fernandes e Herschmann (2014) consideram que a atuação de certos grupos ligados à música de rua no Rio de Janeiro:

Agenciam certo abalo nas normas e diretrizes políticas dos planejamentos urbanos (...) e assim, vêm ressignificando os espaços e inserindo diferentes atores no debate em torno da necessidade de ampliação da cidadania, isto é, vem colocando em discussão diferentes modos e formas de ocupar a urbes (FERNANDES; HERSCHMANN, 2014, p. 2).

É importante ressaltar, contudo, que sediar megaeventos sempre transforma as cidades, nem sempre de maneira positiva; é essencial levar em conta os processos disciplinares que incorporam mecanismos de poder nas formas sociais e espaciais, tendo a racionalidade econômica e o controle social como seus objetivos:

A variedade de práticas e técnicas que são simultaneamente produto e resultado do processo dos megaeventos é quase impossível de ser descrita em totalidade, na medida em que engloba múltiplos níveis de governança, mudanças urbanas massivas, impressionantes quantias de dinheiro público e privado e funciona como festival historicamente



situado, cujo apelo atinge uma audiência global. (...) A cidade ou país-sede adapta o enquadramento discursivo dominante das instituições governantes (ex. IOC, FIFA), enquanto adiciona elementos específicos, que maximizam a singularidade do lugar, simultaneamente apelando à universalidade do megaevento e à adequação de sua articulação em um tempo e espaço particular [6] (GAFFNEY, 2010, p. 8-9).

A cidade do Rio de Janeiro acolheu megaeventos desde o início do século XX, tendência que tem se intensificado nos últimos anos e vem alterando a dinâmica do município, principalmente durante a gestão do prefeito Eduardo Paes – que criou a Secretaria Especial da Ordem Pública (SEOP), lançando operações como a Operação Choque de Ordem, responsável por manter uma suposta “ordem pública” através da repressão da Guarda Municipal. Essa ação tem sido amplamente criticada pelo combate direto à desordem urbana através de um aparelho repressivo do Estado, de maneira arbitrária, tirando vendedores ambulantes, moradores em situação de rua e artistas das vias cariocas. Segundo Gaffney (2010, p. 18), a tendência mundial da produção de megaeventos sugere que esses projetos deixam as comunidades envolvidas com grandes dívidas e reduções do espaço público. Os benefícios desses eventos acabam indo para áreas e moradores de classes mais abastadas, assim como para os turistas internacionais que procuram esse tipo de entretenimento; dessa forma, *“the increased security apparatuses that have become defining features of global mega events effectively privatize public spaces in the city, installing surveillance mechanisms that continue operating long after the Games are over.”* (“O aumento dos aparatos de segurança, que se tornou uma característica definidora dos megaeventos globais, efetivamente privatiza os espaços públicos da cidade, instalando mecanismos de vigilância que continuam a operar por muito tempo após os Jogos”) (GAFFNEY, 2010, p. 23). Como pode-se ver, as consequências desses processos continuam mesmo depois que os eventos acabam e os turistas vão embora; a população ainda sofre com a perda do espaço público e o uso de tecnologia que controla as ruas e o cotidiano da cidade. Diante da controversa realização da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, muito tem sido discutido sobre o legado deixado para o país após a passagem dos jogos – ver, por exemplo, a obra *Brasil em Jogo: o que fica da Copa e das Olimpíadas?* (JENNINGS et al, 2014).

Em algumas cidades brasileiras a arte de rua parece ganhar cada vez mais destaque, principalmente nos últimos cinco anos. Consequentemente, muitos municípios começaram a pensar formas de controlar e “organizar” apresentações que acontecem nos espaços públicos, e assim surgem diversas leis e regulamentações que tentam de alguma forma tornar as performances mais previsíveis, assegurando que elas não distorçam a mobilidade e a ordem esperada no espaço urbano, mas ainda sejam um atrativo cotidiano e turístico. A cidade do Rio de Janeiro encontra-se no meio de um processo de requalificação, reorganização e abertura à comunidade internacional através dos megaeventos que aconteceram e irão acontecer na cidade, trazendo muitos turistas para conhecer a “cidade maravilhosa”. Diante do destaque midiático e da nova posição do município enquanto lugar para se estar, muitos artistas de rua tem escolhido o Rio como



local de trabalho [7]. Outro fator sugerido como um dos principais impulsos para o aumento da arte de rua é a aprovação de leis que regulamentam a atividade desses artistas – que apesar de continuarem trabalhando informalmente e dependendo das doações para financiar sua arte, contam com a ideia de proteção contra os abusos da polícia e do choque de ordem.

Na cidade do Rio de Janeiro a Lei Municipal no 5.429, de 5 de junho de 2012, dispõe sobre a apresentação de artistas de rua nos logradouros públicos do município, com apenas três artigos que, entre outras coisas, regula as manifestações culturais sem autorização prévia, desde que sigam alguns requisitos, como, por exemplo: gratuidade, permitir a livre fluência do trânsito e dos pedestres, não usar palcos, acabar a atividade antes das dez horas da noite e não ter patrocínio privado.

A lei também delimita o que pode ser considerado como “atividades culturais de artistas de rua”: teatro, dança, capoeira, circo, música, folclore, literatura, poesia, entre outras. Durante a atividade os artistas podem comercializar seus bens culturais duráveis – desde CDs a livros e quadros.

Apesar do debate público e envolvimento de grupos de artistas de rua na formulação dessas leis de forma ativa e coletiva – destacando-se no Rio de Janeiro a atuação do Grupo Tá na Rua - há ainda uma grande divisão de opiniões sobre a regulamentação do uso do espaço público por artistas. Por um lado, existe a discussão que parte do pressuposto de que o espaço público pode e deve ser utilizado livremente para a expressão artística, por pertencer a todos e por ser um espaço de encontro com estranhos e da produção de heterogeneidades e de espontaneidade. Por outro lado, há a exaltação de leis que regulamentam o “trabalho” dos artistas de rua, permitindo que eles atuem sem serem reprimidos pelas forças policiais, e vendo as leis como incentivo, proteção e reconhecimento de manifestações artísticas feitas nas ruas. A falta de *enforcement* da lei também é uma questão bastante debatida, uma vez que a repressão policial ainda é um problema enfrentado pelos artistas nas ruas, mesmo dois anos após sua aprovação.

A questão da regulamentação do “trabalho” dos artistas de rua fica evidente em momentos como no ato realizado em 5 de junho de 2013 na Cinelândia, Rio de Janeiro, para a comemoração de um ano da aprovação da Lei no 5.429/2012, chamada pelos próprios artistas de “A lei que pegou”. Nessa data, os artistas que se articularam para a aprovação da lei fizeram um grande evento, que se iniciou com a banda da Guarda Municipal tocando em frente à Câmara Municipal, enquanto um dos artistas líderes do movimento dizia no microfone: “A Guarda que antes batia em nós, agora bate em tambores!” Enquanto isso, diversos artistas de ruas chegaram em um cortejo, com fogos, danças e cartazes com dizeres como “Viva a arte pública” e “Ser ator e observador, e não espectador”. Ao se unirem na praça, após o discurso do movimento e do vereador responsável pela lei, começaram diversas apresentações artísticas, que duraram a tarde toda. Os transeuntes paravam para observar, e muitos até interagiam com os artistas. No fim, um grande





discurso e bolo para comemorar a lei. Vozes dissidentes apareceram durante a comemoração, criticando o fato de comemorar uma lei que legitimava o “choque de ordem” do prefeito Eduardo Paes, assim como a falta de senso crítico dos grupos ali representados. Os grupos articulados em torno da lei se colocam como “arte pública”, buscando afastar-se do estigma de inferioridade da arte de rua e tentando alcançar maior legitimidade junto à sociedade, a partir da noção da arte como um serviço público.

O fato da comemoração de uma lei demonstra a precariedade das relações que os artistas vinham tecendo com o espaço público e atores envolvidos no controle de seu uso, sendo compreensível que a lei – e tanta comemoração – gere insatisfação naqueles que acreditam que o espaço público é coletivo, espontâneo, heterogêneo e não pode ser regulamentado pela prefeitura. De qualquer forma, o debate ainda se encontra no início, e a proliferação de artistas de rua é visível, para a alegria dos transeuntes e da cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As cidades contemporâneas sofrem com a diminuição de seus espaços públicos diante da ascensão da esfera privada e do controle tecnológico. Cada vez mais, os habitantes se veem submersos em uma profusão de imagens, sons e ilusões de mobilidade. Os dispositivos móveis conectados à uma rede global fazem com que as pessoas possam cruzar fisicamente um espaço sem perceber seu entorno, pois estão ligadas a um outro contexto acessível através de toques. Soma-se a isso, no caso brasileiro, tentativas de controle do espaço público para o estabelecimento da “ordem”, a fim de transformar as ruas e praças em locais previsíveis e seguros tanto para os turistas que vem consumir as cidades, quanto para partes seletas dos seus habitantes.

Sabe-se que há diferentes formas de olhar e sentir a cidade, e é interessante como os artistas de rua conseguem chamar a atenção para espaços e ruas ignorados, fazendo com que transeuntes despertem da rotina de circulação objetiva pela cidade e se detenham para interagir e sociabilizar de maneira espontânea. A arte de rua, em suas formas de ativismo (FERNANDES; HERSCHMANN, 2014), pode ser uma peça-chave para a restauração de uma noção mais ampla de espaço público e para um uso mais heterogêneo e criativo das ruas, transbordando a velha noção de “ordem” baseada na repressão e limpeza.

Olhar para os artistas de rua pode ser um passo em direção à uma cidade mais democrática, construída a partir da ideia de pertencimento coletivo, integrada de forma mais orgânica ao contexto global. É preciso ir muito além da preparação de terreno para megaeventos e suas duradouras consequências, indo além, inclusive, da supervalorização da esfera privada em detrimento da sociabilidade pública e das manifestações artísticas na cidade.

NOTAS

[1] Which has been stripped of inherent qualities, such as stable dimensions and appearances (and of course stable social meanings), but is increasingly experienced as shifting, variable and contingent. Relational space can only be defined by the temporary position occupied by each subject in relation to numerous others, which suggests that relational space is not easily unified since every subject belongs to multiple matrices or networks that overlap and interpenetrate. The heterogeneity of relational space is a key experience of contemporary globalization, and demands new ways of thinking about how we might share space to constitute collective experience (McQUIRE, 2006).

[2] Public expression was reduced to a special quality, one thought to inhere only in certain individuals, such as actors, musicians, artists, and, importantly, politicians. However, for the majority of people, who did not believe themselves to possess these special expressive capacities, expression was relegated to the private sphere of family life. Silence and uniform behavior emerged as defensive mechanisms for appearing in public. The result was a public culture privileging looking over talking, detachment over engagement (McQUIRE, 2008, p. 135).

[3] While urban planning produced some undoubted gains with respect to the inefficient flows, miserable living spaces, and endemic health crises of the industrial city, amongst the many problems later identified is the problem of public space: at what point do attempts to rationally plan increasingly complex urban spaces and circulatory systems collapse into prescriptive attempts to control public behavior? In retrospect, it is difficult to avoid the suspicion that, following Haussmann to the letter, many plans for "rationalizing" the street were premised on the desire to eliminate any site which might enable "the people" to constitute a collective revolutionary subject (McQUIRE, 2008, p. 137).

[4] The quest for utopia forces the city into a permanent process of surpassing and destroying itself—which is why the city has become the natural venue for revolutions, upheavals, constant new beginnings, fleeting fashions, and incessantly changing lifestyles. Built as a haven of security the city soon became the stage for criminality, instability, destruction, anarchy, and terrorism. Accordingly the city presents itself as a blend of utopia and dystopia, whereby modernity undoubtedly cherishes and applauds its dystopian rather than its utopian aspects—urban decadence, danger, and haunting eeriness (GROYS, 2008, p. 101-102).

[5] Awareness that a project cannot be expected to single-handedly override historically sedimented urban hierarchies of race, ethnicity, gender and class should not mean abandoning all expectation. A crucial role for new media art in public space is the potential to avoid the filter of sites such as the art gallery, and thereby engage audiences who might never cross that threshold. This indicates the new function of art in the contemporary media city: not as the belated response to an already existing social world, but as an integral part of the construction of social relationships (McQUIRE, 2008, p. 149).

[6] The multitude of practices and techniques that produce and result from the mega-event process are nearly impossible to describe in their entirety as they encompass multiple layers of governance, massive urban change, staggering sums of public and private money, and function as historically situated festivals that appeal to a global audience (...). The host city or country adapts the dominant discursive framework of the governing institution (e.g. IOC, FIFA) while adding specific elements that maximize the uniqueness of place while at the same time appealing to the perceived universality of the mega-event and the appropriateness of its articulation in a particular time and place (GAFFNEY, 2010, p. 8-9).

[7] Ver: <<http://oglobo.globo.com/rio/artistas-de-rua-vindos-ate-de-outros-paises-se-multiplcam-pelo-rio-5976856>>. Acesso em: 10 set. 2014.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABBAS, Ackbar. *Hong Kong: culture and the politics of disappearance*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- AVENTIN, Catherine. Les arts de la rue pour observer, comprendre et aménager l'espace public. *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, Reims, n. 119-120, p. 1-9, 2006.
- CHAUDOIR, Philippe. Arts de la rue et espace urbain. *L'Observatoire*, n. 26, p. 1-4, juin-août 2004.
- GAFFNEY, Christopher. Mega-events and socio-spatial dynamics in Rio de Janeiro, 1919-2016. *Journal of Latin American Geography*, v. 9, n. 1, p. 7-29, 2010.
- GROYS, Boris. *Art Power*. Cambridge: MIT Press, 2008.
- HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia SanMartin. Territorialidades sônicas e re-significação de espaços do Rio de Janeiro. *Logos*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 6-17, 2011.
- FERNANDES, Cíntia SanMartin; HERSCHMANN, Micael. Ativismo musical nas ruas do Rio de Janeiro. In: XXIII ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 23, 2014, Belém. *Anais...* Belém, 2014, p. 1-15.
- HAEDICKE, Susan. *Contemporary street arts in Europe: Aesthetics and politics*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013.
- IVO, Any B. L. Cidade-mídia e arte de rua. *Caderno CRH*, Salvador, v. 20, n. 49, p. 107-122, jan./abr. 2007.
- JENNINGS, Andrew et al. *Brasil em jogo: o que fica da Copa e das Olimpíadas?* São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2014.
- McQUIRE, Scott. The politics of public space in the media city. *First Monday*, Chicago, Special Issue n. 4, feb. 2006.
- _____. *The Media City: Media, architecture and urban space*. Sage: Londres, 2008.
- SENNETT, Richard. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.



Os vínculos, a massa, as manifestações: comunicação e psicanálises

The bonds, the mass, the riots: communication and psychoanalysis

Potiguara Mendes da Silveira Junior

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e professor associado da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Aristides Alonso

Doutor em Letras pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), professor adjunto da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e professor titular das Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha)

Resumo

Objetivos: situar a teoria da comunicação no campo geral do conhecimento (científico ou outro); tomá-la como ferramenta de estudo, pesquisa e aplicação a uma ampla gama de acontecimentos vinculatorios (além daqueles específicos dos seres humanos); descrever a teoria geral dos vínculos que embasa a Transformática (teoria psicanalítica da comunicação); expor a definição de comunicação decorrente dessa teoria geral dos vínculos; e endereçar sua aplicação a manifestações de “massa” recentemente ocorridas no Brasil.

Palavras-chave: teorias da comunicação; nova psicanálise; manifestações de rua.

Abstract

This paper aims to: place the Communication Theory in the general field of knowledge (scientific or other); consider it a tool for studying, researching and to be used in a wide variety of communicative situations (not exclusively those involving human beings); depict the general bonding theory which grounds 'Transformatics', the psychoanalytical communication theory; display a definition of Communication derived of this general bonding theory; and address its application to understand some aspects of the riots which have been happening in Brazil since June 2013.

Keywords: communication theories; new psychoanalysis; riots.



INTRODUÇÃO

A hipótese é: uma teoria da comunicação depende de uma *teoria geral dos vínculos*. A definição de *vínculo* (ligação, laço, elo, liame entre coisas, pessoas, ideias etc.) que ela aplica em suas análises e intervenções dá sustentação a seu arcabouço conceitual e prático. Quanto mais abstrata esta definição, isto é, quanto menos dependente de elementos circunstanciais (conteúdos culturais, construções sociais, crenças, ideologemas, gostos, modas etc.), mais condições tem a teoria de arrazoar os sentidos e as intencionalidades adscritas aos processos comunicacionais. Cabe à teoria contemplar o que diversos campos de conhecimento já apresentaram sobre as transações e performances das pessoas, das mentes, do mundo, das pessoas com o mundo e vice-versa. Por exemplo, o que explicitaram mediante termos como “relação”, “influência”, “sugestão”, “transferência”, “hipnose”, “transe”, “possessão”, “fascínio”, “conversão”, “contágio”, “adesão”, “opinião”, “poder”, “memória”, “contato”, “sinapse”, “informação”, “interface” etc. São, todos, termos designativos de acontecimentos que, direta ou indiretamente, podem ser arrolados no conceito genérico de *vínculo*.

Dada a hipótese, este artigo tem o intuito de: (a) situar a teoria da comunicação no campo geral do conhecimento (e não apenas naquele definido pela epistemologia); (b) tomá-la como ferramenta de estudo, pesquisa e aplicação a uma ampla gama de acontecimentos vinculatorios (e não apenas àqueles dependentes da relação sujeito/objeto); (c) descrever a *teoria geral dos vínculos* que embasa a teoria da comunicação aqui considerada; (d) expor a definição de *comunicação* (seus processos, suas formações e resultantes) decorrente desta teoria geral dos vínculos; e (e) endereçar sua aplicação a acontecimentos recentes (manifestações de “massa”). Nesse sentido, temos trabalhado uma teoria psicanalítica produzida no Brasil na década de 1990, que, em mão dupla, postula: a psicanálise é uma teoria plena da comunicação, e uma teoria plena da comunicação é uma teoria psicanalítica.

RUAS E SHOPPING CENTERS

Começemos já pela exposição do caso a ser considerado: as manifestações que (re)emergiram nas ruas do Brasil em junho de 2013. Uma das primeiras constatações foi o fato de essas manifestações não terem um líder identificável segundo padrões conhecidos (partido político, seita religiosa, sociedade civil). Outra constatação foi o fato de terem sido organizadas on-line, sobretudo através da rede social Facebook e do microblog Twitter.

A onda dessas manifestações em grande escala começou em São Paulo, quando a prefeitura e o governo do estado reajustaram os preços das passagens (ônibus, metrô e trem). A mídia as classifica como *vandalismo*. O efeito cascata não demorou: os protestos se espalharam para outras cidades. No Rio de Janeiro, em 17 de junho, mais de cem mil pessoas ocuparam as ruas. O aumento do número de participantes foi exponencial em todo o país. As manifestações

passaram a ser mais pacíficas, com grande cobertura midiática e maciça participação popular, bem diferente do que ocorrera de início. Dia 20 de junho, aproximadamente 1,4 milhão de pessoas se manifestou em mais de 120 cidades – mesmo após serem anunciadas as reduções dos valores das passagens.

As manifestações[1] ganharam apoio popular após a forte repressão policial. Na ocasião, um vídeo de autoria do coletivo Anonymous[2] foi lançado em resposta à mídia oficial, que enfatizava a falta de reivindicações claras. Nele, são elencados cinco motivos consensuais pelos quais as pessoas estariam se manifestando[3]. Em curto prazo, o vídeo recebeu mais de um milhão de visualizações e teve mais de mil republicações. Assim, as reivindicações se tornaram múltiplas e seguiram um processo semelhante ao já ocorrido em outros países (“Primavera Árabe”, “Occupy Wall Street”, “Los Indignados”).

Foram as maiores mobilizações no país desde que os chamados “caras pintadas” pediram o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello, em 1992. Em resposta aos protestos, o governo brasileiro se viu obrigado a anunciar várias medidas, e o Congresso Nacional votou em regime de urgência itens (a “agenda positiva”) como: tornar a corrupção crime hediondo; arquivar a Proposta de Emenda Constitucional 37/2011 (a PEC 37); proibir o voto secreto em votações de cassação de mandato de legisladores acusados de irregularidade. Revogaram-se também aumentos recentes de tarifas nos transportes em várias cidades do país.

Em dezembro de 2013, outro acontecimento passou a atrair a atenção da mídia e da população. São os chamados “rolezinhos”: encontros marcados (pela *internet*) por adolescentes, em geral habitantes das periferias das cidades, que buscam diversão, conhecer novas pessoas e “zoar”, no estilo *flash mob*, em ambientes direcionados ao consumo (os shopping centers). Desde agosto, pelo menos, os rolezinhos já ocorriam com certa regularidade em várias cidades, mas ganharam repercussão após tumultos e repressão policial registrados em São Paulo, quando, em dezembro, comerciantes do Shopping Aricanduva, na Zona Leste, fecharam as portas diante de uma agitação seguida de tentativas de roubo. Em outra ocasião, cerca de seis mil jovens ocuparam o estacionamento do Shopping Metrô Itaquera, também em São Paulo, e foram reprimidos. Dezenas de outros jovens entraram no Shopping Internacional de Guarulhos cantando refrões de música funk. Daí os rolezinhos começaram a se espalhar pelo país. Muitos foram agendados para acontecer em várias cidades, acrescidos de manifestações de protesto contra o preconceito racial e a segregação social.

Como as manifestações contra o aumento das tarifas de transporte, os rolezinhos têm se mostrado um movimento difuso que desafia análises de intelectuais e representantes políticos. Eles também contribuíram para reconfigurar o quadro das previsões eleitorais e explicitar o caráter crônico da péssima qualidade dos serviços prestados à população, a impunidade quanto a excessos praticados por políticos, a discriminação social, e, mais importante, deram

visibilidade às mudanças de expectativa de vida dos mais jovens. Ao contrário do que ocorreu nas manifestações de junho, no caso dos rolezinhos, alguns líderes foram identificados de imediato. São organizadores pela internet, logo chamados para reuniões com políticos e representantes de shopping centers. Um deles, MC Chaveirinho, “tem 20 anos, canta funk há 5 e tem 100 mil seguidores nas redes sociais” (GUANDELINE; GAMA; CARVALHO, 2014, p. 3).

Essa descrição sumária dos acontecimentos visa encaminhar considerações sobre os seguintes temas: o líder, a massa e os vínculos que nela se estabelecem.

DISSOLUÇÃO DOS VÍNCULOS E PSICANÁLISE

Para contextualizar, vejamos o que diz Jean-François Lyotard (1986, p. 20s) sobre uma expressão metódica do saber na primeira metade do século 20. Segundo ele, fez-se uma clivagem[4] esquemática da *sociedade* em dois modelos. Em um, ela é vista como formação de um todo funcional (Talcott Parsons); noutro, como divisão em duas partes (Marx: “A luta de classes e a dialética como dualidade que trabalha a unidade social”). Esta expressão não é mais sustentável: já antes dos anos 1970 os autores detectaram a decomposição das grandes narrativas supostamente organizadoras do mundo e a “dissolução do vínculo social”[5], que se garantiam por um organismo dotado de instituições com forte poder de pressão sobre as coletividades. A partir de então, as coerções do Estado, da família, da escola, do exército e da Igreja se enfraquecem, e as tais coletividades, para além de suas diferenças proletárias e burguesas, capitalistas e operárias, se veem deslocadas para um cenário multiconectado em que, no século 21, as “classes”, todas, queiram ou não, passam a estar planetariamente concernidas e obrigadas a rápidos deslocamentos de papéis sociais.

A referência a vínculos identitários centrados na família já havia perdido muito de sua hegemonia ante os desempenhos decorrentes da chamada Segunda Revolução Industrial, na década de 1880, com a crescente disseminação de formas de convívio desenvolvidas nos ambientes das fábricas, escritórios e centros urbanos. E desde os anos 1970 as pessoas passaram a ter que engendrar suas identidades – isto é, suas ideias de “si mesmo” – em meio a uma terceira revolução, que troca a ênfase na produção e no consumo em massa unidirecionados por uma economia flexibilizada (HARVEY, 1994) baseada em serviços e informações planetariamente dispersos. As posições perdem as durações que lhes eram conferidas anteriormente, tempo e espaço se sobrepõem na telecommutação e a obsolescência se torna rotineira. Muda, assim, o teor da agonística social, e os vínculos parecem cada vez mais regidos pela transitoriedade, pela fragmentaridade, horizontalidade e simultaneidade. Resulta que, hoje, os jovens, pelo menos, parecem pouco se incomodar com isso, ocupando-se apenas com a rapidez maior ou menor do acesso a informações e estímulos que não param de chegar tecnologicamente, aos quais se ligarão pelo período da duração de seus interesses.

O contexto da indicação de Lyotard nos possibilita incluir a psicanálise e a influência singular que teve nas concepções das identidades pessoais e dos modos vinculares que se formatam desde o início do século 20 segundo a “ideia de um inconsciente pessoal ou dinâmico” (ZARETSKY, 2004, p. 5). São os prenúncios da ação afirmativa de identidades baseadas, entre outras coisas, em modos de existir, como mulheres com vidas e anseios não mais apensos aos dos homens (maridos) ou como homens com preferências e fantasias fora da obrigação de reprodução (papai/mamãe/bebê). É quando a expressão do feminismo (a nova mulher) e da homossexualidade masculina desponta como pioneira de um inédito horizonte, o de uma “vida pessoal” (ZARETSKY, 2004, p. 44).

Mesmo tomando esta serventia da psicanálise na formatação das novas identidades que começam a desfilas suas feições com efeitos que ainda perduram em nossos modos de pensar e agir, há que registrar que ela não escapou de ser a “mitologia” do século 20 (assim como o marxismo foi sua ideologia). Sem o destacamento em seu *corpus* de conceitos rigorosos[6] o bastante para sustentar a base axiomática de um pensamento consequente com os acontecimentos dos anos 1980 em diante, seu arcabouço não deixaria de ficar reduzido a *mitemas* copiados da sintomática social repetitiva da espécie humana (MAGNO, 2006, p. 13s). A própria noção de espécie humana se modificou de modo nunca antes visto, e a ideia de identidade já não mais podia dissociar-se da inclusão cada vez maior de *próteses* (ALONSO, 2012) como uma assumida “segunda natureza”[7], tecnologicamente aparelhada, sem a qual a espécie se via desarmada para desempenhar-se no mundo.

A PULSÃO, O REVIRÃO E A TRANSFORMÁTICA

Na direção contrária à tendência mitológica mencionada, interessa-nos resgatar e potencializar o que Freud (1976) traz com o conceito de *pulsão de morte*, um impulso ou força constante que ele descobre no psiquismo. Qualifica-o como “de morte” por constatar que o sentido desse impulso é o de sua própria extinção. Hoje, com estudos do conceito e seus desdobramentos já bem avançados, cabe reforçar que a pulsão não se circunscreve ao psiquismo, mas concerne *ao que quer que haja*, ao *Haver* (conceito este que designa o campo do possível e inclui o que vier a haver neste ou em qualquer outro universo) (ALONSO, 2010). A ampliação da pulsão de morte para o conceito único e genérico de *Pulsão* (assim como claramente indicou Freud e reconceituou Lacan) norteou uma grande reformatação da psicanálise nos anos 1980, enfatizando sua aplicação a *todos* os acontecimentos (mentais, cosmológicos, políticos, sociais), retirando-a, portanto, dos limites da ideia de um inconsciente apenas “pessoal” antes mencionada – como, aliás, sempre foi a perspectiva de Freud. A reformatação foi então denominada *Nova Psicanálise*[8] e posteriormente, nos anos 1990, renomeada *Nova Mente*.

A nova psicanálise concebe que, em seu desdobrar-se (e não há como impedir sua constância de desdobramentos), o movimento *pulsional* bate de frente com uma radical impossibilidade de se extinguir, de *não mais haver*. Desta impossibilidade absoluta ela extrai uma *Lei* genérica: *Haver desejo de não Haver* ($A \rightarrow \tilde{A}$). Neste enunciado, temos ao mesmo tempo a *requisição de não haver* e a *impossibilidade de sua consecução*, pois o “não Haver”, como o nome diz, não há de fato, só há como nome. Além disso, resulta dessa impossibilidade de passagem à extinção uma operação que a nova psicanálise chama de *revirão*[9]. Ou seja, como o movimento pulsional chega a um ponto extremo e inultrapassável ($\tilde{A}$), isto o faz revirar sobre si mesmo. Neste reviramento, *indiferenciam-se*[10] as polaridades das formações que nele estão em jogo e elas se veem levadas a “retornar” – entre aspas, pois nunca saíram – ao Haver (A). O que há, então, são *Formações do Haver* desempenhando-se numa agonística sem saída possível do Haver. Ou seja: a aparência de niilismo é, na verdade, uma condenação à existência.

Dado isso, a nova psicanálise vem propor uma *teoria do conhecimento*: a *Gnômica* (MAGNO, 2003b, v. 1, p. 96; 2003a, p. 59-95). É um campo de estudo e pesquisa sobre as condições e desempenhos da produção do conhecimento de *qualquer* ordem, não apenas aquele oriundo da produção científica, como enfatizam as epistemologias. A gnômica visa mapear *todas* as ocorrências do conhecimento (suas relações, transformações, adequações e encaixes). Ocorrências estas que, como veremos, serão operadas segundo uma *teoria polar* centrada no conceito geral de *formação*. O que nos interessa diretamente é que o modo de operação da gnômica, denominado *Transformática*, é proposto como *teoria psicanalítica da comunicação*. Seu objetivo é: descrever, acompanhar e intervir nos processos de coleta e arquivamento das vinculações, transposições e jogos das formações (MAGNO, 2000, p. 391-428; 2004).

OS VÍNCULOS RELATIVOS, OS RECALQUES E O VÍNCULO ABSOLUTO

Em sequência, então, ao que foi dito sobre a pulsão e a imanência das formações ao Haver, entende-se que é dentro desta, digamos, implacável imanência (pois não há o “fora” do Haver, no entanto requerido por um Desejo Transcendental) que se produzem e sobrevivem os vínculos. Considerando-se também que o que quer que compareça no campo do Haver força à vinculação[11], como supõe outro conceito freudiano importante, o de *transferência*, concebem-se como *relativos* os vínculos produzidos no âmbito das rotinas do mundo, com suas oposições e diferenças (macho/fêmea, noite/dia, ocidente/oriente). São vínculos dependentes das formações que a nova psicanálise chama de *primárias* (naturais, somáticas, etológicas) ou *secundárias* (culturais, simbólicas, neoetológicas), as quais, mesmo as secundárias sendo mais permeáveis, se mostram reativas, resistentes e embargadoras das tentativas de mutação em qualquer coisa diferente delas mesmas.

Mas há um tipo de vínculo não relativo, chamado *vínculo absoluto*, que se depreende por via da referência ao movimento pulsional. Nele, para aquém e além da oscilação entre formações opostas observadas no decorrer da história dos pensamentos ocidental (mente/corpo, por exemplo) ou oriental (yin/yang, por exemplo), o que ocorre é a *suspensão* das oposições, ou seja, a possibilidade de *indiferenciação* mencionada que os humanos portam como distinção para com os demais vivos (MAGNO, 1994, p. 9). Uma vez, então, que o vínculo absoluto é o que especifica o humano, a nova psicanálise considera que todos da espécie se vinculam não entre si[12], mas absolutamente ao fato de estarem *condenados* a realizar seus desempenhos numa mesma situação de imanência sem transcendência possível, embora esta transcendência seja requerida o tempo todo de dentro da imanência.

A referência à lei pulsional – Haver desejo de não-Haver – relativiza necessariamente qualquer conteúdo dos vínculos primários e secundários ante a única diferença que importa, aquela intransponível entre Haver e não-Haver (A/Â). A grande massa dos *recalques* que caracteriza o cotidiano dos vínculos relativos é que impede nossa referência “indiferenciante” de ser operativa com mais frequência, e, portanto, que a força da pressão (e da opressão, sobretudo) desses vínculos possa ser modulada (portanto, ter chances de ser minorada) pela referência ao *vínculo absoluto*. Para a transformática, então, é mediante a referência a este vínculo absoluto que é possível destacar tanto os níveis de recalque em vigor em qualquer situação quanto as possibilidades de novos modos de vinculação e de intervenção – política, inclusive – nos acontecimentos das pessoas e do mundo.

Temos, portanto: (a) a vinculação absoluta, revirante e indiferenciante; (b) a vinculação secundária, que pode propiciar uma suspensão das oposições como condição para as criações e invenções culturais da espécie, mas que também pode ser *neotológica* (quando conaturaliza os resultados criadores, isto é, quando os des-historiciza e reduz a mera imitação e repetição dos automatismos espontâneos do âmbito das vinculações primárias[13]); e (c) as vinculações primárias em estado bruto, que são etológicas propriamente ditas e somáticas.

A TEORIA POLAR, O CONHECIMENTO E A TRANSA DAS FORMAÇÕES

Uma vez que o conceito de *pulsão* é o articulador geral da teoria psicanalítica e a operação do *revirão* é destacada como básica no funcionamento do Haver, a nova psicanálise toma o que quer que se manifeste no Haver como emergências *artificiosas*, sejam emergências espontâneas, que estão aí desde sempre, sejam industrialmente produzidas. E mais, estas emergências (espontâneas ou industriais) são consideradas *formações*, isto é, coalescências resultantes da partição que acontece diante da impossível realização do revirão último (aquele entre Haver e não-Haver).

Formação é um conceito da *teoria polar das formações* que a nova psicanálise vem desenvolvendo junto com sua teoria do conhecimento, a gnômica que mencionamos antes. Para esta teoria polar, o que há são



formações. Mesmo gente, humanidade, nossa espécie, são formações. Estas são, entretanto, chamadas *idioformações*[15] porque, além de características biológicas e comportamentais presentes em muitos dos seres vivos, portam o revirão. Por isso, apenas uma idioformação tem “condições de transpor sua própria formação” (MAGNO, 2000, p. 393), mas sua presença não é necessária para que haja *conhecimento*.

As formações são compostas de aglomerados de formações que *resistem*, mas não têm como impedir o revirão, isto é, o movimento de transformação em outra coisa diferente delas mesmas, ainda que esta transformação leve milênios para ocorrer. Pensa-se, então, em aglomerados de formações *sem fronteiras*, mas que se polarizam e se configuram como formação e como resistência. No *polo* assim concebido, o *foco* pode ser situado, mas não sua *franja*, que é interminável e está intrincada com franjas de outros polos. Por não pensar aplicando fronteiras, a teoria polar supõe que as formações se *co-movem* e podem se acoplar (comunicar) umas às outras, chegando mesmo a se transformar. A *teoria polar das formações* reconhece, portanto, a existência de polos e busca apreendê-los mediante a descoberta de focos e a descrição aproximada da franja (MAGNO, 2000, p. 115).

O que há, então, são Formações do Haver. E o *conhecimento* é entendido como aquilo que resulta de uma *transa*[16] *entre as formações* – outra noção importante da teoria –, incluindo ou não a presença de uma idioformação nesta transa: simplesmente “algo se anota quando algo se dá” (MAGNO, 2003, p. 72). Se o conhecimento se explicita somente com a participação de alguém ou de alguma formação preparada por alguém com este propósito, isto apenas implica a necessidade dessa participação *na explicitação*, “mas não que seja desse alguém a produção” (MAGNO, 2004, p. 75). Vê-se aí um diferencial claro em relação a abordagens de base epistemológica, já que não se pressupõe um *sujeito* diante de algum *objeto* para que haja conhecimento: são, sim, *formações em transa resultando em conhecimento*. Segundo a perspectiva pulsional, é esta *co-moção* das formações que está na base de qualquer processo comunicacional e é dela que decorre a definição de *Comunicação* para a transformática.

MASSA, MAIORIA...

O preâmbulo teórico expõe os conceitos e raciocínios a serem utilizados nas considerações que proporemos a seguir: a pulsão, o revirão (com seu ponto de indiferenciação), os vínculos (primários, secundários e o originário), as formações (com polo, foco e franja) e o conhecimento (resultante de transas das formações).

Freud, no início do século 20, ao pensar sobre os modos vinculares presentes na “massa” (multidão, grupo, maioria, público, turba, populacho, rebanho), diz que a separação entre psicologia individual e dos grupos não se



mostra com nitidez, pois as relações com os outros jamais podem ser descartadas do estudo do psiquismo de cada pessoa. Suas perguntas são: “O que é então uma ‘massa’, de que maneira adquire ela a capacidade de influir na vida psíquica do indivíduo, e em que consiste a modificação psíquica que ela impõe ao indivíduo?” (FREUD, 2011, p. 17).

Na virada do século 19 para o 20, Gabriel Tarde (1843-1904) distinguiu conceitualmente *massa* ou *multidão* (*foule*) de *público*. Para ele, “a multidão apresenta algo de animal”, é um “feixe de contágios psíquicos essencialmente produzidos por contatos físicos” (TARDE, 2005, p. 6), uma coletividade amorfa e passiva dominada por “interesses materiais” tais como intolerância, egoísmo, irresponsabilidade, perda do sentimento de bom senso etc. Também comparou a massa a um estado de loucura ou de embriaguez caracterizado por uma espécie de rebaixamento mental em relação ao que as pessoas normalmente fazem. Já *público* é o “grupo social do futuro”, que se forma “por um feixe de três invenções mutuamente auxiliares – tipografia, estrada de ferro, telégrafo” e se define como “coletividade puramente espiritual, como uma disseminação de indivíduos fisicamente separados e cuja coesão é inteiramente mental” (TARDE, 2005, p. 5). É assim porque diz respeito, sobretudo, ao compartilhamento de leituras e ideias.

57

Alguns anos antes, Gustave Le Bon (1841-1931) falou da ascensão perigosa das massas (*foules*), que seria uma barbarização progressiva da sociedade (LE BON, 2008). Diz ele que, só por pertencer a uma multidão, “o homem desce vários degraus na escala da civilização. Isolado, ele era talvez um indivíduo cultivado, na massa é um instintivo, por consequência um bárbaro” (apud FREUD, 2011, p. 24). Para Tarde, as multidões são reflexo do passado, constituem a segunda forma mais antiga de coletividade e estão condenadas a ser substituídas pelos *públicos*, os quais se situam num estado evolutivamente superior. Viveríamos, então, na *era dos públicos* e não na *era das multidões*, como defendia Le Bon.

Freud, considerando Le Bon e Tarde, dirá que os vínculos existentes na mente grupal são *libidinais* – isto é, dependentes de relações amorosas (sexuais) –, o que pode ser notavelmente constatado nas ocorrências de *pânico*. Surge aí algo dissolvente da massa, do grupo, uma reação ao relaxamento de sua estrutura libidinal (em relação ao líder), e, juntamente com uma angústia enorme, temos a expressão de um medo insensato e desproporcional em relação ao que o ocasionou (usualmente uma ameaça de perigo) (FREUD, 2011, p. 50-54). Generaliza-se, então, “uma prontidão para o ódio, uma agressividade cuja procedência é desconhecida, e à qual se pode atribuir um caráter elementar” (FREUD, 2011, p. 57-58). Os vínculos estabelecidos num grupo são, pois, libidinais e aglutinadores, mas, diante da ameaça de perigo (real ou não), dão lugar à manifestação de outra face dessa *mesma* aglutinação até então recalcada, a da agressividade desmedida.



Nos anos 1960, Elias Canetti (1905-1981) analisou as massas ou multidões a partir da violência que presenciou nas ruas de Viena e Berlim na época nazifascista. Para ele, a massa aparece num movimento ondular: por um lado, ela se dissolve com facilidade, é temporária; por outro, sempre existe a possibilidade de sua reorganização – e assim por diante. São quatro as suas características. Ela (a) “*quer crescer sempre*”; (b) “[em seu] *interior reina a igualdade*”; (c) “*ama a densidade*”; e (d) “*necessita de uma direção*” (CANETTI, 2011, p. 28). Quarenta anos depois, Peter Sloterdijk retoma as ideias de Canetti, mas encarece “uma mudança radical da sociedade moderna” em que o “estado de agregação como pluralidade organizada” se modifica profundamente, pois “as massas atuais pararam essencialmente de ser massas de reuniões e ajuntamentos; elas entraram num regime no qual o caráter de massa não se expressa pela reunião física, mas na participação em programas de meios de comunicação de massa” (SLOTERDIJK, 2002, p. 20). Em sentido contrário, na mesma época, Antonio Negri e Michael Hardt pensam a *Multidão* (*Moltitudine*, *Multitude*) como capaz de substituir a noção marxista de *proletariado* e, assim redefinir, a luta de classes. Para eles, a multidão é poética, criativa e transformadora por ser composta de um conjunto de “singularidades plurais” que “contrastam [...] com a unidade indiferenciada do povo” (NEGRI; HARDT, 2005, p. 139). Diferentemente do povo, a constituição e a ação da multidão se baseia “naquilo que as singularidades têm em comum” (NEGRI; HARDT, 2005, p. 140). É, pois, a multidão como multiplicidade sem conta, homóloga aos circuitos e às redes da internet.

Podemos dizer que Canetti continua na linhagem de Le Bon, Tarde e Freud, para os quais a ideia de massa sempre esteve ligada ao estado de hipnose, de alienação a determinado discurso, a um líder, a um meio de comunicação, sendo um estado mental (a “alma da massa”) fortemente afetivo, demandante de orientação e comando. Sloterdijk, ao falar de “massa não reunida e não reunível na sociedade pós-moderna” (2002, p. 21), não os contradiz, mas acentua o fato de que não haver presença física (que Tarde adscrevera ao *público*) não significa que não seja massa, pois estão ligados pelos (e aos) meios de comunicação. Negri e Hardt é que destoam dos demais ao colocarem a multidão como conjunto de singularidades, como multiplicidade e vigor das diferenças

PERGUNTAS

A perspectiva da teoria polar das formações e da teoria geral dos vínculos que descrevemos supõe um campo transferencial genérico e homogêneo no qual se desempenham as Formações do Haver. Daí a ideia básica implícita na hipótese enunciada no início: *a comunicação acontece segundo uma ordem vincular composta pelos vínculos primários e secundários mais o vínculo absoluto*. No caso da massa, temos uma forte pressão dos vínculos relativos (primários e secundários) no sentido de sua compactação quando ela se forma, ou de seus afrouxamento e desatamento, quando ela se desfaz. Segundo Freud (2011), na formação da massa predominam a concentração, a aglomeração e a junção sintomáticas resultantes da transferência

e da identificação com alguma formação dominante (o líder). Nesta aglomeração, massificação ou maranha vincular intensificam-se os afetos e inibem-se as possibilidades de pensamento. Dizemos, então, hoje, que a massa se desfaz – por exemplo, em caso de pânico – mediante a *indiferenciação* (neutralização) das polaridades dos vínculos afetivos (libidinais) que a constituíam. Mais que *sugestão* (ênfatisada por Le Bon) ou *imitação* (Tarde), Freud propõe a ideia de *libido* (movimento da pulsão) como chave para o entendimento não só da massa, mas de toda ordem vincular: as *relações amorosas* (vínculos relativos) constituem a essência da alma das multidões.

A partir desses indicativos, para concluir nosso ponto, proporemos a seguir algumas perguntas como linhas de análise para os recentes movimentos sociais de rua ocorridos no Brasil:

a) Jean Baudrillard (1929-2007), outro autor importante sobre o papel das massas na segunda metade do século 20, diz que “o processo da massa e o dos meios de comunicação são um processo único. *Mass(age) é a mensagem*” (BAUDRILLARD, 1985, p. 38-9). A ideia de que massa e meio sejam um processo único só reforça o fato de a massa ser um aglomerado de formações vinculares (portanto, sintomáticas) constituído pelo domínio que certas formações exercem sobre outras. Assim, nas múltiplas configurações que vemos nas manifestações atuais, mesmo absorvendo os meios de comunicação, a massa continuaria sendo expressão de naipes de vínculos já conhecidos (políticos, religiosos, estéticos, sexuais, econômicos). Pergunta: o líder ou a liderança visível não estará sendo substituído por uma ideia ou um sentimento anterior que, embora difuso por conta de seu enredamento virtual, não é menos unificador sintomático da massa?

b) Vários analistas consideram a atual ordem de arrumação vincular como resultado da disponibilidade de meios eletrônicos de comunicação em rede (Facebook, Twitter, WhatsApp). Como estes meios amplificam em escala nunca vista o poder de ação de grupos anteriormente sem chance de expressão, seus poderes de mediação começam a ser progressivamente explorados quanto à capacidade de desconfigurar, derrogar ou mesmo derrotar os meios anteriormente hegemônicos. Pergunta: se, hoje, dados os meios de comunicação, a anterior massa de ajuntamento (corpos em presença) está virtualmente distribuída pelos mais diversos espaços, não continua ela, *por isso mesmo*, mentalmente em *estado de massa* justo pelo fato de as pessoas estarem ligadas aos mesmos meios de comunicação?

c) Para Negri, Hardt e seus comentadores, o aspecto revolucionário da multidão está no fato de ser uma infinidade singular de não representáveis. Para afirmarem isto retomam os conceitos de “carne do mundo”, de Merleau-Ponty, e o de “mônada”, de Leibniz. Entretanto, Tarde, mais refinadamente, já propusera “uma sociologia da pulverização e da aglutinação das mônadas em qualquer nível” (MAGNO, 2010, p. 117). Isto, sem falar em luta de classes ou proletariado. Pergunta: esta característica – infinidade singular – não é precisamente aquela que desfaz qualquer multidão?

d) A transformática pensa a comunicação como *transa*. Nela, o que acontece é pulverização e aglutinação das *formações* no Haver. Já as singularidades são dispersas no mundo, e não se organizam em nenhuma multidão (MAGNO, 2010, p. 117). Falar em multidão já é falar em algo *classificável*, em concentração sintomática e reafirmação de vínculos primários e secundários. Reiteração de alienação, portanto. Por outro lado, ao exercer sua competência de *indiferenciação* dos vínculos relativos para, na sequência, manejá-los da maneira mais artificiosa possível, *cada* pessoa – isto é, *cada* idioformação – é um *dispersoide* pelo mundo e não elemento de multidão (MAGNO, 2010, p. 118). Perguntas: as recentes multidões nas ruas requerendo reconhecimento de suas diferenças e particularidades já se livraram de suas configurações sintomáticas anteriores? Não se juntariam elas apenas porque, como dito no item *b* acima, há *meios* tecnológicos para tanto?

e) Experimentamos, hoje, concretamente, em larga escala, o que Freud chamou de *retorno do recalado*. Ele se possibilitou muito pela disseminação das ideias psicanalíticas ao longo do século 20 e foi potencializado pela difusão das tecnologias digitais de comunicação e dos poderes que estas adquiriram nas últimas décadas. Demandas e desejos de toda ordem, antes reprimidos e sem meios de expressão, circulam agora nas redes sociais e colaboram na organização de inusitadas formas de ação e intervenção. Perguntas: seres vinculares que somos (em nível primário e secundário), mas, acima de tudo, inarredavelmente vinculados ao Haver (vínculo absoluto) – do qual não há saída possível, pois não-Haver não há –, quais expedientes de dessintomatização são adequados^[17] para lidar com as situações atuais? É possível – mediante o entendimento da operação do revirão e do ponto de indiferenciação nele embutido – reconhecer o deslocamento atual das certezas sintomáticas (MAGNO, 2013, itens 4 e 5) e, ao invés de recorrer a expedientes anteriores, buscar o recurso político a uma *negociação permanente* entre as polarizações e diferenças em conflito no sentido da produção de soluções provisórias e *ad hoc* como alternativa à barbárie ou ao totalitarismo sempre à espreita?

A transformática aposta numa resposta afirmativa a esta última pergunta. Esta é, aliás, a posição política da nova psicanálise.

NOTAS

[1] Cf. o verbete “Manifestações no Brasil em 2013”, na Wikipedia, em que há uma cronologia dos acontecimentos.

[2] Cf. “Anonymous Brasil - As 5 causas!”. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=v5iSn76l2xs>>. Acesso em: 27 jan. 2014.

[3] As cinco causas são: a rejeição ao PEC 37; a renúncia de Renan Calheiros da Presidência do Senado; investigações e punição de irregularidades nas obras da Copa do Mundo; lei que torna a corrupção crime hediondo; e o fim do foro privilegiado para políticos.

[4] Lyotard está ciente de que se trata de uma clivagem simplificada e não a aceita, pois “pertence a um pensamento por oposições que não corresponde às manifestações mais eloquentes do saber pós-moderno” (1986, p. 27).



[5] Continuando a citação, diz Lyotard (1986, p. 28), referindo-se a Jean Baudrillard (1985): “[...] E a passagem das coletividades sociais ao estado de uma massa composta de átomos individuais lançados num absoluto movimento browniano.”

[6] “Freud criou logo de saída aparelhos abstratos que independem de qualquer situação, mesmo que historicamente prolongada dentro da espécie como sintoma repetitivo” (MAGNO, 2007, p. 14).

[7] Embora muito utilizada (sobretudo quanto a aspectos ecológicos), esta é uma metáfora ruim, pois a própria ideia de ‘primeira’ natureza é problemática por dizer respeito sobretudo ao biológico e suas decorrências, que, no caso do humano, sempre foram mediados por uma artificialidade (Cf. SILVEIRA Jr., 2006) que se confunde com seu próprio surgimento enquanto espécie.

[8] Esta reformatação ocorreu no âmbito da Escola de Comunicação da UFRJ e está documentada em publicações da época e atuais (Cf. MAGNO, 1988). Além da comunicação, continua reunindo pesquisadores de várias áreas (filosofia, psicologia, pedagogia, arquitetura [ARAUJO, 2011], serviço social). Conforme as obras de MD Magno e de outros pesquisadores em: www.novamente.org.br. Conforme também “MD Magno” na Wikipedia.

[9] Conceito introduzido em Magno (1986). Considera-se o revirão instalado, de saída, na espécie humana como sua essencial dis-po-ni-bilidade (e não obrigação) para reverter, avessar o que quer que lhe seja apresentado. Acrescente-se que o revirão é também inerente ao que há, ao Haver, e não apenas à espécie.

[10] Trata-se de um ponto de suspensão, ainda que por um átimo, do caráter opositivo das formações que pressionam umas às outras dentro do Haver (entre as quais, a formação chamada “humana”). Suspensão esta produzida por uma indiferenciação (isto é, uma equi-valência das diferenças) dos sentidos de seus polos como permanente possibilidade de passagem, em continuidade, de um polo a outro. É aí que se disponibiliza a criação (não de sínteses, mas) das próteses, que têm caracterizado nosso modo de existir. Não confundir, portanto, indiferenciação com “superação”, dialética ou outra.

[11] Ao que há ou venha a haver, só é dada a possibilidade de haver vincularmente.

[12] “[...] É na absoluta estranheza para com o próximo que encontro a minha absoluta vinculação” (MAGNO, 1994, p. 122).

[13] A neoetologia diz respeito, por exemplo, a vinculações nacionais ou religiosas (portanto, históricas) que insistem em se fundamentar em etnia, cor da pele, sexo anatômico etc.

[14] São artifícios de dois tipos: espontâneos e industriais.

[15] As idioformações de nosso caso terrestre são chamadas de pessoas.

[16] O termo transa é aqui utilizado conceitualmente, englobando não só a ideia de transação (sexual, inclusive), mas também as de transe e transitividade das formações.

[17] Para a teoria polar das formações, trata-se de buscar a adequação maior ou menor de tal configuração em tal momento, sem necessidade de qualquer apego a esta ou àquela formação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO, Aristides. *A nova mente da máquina e outros ensaios*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2012.
- _____. Aspectos do verbo Haver e seu uso na Nova Psicanálise. *Tranz: Revista dos Estudos Transitivos do Contemporâneo*, v. 5, 2010. Disponível em: <http://www.tranz.org.br/5_edicao/TranZ10-Aristides-VerboHaver-RevMD.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2014.
- ARAUJO, Rosane. *A Cidade sou eu*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2011.
- BAUDRILLARD, Jean. *À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. São Paulo: Brasiliense, 1985 [1978].
- CANETTI, Elias. *Massa e poder*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011[1960].
- DA SILVEIRA JUNIOR, Potiguara Mendes. *Artificialismo total*. Ensaios de transformática. Comunicação e psicanálise. Rio de Janeiro: NovaMente, 2006.
- FREUD, S. Psicologia das massas e análise do eu. In: _____. *Obras Completas*. Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011[1921]. v. 15. p. 13-113.
- _____. Além do princípio de prazer. In: _____. *ESB*. Rio de Janeiro: Imago, 1976 [1920]. v. 18. p. 13-85.
- GUANDELIN, Leonardo; GAMA, Junia; CARVALHO, Jailton. Rolezinho comportado. *O globo*, Rio de Janeiro, 30 jan. 2014, p. 3.
- HARVEY, David. *A Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1994 [1989].
- LE BON, Gustave. *Psicologia das multidões*. São Paulo: Martins Fontes, 2008 [1895].
- LYOTARD, Jean-François. *O pós-moderno*. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986 [1979].
- MAGNO, MD. *A Música*. Rio de Janeiro: Aoutra, 1986 [1982].
- _____. *O sexo dos anjos: a sexualidade humana em psicanálise*. Rio de Janeiro: Aoutra, 1988 [1986-87].
- _____. *A natureza do vínculo*. Rio de Janeiro: Imago, 1994 [1993].
- _____. *“Psychopathia sexualis”*. Santa Maria: UFSM, 2000 [1996].
- _____. *Revirão 2000/2001: “Arte da Fuga” e “Clínica da Razão Prática”*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2003a [2000/2001].

_____. *Est'Ética da psicanálise: parte II*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2003b [1991]. 2v.

_____. *Introdução à transformática*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2004 [1998].

_____. *Ars gaudendi: a arte do gozo*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2006 [2003].

_____. *Clavis universalis: da cura em psicanálise ou revisão da clínica*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2007 [2005].

_____. *A rebelião dos anjos: eleutéria e exousia*. Rio de Janeiro: NovaMente, 2010 [2007].

_____. *ZIG/JAC: MAG: Razão de um percurso*. No prelo.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. *Multidão: guerra e democracia na era do Império*. Rio de Janeiro: Record, 2005 [2004].

SLOTERDIJK, Peter. *O desprezo das massas: ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002 [2000].

TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 2005 [1901].

ZARETSKY, Eli. *Secrets of the soul: a social and cultural history of psychoanalysis*. Nova York: Vintage, 2004.

Eleições na rede: fases e perspectivas da comunicação políticas

Elections in the network: stages and prospects of political communications

Gerson Luiz Martins

Mestre e doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professor associado da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

Janaína Ivo da Silva

Jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

Resumo

O Facebook, divulgou, em 2013, que alcançou 73 milhões de usuários no Brasil. Isso quer dizer que quase quatro em cada cinco brasileiros conectados têm uma conta nessa rede social, se considerado que há 94 milhões de brasileiros com acesso à internet, de acordo com informação do Ibope. Em um contexto no qual a democratização da informação está em franca expansão, pontuar questões relacionadas às mídias sociais nas eleições, especificamente na construção e no uso do capital social e as características da conversação em redes digitais, é o objetivo deste artigo. No estudo fez-se uso de revisão bibliográfica dos teóricos João Canavilhas, Raquel Recuero, Heloíza Matos, Wilson Gomes e Camilo Aggio.

Palavras-chave: eleições; mídias sociais; capital social; comunicação; política.

Abstract

Facebook informed the social network reached 73 million users in Brazil in 2013. It means that almost four in five Brazilians with Internet access have an account on that social network, considering that there are 94 million people with Internet access in Brazil, as informed by Ibope. In this context, in which the democratization of information is booming, to discuss issues related to social media in elections, specifically the construction and use of social capital and the characteristics of conversation on digital networks, is the purpose of this article. The study made use of literature review based on the authors João Canavilhas, Raquel Recuero, Heloíza Matos, Wilson Gomes and Camilo Aggio.

Keywords: elections; social media; capital; communication; politics.



INTRODUÇÃO

Políticos de todo o país, a partir do dia 6 de julho de 2014, estavam autorizados a buscar votos. Aos poucos, a eleição começou a ganhar corpo no offline e, conforme estabelecido pelo calendário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), também, no on-line. Isso quer dizer que, antes mesmos do início do horário eleitoral gratuito nos meios de comunicação tradicionais (rádio e televisão), foi na internet que os candidatos investiram para estreitar o contato com o eleitor, como uma importante estratégia de comunicação.

O processo democrático brasileiro está em mudança. Em vez de apenas receber, o eleitor pode reagir aos estímulos, interagir, na maioria das vezes, simultaneamente, diretamente com o emissor e ser ouvido por ele. Isso pôde ser percebido nas eleições presidenciais no Brasil de 2010, que, de acordo com pesquisa do TSE, publicada após as eleições, mostrou que a internet superou jornal, revista e rádio como fonte de informação do eleitor brasileiro, atingindo 9,9%, colocando-se em terceiro lugar na preferência do entrevistado (COSTA, 2011).

Este avanço tecnológico, mais que dar voz ao eleitor, abre espaço para o próprio candidato, especialmente os de partidos menores. Isso quer dizer que os candidatos que ocupam menor tempo no horário eleitoral gratuito e, consequentemente, menos visibilidade em veículos de comunicação de massa, têm nas mídias sociais uma forma de apresentar suas biografias, bem como seus programas de governo (GUIMARÃES, 2011).

Essa mudança de comportamento do brasileiro ficou evidenciada com a trajetória da candidata do Partido Verde (PV), Marina Silva, que soube usar este interesse crescente do brasileiro pelo ciberespaço, adotando medidas incomuns até então, como a militância virtual e o monitoramento constante das mídias sociais. Isso fez com que ela atingisse uma votação de quase 20 milhões de votos, o que representou 19% – um feito inédito na história das eleições no Brasil, para a posição de terceiro entre as preferências. O resultado não deu a ela a Presidência, mas influenciou radicalmente a condução das campanhas para presidente em 2010, levando a disputa para o segundo turno (CERQUEIRA, 2010).

As eleições americanas de 2008, em geral, e a campanha on-line de Barack Obama, em particular, representam até o momento a face mais exitosa desse tipo de operação política. Gomes et al (2009), no estudo *Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008*, trabalho no qual são detalhados os recursos tecnológicos utilizados na campanha online do então presidente estadunidense, pontuam que:

Embora o uso dos recursos de comunicação digital não seja a causa do sucesso da campanha de Obama ou mesmo da mobilização gerada e da popularidade que teve entre o eleitorado jovem, eles certamente fazem parte do ambiente social e político que determinou esses fenômenos (GOMES ET AL, 2009, p. 29).



As mídias sociais como estratégia eleitoral tiveram uma eficácia ainda maior nas eleições presidenciais brasileiras. Em números, o Facebook, a maior rede social na internet, a qual abriga cerca de um bilhão de usuários em escala mundial, divulgou, em 2013, que alcançou 73 milhões de usuários no Brasil. Isso quer dizer que quase quatro a cada cinco brasileiros conectados têm uma conta na rede social, se considerado que há 94 milhões de brasileiros com acesso à internet, conforme estabelece o Ibope[1].

O fato é que as mídias sociais são um fenômeno comunicacional sem volta. Os sítios web de redes sociais na internet podem até mudar de nome e configuração ao longo dos anos, mas a democratização da informação é um caminho em franca expansão. Logo, compreender como se estabelece o processo comunicacional e suas potencialidades eleitorais no ambiente propiciado pelas Tecnologias da Informação e Comunicação é o objetivo central deste artigo. O levantamento fez uso de revisão bibliográfica, alicerçada nos teóricos João Canavilhas, Raquel Recuero, Heloíza Matos, Wilson Gomes e Aggio.

A CONVERSÇÃO MEDIADA PELO COMPUTADOR: CARACTERÍSTICAS E POTENCIALIZAÇÕES

66

As mídias sociais, mais que ferramentas de comunicação mediada, tornaram-se palco para democracia. A pluralidade de ideias é potencializada em escala mundial. Sem sair de casa ou do trabalho, no ir e vir de lugares rotineiros, o usuário tem a possibilidade de emitir, questionar e propagar mensagens antes restritas ao espaço familiar e profissional. Na apresentação do livro da estudiosa de mídias sociais Raquel Recuero *A Conversação mediada pelo computador*, publicado em 2012, Araújo (2012, p. 13) ressalta justamente essa característica de debate e potencialização da mensagem: “As ferramentas computacionais há muito deixaram de ser apenas isso: ferramentas. Elas evoluíram para serem espaços conversacionais importantes, já que os usos que fazemos delas reelaboram a conversa, e esta passa a ter outras feições.”

Essa nova função social está relacionada diretamente com o crescimento e a democratização do acesso à internet. Num período de seis anos, o número de pessoas com acesso à internet cresceu, inclusive, entre as crianças com faixa etária superior a dez anos. De acordo com o levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), nos resultados do suplemento *Acesso à internet e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal* da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2011), de 2005 a 2011 a população de dez anos ou mais de idade cresceu 9,7%, enquanto o contingente de pessoas nessa faixa etária que utilizaram a internet aumentou 143,8%, e o das que tinham telefone móvel celular para uso pessoal cresceu 107,2%. Em 2011, 77,7 milhões de pessoas com dez anos ou mais de idade (46,5% do total) haviam acessado a internet nos três meses anteriores à coleta da PNAD. O acesso à internet continuava sendo maior entre os jovens, especialmente nos grupos etários de 15 a 17 anos (74,1%) e de 18 ou 19 anos (71,8%).



Apesar de as mídias sociais possuírem um claro posicionamento social de democratização da informação, ao possibilitar que determinadas temáticas sejam discutidas coletivamente, essa não é a primeira vez que uma mídia recebe esta função. De acordo com os estudos de Heloíza Matos, especificamente o artigo “Capital social, internet e TV: controvérsias”, mostra que ainda na década de 1950 este papel foi destinado à televisão.

Quando a TV surgiu na América na década de 1950, havia uma expectativa de que a nova mídia iria proporcionar o crescimento do engajamento cívico e da consciência política dos cidadãos. Pela primeira vez na história todos os cidadãos poderiam testemunhar fatos políticos importantes e acompanhar debates no parlamento (HOOGLÉ apud MATOS, 2008, p. 25).

A nova configuração social proporcionada pelos meios de comunicação revela as fronteiras entre passado e presente do cotidiano social. John B. Thompson, em seu livro *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*, confirma a mudança sociocultural por meio de um questionamento: “Antes do desenvolvimento da mídia, quantas pessoas puderam alguma vez ver e ouvir indivíduos que detinham posições de poder político?” (THOMPSON, 2009, p. 161).

Hoje, estamos acostumados a pensar que os indivíduos que aparecem em nossos televisores pertencem a um mundo público aberto para todos. Podemos sentir certo grau de familiaridade com as personalidades e líderes políticos que aparecem regularmente na televisão e na mídia. Podemos até considerá-los amigos, e referimo-nos a eles com certa intimidade. Mas sabemos também que eles aparecem diante de milhares ou milhões de outros, que eles são acessíveis a muitos além de nós. E, por isso, embora possamos ver e ouvir essas celebridades com certa frequência, é muito pouco provável que alguma vez as encontremos no curso de nossas vidas cotidianas (THOMPSON, 2009, p. 161).

Não é à toa que entender “como a mídia modificou a interação entre os indivíduos” está entre os questionamentos de Thompson (2009). Num convite ao passado, o autor relembra que a comunicação estava restrita ao seu entorno, limitada em termos geográficos, e à fala. A palavra tinha como função difundir a informação em uma comunicação face a face, presencial. Esta era a forma que predominava entre as pessoas, em outros tempos. O autor exemplifica que um evento só se tornava público quando apresentado a uma pluralidade de indivíduos, como nas ações de execução pública, realizadas na Europa Medieval (THOMPSON, 2009).

Com a introdução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no cotidiano, este contexto foi modificado. Thompson (2009) ressalta que um dos impactos da mídia no contexto social é a não obrigatoriedade da comunicação ao vivo, real. Para o autor, por meio da publicidade mediada, é possível tornar um ato público, mesmo sem a interação face a face. É o que o autor conceitua de “copresença”, a possibilidade de acompanhar um evento, sem, necessariamente, estar no local.



Essa modalidade despertada pela popularização das tecnologias fez com que o entorno geográfico fosse amplificado. Uma mesma conversa, antes restrita ao círculo familiar, pode ser debatida em outras redes sociais – parentes distantes, colegas do trabalho ou de estudos, sem, com isso, ter que se ausentar do seu ambiente doméstico. Dados do estudo *TIC domicílios e empresas 2012* (CGI.BR, 2013), realizado pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC.br), órgão ligado ao Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), revela que o acesso à internet nas residências brasileiras cresceu em 2012, chegando a 40% dos domicílios, ante 36% em 2011. A região Sudeste permaneceu com a proporção mais alta de acesso (48%), seguida pelas regiões Sul (47%), Centro-Oeste (39%), Nordeste (27%) e Norte (21%).

CAPITAL SOCIAL

O fenômeno propiciado pela alteração na forma de se comunicar interfere diretamente na forma de se relacionar. Cada vez mais as pessoas são convidadas a socializar, debater e conviver em grupo. Este fenômeno especialistas conceituam como construção de capital social. Por definição, Recuero (2011) estabelece que se trata de “um bem construído coletivamente, ou seja, construído pela participação das pessoas em um grupo”[2]. A origem sistemática do conceito, contudo, é resgatada por Matos (2008), ao citar Pierre Bourdieu, que definiu como “conjunto de recursos atuais e potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e reconhecimento mútuo” (BOURDIEU apud MATOS, 2008, p. 25).

Matos (2009)[3], durante o Seminário Integrado em Comunicação Política, na UFRGS, estabeleceu que o capital social, presente quando as pessoas se organizam para debater questões de interesse social, pode ser perpassado da dinâmica social, para o ambiente propiciado pelas Tecnologias da Informação e Comunicação.

O capital social está presente quando os indivíduos se organizam (em associações, por exemplo) para debater questões de interesse público. O debate é estruturado cooperativamente em torno do bem comum, com a finalidade de entender questões relacionadas à saúde, educação, pobreza e de colocar em marcha processos políticos e engajamento cívico. As interações e a reciprocidade nas redes sociais são elementos que podem garantir uma maior aproximação entre os atores sociais e as instituições que, reunidos em espaços públicos de debates, podem, partindo de interesses conflitantes, atingir objetivos comuns por meio de uma dinâmica conversacional (direta ou virtual). É preciso considerar que a comunicação está relacionada à mobilização, mas que pode haver capital social sem mobilização propriamente cívica. Esta é a apenas uma possibilidade. O capital social é uma medida das relações sociais, que podem ser apenas familiares, de amizade, de vizinhança, de trabalho e não necessariamente envolvem o bem comum (QUEVEDO, 2009).



A ideia de perpassar a construção do capital social para o ambiente virtual também é compartilhada por Recuero (2009)[4]. A autora parte do princípio de que, ao estudar as estruturas decorrentes das ações e interações entre os atores sociais, é possível compreender elementos a respeito desses grupos e, igualmente, generalizações ao seu respeito, conforme sua estrutura, composição e dinâmica.

As mídias sociais, como os sítios web Facebook e Twitter, são as ferramentas que protagonizam o engajamento virtual e, consequentemente, o capital social. As facilidades no uso, em sua operacionalização, são os fatores que popularizam e potencializam as mensagens dos usuários, proporcionando a estes um papel de propagadores de informações credíveis ou não (MARTINS, 2010).

MÍDIAS SOCIAIS: CARACTERÍSTICAS E FUNCIONALIDADES

O ambiente conversacional estabelecido nas mídias sociais segue regras limitadas ao espaço e, em alguns casos, adaptadas pelos usuários, conforme sua necessidade. Isso porque, conforme os estudos de Recuero (2012), a conversação em rede – a comunicação mediada pelo computador e Redes Sociais na Internet – identifica características surgidas e incorporadas pelos autores sociais às ferramentas. Oralização da escrita (escreve-se como se fala); unidade temporal elástica (síncrona ou assíncrona, a comunicação no ciberespaço, nem sempre, ocorre no momento em que os atores estão presentes); públicas e privadas (as ferramentas possibilitam estabelecer limites de quem está autorizado a ver determinada publicação); oportuniza a representação da presença (desde a construção de um perfil, até usos de *nicknames* e fotos); migração e multimodalidade (essa característica possibilitam o uso de várias interfaces para a estruturação das mensagens, como de áudio e vídeos para estabelecer e potencializar a comunicação) são as características da comunicação mediada no ciberespaço (RECUERO, 2012).

A transposição da teorização das características, para a prática da conversação, é facilitada pela disposição das próprias mídias sociais. Este é o caso do Facebook, que continua a atrair cada vez mais adeptos, por inovar e facilitar a sua navegação. Não é à toa que uma variedade de produtos e serviços é adicionada à rede, antecipando uma possível necessidade do usuário. Novas histórias (*News feeds*), linha do tempo (*timeline*), mensagens (*messages*), grupos (*groups*), eventos (*events*) e páginas (*fan pages*) estão entre os produtos que possibilitam atualizar e responder para uma rede de amigos “o que você está fazendo agora?”.

Assim que o usuário se conecta ao Facebook, inicia a sua busca para localizar amigos, digitando seus nomes – nesta etapa, ele recebe auxílio da ferramenta que sugere outras amizades, dando a opção de aceitar ou não. Com sua rede formada, uma série de novas histórias, a cada novo acesso, passa a ser publicada em seu feed

de notícias. Mais que bater papo, o Facebook permite que o usuário promova suas postagens, organizando-as em eventos, mensagens públicas ou direcionadas para grupos específicos, ou inbox (mensagens privadas e simultâneas).

O Facebook possibilita que o usuário que visa fazer do espaço uma oportunidade de potencializar seus negócios construa uma página, crie sua fan page, com facilidades de gestão, como gráficos de audiência e organização de postagens – o que possibilita programar os horários de publicação das mensagens, bem como planejar novas estratégias, com base em relatórios diários de quem visita sua página.

O conceito do Twitter, por sua vez, surgiu da possibilidade de desenvolver um serviço de troca de status, como um SMS. Não é por acaso que as suas mensagens são restritas a 140 caracteres. O nome Twitter traduz exatamente o que os seus criadores desenvolveram: “Uma pequena explosão de informações inconsequentes” e “pios de pássaros”, estes são os significados para o termo em inglês *Twitter* (SMAAL, 2010)[5].

O microblog conquistou popularidade por se tratar de uma ferramenta que aceita novos aplicativos, em construção com o usuário, e, principalmente, por disponibilizar o *Trending Topics*, os assuntos mais comentados no momento. Por meio de *hashtags*, o usuário pode marcar um novo assunto, ou mesmo ampliar sua rede em temáticas de interesse.

Assim como no Facebook, ao criar uma conta no Twitter, o usuário terá que construir uma rede de amigos. Nesta mídia social, contudo, o usuário terá acesso a duas listas (seguidores e seguindo), diferentemente do que acontece no Facebook. O número de “seguindo” amplia a rede de informações; porém, é na lista de seguidores do perfil que podemos avaliar o quão popular o usuário é. A exemplo das outras mídias, a ferramenta possibilita conversas públicas e privadas, bastando para isso que seja inserida a letra D na frente do @usuário ou apenas utilizar os comandos apresentados na tela inicial. Por se trata de um microblog, encurtadores de links são necessários para manter as URLs dentro do número de caracteres permitidos e, ainda assim, possibilitar o acesso a mais dados de determinada informação (SPYER ET AL, 2013).

A COMUNICAÇÃO POLÍTICA

O conceito de comunicação política evoluiu ao longo dos anos. Barnett (1997) pontua, positivamente, que a relação entre governo e eleitorado referencia o livre acesso aos espaços de debate.

O conceito de comunicação política evoluiu e ultrapassa a restrita relação entre governos e eleitorado para a promoção da cidadania do conhecimento, entendida como acesso a informação relevante não distorcida, ou o livre acesso aos espaços de debate onde os cidadãos podem deliberar e desenvolver os seus próprios argumentos (Barnett apud CANAVILHAS, 2009, p. 3).



Nos estudos de Mariangela Haswani, especificamente em sua tese *A comunicação estatal como garantia de direitos: foco no Brasil, na Colômbia e na Venezuela*, ressalta-se que, apesar de não haver um conceito único deste fenômeno, a comunicação política se “ocupa da relação entre o sistema político, em particular atenção aos partidos políticos e à competição eleitoral, e os sistema das mídias e os cidadãos-eleitores” (HASWANI, 2010, p. 143).

Canavilhas (2009) ressalta que, neste contexto, as mídias sociais são o suporte para a prática do debate social. Para o autor, este espaço é “um novo terreno onde os cidadãos, individualmente ou em grupo, apresentam opiniões, reagem a posições políticas, trocam argumentos e questionam os políticos” (CANAVILHAS, 2009, p. 3). E vai além. Para o autor, a “comunicação política formada pela triangulação político, imprensa e eleitores, tem na internet uma forma de estabelecer um contato direto com o eleitorado, sem filtros jornalísticos” (CANAVILHAS, 2009, p. 1).

FASES DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

As primeiras tentativas das campanhas on-line como estratégia da comunicação política datam de 1992, nas eleições norte-americanas para presidente e governador. Salvo as restrições tecnológicas da época, sendo estes ainda os primeiros passos da internet, o período foi marcado pela possibilidade de acesso à informação por qualquer pessoa fora do círculo militar, de autoridades e de pesquisas acadêmicas (NORRIS apud AGGIO, 2011). A cada novo pleito, um novo contexto era experimentado, ambientado pelo avanço e pela popularização do acesso à internet. Entre outras percepções, a partir de 1996, conforme estudos de Aggio (2011), angariar fundos para campanha e mobilização para atividades eleitorais acabaram por traçar as ações de candidatos com objetivo de popularizar e potencializar sua candidatura.

No Brasil, diferentemente do contexto norte-americano, o uso da internet nas campanhas eleitorais é muito recente. Até 2009, como bem pontua o presidente da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom) e professor da Universidade Metodista de São Paulo, Adolpho Queiroz, ainda era discutido pelo TSE até que ponto seria permitido o uso da internet na campanha presidencial de 2010[6]. Neste contexto, as datas e o uso de fato da web nas eleições brasileiras estão diretamente ligados com a popularização do acesso.

Nas eleições presidenciais de 1998, o número de brasileiros com acesso ainda era inferior a 3% do total de eleitores e, embora esse percentual tivesse crescido para 13% em 2002, a maior parte do acesso ainda era feita via linha discada, em velocidades que dificultavam uma maior interação on-line. A eleição de 2006 foi a primeira na qual uma parcela significativa (25%) do eleitorado tinha contato com a rede, em condições de acesso (velocidade e sofisticação dos sites) próximas das verificadas nos países europeus e nos EUA. Ainda assim, é preciso lembrar que, em termos relativos, nosso percentual de eleitores on-line é similar ao verificado nos EUA em 1996 e nos países europeus no início do século (NORRIS, 2001; RAINIE, CORNFIELDE HARRIGAN, 2005 apud FILHO ET AL, 2006, p. 10).





Os avanços tecnológicos inseridos nas campanhas on-line, a cada novo pleito, motivaram os estudos de Gomes (2009). O autor cataloga as campanhas eleitorais, em conformidade com as tecnologias. Assim, estabelece que as fases da comunicação política podem ser designadas de *proto-web*, *web*, e *pós-web* (GOMES, 2009). Em ordem cronológica, o autor resgata a década de 1990 como marco inicial, sendo o e-mail a estratégia adotada. Gomes (2009) avança na catalogação, ao registrar como segunda fase o momento em que “as campanhas baseadas na web faziam uso de sites de internet vinculados a bancos de dados empregados para o arquivo e acesso a discursos, panfletos e outros materiais” (2009, p. 32). Uma das curiosidades deste período web, apontado pelo autor, “é que o material distribuído no virtual era uma cópia eletrônica do material impresso, utilizado no offline” (GOMES, 2009, p. 32). Características do ciberjornalismo como hipertexto, recursos multimídia, convergência de aplicativos, banco de dados levam um tempo, ainda, para sua incorporação ao conteúdo.

O momento atual, em que é possível fazer uso dos recursos tecnológicos com operações de persuasão e mobilização, é o que o autor conceitua de período pós-web.

Nesse novo padrão, as páginas são principalmente centros distribuidores de tráfego que remetem para sites de compartilhamento de vídeo ou de fotos, para sítios de relacionamento e para sites de compartilhamento de atualização online, dentre outras ferramentas online, e o *modus operandi* da campanha é cooperativo, ao par com o espírito da internet 2.0 no que se refere a convocar e pressupor a participação dos internautas na produção dos conteúdos e nos procedimentos de difusão viral de informações e de mobilização (GOMES, 2009, p. 29).

A exemplo da trajetória exposta por Gomes (2009) e as fases das campanhas eleitorais, há a classificação da web e suas fases, em conformidade com sua evolução. São elas: web 1.0 ou estática; web 2.0 ou social e a 3.0 ou semântica:

Em sua primeira fase, a web 1.0, também chamada de Web Tradicional ou Webestática, limitou-se a conectar páginas através de links. É certo dizer que, enquanto a web 1.0 conecta computadores, a web 2.0 conecta pessoas. O perfil do usuário da Web Tradicional é de um consumidor de informação passivo (ISOTANI ET AL apud CAMINADA, 2010, p. 14).

A internet vivencia a sua segunda fase, na qual o usuário é tido como um coautor de conteúdo. O termo web 2.0 surgiu em outubro de 2004, como tema principal de uma série de conferências realizada por duas empresas relacionadas à tecnologia da informação, O'Reilly Media e MediaLive International. Nessa cadeia evolutiva, a próxima fase é web 3.0, na qual os dados serão interpretados por máquinas. “Na web 3.0, os sistemas serão capazes de auxiliar na produção de conhecimento coletivo através da análise da contribuição colaborativa humana” (ISOTANI ET AL apud CAMINADA, 2010, p. 14).

Esta reconfiguração evolui conforme a expansão das TICs e, consequentemente, o número de usuários com acesso à internet. Logo mais, novas versões, algumas delas já em estudo, estarão disponíveis para interação.





CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de as redes digitais se apresentarem como um novo suporte para a propagação da informação, as atribuições de profissionais da comunicação estavam claramente delimitadas para os envolvidos. Esta mudança de cenário não só coloca em análise antigas condutas, como faz surgirem novos cargos dentro de uma estratégia comunicacional. E vai além: faz com que o público passe a ser o consumidor direto da informação, inicialmente filtrada pelos meios tradicionais (CANAVILHAS, 2009). Logo, o contexto comunicacional elucidado por Lasweel de emissor-mensagem-receptor passa a ser customizada. Isso quer dizer que os papéis, bem como a co-autoria das mensagens, passa a ter o respaldo e, em muitas vezes, complementação da audiência.

Para as próximas eleições, apesar da popularização da internet, com cada vez mais brasileiros com acesso à rede, ainda há uma boa parte da população que ainda está alheia a este universo. Nos últimos seis anos, conforme constata o IBGE, 77 milhões de brasileiros tiveram contato com a rede. Apesar de crescente, isso representa, contudo, que uma boa parcela da população ainda precisa ser atingida. Especificamente, em Mato Grosso do Sul, que figura no ranking em quinto lugar entre os estados com maior percentual de crescimento, pouco mais da metade dos sul-mato-grossenses tem acesso, o que identifica um abismo digital, ao levar-se em consideração que a população do estado, em 2010, conforme dados do IBGE, era de quase 2, 5 milhões de habitantes.

Este cenário fez com que as mídias sociais permanecessem ainda como mídia suporte na maioria das estratégias comunicacionais que possam vir a ser adotadas nas eleições presidenciais a exemplo do que ocorreu no último pleito para cargos de municipais, prefeitos e vereadores. Os candidatos que ousaram, contudo, até mesmo pelo pouco tempo de exposição de que poderiam fazer uso dos veículos tradicionais, rádio e TV, fizeram do espaço virtual um amplificador, o que acabou por provocar uma reviravolta no resultado do pleito eleitoral, com a convocação de segundo turno.

NOTAS

[1] Informações obtidas em reportagem da revista Veja. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-alcanca-73-milhoes-de-usuarios-no-brasil>>. Acesso em: 30 jun. 2014

[2] Definição consta em artigo disponibilizado no blog da autora. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/capital_social_na_internet.html>. Acesso em: 2 jul. 2013.

[3] Entrevista "O potencial do Capital Social na comunicação pública", realizada no I Seminário de Comunicação Integrada, com Heloíza Matos. Disponível em: <http://www.ppgcom.ufrgs.br/novosite/index.php?option=com_content&view=article&id=92:entrevista-heloiza-matos&catid=46:entrevistas>. Acesso em: 2 jul. 2013.

[4] Informações disponíveis em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/capital_social_na_internet.html>. Acesso em: 2 jul. 2013.



[5] Informações extraídas da publicação do portal especializado em informática TecMundo, A história do Twitter: conheça a história do microblog que virou febre mundial e já conquistou boa parte do público brasileiro. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>. Acesso em: 20mar2013.

[6] Informações obtidas em entrevista com presidente da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom) e professor da Universidade Metodista de São Paulo, Adolpho Queiroz, para o portal Revista Escola. Disponível em: <http://revistaescola.abril.com.br/historia/fundamentos/quando-comecaram-propagandas-politicas-brasil-499085.shtml>. Acesso em: 10 dez. 2013.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGGIO, Camilo. Internet, eleições e participação: questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanha online. In: MAIA, Rousiley Célia Moreira; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida (Org.). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

ARAÚJO, Júlio. Apresentação. In: RECUERO, Raquel. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

CANAVILHAS, João. A comunicação política na era da internet. *Labcom*, p. 1-14, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2012.

CAMINADA, A. Thiago. Twitter e eleições. *A influência da atuação em redes sociais no desempenho dos candidatos da Região da AMFRI em 2010*. 2011. 57 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2011. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/59938801/20/Ferramenta-de-pesquisa-Analise-de-Conteudo#page=30>>. Acesso em: 1 jul. 2012.

CERQUEIRA, Jaqueline Jesus de. Sim, nós temos o poder! *Observatório da Imprensa*, 31 ago. 2010. Disponível em: <http://www.coletiva.net/site/artigo_detalle.php?idArtigo=2156>. Acesso em: 12 jun. 2011.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula. Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 29-49, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.portaldemidia.ufms.br/wp-content/uploads/2011/03/4809-12999-1-PB.pdf>>. Acesso em: 19 dez. 2011.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *TIC domicílios e empresas 2012: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil*. São Paulo: CGI.Br, 2013. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2012/apresentacao-tic-domicilios-2012.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2013.

CORRÊA, Saad Elizabeth. Comunicação digital e as novas mídias institucionais. In: KUNSCH, Margarida Maria Khohling. (Org.). *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1.

COSTA, Caio Túlio. O papel da internet na conquista de votos. *Observatório da Imprensa*, 15 abr. 2011. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-papel-da-internet-na-conquista-de-votos>>. Acesso em: 3 jun. 2011.



FILHO, Barros Clovis; COUTINHO, Marcelo; SAFATLE, Vladmir. *Os usos das novas mídias na campanha presidencial de 2006*. São Paulo: CAEPM: ESPM, 2006. Disponível em: <http://www.espm.br/ConhecaAESPM/CAEPM/Pesquisas/Documents/2006/2006_Usos_Novas_Midias_FINAL.pdf>. Acesso em: 9 dez. 2013.

GOMES, Wilson et al. "POLITICS 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, out. 2009.

GUIMARÃES, André. Publicidade A Militância Virtual e as eleições de 2012. *Paçoca com cebola*, Londrina, 13 abr. 2011. Disponível em: <<http://londrina.odiario.com/blogs/pacocacomcebola/2011/04/13/a-militancia-virtual-e-as-eleicoes-de-2012/>>. Acesso em: 9 jun. 2011.

HASWANI, Mariangela. *A comunicação estatal como garantia de direitos: foco no Brasil, na Colômbia e na Venezuela*. 2010. 220 f. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) – Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-31082012-122619/pt-br.php>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Acesso à Internet e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal*. IBGE: Brasília: Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2011/default.shtm>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

LASSWELL, Harold. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978.

MARTINS, Gerson L. Redes sociais como fonte para os jornalistas. *Gersonmartins.jor.br*, 7 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.gersonmartins.jor.br/artigo-jornal/redes-sociais-como-fonte-para-os-jornalistas-736>>. Acesso em: 2 jun. 2011.

MATOS, Heloíza. Capital social, internet e TV: controvérsias. *Revista Organicom*, v. 5, n. 8, p. 23-35, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/issue/view/10>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

QUEVEDO, Josemari. O potencial do Capital Social na comunicação pública. I SEMINÁRIO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA, 1, 2009, porto alegre. *Anais eletrônicos...* Porto Alegre? UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ppgcom.ufrgs.br/novosite/index.php?option=com_content&view=article&id=92:entrevista-heloiza-matos&catid=46:entrevistas>. Acesso em: 2 jul. 2013.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na internet: considerações iniciais. *E-Compós*, v. 2, p. 1-23, abr. 2005.

_____. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SAAD, Elizabeth. *Estratégias para mídia digital: internet, informação e comunicação*. São Paulo: Senac, 2003.

SBARAI, Rafael. Facebook alcança 73 milhões de usuários no Brasil. *Veja on-line*, São Paulo, 10 maio 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-alcanca-73-milhoes-de-usuarios-no-brasil>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

SMAAL, Beatriz. A história do Twitter: conheça a história do microblog que virou febre mundial e já conquistou boa parte do público brasileiro. *TecMundo*, 10 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

SPYER, Juliano; FERLA, Luiz Alberto; PAIVA, Moriael; AMORIM, Fabiola. Tudo o que você precisa saber sobre o Twitter (você já aprendeu em uma mesa de bar). Talk2: [s.l.], 2009. Disponível em: <<http://www.talk2.com.br/conteudos-extras/talk-show-sobre-o-twitter/>>. Acesso em: 30 maio 2013.

TERRA, Carolina Frazon. *Mídias Sociais... e agora?* O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. São Caetano do Sul: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Senac, 2011.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes, 2009.

A relação entre representante e representados no Facebook: um estudo de caso da Fanpage de Dilma Rousseff

The relation between representative and represented on Facebook: a case study of Dilma Rousseff's fan pages

Brenda Parmeggiani

Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e doutoranda em Comunicação na Universidade de Brasília (UnB)

Resumo

O advento de novas tecnologias digitais cria expectativas sobre novas formas de comunicação, inclusive na política. Assim, questiona-se: o Facebook, como exemplo entre as TICs, pode ser ou é utilizado como ferramenta para incrementar o diálogo entre representante e representados? Logo, empreende-se um estudo de caso da fanpage da presidente Dilma Rousseff com o intuito de analisar se a página é utilizada para esse fim ou não. Embora esteja claro o potencial interativo das mídias digitais, constata-se que a fanpage da presidente brasileira no SRS não realiza esse propósito, tampouco atende aos preceitos da Comunicação Pública.

Palavras-chave: Facebook; comunicação pública; ciência política.

Abstract

The emergence of new digital technologies creates expectations about new forms of communication, including in politics. Thus the question is: Can Facebook, as an example of ICTs, be used as a tool to improve the dialogue between representatives and represented? Therefore, we propose to develop a case study of Dilma Rousseff's fan page in order to analyze whether the page is used for this purpose or not. Although the interactive potential of digital media is clear, it appears that the Brazilian president fan page on SRS does not accomplish this purpose, neither meets the precepts of Public Communication.

Keywords: Facebook; public communication; political science..



INTRODUÇÃO: COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA

O surgimento de novas tecnologias carrega grandes expectativas pelo potencial que elas teriam de, no campo da Ciência Política e da Comunicação, aumentar a transparência, incrementar a comunicação entre representantes e representados, fornecer novas ferramentas de *accountability*, entre outras promessas.

Nesse cenário, destaca-se a noção de Comunicação Pública, que será desenvolvida neste artigo como o resultado das estratégias de comunicação desenvolvidas pelos governos como forma de garantir a publicidade dos atos públicos (BARROS; BERNARDES, 2009, p. 178). O conceito pode ser compreendido também, segundo a definição de Brandão (2007, p. 31 apud PRADO, 2009, p. 196), como “o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e a que se propõe ser um espaço privilegiado entre os interesses das diversas instâncias de poder” do país. Essa linha de pensamento concebe o interesse público e a transparência, calcados no direito à informação, como direitos fundamentais do cidadão. Logo, é função da Comunicação Pública desenvolver ações que envolvam o cidadão/usuário “de modo diverso, participativo, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade” (apud BARROS; BERNARDES, 2009, p. 178).

O papel da Comunicação Pública na sociedade é de extrema importância para Barros e Bernardes (2009, p. 181-182), que questionam:

Como eles (deputados e senadores) podem, então, representar seus eleitores, se a população não é devidamente informada sobre suas atividades rotineiras, como pronunciamentos, projetos de leis, participação em comissões? Sem informação sobre as atividades parlamentares, como exigir que a população seja vigilante e faça cobranças continuadas das atividades daqueles que foram eleitos para defender seus interesses?

A comunicação estabelecida entre a Presidência da República – objeto do estudo de caso a seguir, seja como gabinete e equipe, seja na figura da própria presidente Dilma Rousseff – e os brasileiros em geral trata-se, pois, de uma Comunicação Pública conforme as definições trabalhadas.

Em tese, os veículos desse tipo de comunicação só poderiam sustentar-se com “atividades que tenham por objetivo implementar a participação democrática dos receptores e usuários dos serviços de informação oferecidos” (BARROS; BERNARDES, 2009, p. 178). Nessas situações, o representado assume uma postura ambivalente, já que “ao mesmo tempo que ele respeita e se submete à autoridade das instituições públicas, ele protesta sobre a falta de informação, ou sobre suas mensagens mal construídas, incompletas ou mal divulgadas” (ZÉMOR, 1995, p. 3 apud BARROS; BERNARDES, 2009, p. 178). Prado (2009, p. 198), por fim, relaciona diretamente os conceitos de Comunicação Pública e *accountability* e conclui: “Em condições ideais, a comunicação deve ser a porta-voz da prática de *accountability* (papel do Governo), da expressão da opinião pública (Democracia) e do espaço público para os temas de interesse público (Cidadania)”.

COMUNICAÇÃO E POLÍTICA: SOBRE *ACCOUNTABILITY*, TRANSPARÊNCIA E PUBLICIDADE

Advoga-se pela importância da *accountability* por entendê-la como “o principal mecanismo para impedir que os representantes, uma vez escolhidos, tornassem-se independentes dos representados” (MIGUEL, 2010, p. 183-184). Ainda, sua importância é reforçada pela possível resposta a três problemas políticos bastante atuais: “A separação entre governo e governados [...]; a formação de uma elite política distanciada da massa da população; a ruptura do vínculo entre a vontade dos representados e dos representantes” (MIGUEL, 2005, p. 26-27). Cabe frisar, ainda, que o presente artigo não pretende abordar a discussão sobre uma possível crise da democracia representativa e da *accountability*.

Semanticamente, de acordo com Schedler et al (1999, p. 4), a definição de *accountability* tem como base “dois pilares distintos: responsividade e *enforcement*”, este no sentido de cumprimento e punição. O primeiro pilar refere-se à obrigação dos funcionários e agentes públicos (incluindo os representantes eleitos, sejam do Poder Executivo ou Legislativo) de informar (com fatos confiáveis, implicando credibilidade) e explicar (com base em razões válidas e argumentação) o desempenho de sua função e suas decisões – o que, como e por que fazem da forma que fazem; enquanto o segundo diz respeito principalmente à capacidade de certas agências (*accounting agencies*) em fiscalizar e impor sanções aos que violaram seus deveres públicos, ressaltando que seus atos e decisões não só podem ser postos em causa, mas também podem ser alvo de punição caso sejam considerados impróprios (SCHEDLER, 1999, p. 14-15).

Na Ciência Política, em especial, uma série de autores (MIGUEL, 2005, 2010; SCHEDLER, 1999; BIJOS, 2012; entre outros) defende que é importante traçar uma distinção entre *accountability* e responsividade. Segundo Schedler (1999, p. 19), “enquanto a *accountability* obriga o poder [público/político] a entrar em um diálogo, a noção de responsividade permite que o poder permaneça em silêncio”. Encontra-se aí a primeira diferença entre os conceitos: o caráter dialógico. Coleman (2005, p. 190) vai ao encontro dessa ideia ao definir a *accountability* como interativa. Miguel (2005, p. 27-28; 2010, p. 184) e Bijos (2012, p. 93), por sua vez, concordam entre si ao definir a responsividade como a sensibilidade, disposição ou suscetibilidade dos representantes às vontades e preferências dos representados. Para isso, de fato, não seria necessário obrigatoriamente um diálogo entre governantes e governados.

A *accountability*, por sua vez, vai além de os representantes simplesmente atenderem aos anseios, em termos de projetos e políticas públicas, dos representados. Para Miguel (2010, p. 184), trata-se de “um mecanismo institucional, exercido pelo povo e vinculado à existência de eleições competitivas periódicas”. Esse mecanismo permite aos constituintes avaliar o seu desempenho, impor sanções aos governantes e reconduzir ao cargo os que cumprem bem sua função ou destituir aqueles que a desempenham de forma insatisfatória (MIGUEL, 2005, p. 27-28 e 2010, p. 184; BIJOS, 2012, p. 93).

Só que a noção de *accountability* política não se resume apenas ao processo eleitoral, mesmo que este seja o seu ápice: “Autorização e *accountability* devem ser entendidas como processos dialógicos e as eleições são um instrumento, entre outros, para a realização do diálogo” (MIGUEL, 2012, p. 11-12).

Para Schedler (1999, p. 20), a *accountability*, principalmente no que se refere ao pilar da responsividade, “tem o objetivo de criar transparência”. O autor estabelece, assim, uma relação direta entre os dois conceitos. O’Neill (2006, p. 76), por sua vez, afirma que há um consenso “em ver a transparência como indispensável para a *accountability* e boa governança, para prevenir a corrupção e melhorar a performance” dos representantes. O fato é que a transparência se tornou um elemento padrão da governança (O’NEILL, 2006, p. 75).

De maneira geral, transparência pode ser entendida como um método para prevenir abusos de poder e corrupção e de governança inteligível e acessível ao povo (HOOD, 2006, p. 5). Na definição do Asian Development Bank (apud HOOD, 2006, p. 4), refere-se “à disponibilidade da informação ao público em geral e à clareza sobre regras/normas, regulações e decisões governamentais”.

Sua principal função, de acordo com O’Neill (2006, p. 76), é “disciplinar instituições e seus integrantes levando a público as informações sobre sua performance”. Emerge dessa definição, portanto, outro termo chave: a *publicidade*, no sentido de tornar algo público, levar uma informação ao conhecimento público.

Nesse caso, o termo não se refere apenas ao público como povo, como forma de sociabilidade, mas principalmente ao verbo publicar, a tornar algo de conhecimento público, a levar a público. De maneira geral,

publicidade pública ou publicidade de utilidade pública é definida como aquela que tem por objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida (DUARTE; VERAS, 2006 apud PRADO, 2009, p. 196).

Uma república, tal qual a em que o Brasil está inserido, diferencia-se de regimes autoritários justamente pelo controle público do poder e pela formação de uma opinião pública (BOBBIO, 2005, p. 28). O autor defende abertamente a publicidade em relação às ações do governo, uma vez que “o poder político é o poder público [...] mesmo quando não é público, não age em público, esconde-se do público, não é controlado pelo público” (BOBBIO, 2005, p. 28).

FACEBOOK E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

De maneira geral, uma rede social pode ser entendida como um conjunto formado por dois elementos básicos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e as suas conexões (RECUERO, 2011, p. 6). Segundo Recuero (2011, p. 14), a noção de rede social no campo científico foi utilizada pela primeira vez como parte do trabalho do matemático Leonard Euler. As redes sociais não são, assim, um conceito novo. Contudo, o advento da comunicação

mediada por computadores, além de permitir que indivíduos pudessem comunicar entre si, amplificou a capacidade de conexão, criando-se as redes sociais mediadas por computadores (RECUERO, 2011, p. 15). O sociólogo Manuel Castells (2007, p. 33) também admite a já longa existência das redes sociais complexas e ressalta que, com os recentes avanços tecnológicos – em especial, os novos meios –, elas destacaram-se como forma dominante de organização social: “As pessoas organizam-se cada vez mais, não só em redes sociais como em redes sociais ligadas por computador”. Apesar de ser um conceito multidisciplinar, Recuero (2011, p. 21) conclui que “estudar redes sociais [*na internet*], portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço”.

Lançado em 2004, o Facebook é um sistema criado por Mark Zuckerberg. Raquel Recuero (2011, p. 86) define este Site de Redes Sociais (SRS):

O Facebook funciona através de perfis e comunidades. [...] O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros. Outra inovação significativa do Facebook foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema.

O Brasil possui cerca de 76 milhões de usuários no Facebook, dos quais 47 milhões acessam diariamente (GOMES, 2013). O total representa mais de um terço da população brasileira e mais de 80% dos usuários de internet no país (CONGO, 2013).

Segundo Danah Boyd e Nicole Ellison (2007, p. 2), os SRS são sistemas que permitem: a) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; b) a interação pelos comentários publicados; e c) a exposição pública da rede social de cada ator/usuário em sua lista de amigos. Cabe ressaltar, ainda, que os usuários do Facebook podem participar de grupos – sejam públicos ou privados –, normalmente baseados no interesse de seus membros (um determinado seriado de TV ou movimento político, por exemplo) ou em uma pessoa (personalidades de diversas áreas, inclusive política, como Barack Obama ou Dilma Rousseff, estudo de caso deste artigo), onde as pessoas discutem uma gama de temas e questões (SEEMAAN ET AL, 2014, p. 5). Como perfis públicos, os usuários podem receber atualizações do(s) grupo(s) ou fanpage(s) de que participam no seu *feed* de notícias.

Bertot et al (2010, p. 266) segue a mesma tendência quando sugere que as TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) oferecem novos caminhos, fornecendo amplo acesso a conteúdos e interações, ambos gerados a partir da interação social dos usuários por meio das mídias sociais. E o potencial dessa nova tecnologia não se esgota aí, na opinião dos autores:

As mídias sociais têm quatro grandes vantagens potenciais: colaboração, participação, capacitação e tempo. São colaborativas e participativas, por sua própria natureza, já que são definidas pela interação social. Elas fornecem aos usuários a capacidade de se conectar e formar comunidades para socializar, compartilhar informações, ou alcançar um objetivo ou interesse comum. As mídias sociais podem capacitar os seus usuários, pois oferecem uma plataforma de discussão. Elas permitem que qualquer

pessoa com acesso à internet publique ou difunda informações a um baixo custo ou até gratuitamente, democratizando efetivamente a mídia. Em termos de tempo, permitem que os usuários publiquem informações em tempo quase real (BERTOT ET AL, 2010, p. 266).

O sucesso das iniciativas políticas assentes nas TICs dependerá, segundo Bertot et al (2010, p. 266), de fatores como: implantação, educação, aceitação entre os cidadãos e cultura, entre outros. Por outro lado, os autores confiam no caráter transformador das mídias sociais, em particular no que toca à transparência dos governos e ao combate à corrupção, e na superação dos desafios (citados há pouco) através da combinação de vontade política e tecnologia (BERTOT ET AL, 2010, p. 269). Coleman (2005, p. 180), por sua vez, defende que as mídias digitais têm potencial para funcionar como dispositivos com efeito de radar, precisamente porque são interativas, diminuindo, assim, a importância da velha dicotomia emissor-receptor/produzidor-consumidor.

Na prática, a pesquisa *Pew Internet and American Life Project*, desenvolvida pelo Pew Research Center (2014), revelou um aumento na utilização da internet e das chamadas mídias sociais (em que os SRS se enquadram) para a atividade política. Entre os entrevistados, 25% disseram que se tornaram mais envolvidos politicamente influenciados por informações em seus *feeds* de notícias, enquanto 16% admitiram que mudaram de opinião sobre uma questão política depois de conversar com amigos ou ler *posts* sobre o assunto nos SRS (PEW RESEARCH CENTER, 2014, p. 3). Ainda, 36% dos participantes consideraram que os SRS são “muito importantes” ou pelo menos “um pouco importantes” para manterem-se informados sobre notícias políticas (PEW RESEARCH CENTER, 2014, p. 7).

É preciso apontar, contudo, que isso significa que a maioria considerável de usuários não considera os SRS muito importantes ou até os vê como nada importantes para essas atividades políticas (PEW RESEARCH CENTER, 2014, p. 7). A grande maioria (84%) disse que postou pouco (63%) ou nada (21%) relacionado à política em suas recentes atualizações de status, comentários e links (PEW RESEARCH CENTER, 2014, p. 8). Apenas 6% dos usuários afirmaram que a maior parte ou a totalidade do que recentemente postaram em Sites de Redes Sociais está relacionada com política, enquanto outros 10% disseram que alguns de seus *posts* foram sobre política (PEW RESEARCH CENTER, 2014, p. 11).

Embora ainda considerem cedo para medir o impacto das TICs nas iniciativas políticas, os autores defendem que há indicações de que podem promover a transparência e ajudar a combater corrupção por cumprirem as seguintes tarefas:

- a) Fornecer informações sobre as regras do governo e os direitos dos cidadãos; b) fornecer informações sobre as decisões e ações do governo; c) promover o monitoramento das ações e gastos do governo; d) divulgar informações sobre o desempenho do governo; e) abrir processos governamentais, como registros de terra, os pedidos de certificados e status de pagamentos de impostos; f) identificar os funcionários eleitos

e funcionários públicos sob investigação por corrupção e atividades fraudulentas; e g) divulgar ativos e investimentos de funcionários eleitos e funcionários públicos (BERTOT ET AL, 2010, p. 267).

A RELAÇÃO ENTRE DILMA ROUSSEFF E O PÚBLICO NO FACEBOOK

Antes de entrar na análise propriamente dita do estudo de caso proposto neste artigo, é preciso estabelecer que a fanpage da presidente Dilma Rousseff será analisada sem perder de vista que o SRS tem suas limitações, estas impostas pelo *software* em si (KLAstrup, 2010, p. 4). Logo, não se pode esperar que os usuários desenvolvam atividades que não estão dentro do leque de possibilidades oferecidas pela ferramenta – como curtir, compartilhar e comentar publicações ou, ainda, fazer seus próprios *posts*; de certa forma, o desempenho do usuário fica condicionado (KLAstrup, 2010, p. 4). Para os fins desta pesquisa, o perfil da presidente brasileira no Facebook foi acompanhado ao longo dos primeiros seis meses deste ano. Como era importante para a análise um período de tempo mais longo – o primeiro semestre de 2014 –, mas o material gerado seria muito extenso se fossem consideradas todas as publicações, optou-se por levar em consideração a primeira semana de cada mês como um recorte para a coleta de números referentes aos *posts* e a observação do conteúdo publicado.

84

A página existe desde 2011 e é assinada por uma equipe que produz o conteúdo e o publica. Visualmente, trata-se de uma fanpage muito bem produzida. É importante ressaltar que a página está associada ao site da presidente, administrado, por sua vez, pelo partido (PT). O número de seguidores é um aspecto que merece destaque: de janeiro a junho, cresceu de 170 mil para 604 mil, somando mais de 400 mil novos usuários que passaram a receber as publicações da presidente em seu *feed* de notícias. De acordo com a empresa de pesquisa Social Bakers (2014), no entanto, a página ocupava apenas o nono lugar no ranking de personalidades políticas brasileiras em junho, atrás do ex-presidente Lula (5º), do deputado federal Romário (2º) e do também deputado federal Marco Feliciano (1º), por exemplo. Apesar de estar atrás dos demais candidatos à presidência – Aécio Neves (6º) e Eduardo Campos (4º) – (SOCIAL BAKERS, 2014), o número de seguidores de Dilma Rousseff apresentou-se significativo. É preciso apontar, ainda, que o perfil é público, logo não é preciso “curti-lo” para acessá-lo; a diferença é que o usuário que curtiu a página recebe as atualizações em seu *feed* de notícias, enquanto os demais devem acessá-la para ver o conteúdo.

Além disso, pelo formato do próprio Facebook, ao apertar o botão “curtir”, o usuário não está apenas “assinando” aquele conteúdo, contratando o recebimento das atualizações no seu *feed* de notícias; a ação de “curtir” é carregada de uma noção de endosso, de apoio à personalidade dona daquele perfil, neste caso a presidente. Assim, o mais provável é que os mais de 600 mil seguidores da página sejam também parte do eleitorado de Dilma Rousseff. Dessa forma, é possível afirmar que sua avaliação [desses mais de 600 mil seguidores]



sobre o desempenho da representante é satisfatória, logo é provável que a premiem nas próximas eleições com seu voto, em vez de puni-la ao votar em outro candidato e tentar destituí-la do cargo.

O que se nota é uma dinâmica semelhante à de fã-celebridade: existe uma admiração dos seguidores pela presidente que curtem a página para acompanhá-la. Os comentários, em sua maioria, são mensagens de apoio, agradecimento e incentivo, conteúdo muito próximo ao *fanpost* (PARMEGGIANI, 2013). Os usuários dificilmente cobram a presidente sobre assuntos de interesse público ou adotam a postura ambivalente, da qual tratam Barros e Bernardes (2009, p. 178): ao mesmo tempo que respeitam e submetem-se à autoridade das instituições públicas, protestam sobre informações incompletas ou até não publicadas. Isso não acontece entre o público ativo no perfil da presidente no Facebook: em meio aos milhares de comentários abrangidos na análise – foram cerca de três mil por mês –, pouquíssimas exceções representavam esse papel questionador e/ou de oposição.

No total, foram analisados 43 *posts* publicados na primeira semana de cada mês do primeiro semestre de 2014. Nota-se que a ênfase das publicações não está voltada para o cunho informativo, mas sim para a figura da presidente – quase que a alçando à condição de celebridade. Essa tendência de conteúdo denota que a função da página no Facebook é muito mais de relacionamento do que de informação e explicação das medidas e decisões do Poder Executivo. Chama a atenção, ainda, o fato de a página não divulgar conteúdos relativos à agenda presidencial, tema comum nas publicações tanto no Facebook quanto no Twitter de outros representantes.

Os formatos adotados demonstram uma preocupação em produzir um conteúdo atraente aos usuários, com ênfase nos *cards* e vídeos, largamente utilizados no âmbito da internet. Apesar de visualmente muito bem produzido, não se nota um esforço voltado à interatividade. Conforme Barros e Bernardes (2009, p. 178), os veículos de Comunicação Pública, como é a página da presidente no Facebook, deveriam incentivar a participação democrática dos usuários. No entanto, no período analisado, não se verifica esse incentivo. Em nenhuma publicação constatou-se interação de fato, seja entre pares, seja entre os usuários e a equipe que gerencia o perfil.

As atividades reproduzem o modelo produtor-consumidor: enquanto Dilma e sua equipe apenas emitem mensagens, os usuários restringem-se a consumir o conteúdo publicado; mesmo que curtam, compartilhem e comentem, geralmente o fazem de forma acrítica. Ignora-se, assim, o potencial interativo das mídias digitais frisado por Coleman (2005, p. 180) e mantém-se a lógica produtor-consumidor. O perfil da presidente no Facebook não cumpre o estabelecimento de um diálogo (SCHEDLER, 1999, p.19) ou de interatividade (COLEMAN, 2005, p. 190), características marcadas por pesquisadores da Ciência Política como importantes no relacionamento entre representante e representados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de visualmente bem produzida, a página peca em não publicar conteúdos de cunho informativo e não incentivar a interatividade dos usuários, não atendendo, assim, aos princípios da Comunicação Pública.

Pelas publicações analisadas, nota-se que o perfil funciona mais como uma ferramenta de relacionamento da presidente com seu eleitorado do que propriamente como um veículo de informação sobre sua atividade no governo do país. Nesse sentido, Coleman (2005, p. 189) vai além e questiona o que significa para o representante estar conectado aos representados:

Para os políticos, a conexão é uma rota de consentir e legitimidade, os quais eles consideram como sendo distorcido por mediações de distração, tendenciosas e incontroláveis da agenda pública. Conectar-se é ter acesso direto e sem distorções ao representado, ser melhor compreendido, nutrir o consentimento público. O papel do representado nesta concepção de conectividade [entretanto] permanece como espectadores antes da tela, fechado em uma relação desigual de comunicação com uma elite não confiável.

Concretizar essa conexão entre representante e representados, para Coleman (2005, p. 189), exige uma colaboração comunicativa entre ambas as partes e uma perspectiva de ganho mútuo. Isto é, não basta o representante atuar como um emissor, como é o caso da presidente e sua equipe que gerencia o perfil no Facebook, é preciso dar aos usuários/representados o poder de também se tornarem emissores e ouvi-los, interagir com eles.

Apesar de registrar números altos de curtidas, comentários e compartilhamentos, estes ainda são pequenos frente ao total de seguidores. Por exemplo, o *post* com maior índice de atividade (o agradecimento da presidente ao atingir 460 mil curtidas) foi publicado em maio: 18.478 curtidas, 1.619 comentários e 1.249 compartilhamentos; todavia, isso representa apenas 3%, 0,26% e 0,20% dos seguidores, respectivamente. Denota-se que o usuário tem o hábito apenas de curtir o perfil para receber as atualizações no seu *feed* de notícias ou mesmo somente como forma de apoio à presidente; poucos são aqueles que realmente desempenham alguma atividade (curtir, comentar ou compartilhar).

Ainda, a atuação do perfil da presidente no Facebook remete à ideia levantada por Coleman (2005, p. 181) de uma espécie de campanha permanente, ou seja, fundem-se os períodos de governo e campanha em um relacionamento permanente. Talvez por isso que a página de Dilma Rousseff apresente-se mais como uma forma de se relacionar (ainda que com pouca ou sem interação) com o eleitorado. Pode-se afirmar também que esse é o motivo de terem sido apontados conteúdos relativos à campanha eleitoral durante a análise mesmo fora do período oficial.

A tendência é de que cada vez mais os cidadãos tornem-se um júri contínuo, permanente do desempenho do governo, enquanto os representantes assumem o papel de defensores das suas decisões e buscam conectarem-se

aos representados através de uma série de ferramentas (COLEMAN, 2005, p. 181), entre elas o próprio Facebook. Contudo, ainda prevalece o uso das TICs e mídias sociais no sentido de reproduzir práticas tradicionais de comunicação, na manutenção da lógica emissor-receptor/produtor-consumidor, em vez de promover a adaptação aos novos meios e o uso de suas potencialidades (COLEMAN, 2005, p. 186). Por enquanto, essa foi a realidade constatada no estudo de caso desenvolvido para o presente artigo. Dessa forma, fica a sugestão para pesquisas futuras de insistir na relação entre o Facebook e a Comunicação Pública e dedicar-se ao estudo de outros casos, na esperança de que novas práticas sejam implementadas para cumprir o potencial dos SRS na comunicação entre representantes e representados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS, Antonio Teixeira; e BERNARDES, Cristiane Brum. Comunicação Pública na Câmara dos Deputados: a divulgação de informações legislativas no Brasil. In: PAULINO, Fernando Oliveira (org.). *Lusocomum: Transparência, Governança, Accountability e Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2009, p. 118-193.
- BERTOT, John C. ET AL. Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, n. 27, p. 264-271, 2010. Disponível em <www.elsevier.com/locate/govinf>. Acesso em: 28 jun. 2014.
- BIJOS, Danilo. Representação Política e Accountability: na teia das relações federativas. *Aurora*, v. 5, n. 2, p. 81-100, 2012.
- BOBBIO, Norberto. *Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política*. 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>> Acesso em: 27 de jun. 2012.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a Era da Informação*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- COLEMAN, Stephen. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age. *New Media & Society*, v. 7, n. 2, p. 177-198, 2005.
- CONGO, Mariana. Um terço dos brasileiros tem Facebook: País se torna o 2º em número de usuários. *Estadão Online: Blog Radar Tecnológico*, São Paulo, 23 jan. 2013. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/radar-tecnologico/2013/01/23/um-terco-dos-brasileiros-tem-facebook-pais-se-torna-o-2o-em-numero-de-usuarios/>>. Acesso em: 9 jul. 2014.
- GOMES, Helton Simões. Brasil é o 2º país com mais usuários que entram diariamente no Facebook. *G1*, São Paulo, 12 set. 2013. Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/09/brasil-e-o-2-pais-com-mais-usuarios-que-entram-diariamente-no-facebook.html>>. Acesso em: 9 jul. 2014.
- HOOD, Christopher. Transparency in historical perspective. In: _____; HEALD, David (Org.). *Transparency: the key to better governance?* Oxford: Oxford University Press, 2006. p. 4-23.

KLAstrup, Lisbeth. Publics for a day? The Affective “Audiences” on Facebook. In: INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MEDIA AND COMMUNICATION RESEARCH (IAMCR) CONFERENCE, 2010, Braga. *Anais eletrônicos...* Braga: Universidade do Minho, 2010. Disponível em: <<http://iamcr.org/iamcr-2010-virtual-paper-room>>. Acesso em: 15 maio 2012.

MIGUEL, Luís Felipe. Impasses da Accountability: dilemas e alternativas da representação política. *Revista de Sociologia e Política*, n. 25, p. 25-38, 2005. Disponível em <http://repositorio.unb.br/browse?type=author&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&value=Miguel%2C+Luis+Felipe&offset=20> Acesso em: 2 jun. 2014.

_____. Accountability em Listas Abertas. *Revista de Sociologia e Política*, v. 1, n. 37, p. 183-200, 2010. Disponível em <http://repositorio.unb.br/browse?type=author&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&value=Miguel%2C+Luis+Felipe&offset=20>. Acesso em: 2 jun. 2014.

_____. Autorização e accountability na representação democrática. II COLÓQUIO INTERNACIONAL DE TEORIA POLÍTICA, 2, 2012, São Paulo. *Anais eletrônicos...* São Paulo: USP, 2012. Disponível em <http://repositorio.unb.br/browse?type=author&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&value=Miguel%2C+Luis+Felipe&offset=20> Acesso em: 02 de jun. 2014.

O’NEILL, Onora. Transparency and the ethics of communication. In: HOOD, Christopher; HEALD, David (Org.). *Transparency: the key to better governance?* Oxford: Oxford University Press, 2006. p. 75-90.

PARMEGGIANI, Brenda. *A relação dos media tradicionais com as audiências através das redes sociais online: um estudo de caso da participação dos telespectadores nos programas The Voice, A Voz de Portugal e The Voice Brasil*. 2013. 93f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.

PEW RESEARCH CENTER. *Pew Internet and American Life Project: politics on social networking sites*. Washington: Pew Research Center, 2014. Disponível em <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_PoliticalLifeonSocialNetworkingSites.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2014.

PRADO, Mônica. Publicidade de utilidade pública no Brasil: algumas reflexões. In: PAULINO, Fernando Oliveira (Org.). *Lusocomum: Transparência, Governança, Accountability e Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2009, p. 195-211.

RECUERO, Raquel. *As Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SCHEDLER, Andreas et al. *The self-restraining state: power and accountability in new democracy*. Londres: Lynne Rienner, 1999.

SCHEDLER, Andreas. Conceptualizing accountability. In: SCHEDLER, Andreas et al. *The self-restraining state: power and accountability in new democracy*. Londres: Lynne Rienner, 1999. p. 13-28.

SEEMAAN, Bryan et al. Social Media Supporting Political Deliberation Across Multiple Public Spheres: Towards Depolarization. XVII ACM CONFERENCE ON COMPUTER-SUPPORTED COOPERATIVE WORK & SOCIAL COMPUTING, 17, Baltimore. *Anais...* Baltimore: University of Maryland, 2014.

SOCIAL BAKERS. *Facebook Pages Statistics & Number of Fans*. São Francisco: Social Bakers, 2014. Disponível em <<http://www.socialbakers.com/facebook-pages/society/country/brazil/tag/politics/>>. Acesso em: 9 jul. 2014.

Novos conceitos entram em cena pela Democracia

New concepts step in for Democracy

Elaine Barreto Batista

Bacharel em Relações Públicas e mestre em Políticas Sociais pela Universidade Cruzeiro do Sul (Unicsul) e professora do curso de Relações Públicas da mesma universidade

Resumo

Incita-se indicar meios para que o indivíduo possa refletir sobre uma atuação mais participativa dentro do seu contexto, seja por meio de mudanças oriundas nos campos da educação, seja pelas diversas formas de se comunicar. Aqui, debatemos o surgimento de um cidadão crítico, capacitado para utilizar diferentes ferramentas e argumentos com propriedade, disposto a fazer valer seus direitos e deveres, e não somente a esperar pela iniciativa dos nossos governantes. Pretendemos discutir sobre o exercício da cidadania, de maneira que o indivíduo empoderado seja o verdadeiro protagonista da história, sem permitir ser julgado por sua classe social, cor, local onde mora, mas por atitudes que geram melhorias para o desenvolvimento e diminuição das desigualdades sociais, suscitadas por intermédio da identificação das necessidades locais.

Palavras-chave: cidadania; empoderamento; protagonismo; educomunicação.

Abstract

Encourages to indicate ways in which the individual can reflect on a more participatory acting in its context, by means of changes from the fields of education or by the various ways to communicate. Here, we discuss the emergence of a critical citizen, trained to use different tools and arguments with property, ready to assert their rights and duties, and not only to wait for the initiative of our rulers. It is intended to discuss the exercise of citizenship, so that the individual empowered is the true protagonist of the story, without allowing themselves to be judged by their social class, color, habitation, but by attitudes that generate improvements to the development and reduction of social inequalities, raised through the identification of local needs.

Keywords: citizenship; empowerment; protagonism; Educommunication.



INTRODUÇÃO

É preciso despertar no indivíduo a consciência de que ele, como cidadão, também é responsável pela comunidade na qual está inserido. Suas necessidades devem ser entendidas pelos Estado e encaminhadas à esta instituição, mas cabe ao cidadão checar a implementação dessas necessidades pelo Estado, seja ela parcial, seja ela total, para que de fato se possa criar e manter uma relação de confiança entre o Estado e a prática do cidadão no que tange ao exercício da cidadania.

A discussão sobre cidadania, no que tange aos direitos civis, políticos e sociais de toda sociedade, ocorre a partir do estudo clássico de T. H. Marshall (1967), sobretudo com a criação do Estado de Bem-Estar Social (*Welfare State*) – estabelecendo princípios mais coletivistas e igualitários. A participação da população, já naquela ocasião, foi de suma importância para a ampliação desses direitos, galgando melhorias econômicas e políticas, também relacionadas ao lazer e à educação. Entretanto, essas conquistas foram possíveis por meio dos movimentos da sociedade.

Há referências de estudos sobre os movimentos sociais: categoria sindical de trabalhadores; Comunidades Eclesiais de Base (CEB) ou conjunto das comunidades; favelados; moradores de lotes clandestinos; mulheres de clubes de mães; o movimento popular, pensado como um conjunto de movimentos que visam a conquistas sociais, a fim de reduzir as desigualdades. Inclusive, fala-se sobre a confusão dos estudos como: “A não especificação da natureza dos movimentos sociais urbanos e, por outro lado, o não reconhecimento de que todo movimento social tem sempre um caráter de classe, que está inscrito em sua própria lógica” (GOHN apud SADER, 1988, p. 47).

Segundo a autora, conclui-se: “Conforme a classe social, a manifestação das questões sociais pode se expressar de forma diferente, caracterizando-se como movimentos sociais diferentes” (GOHN apud SADER, 1988, p. 47). Em se tratando de “classe social”, a autora a define como uma condição que é comum a um conjunto de indivíduos, mas que pode ser alterada pelo modo de vida. A reprodução das classes sociais é reconhecida pela representação de seus agentes, de modo que a identificação seja conjunta, levando em consideração as condições anteriores e a transformação da realidade do sujeito social.

Podemos citar alguns autores com descrições diferentes em relação aos movimentos sociais e suas vertentes. Boff caracterizou o processo de constituição de movimentos sociais como:

[...] A massa, mediante as associações, se transforma num *povo* que começa a recuperar a sua memória histórica perdida, elabora uma consciência de sua situação de marginalização, constrói um projeto de seu futuro e inaugura práticas de mobilização para mudar a realidade circundante [...]. Se constrói sob a participação de todos, com a presença forte do povo organizado, novo sujeito histórico emergente na sociedade e na Igreja (BOFF apud SADER, 1988, p. 51).





Segundo Cacia, a constituição de sujeitos se dá a partir da prática de seus diversos movimentos.

A articulação destes novos espaços públicos, a troca de experiências e a criação de novos valores entre os trabalhadores através destes processos de mobilização colocam como possibilidade histórica a expressão independente e autônoma dos trabalhadores e sua constituição enquanto sujeitos políticos (CACIA apud SADER, 1988, p. 51).

Percebemos, nesse contexto, que os movimentos sociais se articulam por meio da troca de experiências e da possibilidade histórica de expandir suas mobilizações frente aos desafios que encontram nos espaços públicos. Sob essa perspectiva, cabe nos lembrarmos do movimento dos migrantes que chegaram a São Paulo para começar uma nova história, em busca de moradia e melhores condições de vida na cidade grande.

Apresentamos aqui o conceito de cidadania inspirado nos movimentos sociais, voltado para demandas como moradia, saúde, transporte, entre outras questões oriundas dos direitos humanos. Cabe comentarmos que novas demandas se configuram a partir da transformação social, de direitos registrados na nossa Constituição, mas reafirmados pelo próprio cidadão. “A nova cidadania é um projeto para uma nova sociabilidade: não somente a incorporação no sistema político em sentido estrito, mas um formato mais igualitário de relações sociais em todos os níveis [...]” (DAGNINO, 2004, p. 108).

Os direitos e deveres não podem andar separados. Pressupõe-se que, ao cumprirmos com nossas obrigações (deveres), é permitido exercitar os direitos. Descritos formalmente na Constituição Federal, nossos deveres são: votar, a fim de escolher nossos governantes; cumprir as leis; respeitar os direitos sociais de outras pessoas; educar e proteger nossos semelhantes; proteger a natureza; proteger o patrimônio público e social do país; e colaborar com as autoridades. Exemplos de direitos que nos cabem são: homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações nos termos da Constituição; saúde, educação, moradia, trabalho, previdência social, proteção à maternidade e à infância, assistência aos desamparados, segurança, lazer, vestuário, alimentação; ninguém é obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei; ninguém deve ser submetido à tortura nem a tratamento desumano ou degradante; a manifestação do pensamento é livre, sendo vedado o anonimato; a liberdade de consciência e de crença é inviolável, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e as suas liturgias.

Ao falarmos sobre direito civil – no que se refere à questão de dispor do próprio corpo, de locomoção, de segurança etc. –, a luta por esse direito também está relacionada a regimes democráticos.

Os direitos sociais relacionados à alimentação, à saúde, à educação, entre outros, na maioria dos casos, não são cumpridos, pois não vivemos, de fato, em um sistema igualitário. Podemos destacar também que o social está



relacionado às contradições da sociedade e à deficiência do Estado em promover o equilíbrio e a coesão social. Aqueles que têm menos continuam com menos, e aqueles que têm mais continuam com mais; mesmo que uma ou outra geração possa se sobressair, a base de condições sociais e econômicas será norteadada pelos primeiros entes familiares.

Sobre o que tange ao direito político, é ainda mais difícil de compreendermos ou de se fazer valer pelo próprio cidadão. Ele diz respeito à deliberação do homem sobre a própria vida, sobre a sua liberdade, como a de pensamento e de prática política ou religiosa. Esses direitos estão sob o empoderamento do cidadão, sendo sua efetivação provida ora como indivíduo, ora como coletivo, uma vez que se tratam de agentes ativos frente às políticas sociais do país. Podemos dizer que, claramente, esses direitos dependem da correlação com os poderes econômicos e políticos ou, ainda, da junção às entidades de classe, sindicatos e outras instituições. Partimos então, a discussão em torno de uma cidadania plena, que se estabelece da seguinte forma:

O primeiro passo é aquela revolução interna, na qual o rompimento com o autoritarismo e com o consumismo começa em cada uma das subjetividades das quais extraímos a força subjetiva de se sobrepor ao cotidiano e, pouco a pouco, ao mundo do capitalismo. Externamente, em termos de sociedade global, devem ser mantidas as condições mínimas de democracia como espaço para avanços (COVRE, 2006, p. 74).

Numa perspectiva positiva, a autora revela uma discussão mais ampla, que passa pela revolução interna, entendida como aquela que reserva ao cidadão o direito sobre suas escolhas, rebelando-se inclusive contra o autoritarismo e o consumismo. Trata-se não só de o indivíduo compreender seus direitos e deveres sociais, políticos e econômicos de forma coletiva, com base na luta pelo atendimento às necessidades básicas, mas também do papel do homem no universo, como cidadão articulado e empoderado, a fim de tornar-se um novo sujeito político-social para melhorar as questões que envolvem a preservação das espécies e do mundo em que vivemos.

Convém-nos dizer que cidadania está relacionada à formação de sujeitos em busca de melhores condições sociais. Contudo, se faz necessário compreender que as políticas sociais tiveram e sempre terão suas premissas baseadas na história, nos rumos traçados pela sociedade, que ora pode ser motivada por um país, ora por questões inerentes ao seu próprio território, levantadas pelo discurso do cidadão munido de conhecimento sobre suas demandas e expectativas a respeito de melhores condições de vida. Sobre esse aspecto, nos cabe rememorar um acontecimento ocorrido em 2013 no Brasil: reivindicações sociais.

O Brasil, nesse ano, *colocou novos personagens em cena* – parafraseando Sader e sua referência aos Movimentos Populares –, hajam vistas as manifestações populares que ocorreram em grandes cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte e Recife, que protestaram contra, inicialmente, os aumentos nas tarifas de transportes públicos e que rapidamente, com

o crescimento da mobilização social, deram início a protestos contra outros temas: gastos públicos em grandes eventos esportivos (Copa das Confederações e Copa do Mundo de 2014), má qualidade dos serviços públicos, indignação com a corrupção política. Essas mobilizações tiveram repercussão nacional e internacional, pois o processo de “propagação viral” atingiu grandes proporções pelas redes sociais. Em resposta, o Governo Federal anunciou algumas medidas para tentar atender às reivindicações da população: retomar os preços das tarifas dos transportes públicos aos valores anteriores, estipular a corrupção como crime hediondo, determinar o voto aberto para cassar o mandato de legisladores acusados por irregularidades.

Essas manifestações populares revelam que as mudanças em relação às questões sociais devem ser provocadas pelas bases, pela maioria. A cidadania é uma conquista da população, através daqueles que buscam mais direitos, melhores condições individuais e coletivas e que não se conformam com as dominações do Estado.

Podemos dizer, com base nesse contexto, que o exercício da cidadania se torna cada vez mais complexo, pois está repleto de interpretações por questões similares ou até opostas. Embora se busquem definições, todas as teorias nos levam a crer que se trata de um conceito em construção, em movimento e em transformação. A proposta de cidadania estava atrelada à igualdade dos homens perante a lei, falava-se da não discriminação sob nenhum aspecto e, ainda, sobre o homem possuir “o direito de seu próprio corpo”; entretanto, é inegável que a possibilidade de efetivar o exercício da cidadania na contemporaneidade está associada à redefinição da esfera pública social.

Atualmente, vivemos um movimento de mudança inerente “à crise do capital social”, cuja tendência pressupõe não só a participação ativa da população local, como protagonista social, mas também sua articulação junto ao Estado, a fim de desencadear novos conceitos relacionados à democracia. O primeiro a ser apresentado neste artigo é o “protagonismo” e refere-se à nossa capacidade de participar e influir no curso dos acontecimentos, exercendo um papel decisivo e transformador no cenário da vida social. Exercer o protagonismo significa não ser indiferente em relação aos problemas de nosso tempo.

Outro conceito que entra em cena é “educomunicação”. Pensado para trazer contribuições à Reforma do Ensino Médio, de forma crítica, esclarece que o sistema educacional deve dar mais atenção ao jovem, para que esse grupo não abandone a escola e sinta-se capaz de comunicar e transformar a realidade. Por meio da educomunicação, abriu-se o diálogo entre a escola, o poder público e a sociedade, para que os conteúdos escolares sejam revistos, incrementados com ferramentas de comunicação como a internet, as redes sociais, entre outros veículos do mundo atual.

Segundo Peruzzo (2009, p. 419), a relação desses conceitos inseridos na comunicação comunitária “se vincula às lutas mais amplas de segmentos populacionais organizados que têm por finalidade contribuir para solucionar



problemas que afetam o dia a dia das pessoas e ampliam direitos de cidadania”. Os indivíduos de uma comunidade devem transcender o universo de seus interesses, puramente particulares, para refletir sobre questões de interesse coletivo, exercitando sua cidadania ao mesmo tempo que contribuem para o desenvolvimento da comunidade.

A comunicação comunitária visa a um trabalho comprometido com a vida e com o dia a dia dos segmentos sociais organizados, bem como com o interesse público. Recentemente, estudiosos e profissionais da área, a exemplo Cicília Peruzzo (2009), adotam o discurso de que, de forma consciente, é possível atuar em prol do processo de construção da cidadania por intermédio da comunicação: “A comunicação, por meio de seus variados processos, que incluem canais de expressão e intercâmbio de informações e de saberes, bem como os mecanismos de relacionamento entre pessoas, públicos e instituições, desempenha papel central na construção da cidadania” (PERUZZO, 2009, p. 46).

A cidadania mencionada por Peruzzo é história na medida em que o grau de direitos alcançados depende da capacidade de articulação civil e da correlação de forças no embate político. Liberdade e igualdade são os princípios básicos da cidadania, e o desenvolvimento de uma sociedade pode ser medido pelo grau com que esses princípios são expressos e exercitados na forma de direitos e deveres. Assim, o direito à arte, educação, lazer, habitação, informação, entre outros, deveria ser desfrutado com igualdade e liberdade, para a realização plena da cidadania em qualquer território.

A situação desigual e de injustiça social é consequência dos sistemas político, econômico e social pouco preocupados com a maioria da população, aqueles em situação de pobreza e vulnerabilidade. Nessas condições, a articulação popular torna-se mais forte diante das adversidades.

De 1945 até os dias atuais, as concepções de desenvolvimento vêm sendo revistas. Inicialmente, na década de 1950, a ideia era estimular o desenvolvimento das nações pobres e com dificuldades de toda espécie mediante a modernização, ou seja, promover a difusão de capital e inovações tecnológicas por meio da industrialização, dos países ricos do Ocidente aos países do Terceiro Mundo (PERUZZO, 2007, p. 47).

Esse estímulo, pouco aplicável, trouxe graves consequências para as nações mais pobres. Atualmente, vivemos um movimento de mudança nesse processo cuja tendência pressupõe a participação ativa da população local como protagonista social, a sustentabilidade, o respeito às necessidades dos cidadãos e a articulação destes junto ao Estado. Essa participação se dá, em maior escala, com o surgimento dos segmentos sociais organizados, em especial os chamados de terceiro setor. A expressão “terceiro setor” é uma tradução do termo em inglês *third sector*, que, nos Estados Unidos, é usado como “organizações sem fins lucrativos” e prevê atuar na mediação entre o governo e a população. Tendo em vista os objetivos do presente artigo, não nos ateremos a este tema em questão.

PROTAGONISMO SOCIAL E EMPODERAMENTO

O termo empoderamento vem sendo empregado em diversos discursos. Está na fala dos movimentos sociais, do Estado, das empresas privadas; dessa maneira, muitas vezes, parece ter perdido sua referência. Afinal, qual é origem do termo?

Segundo Iório (2002), uma das primeiras conceitualizações sobre empoderamento surgiu nos anos 70, com o movimento *Women In Development* (WID) – Mulheres no Desenvolvimento, em português –, com uma noção de empoderamento fortemente vinculada à noção de “poder sobre”, de controle sobre os outros e sobre recursos. Para que houvesse um empoderamento, seria necessário inverter a situação de poder. Essa noção de poder traz a ideia subjacente de que para uns ganharem poder, outros terão de perdê-lo, causando forte resistência por parte daqueles que se sentem ameaçados. Além disso, mantém a mesma lógica de estruturação de poder na sociedade, segundo a qual alguns detêm e outros não, sem, contudo, questionar-se sua distribuição. “O poder não se aplica pura e simplesmente como uma obrigação ou uma proibição aos que ‘não têm’, ele os investe, passa por eles, apóia-se neles, do mesmo modo que eles, em sua luta contra esse poder, apóiam-se por sua vez nos pontos em que ele os alança” (FOUCAULT, 2005, p. 26).

97

O conceito de poder oriundo do pensamento de Foucault nos permite refletir sobre as relações que o permeiam. O que existe são práticas, algo que se exerce e se efetua; uma ligação direta entre Estado e poder, como uma denominação concentrada e difundida de maneira idêntica em outros setores do cotidiano da sociedade. O pensamento de Foucault (2005) procura explicitar os micropoderes, presentes em todas as relações, em diferentes locais; basta que haja interação entre as pessoas para que a relação de poder se efetue.

O autor abarca a relação de poder em duas vertentes: a concepção negativa, um poder repressor, coercitivo, manipulador, identificado ao poder do Estado; e a concepção positiva, o poder visto como elemento transformador, que possibilita a desassociação direta entre domínio e repressão. Para Foucault (2005), a concepção negativa do poder não seria capaz de manter as pessoas sob domínio, sendo a concepção positiva mais eficiente na medida em que os discursos que são produzidos são transformados em verdades.

Nesse contexto, a disciplina torna-se um meio específico de controle, baseado nos saberes anteriores. “O exercício do poder cria perpetuamente saber e, inversamente, o saber acarreta efeitos de poder” (FOUCAULT, 2005, p. 142). A concepção positiva do poder tem característica disciplinar, apropria-se dos corpos por meio de simples instrumentos e procedimentos estabelecidos. “A disciplina fabrica indivíduos; ela é a técnica específica de um poder que toma os indivíduos ao mesmo tempo como objetos e como instrumentos de seu exercício” (FOUCAULT, 2005, p. 143).

A compreensão das concepções de poder cunhadas por Foucault (2005) denota de forma bem pontual a relação de saber com a noção de poder. Trata-se, portanto, de uma perspectiva do empoderamento – conceito



empregado sob a premissa de apropriação de conhecimento e da transformação da realidade – que, por meio da ação dos membros da sociedade, possibilita mudanças de qualquer natureza sobre suas vidas, seu cotidiano, seu próprio desenvolvimento.

Pretende-se ressaltar aqui que, com base no pensamento de Foucault, pode-se definir que as pessoas têm poder sobre si mesmas. Se uma pessoa ou organização “empoderar” a outra, essa ação não estará isenta de poder, seja ele qual for. Dessa forma, o poder, instituído por alguém, dado ao menos favorecido, por exemplo, pode ser facilmente restituído por ele.

Se refletirmos a respeito da perspectiva do exercício da cidadania na sociedade contemporânea, podemos correlacioná-lo com poder instituído pelo Estado. No Brasil, diversos instrumentos foram criados, a fim de estimular a participação social. São exemplos a assembleia pública, o orçamento participativo, a Lei de Acesso à Informação, entre outros instrumentos. Evidenciamos, contudo, que os cidadãos devem conhecer e compreender como se estabelece sua participação: devem ser preparados para exercer o direito de participar; caso contrário, o “poder” que lhe foi atribuído não se efetivará.

Segundo Iório (2002), o Estado, as Organizações da Sociedade Civil podem ter um papel fundamental, tanto dificultando o processo de empoderamento quanto o facilitando, propiciando um ambiente de maior acesso à informação, a recursos econômicos e serviços básicos, promovendo mudanças na cultura institucional ou negligenciando as desigualdades. Nesse sentido, é importante que a comunidade acadêmica estude as questões que permeiam as relações da sociedade sob suas diversas perspectivas: sociológica, antropológica, psicológica e da gestão pública, para contribuir assim com a promoção de mudanças e reconfigurações dos valores vigentes, através da construção de novos saberes que partem da escuta das pessoas excluídas e do que elas têm a dizer sobre a sua situação. Englobando as esferas de análise no âmbito da implementação de políticas públicas e das ações da sociedade civil, é possível trabalhar suas inter-relações.

Como percebemos, o empoderamento deve ser conquistado pelas pessoas ou mesmo catalisado por agentes externos que visam, de alguma forma, reduzir as desigualdades. As várias denominações, como associações, fundações, organizações não-governamentais, entre outras, podem propiciar a real participação da sociedade e promover mudanças significativas para o contexto social. Essas organizações podem ser instrumentos pelos quais os grupos excluídos podem superar problemas relacionados à submissão ao Estado.

Algumas pessoas acabam por desenvolver movimentos próprios no sentido de modificar os já existentes, provocando assim transformações em seu contexto. Tornam-se, portanto, atores sociais por meio de sua “participação”, conceito esse apresentado por Gohn como:



Um processo de vivência que imprime sentido e significado a um grupo ou movimento social, tornando-o protagonista de sua história, desenvolvendo uma consciência crítica desalienadora, agregando força sociopolítica a esse grupo ou ação coletiva e, gerando novos valores e uma cultura política nova (GOHN, 2005, p. 30).

Em suma, cabe comentar que, continuamente, a dinâmica histórica transforma os significados para os sujeitos. Chauí (apud SADER, 1988, p. 10) aponta “os movimentos sociais como criadores de um novo sujeito social e histórico”. Contudo, nesse contexto, o cotidiano passa a ter novo significado a partir da ação de seus agentes “ao experimentar suas ações como lutas e resistências” (SADER, 1988, p. 12). Associando tal resistência ao pensamento de Foucault, estamos falando sobre a relação de poder, nesse caso, capaz de resistir, lutar e transformar sua realidade.

na objetivação transparece, pois, a responsabilidade história do sujeito: ao reproduzi-la criticamente, o homem se reconhece como sujeito que elabora o mundo; nele, no mundo, efetua-se a necessária mediação do autor e conhecimento que personaliza e conscientiza como ator responsável de sua própria história. (FREIRE, 1987, p. 17).

Freire (1992), entre outras expressões de sua autoria, nos apresentou o termo “empoderamento” com o sentido de dar poder à alguém para realizar uma ação sem precisar do consentimento de outra. Para o renomado educador, a pessoa, o grupo ou a instituição empoderada é aquela que realiza, por si mesma, as mudanças e ações que levam a evoluir e a se fortalecer.

Então, se retomarmos a nossa reflexão sobre o termo empoderamento, de acordo com os conceitos discutidos até aqui, podemos compreender que os indivíduos em situações de vulnerabilidade, subordinados às políticas e privações econômicas, se empoderados, deixam o lugar de vítima para assumir a participação real de suas próprias condições. Entretanto, torna-se necessária uma articulação coletiva, apresentando novos conhecimentos, instituindo novos espaços para o diálogo, a fim de ampliar o seu impacto social e político.

EDUCOMUNICAÇÃO: A INTER-RELAÇÃO ENTRE A EDUCAÇÃO E A COMUNICAÇÃO

No Brasil, a Universidade de São Paulo instituiu o primeiro curso de Licenciatura em Educomunicação na segunda década do século XXI. Desde 1990, o exercício do profissional de Comunicação/Educação no ensino formal é discutido, bem como os fracassos para introduzir as tecnologias no ensino médio (conforme Lei de Diretrizes e Bases, de 1996). Essa discussão foi desenvolvida por Soares, que aponta o conceito de educomunicação:

Partimos da premissa de que a educomunicação, conceito que – no entendimento do Núcleo de Comunicação e Educação da USP – designa um campo de ação emergente na interface entre os tradicionais campos da educação e da comunicação, apresenta-se, hoje, como um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os segmentos humanos, especialmente da infância e da juventude (SOARES, 2011, p. 15).

É notório que as novas gerações assumem a responsabilidade de ajudar na construção de uma sociedade mais humana, democrática e solidária quando orientadas por pais e educadores significativos, que possibilitem o acesso à comunicação e às tecnologias, na área de mídia e educação. O conceito educomunicação reconhece o direito à expressão por meio da mídia e de seu público, de forma a ampliar o potencial comunicativo, principalmente diante do contexto escolar (docentes, alunos e comunidades). Esse conceito também vem sendo discutido nos estudos sobre comunicação. A exemplo, citamos a autora Cicília Peruzzo (2007), que descreve a importância de veículos comunitários como instrumentos que potencializam o intercâmbio de informações e, logo, a inserção do cidadão nas discussões sociais. Ela cita o exemplo do envolvimento com o fazer de uma rádio comunitária.

A rádio comunitária é pouco custosa, fácil de manejar e tem a vantagem de alcançar a todos os membros da comunidade em sua própria língua. Como meio de comunicação de massa, incrementa consideravelmente o potencial de desenvolvimento implícito no intercâmbio de informação, de conhecimento e de experiência. A rádio comunitária não só informa, educa e entretém, mas dota a comunidade de mais poder ao outorgar a palavra a todos “sem-voz”, com o que favorece a transparência nos assuntos políticos (UNESCO apud PERUZZO, 2007, p. 75).

Além disso, a autora aponta suas considerações sobre a relação entre a comunicação comunitária e a educação, no que tange as questões de cidadania.

A importância da comunicação comunitária enquanto meio facilitador do exercício dos direitos e deveres de cidadania é inegável em muitas localidades no Brasil e por onde ela se efetiva na perspectiva de uma comunicação pública. Talvez esta seja a razão da falta de políticas condizentes para o setor no Brasil, comprovada pela perseguição às rádios comunitárias (têm sido fechadas, em média, 200 emissoras por mês nos últimos tempos) e por uma legislação que procura mais dificultar do que favorecer a sua ação. Afinal, o desenvolvimento social não interessa a todos os setores da sociedade (PERUZZO, 2007, p. 75-76).

Entendemos que a razão de ser do meio comunitário de comunicação está baseada no compromisso com a melhoria das condições de existência e de conhecimento dos membros de uma “comunidade”, ou seja, na ampliação do exercício dos direitos e deveres de cidadania (PERUZZO, 2009). A autora comenta que essa ampliação está relacionada ao avanço na qualidade de vida das pessoas da comunidade e ressalta que isso tudo pressupõe:

a) Igualdade de acesso aos bens econômicos e culturais; b) possibilidades de participação política – desde participação nas pequenas associações até nos órgãos dos poderes públicos; c) usufruto das benesses geradas a partir da riqueza produzida socialmente e redistribuída por meio de salários e dos serviços de educação, saúde, transporte, segurança, tecnologia de comunicação etc. (PERUZZO, 2009, 76).

Esses são elementos que devem permear as reivindicações e mobilizações sociais. Parafraseando Demo (1995), a cidadania não é um presente dos governos, ela deve vir das organizações, das articulações sociais. Espera-se a ampliação dos direitos



e deveres, não só dos que já foram conquistados, como o voto, mas também de muitos outros ainda não foram conquistados, sendo elementos da visível desigualdade social, como a igualdade de acesso a bens e serviços. Contudo, dizemos que a efetivação dessa ampliação pode ocorrer de várias maneiras e, sobretudo, por meio da participação da comunicação no processo de fazer rádio, jornal etc. (PERUZZO, 2007).

Alguns autores pesquisados na área da comunicação comunitária realizaram estudos sobre rádio, apresentando seu papel e o processo de participação da comunidade. Sobre isso podemos citar que: [...] “Fazer rádio comunitária é uma forma alternativa de exercer a cidadania e estabelecer laços sociais mais amplos com o conjunto da sociedade” (NUNES, 2007, p. 116).

Nessa mesma concepção, mas sobre o ponto de vista do processo de gestão da rádio comunitária, Peruzzo ressalta:

No âmbito dos conteúdos e da gestão, quanto mais democrática for uma rádio comunitária, mais estará contribuindo para ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania. Nesse sentido, é recomendável que alguns princípios norteadores sejam levados em conta, tais como: participação ativa, democracia, caráter público (programação cidadã), autonomia, gestão coletiva, vínculo com a cultura local, sem fins lucrativos (PERUZZO, 2007, p. 77).

Esses aspectos, quando são reproduzidos em um veículo de comunicação comunitária, permitem inserir os participantes não só como receptores dos conteúdos, mas também como emissores, agentes responsáveis pelo processo de informação e articulação das demandas locais. Dessa forma, configura-se não só a participação da comunidade, mas também a ampliação da cidadania.

A configuração da comunicação comunitária pode ser compreendida sob vários aspectos e não se limita às alternativas apresentadas nesse estudo. Entretanto, convém citar alguns elementos que permitem direcionar o veículo comunitário em uma perspectiva democrática. O meio comunitário deve servir de canal para o exercício da liberdade de expressão do cidadão e das organizações coletivas comprometidas com as ações de interesse social (PAIVA, 2007).

Segundo a autora, o veículo comunitário deve:

Conceder espaço para a difusão de programas produzidos autonomamente por cidadãos, grupos de jovens e organizações coletivas da localidade. Criar canais (diretorias colegiadas, conselhos, comissões, assembleias, entre outros) para viabilizar a participação efetiva do cidadão e de suas entidades representativas nas instâncias de planejamento e gestão da emissora. Criar sistemáticas de reuniões ampliadas de pauta (ou seja, para além da equipe gestora, contando com a participação de representantes das organizações locais) para a discussão dos assuntos a serem divulgados pelos programas jornalísticos, entre outros (PAIVA, 2007, p. 78-81).

Esses aspectos devem contribuir para aumentar o nível de informação e consciência crítica dos membros da comunidade. É claro que cada veículo de comunicação comunitária terá sua própria trajetória, desenvolverá estratégias diferentes

para incitar a participação dos membros da comunidade. Por isso, tais características não estão completamente presentes em todas as rádios, jornais, blogs e TVs comunitárias, mas, em sua essência, se farão presentes de forma parcial.

É necessário, além de definirmos estratégias participativas coerentes com cada região, ter como princípio direcionador o desenvolvimento progressivo, ou seja, além de estabelecer princípios e diretrizes, a qualidade e a efetividade de qualquer veículo de comunicação comunitária estão diretamente atreladas a critérios claros e à sua missão de contribuir com o desenvolvimento local.

Por fim, cabe salientar que o exercício das atividades de comunicação comunitária requer a preparação das pessoas para o uso das técnicas e tecnologias. Há, portanto, a necessidade de se adquirir competências, o que agrega a noção do direito ao acesso ao conhecimento técnico e especializado em comunicação. Infere-se que o direito à comunicação se vincula à educação formal, não-formal e informal, numa clara demonstração de como os direitos se entrelaçam (PERUZZO, 2007, p. 90).

A preocupação com a preparação das pessoas envolvidas no processo de fazer a comunicação comunitária acontecer também é uma preocupação das entidades sérias que apoiam ou colaboram com o processo. No Brasil, teorizar e sistematizar o estudo sobre a comunicação comunitária ainda tem sido tarefa para poucos pesquisadores, mas aponta-se como um fenômeno virtuoso. A estudiosa Raquel Paiva, a partir de uma perspectiva animadora, apresenta alguns pilares que configuram a presença da comunicação comunitária no campo comunicacional na atualidade e, ainda, aponta a necessidade de reinterpretar o conceito de comunicação comunitária, a fim de incitar o aprimoramento da linguagem e da produção de novas formas discursivas.

A Comunicação Comunitária produz novas formas de linguagem. [...]. O primeiro [movimento] é a capacidade de recontar as histórias em que os indivíduos estão inseridos, de maneira que eles possam se perceber com participantes na construção da história coletiva e, conseqüentemente, possam se qualificar com membros da comunidade atual, resultante desse processo histórico. O segundo movimento refere-se à mudança do próprio vocabulário pelo qual são expressas as histórias individuais, coletivas, passadas e presentes. Ou seja, mudar a forma como as pessoas são normal e rotineiramente descritas, usando palavras com sentido diferenciado e até mesmo criando novas expressões [...] (PAIVA, 2007, p. 137-147).

O que observamos é que, sem dúvida alguma, os dois movimentos (recortar a história e reescrever a si próprio) são capazes de promover grandes mudanças – revoluções linguísticas, inclusive. Isso nos permite dizer que o conceito de comunicação está presente na comunicação comunitária, por estar ao alcance das pessoas, no sentido de possibilitar o acesso à informação, de contribuir para formação dos jovens e, se bem articulada, tem papel crucial no desenvolvimento da sociedade, visto que propiciará aos cidadãos mais conhecimento, mais autonomia e um novo espaço para incitar as mudanças necessárias.



Acreditamos que quanto mais pessoas estiverem envolvidas com a comunicação comunitária, mais chance terá a democracia. Mais pessoas terão direito à informação, à educação, à comunicação, à expressão, à construção de um espaço para discutir questões sociais, buscando contribuir com a equiparação dos direitos e a diminuição das desigualdades sociais. Assim, vislumbramos a ampliação do exercício de cidadania e, como consequência, mais qualidade de vida para os membros da nossa sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, a sociedade dispõe de diversos recursos que, se utilizados com sabedoria, podem ser úteis ao desenvolvimento e à diminuição das desigualdades sociais. Entre eles estão a liberdade de expressão e a utilização dos diversos recursos tecnológicos da nova geração. No que diz respeito àqueles instrumentos implementados pelo Estado, há vários exemplos, como os conselhos de políticas públicas, observatório social, ouvidoria, entre outros que favorecem ao cidadão uma aproximação do Estado e, logo, a possibilidade de intervir sobre as próprias necessidades. Entretanto, ainda são pouco conhecidos pela maioria das pessoas.

A Lei de Acesso à Informação, de nº. 12.527/2011, por exemplo, objetiva-se à transparência do Estado. A ideia é tornar menos obscura as formas de administração dos recursos públicos, concedendo ao cidadão a possibilidade de fiscalizar os gastos do Estado. Nesse sentido, admitimos que o Estado estabelece um instrumento que empodera o cidadão, pois lhe confere o direito de questionar a aplicabilidade dos recursos. Embora esteja implementada, sua efetividade depende do cidadão, na medida em que diz respeito ao dever de conhecer e compreender as informações divulgadas e, sobretudo, de refletir sobre interesses coletivos.

A participação social encontra-se em um processo de aperfeiçoamento, pois o cidadão deve estar preparado para o exercício da cidadania, para assim se tornar o protagonista de sua história. Ele deve estar constantemente informado sobre a gestão das políticas públicas, mas por meios próprios também, por exemplo, por intermédio da comunicação comunitária, ou seja, por meio de seus próprios instrumentos; ele não deve esperar que somente o Estado ou as organizações sem fins lucrativos sejam capazes de empoderar as pessoas e suas ações. A busca por uma sociedade mais justa e igualitária deve ser sempre construída por todos os agentes sociais, num processo de mudança e aprendizado contínuo.

Há, portanto, que se estimular a conscientização da população. É preciso formar indivíduos críticos, capazes de participar das mudanças sociais, devemos investir nos jovens que, por falta de interesse, acabam abandonando os estudos. As escolas, bem como os educadores, devem estar preparados para receber os jovens que vivem em um mundo globalizado, no qual existe acesso

rápido e diversificado à informação. Neste caso, a Educomunicação se encaixa como possibilidade de incluir atividades prazerosas, que fazem uso dos meios de comunicação (internet, rádio e TV, por exemplo), nos conteúdos escolares, para a promoção do aprendizado.

Diversas medidas são necessárias para atingir melhorias no cenário atual. O cidadão, não só por meio de instrumentos participativos criados pelo governo, mas também por meio de atividades sociais, como a comunicação comunitária, pode ampliar seu envolvimento com as questões sociais e sugerir melhorias na administração pública. O poder de decisão não deve ficar apenas nas mãos de poucos, é necessário o investimento na educação e nas ações de comunicação, principalmente nas comunidades, nas quais a comunicação pode atingir a grande massa, onde o cidadão pode ouvir e ser ouvido, adquirir e trocar experiências, criar maior autonomia e, assim, contribuir para as transformações econômicas, políticas e sociais necessárias.

Diante do exposto, a ampliação da cidadania deixa claro o papel do sujeito como responsável pelo exercício pleno da cidadania, bem como por exigir uma nova postura do Estado para a promoção de estruturas mais democráticas. É preciso que o sujeito reafirme e aplique seus direitos independentemente de partido político, sindicato ou empresa. Suas reivindicações devem ser vistas, por parte do Estado, como negociações da coletividade, do interesse em minimizar a desigualdade social a partir das demandas da sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FREIRE, P. *Pedagogia da esperança: um encontro com a Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- FOUCAULT, M. *Microfísica e poder*. 21. Rio de Janeiro: Graal, 2005.
- GOHN, M. G. *O Protagonismo da Sociedade Civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias*. São Paulo: Cortez, 2005.
- IORIO, C. Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos. In: ROMANO, Jorge; ANTUNES, Marta (Org.). *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002. p. 21-44.
- MARSHALL, T. H. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1967.
- NUNES, M. V. Exercício da cidadania face à redefinição da esfera pública social. In: PAIVA, R. (Org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- PAIVA, R. (Org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- PERUZZO, C. M. K. Rádio comunitária, educação e desenvolvimento. In: PAIVA, R (Org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- _____. Relações Públicas nos movimentos sociais e nas “comunidades”: princípios, estratégias e atividades. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, 2009.
- SADER, E. *Quando novos personagens entraram em cena*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- SOARES, I. O. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio*. São Paulo: Paulinas, 2011.

Cartografia das Redes da Revolta: fluxos políticos de oposição radical no Facebook

Cartography of revolt networks: extreme opposition political flow on Facebook

Marcelo Alves dos Santos

Jornalista (UFSJ) e mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF)

Resumo

Este artigo se dedica ao estudo empírico exploratório do surgimento da rede de oposição radical, que aciona a retórica antipetista e antiesquerdista no Facebook. A partir de procedimentos metodológicos de mineração de dados e de análise de sites redes sociais, investigam-se as ligações de um conjunto de páginas não oficiais como um movimento ideológico reacionário neoconservador. O mapeamento indica a articulação difusa de canais antipetistas em seis subgrupos: militarista, fontes de informação, anticorrupção, anticomunismo, direitista e humorista. A divisão representa as disputas simbólicas de um discurso neoconservador que relembra traços ideológicos integralistas, nacionalistas e anticomunistas, mas que se reconfigura na contemporaneidade pela contraposição à alteridade política identificada como petista, esquerdista e bolivariana. As fanpages consomem e ressignificam as mensagens de acordo com convicções enraizadas de cinismo e de descrédito direcionados às instituições oficiais em um contexto de 12 anos da virada à esquerda no Governo Federal brasileiro. Por fim, levantam-se questionamentos e apontamentos para pesquisas futuras.

Palavras-chave: comunicação política; mídias sociais; antipetismo; direita; cartografia.

Abstract

This paper is dedicated to the exploratory empirical analysis of the extreme opposition network's emergence on Facebook. An object is identified by yielding a hostile anti-leftist and antipetista rhetoric. Drawing on data mining and online social network analysis methodological procedures, the work investigates the formation and articulation of this set of unofficial fan-pages as a neoconservative reactionary ideological movement. The mapping indicates the diffuse articulation of channels on six distinct subgroups: militarist, information sources, anticorruption, anticomunism, rightist and humorous. This division represents some symbolic branches that exist inside a neoconservative discourse. This movement recollects past integralistas, nationalists and anticomunists ideological traits. But this discourse is reconfigured through the exclusion of traits of the political identity otherness, identified as petista, leftist and bolivariana. The fan-pages consume and contextualize the messages according to rooted convictions of cynicism directed towards the official political institutions in a conjuncture of 12 years after the Brazilian government left turn. At the end, the paper indicates remaining questions and an agenda for future research.

Keywords: Political Communication; Social Media; Antipetismo; Right; Mapping

INTRODUÇÃO

Um conjunto de diversos agentes surge e ganha reconhecimento no Facebook de modo difuso para atacar o Governo Federal, espelhado no Partido dos Trabalhadores (PT) e em sua base aliada, a partir de práticas que mobilizam o discurso da intolerância partidária, seguindo gramáticas e culturas próprias das redes sociais digitais. Inúmeras fanpages não oficiais com orientações ideológicas variadas mobilizam discursos de oposição radical ao governo e às ideias identificadas como esquerdistas. São forças que minam a legitimidade das instituições políticas a partir de um posicionamento de ressentimento e de cinismo. Este artigo busca estudar e levantar questionamentos iniciais acerca do surgimento da rede de oposição radical no Facebook, mapeando quais são e como se articulam as principais páginas reconhecidas no site de relacionamentos pela retórica do antipetismo. A partir de métodos de mineração de dados e de análise de redes sociais, encontram-se seis subgrupos: militarista, fontes de informação, anticorrupção, anticomunismo, direitista e humorista, que representam a diversidade ideológica e as disputas simbólicas na rede, reconfigurando elementos da cultura política de direita radical nacional.

Assim, o trabalho descreve e investiga empiricamente a formação e articulação de processos comunicacionais que ocupam espaço de antagonismo ao Governo Federal no Facebook, destinados a disseminar um clima de revolta contra as instituições e as personalidades políticas de situação, mas sem assumir ou projetar afiliação partidária coesa. Nesse sentido, pretende-se oferecer chaves analíticas iniciais que possam elucidar os fluxos políticos antipartidários em um ambiente midiático não institucional, no qual canais, muitas vezes de autoria anônima, atuam sistematicamente na proposição de agendas de ataque ao governo petista.

Para isso, problematiza-se como definir a gama de páginas que se mobilizam radicalmente contra as ideologias de esquerda, sobretudo o socialismo e o comunismo. O argumento deste texto sugere que sejam metamorfoses de um discurso ambivalente que, embora nem sempre se autodenomine de direita, simboliza reconfigurações de matizes e de valores conservadores direitistas em um contexto contemporâneo de virada à esquerda na política da América Latina, 12 anos depois da chegada do Partido dos Trabalhadores à Presidência do Brasil.

Compreende-se a emergência da rede de oposição radical no Brasil como um fenômeno que, a princípio, representa o descontentamento de parte da população com o Governo Federal petista, resultando em rejeição e em hostilidade nos discursos que circulam nas redes. Esse processo comunicacional de oposição é reflexo, em parte, do desgaste na avaliação de Dilma Rousseff e dos seguidos escândalos de corrupção noticiados pela imprensa (MELO; SANTOS, 2013). Contudo, entende-se que esse movimento discursivo também simboliza um reagrupamento discursivo da opinião pública brasileira, a partir do surgimento de grupos neoconservadores de oposição radical nas mídias sociais.

O trabalho foi organizado da seguinte forma: realiza um breve resumo da evolução histórica sobre os estudos sobre as direitas na América Latina e no Brasil, a fim de suscitar eixos de debate que alimentem a reflexão acerca da rede de oposição radical do Facebook. Em seguida, apresenta e descreve os procedimentos metodológicos, a análise de redes sociais on-line e a cartografia das fanpages de oposição no Facebook. Por fim, os resultados são investigados à luz do recorte teórico proposto, indicando como o antipetismo acionado pelo objeto exclui elementos considerados de esquerda, sem, todavia, se definir como um bloco coeso de direita. As considerações finais problematizam os achados e levantam questões remanescentes para pesquisas futuras.

EVOLUÇÃO DAS DIREITAS NA AMÉRICA LATINA E A *LEFT TURN* CONTEMPORÂNEA

A literatura aponta que a formação das direitas na América Latina no século XX esteve intrinsecamente relacionada ao clientelismo, ao catolicismo e ao anticomunismo, sendo representada de forma complexa em cada país (BOISARD, 2014). Em geral, há traços remanescentes do pensamento nacionalista, integralista e conservador enraizado desde o colonialismo (ROMERO, 1970). Pode-se definir direita como um conjunto de grupos que vai além da afiliação partidária e que possui atitudes políticas similares. Volta-se, então, para culturas políticas e sensibilidades que se aproximam do espectro da direita em quatro aspectos: (a) ideológicos, defendem a ordem perene; (b) psicológicos, com traços violentos ou autoritários; (c) conformistas, prezam pela estabilidade de seu status; e (d) popular, marcado por paternalismo, clientelismo, religião e superstição (ROMERO, 1970; BOISARD, 2014).

Destaca-se um período de ascensão de grupos fascistas no século XX com considerável base social e influência nos quadros políticos nacionais no México, no Chile, na Bolívia e, de modo mais contundente, na Argentina – como a Liga Patriótica Argentina, a Legião Cívica Argentina e a Aliança Anticomunista Argentina – (ALMEIDA, 2008) e no Brasil – Ação Integralista Brasileira e Partido de Representação Popular – (BARBOSA, 2008). Embora representem diferentes conjunturas nacionais, os movimentos partilhavam do chamado “medo vermelho”, dirigido contra as doutrinas comunistas em voga na época, bem como enquadrando a esquerda como subversiva e antipatriótica.

Na eleição presidencial de 1989, o alinhamento ideológico esquerda/direita girou em torno da percepção de como os candidatos se posicionavam em temas socioeconômicos, como ação do Estado na economia, e em relação à mobilização social. A eleição de 1989 marcou o crescimento de Fernando Collor, com uma retórica de centro-direita populista, antipartidária, antipolítica e antiestado, com considerável incidência de votos de protesto (SINGER, 1999). “A análise dos dados mostra que o eleitor brasileiro [...] é *sensível ao debate ideológico*, ao contrário do que reza o senso comum das interpretações eleitorais no Brasil” (SINGER, 1999, p. 52-3, grifos do autor).

No Brasil, todavia, há um esforço de partidos de direita em desvincular sua imagem do regime ditatorial, fenômeno conhecido como a direita envergonhada (MADEIRA; TAROUÇO, 2011). Nesse sentido, é de se notar que o rótulo de direita remete ao passado, à injustiça, ao egoísmo, à desigualdade e à ditadura, o que resultava em poucos movimentos autodenominados de direita “Está envergonhada de si, esta má consciência da direita só faz dificultar os trabalhos de decifração e deslizar a informação” (PIERUCCI, 1987, p. 38). Contudo, esse fenômeno vai arrefecendo com o passar do tempo, com a renovação de parcelas do eleitorado que não tiveram contato com a ditadura e com a alteração dos quadros partidários e das lideranças políticas.

Na mesma época, em São Paulo, a direita era marcada pelo sentimento de ameaça, desorientação, medo e agressividade direcionada ao outro (PIERUCCI, 1987). É uma base eleitoral, segundo o autor, ativista, que defende a manutenção da ordem, a segurança policial e o recrudescimento da justiça. São religiosos, mas anticlericais, censores morais, críticos da banalidade televisiva e pregadores dos bons costumes e da preservação da família. Ele afirma que estão presentes entre parcelas específicas da classe média paulistana sentimentos declarados contra imigrantes pobres das regiões Norte e Nordeste. No que se refere ao conteúdo ideológico, a nova direita paulistana que se evidencia na década de 1990 se divide em classes mais abastadas, que defendem programas neoliberais e antiesquerdistas, e setores mais pobres, com menor escolaridade, que se identificam com os posicionamentos de conservadorismo moral, autoritarismo e Estado forte (ALVES, 2000).

Além disso, Pierucci também destaca uma grande constelação de camadas médias urbanas que pregam o resgate dos valores e da família contra o que consideram como permissividade e a homossexualidade. Essa extrema-direita aciona o moralismo para atacar movimentos e propostas que alteram a ordem instaurada ou para diagnosticar a crise dos valores e das maneiras. Na década de 1990, as tendências foram da direitização e da volatilização do voto. “Hoje, estão juntas, coligadas, uma direita tradicional, que permanece, e uma que flutua” (PIERUCCI; LIMA, 1991, p. 26, grifo dos autores).

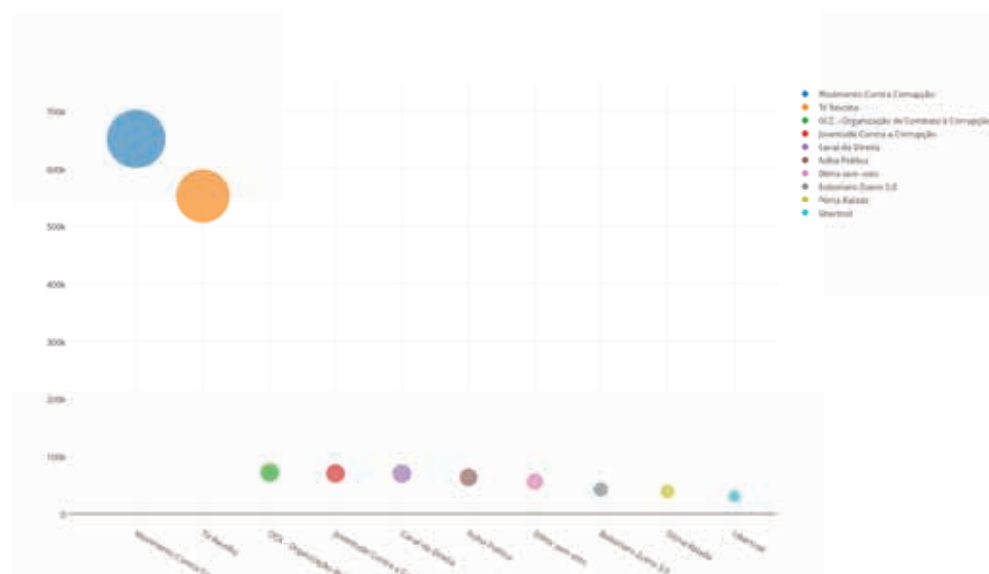
Portanto, o fenômeno de reorganização de grupos que ocupam espaço discursivo contemporâneo de antagonismo ao Governo Federal reestrutura matrizes históricas das direitas nacionais em meio a um contexto sociopolítico particular. Por isso, considera-se a reconfiguração da direita no panorama atual como uma onda de resposta ao processo de virada à esquerda na América Latina (CAMERON, 2009). A corrente teórica aponta o processo histórico de crescimento de partidos à direita no espectro ideológico a partir do sucesso de movimentos de centro-esquerda que chegaram ao poder. Nesse sentido, se a cultura política e as preferências ideológicas dos eleitores não seguiram a guinada à esquerda no Governo Federal, espera-se um movimento de antagonismo vindo dos setores de direita (BOWEN, 2011). De fato, houve queda entre eleitores que se identificavam com temas de esquerda e um aumento da rejeição

ao PT em todos os eixos ideológicos (CARREIRÃO, 2007). Além disso, a distribuição do eleitorado brasileiro se concentra mais à direita e alinhada a aspectos conservadores, sobretudo entre classes populares e menos escolarizadas (AMES; SMITH, 2010).

METODOLOGIA

Foram aplicadas técnicas de análise de sites redes sociais, a fim de desenvolver um mapeamento recriar a cartografia de relação entre as fanpages que se posicionam antagonicamente ao Governo Federal a partir de um viés antipetista e antiesquerdista no Facebook. O processo metodológico apreende extração, processamento, visualização, apresentação e análise da estrutura relacional de redes associativas (RECUERO, 2009). Cada uma delas envolve conhecimentos técnicos e ferramentas específicas. A mineração de dados foi iniciada a partir de levantamento anterior de uma rede-ego – nós de onde se começa a extração de dados – de 40 páginas com maior engajamento no Facebook que dedicam grande parte de suas postagens ao ataque do Governo Federal, com vieses antipetista e antiesquerdista (DOS SANTOS, 2014).

Figura 1 – Mineração de dados



Fonte: figura elaborada pelo autor

Então, realizou-se a mineração sistemática de dados coletados de páginas, utilizando ferramentas chamadas de crawlers. Estes mecanismos obtêm informações públicas automaticamente, reconstruindo as conexões em grafos, relação gráfica entre os vértices e as arestas dos elos “para permitir diferentes análises, incluindo identificação de padrões de comportamento de usuários em diferentes sistemas, identificação de tópicos de interesse dos usuários” (BENEVENUTO ET AL, 2012, p. 88).

Nesse sentido, há diversos mecanismos on-line para realizar essa tarefa. O Netvizz foi escolhido por ser um programa aberto para uso não comercial que extrai dados de perfis, grupos e páginas do Facebook para propósitos de pesquisa (RIEDER, 2013). Com ele, foi possível reconstruir as arestas de ligação entre as fanpages, ou seja, demonstrar a articulação relacional da rede de curtidas entre os canais. Foi empregada a técnica snowball de coleta de dados, isto é, “a partir de um nodo semente. Ao coletar a lista de vizinhos desse nodo, novos nodos são descobertos e então coletados no segundo passos” (BENEVENUTO ET AL, 2012, p. 79).

Por fim, utilizou-se o Gephi, uma plataforma de exploração de dados, para gerar o grafo hierárquico de nós, com o qual se podem aplicar diversos algoritmos para calcular quais são os centros mais influentes da amostra estudada (BASTIAN; HEYMANN; JACOMY, 2009). O resultado, contudo, ainda teve de ser filtrado para excluir todas as entradas que não se relacionavam com o tema do artigo. Devido à natureza dinâmica e orgânica das mídias sociais, deve ser feita a ressalva de que o panorama pode ser alterado com o passar do tempo ou com a inserção de novos temas na agenda nacional.

A informação foi processada utilizando os seguintes algoritmos do Gephi: (a) modularidade, identifica grupos de nós que compartilham conexões entre suas arestas e os reúnem em comunidades; (b) autoridade, mede fatores que determinam a relevância de nós no ambiente; (c) *hubs*, grupos de nós que possuem autoridade; e (d) grau de entrada, quantidade total de conexões que um nó recebeu, isto é, quantas páginas se ligam a ele (VALDEZ ET AL, 2012).

Com isso, utilizou-se o layout Force Atlas 2 para produzir a visualização do grafo, organizado de acordo com os algoritmos escolhidos, e possibilitar a interpretação. O Force Atlas 2 é um dimensionamento de espacialização baseado nas leis da gravidade: os nós produzem força de repulsão entre si, enquanto as arestas os aproximam. Este modelamento da rede atrai pontos bem conectados, formando grupos de nós referentes às ligações entre eles (JACOMY ET AL, 2011). Com isso, pode-se identificar quais páginas são mais influentes, como estão articuladas e quais são as principais comunidades.

RESULTADOS E ANÁLISE

A cartografia das redes complexas é a etapa do procedimento metodológico que dá sentido à grande quantidade de dados extraídos, recriando as relações entre os nós e tornando possível a interpretação, de acordo com o escopo teórico proposto no recorte do artigo. De início, destaca-se a predominância do público paulista em comum com a maioria das páginas, concentrando a análise nesse estado. No que se refere à idade, o público mais envolvido com as fanpages foi bem distinto, variando entre 18 e 55 anos, considerando que o grupo de canais de humor ou trollagem concentra o público de 18 a 24 anos.

Em seguida, foram encontradas as dez principais páginas que mobilizam os fluxos discursivos na rede mapeada. Para isso, foi gerada uma média ponderada entre três variáveis: (a) número de curtidas; (b) engajamento (pessoas falando



sobre); e (c) grau de entrada. A combinação das três medidas visa identificar fanpages que possuem maior público ativo, isto é, que participa das mensagens com alguma ação, e são reconhecidas dentro da rede como objetos de referência. Foram excluídos canais de políticos ou líderes de opinião, a fim de focar o estudo em conteúdos gerados por usuários. Assim, foi criado um ranking na seguinte ordem: (a) Movimento Contra Corrupção; (b) TV Revolta; (c) Bolsonaro Zuero 3.0; (d) Olavo de Carvalho; (e) FORA PT; (f) OCC – Organização de Combate à Corrupção; (g) Este é um Idiota Inútil; (h) Direita Política; (i) Eu era esquerdista mas a zuera me curou 1.0; (j) Jovens de Direita.

Utilizando a medida de modularidade, foi analisada a proximidade de ligações entre os nós para agrupá-los em comunidades. “Quanto mais densas as interconexões entre um determinado grupo de nós, maiores as chances de eles constituírem um módulo na rede. Ela tende a separar clusters de nós dentro da rede” (RECUERO, 2014, p. 68). Com isso, foram identificados seis subgrupos majoritários na cartografia. Assim, indica-se uma tipologia baseada nos diferentes discursos acionados por cada um.

Figura 2 – Grupos majoritários



Fonte: figura elaborada pelo autor

(a) **Militarista:** de amarelo, está o *hub* que possui duas páginas ao centro: Comando de Caça aos Corruptos e Organização de Combate à Corrupção. Ao redor, há diversos canais que se ligam a setores militares (Intervenção Militar Já; Orgulho de Servir, Eu sou Caveira) e ao Judiciário (Brasil contra a Impunidade; Brasil contra a Corrupção). É grupo que se dedica à exaltação das forças policial e militar, tratando de temas como a redução da maioridade penal, a tolerância zero contra “bandidos”, o resgate da ordem e dos valores tradicionais.

(b) **Fontes de informação:** a parte em vermelho possui fanpages oficiais de meios de comunicação, como *Veja*, *Estadão*, *Exame*, *O Globo* e *Folha de S.Paulo*; do PSDB e de políticos como Geraldo Alckmin, Fernando Henrique Cardoso, Ronaldo Caiado e Aécio Neves; bem como dos columnistas Reinaldo Azevedo e Ricardo Noblat. Já que nenhuma delas foi utilizada como grau de saída, conclui-se que estejam ilustradas no grafo a partir de ligações dos demais nós, representando fonte de informação, líderes de opinião ou referência.

(c) **Anticorrupção:** em azul, outro subgrupo orientado contra a corrupção, encabeçado pelo Movimento Contra a Corrupção e suas seções estaduais. As arestas apontam para nós como: Juventude Contra a Corrupção, Povo Brasileiro, Chega de Corruptos, Isso é Brasil, Dia do Basta, Mensaleiros na Cadeia e o Partido Novo. Mais ao centro estão TV Revolta e Política na Rede. É notável a presença do tema da corrupção petista na rede de oposição radical, articulando mensagens de rejeição e de sentimento de impunidade contra os escândalos extensamente divulgados pela imprensa. Além disso, enfatiza-se que os desvios morais são percebidos majoritariamente na figura do PT, direcionando apelos por justiça e medidas drásticas contra suas lideranças.

(d) **Liberal e anticomunista:** em roxo, está um *cluster* declarado liberal e anticomunista. Entre as principais fanpages, ressaltam-se Resistência anti-socialismo (nazismo, comunismo e outras doutrinas vermelhas), Libertarianismo, Libertários, Foco Liberal, Marx da Depressão, PT da Depressão, Porco Capitalista, Mulheres Contra o Feminismo, Manifestação Contra o Foro de São Paulo, Comunista de Rolex e Esquerda Caviar. Esse conjunto de páginas representa uma metamorfose contemporânea e ambivalente do discurso anticomunista, fazendo referências desde a temas liberalistas, como a crítica ao Estado de Bem-Estar, até a suposta “ditadura bolivariana do PT”. É um indício que aponta para as reconfigurações do “medo vermelho”, relacionando a virada à esquerda em governos da América Latina a um movimento que iria ao encontro do modelo político e econômico de Cuba.

(e) **Reacionários, moralistas e direitistas:** a grande comunidade verde se divide entre canais que se assumem como reacionários de direita, apoiadores do deputado federal Jair Messias Bolsonaro (PP-RJ), e humoristas. Notam-se Canal da Direita, Direita Já, Direita Política, Bolsonaro Zuero 3.0, Jovens de Direita, Super Reação, a Direita Vive, Fora PT, Anti neo-ateísmo, Resistência Nacionalista, Esquadrão Conservador e Politicamente Irado. Ademais, três

páginas de líderes de opinião midiáticos estão localizadas mais ao centro: Olavo de Carvalho, Paulo Eduardo Martins e Rachel Sheherazade, além do humorista Danilo Gentili. Pelo acentuado número de ligações, são canais de considerável influência entre os nós próximos, até com fãs-clubes destinados a repercutir suas mensagens, como Admiradores de Rachel Sheherazade e Musas Olavettes.

(f) **Trolls e humor:** na rede, também é perceptível um subgrupo voltado ao apelo humorístico, utilizando frequentemente memes e montagens para disseminar comentários ácidos contra as ideologias e personalidades identificadas como de esquerda. Chamam a atenção, entre eles: Cristão Opreçor, Ursinhos Bolivarianos, Esté é Alguém do PT, Este é um Idiota Útil, Segura o Che, Direita Politicamente Incorreta. É um fenômeno recorrente e sintomático da linguagem das mídias sociais, apropriando-se de temas políticos com abordagens irônicas, chavões e piadas.

A cartografia indica que a rede de oposição radical se organiza de forma orgânica, descentralizada, fragmentária e sem proposta de ação em longo prazo. Em comum, os canais reivindicam um espaço discursivo de oposição com a finalidade de tirar os agentes do PT e de sua base aliada do Governo Federal. A retórica do grupo assume tons agressivos, ora apelando para o sentimento de revolta, ora atacando a corrupção, indicando uma política de visibilidade sustentada pelos sentimentos de frustração e cinismo. “A página nunca apoiou nenhum partido, mas é evidente que estamos fazendo uma campanha contra o PT nesse momento, já que 99,9% do nosso público apoia e quer a derrota do PT nas próximas eleições. A insatisfação do povo faz com que tomemos essas ações” [1]. As mensagens, então, adotam estratégia nós X eles para caracterizar as lideranças dos partidos da base governista como inimigos que devem ser derrotados a qualquer custo. Os temas abordados são muito variados, como moralismo, corrupção, militarismo e comunismo.

Entende-se que esse grupo apresenta um fenômeno de notável relevância na circulação das informações políticas contemporâneas. Isso porque constitui um locus discursivo que passa ao largo de instituições tradicionais como governo, sindicatos, partidos e associações. Também não faz parte da mídia tradicional, de líderes de opinião ou dos recentes blogueiros comentaristas de política. Ao contrário, é reconhecida no Facebook por um público agregado de milhões de curtidas, postura de enfrentamento e mensagens hostis dirigidas contra agentes de situação do Governo Federal, petistas, deputados e lideranças consideradas de esquerda. Torna-se, portanto, um espaço de comentário político que respeita lógicas e normas particulares, colocando-se como alternativa à mídia tradicional e aos blogueiros progressistas.

Há a presença do que pode ser considerada a velha extrema-direita, fazendo referências ao integralismo, ao nacionalismo e ao Exército, além de características emergentes configuradas no ecossistema particular das redes digitais. O grupo se opõe claramente às ações neonazistas e neofacistas por

considerá-las resquícios do comunismo e do socialismo – as “doutrinas vermelhas”. Nos fluxos performáticos de oposição nas mídias digitais, encontra-se a preocupação em se desvencilhar da conotação histórica negativa da direita brasileira, sendo que poucos canais apoiam abertamente a volta do governo militar. A própria posição de direita é problematizada pelos diversos subgrupos, sendo adotada e exaltada por alguns e desconsiderada por outros, que preferem se caracterizar como apartidários e sem afiliação político-ideológica.

A rede de páginas de oposição no Facebook não se preocupa em definir filiação partidária. Algumas comunidades se destinam ao apoio a candidatos como Jair Bolsonaro (PP-RJ), mas, em geral, dispensam estruturas partidárias e não fazem campanha aberta a nenhum candidato à Presidência do Brasil. É o discurso de antagonismo e da revolta contra a situação que as une. Levando em consideração os apontamentos de Comparato (2014), nenhum partido representa atualmente esses sentimentos de indignação. Contudo, enfatiza-se, segundo Norris (2005), que as alterações na opinião pública pressionam as bases oposicionistas a modificar suas propostas. Essa configuração dinâmica do mercado eleitoral carrega potencial de pressionar agentes de centro-direita a assumir programas mais conservadores.

A definição de um grupo heterogêneo, de fato, suscita inúmeros desafios teórico-metodológicos. Nesse sentido, enfatiza-se que, embora a quantidade de eleitores que se autoidentificam como de direita seja superior aos que se identificam como de esquerda, muitos não conseguem explicar razoavelmente o que significam essas representações ideológicas (CARREIRÃO, 2007; AMES e SMITH, 2010). Ao mesmo tempo, parcelas do público se aproximam de posicionamentos e de conteúdos programáticos clássicos da direita, sem, todavia, assumir essa afiliação ideológica. Certamente, a diferenciação direita/esquerda é confusa e ambivalente para o eleitorado não especializado, sendo assimilada, até 2002, como um posicionamento de oposição ao governo (LOURENÇO, 2007). Ainda assim, são atalhos cognitivos de relevância na apreciação de programas, de temas e de ideias do mundo da política (SINGER, 2000). Dessa forma, problematiza-se como os fluxos discursivos que circulam nas mídias sociais e configuram um agrupamento de interpretações e de mapas semânticos mais ou menos estáveis que se apropriam da distinção esquerda/direita para avaliar candidatos e organizar a própria identidade política depois da virada à esquerda na presidência nacional.

Ademais, é de se destacar que, mesmo em uma sociedade pós-ditatorial e pós-Guerra Fria, o grupo de oposição radical reintroduz os temas do medo anticomunista das décadas de 1930 e 1960. Importante salientar que essa ideologia anticomunista é matizada em termos que refletem a conjuntura internacional contemporânea, resgatando e rearticulando três pilares anticomunistas: o catolicismo, o nacionalismo e o liberalismo (OLIVEIRA, 2004). “Em diferentes momentos da história brasileira, o anticomunismo foi utilizado para legitimar uma reação conservadora” (SILVA, 2000).



No objeto estudado, essas nuances são contextualizadas em oposição ao Foro de São Paulo e à União de Nações Sul-Americanas (Unasul), fazendo resistência aos movimentos políticos de esquerda que presidem Bolívia e Venezuela, além de constantes referências ao regime de Cuba.

Ensinar a todos entender e compreenderem a política nas entrelinhas, mostrar a verdade que eles escondem, dar um basta a toda essa podridão, vamos mostrar para esses facínoras ladrões do dinheiro público, verdadeiros criminosos no poder e suas quadrilhas PT, PSOL, CUT, MST, PMDB, PTB, UNE, PCdoB, PCB, PDT, PSDB, Dialogo Interamericano, Foro de São Paulo e outras porcarias Comunistas e socialistas, a verdadeira face dessa Ditadura. [2]

Certamente, elementos de direita radical fazem parte da mentalidade e da cultura política de parte específica do eleitorado que se manifesta na rede de oposição radical. Cabe enfatizar, porém, que condições que insuflaram o crescimento de partidos de extrema-direita europeus também estão presentes no Brasil, como a crise de representação, a profunda transformação social, os políticos carismáticos e a insatisfação com instituições políticas tradicionais. “Pode ser, também, que as ideias da direita radical estejam tão impregnadas no nosso senso comum que não haja a necessidade de um partido político para defendê-las publicamente” (COMPARATO, 2014, p. 25).

116

O conjunto de fanpages faz uso, ainda, do que Hirschman (1991) chama de “retórica da intransigência”. Segundo ele, os imperativos argumentativos reacionários, ou reativos, são empregados tanto pelos progressistas quanto (e mais frequentemente) pelos conservadores, para desacreditar e ridicularizar a dissidência. “Ou, se houver discussão, será um típico ‘diálogo de surdos’ – um diálogo que irá, de fato, funcionar como prolongação e substituto da guerra civil” (HIRSCHMAN, 1991, p. 169).

Outro fator que contribui para o radicalismo, de acordo com Fenton (2012), é o domínio dos jovens das ferramentas digitais, os quais são desinteressados em filiações partidárias e procuram formas alternativas de ativismo, fragmentárias e individualizadas. “Essas características também se relacionam com a natureza da política on-line, que é frequentemente mais associada ao protesto do que à definição de projetos em longo prazo” (FENTON, 2012, p. 151). Em suma, as políticas de oposição radical operam por meio de redes informais, descentralizadas e não hierárquicas, aproximando os membros por sistemas de valores ou interpretações políticas partilhadas entre os membros (ATTON, 2006).

CONCLUSÃO

Neste trabalho, buscou-se desenvolver o mapeamento cartográfico das redes de oposição radical no Facebook. Define-se essa esfera de páginas como um grupo que se une em torno do sentimento de desaprovação e de medo direcionado aos agentes que ocupam o governo desde 2002. Os fluxos discursivos fazem uso da oposição nós/eles para abordar a base governista como um inimigo que deve ser derrotado e acionam uma retórica moralista contra a corrupção



e as medidas do governo. O trabalho faz parte de uma compreensão de que é necessário lançar olhar aos movimentos e culturas políticas que moderam ou fazem ponto de antagonismo às viradas à esquerda da política regional da América Latina (LUNA; KALTWASSER, 2011).

O fenômeno brasileiro guarda particularidades inerentes a mobilizações dos afetos políticos e do ressentimento do eleitorado contra o governo e os agentes petistas de modo difuso e desarticulado. Enquanto que a insatisfação com o estado em países europeus proporcionou espaço profícuo para o surgimento e estabilização de partidos de extrema-direita, o contexto nacional se apresenta com outras questões, que concernem a virada à esquerda na América Latina e o desgaste da imagem do PT após 12 anos consecutivos no Governo Federal. Soma-se a isso a necessidade de aprofundar os estudos acerca de como e por meio de quais estratégias são construídas as identidades políticas nos ambientes fluidos e não oficiais do Facebook. Mais precisamente, como conteúdos gerados por usuários operam lógicas particulares para articular um posicionamento de oposição radical, sem, no entanto, se institucionalizar ou assumir preferência ideológica coesa.

Embora não se possa afirmar que somente as políticas de visibilidade investigadas neste texto sejam representativas de mudanças estruturais na sociedade e na demanda eleitoral brasileira, enfatiza-se que o objeto é profícuo para suscitar apontamentos e possibilidades de pesquisa sobre como o antipetismo e a distinção esquerda/direita são reconfigurados nas identidades políticas construídas nas mídias sociais. Esse processo comunicacional está ligado a questões sociopolíticas importantes que situam um local de fala em parte do estado de São Paulo, mas que se pulverizam por diversas regiões e classes sociais.

Buscou-se levantar os canais que mobilizam a retórica antipetista e antiesquerdista, encontrar as ligações, os subgrupos e identificar algumas particularidades dessa comunidade. O trabalho reconhece suas limitações, porém ao desenvolver uma análise que se baseia na formação de *clusters* de forma estrutural, a partir da opção metodológica da análise de redes sociais. Os seis subgrupos denotam, portanto, padrões de proximidade entre as fanpages, embora suas categorias discursivas estejam muitas vezes sobrepostas e atravessadas. Por isso, este artigo deixa espaço para análises futuras que se debrucem sobre a especificidade textual da rede, avaliando recorrências temáticas e eixos categóricos que levem adiante o estudo do objeto.

NOTAS

[1] Entrevista cedida ao YouPix: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/pessoas/entrevista-tv-revolta/>>. Acesso em 30 nov. 2014.

[2] Disponível em: <<https://www.facebook.com/organizacao-de-combate-a-corupcao/info>>. Acesso em 30 nov. 2014.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, F. *A serpente na rede: extrema-direita, neofascismo e internet na Argentina*. 2008. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- ALVES, Maria Tereza Gonzaga. Conteúdos ideológicos da nova direita no Município de São Paulo: análise de surveys. *Opinião Pública*, Campinas, v. 6, n. 2, p. 187-225, 2000.
- AMES, Barry; SMITH, Amy Erica. Knowing Left from Right: Ideological Identification in Brazil, 2002-2006. *Journal of Politics in Latin America*, v. 2, n. 3, p. 3-38, 2010.
- ATTON, C. Far-right media on the Internet: culture, discourse and power. *New Media & Society*, v. 8, n. 4, p. 573-587, 2006.
- BASTIAN, Mathieu; HEYMANN, Sebastien; JACOMY, Mathieu. Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. *ICWSM*, v. 8, p. 361-362, 2009.
- BARBOSA, Jeferson R., Ideologia e intolerância: a extrema-direita latino-americana e a atuação no Brasil dos herdeiros do eixo. *Aurora*, ano 2, n. 2, jun. 2008.
- BENEVENUTO, F. et al. Explorando redes sociais online: da coleta e análise de grandes bases de dados às aplicações. XXIX SIMPÓSIO BRASILEIRO DE REDES DE COMPUTADORES, 29, 2011, Campo Grande. Minicurso... Campo Grande: SBRC.
- BOISARD, S. Thinking the Latin American right-wing scientific object, actors and temporalities. *Varia Historia*, v. 30, n. 52, p. 85-100, 2014.
- BOWEN, James D. The Right in “New Left” Latin America. *Journal of Politics in Latin America*, v. 3, n. 1, p. 99-124, 2011.
- CAMERON, M., Latin America’s Left Turns: beyond good and bad. *Third World Quarterly*, v. 30, n. 2, p. 331-348, 2009.
- CARREIRÃO, Yan de Souza. Identificação ideológica, partidos e voto na eleição presidencial de 2006. *Opinião Pública*, Campinas, v. 13, n. 2, p. 307-339, 2007.
- COMPARATO, Bruno Konder. Uma Direita Radical no Brasil? IX ENCONTRO DA ABCP, 9, 2014. *Anais...* Brasília, 2014.
- DOS SANTOS, Marcelo. Os haters políticos: monitoramento e mapeamento dos hubs de oposição e do discurso do ódio no Facebook. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37, 2014. *Anais...* Foz do Iguaçu: Unicentro, 2014.
- FENTON, Natalie. The Internet and Radical Politics. In: CURRAN, J.; FENTON, N.; FREEDMAN, D. (Ed.). *Misunderstanding the Internet*. New York: Routledge, 2012.

HIRSCHMAN, Albert. *The Rhetoric of Reaction: perversity, futility, jeopardy*. Cambridge: Massachusetts: London: The Belknap press of Havard University Press, 1991.

JACOMY, Mathieu et al. *A Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization*. 29 ago. 2011. Disponível em: <http://webatlas.fr/tempshare/ForceAtlas2_Paper.pdf>. Acesso em: 20 out. 2014.

LOURENÇO, Luiz Claudio. *Abrindo a caixa-preta: da indecisão à escolha A eleição presidencial de 2002*. 2007. 319 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

LUNA, Juan Pablo; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. Las derechas gobernantes en América Latina: hacia una caracterización preliminar. *Lasa Forum*, vol. 42, n. 3, 2011.

MADEIRA, Rafael Machado; TAROUÇO, Gabriela da Silva. Esquerda e direita no Brasil: uma análise conceitual. *Revista Pós Ciências Sociais*, v. 8, n. 15, 2011.

MELO, Carlos Ranulfo; SANTOS, Manoel Leornado. Y la nave va: Brasil bajo Dilma Rousseff, *Revista de Ciência Política*, v. 33, n. 1, p. 55-81, 2013.

NORRIS, Pippa. *Radical Right: voters and parties in the electoral market*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

OLIVEIRA, Marcus Roberto de. A ideologia anticomunista no Brasil, *Revista Sociologia Política*, Curitiba, v. 23, p. 185-88, 2004.

PIERUCCI, Antônio Flávio. As bases da nova direita. *Novos Estudos*, n. 19, dez. 1987.

PIERUCCI, Antônio Flávio; LIMA, Marcelo Coutinho. A direita que flutua. *Novos Estudos Cebrap*, v. 29, 1991.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 16, n. 2, p. 60-77, 2013.

RIEDER, Bernhard. Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application. V ANNUAL ACM WEB SCIENCE CONFERENCE, 5, 2013. *Proceedings...* ACM, 2013.

ROMERO, L. José. *El pensamiento político de la derecha latinoamericana*. Buenos Aires: Paidós, 1970.

SILVA, Carla Luciana. Anticomunismo brasileiro: conceitos e historiografia. *Tempos Históricos*, v. 02, n. 1, p. 195-228, 2000.



SINGER, André. *Esquerda e direita no eleitorado brasileiro: a identificação ideológica nas disputas presidenciais de 1989 e 1994*. São Paulo: EdUSP, 1999.

VALDEZ, André Calero et al. Using mixed node publication network graphs for analyzing success in interdisciplinary teams. *Active Media Technology*, v. 7.669, p. 606-617, 2012.

Projeção de imagens e ação política na cidade do Rio de Janeiro: contribuições do estudo de situações sociais para a análise de apropriações tecnológicas ^[1]

Image projection and political action in Rio de Janeiro: study of social situations' contribution to the technological appropriation analysis

João Guilherme Bastos dos Santos

Jornalista e mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGC/UERJ))

Fernanda Freire

Jornalista e mestranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGC/UERJ)

Resumo

Este trabalho aborda a apropriação de tecnologias de projeção de imagens para ação política, particularmente a interação entre projeções e fotografias em ações políticas na cidade do Rio de Janeiro, tomando como base o estudo de situações de interação pela perspectiva dramatúrgica proposta por Erving Goffman e verificando algumas possibilidades teóricas desta proposição a partir de imagens do coletivo Projetação projetadas no Palácio da Guanabara durante as manifestações ocorridas na segunda metade de 2013 e de imagens projetadas no Cristo Redentor em apoio à Caminhada pelo Clima, organizada pela Avaaz, em setembro de 2014.

Palavras-chave: tecnologia; projeções; ação política; coletivo Projetação; análise dramatúrgica.

Abstract

This paper proposes an understanding of technological appropriation from the standpoint of the situations studies of the dramaturgical perspective proposed by Erving Goffman, particularly the interaction between image projections and photographs in political actions in the city of Rio de Janeiro, checking some possibilities of this proposition in the images produced during the demonstrations that occurred in the second half of 2013 by the Coletivo Projetação and projections made by the People Climate March on the statue of Cristo Redentor in September 2014.

Keywords: technology; images; political action; coletivo Projetação ; dramaturgical analysis.

Diferentes antropólogos, sociólogos e psiquiatras interessados na comunicação buscam, a partir da década de 1960, abordagens que deem conta daquilo que vai além dos indivíduos envolvidos no ato comunicativo quando tomados isoladamente. Esses pesquisadores apontavam o foco no ato individual de comunicação como um equivalente ao estado pré-copernicano de algumas perspectivas sobre o tema, por colocar o homem e suas intenções conscientes no centro de tudo o que ocorre no universo da comunicação (WINKIN, 1998). O conceito de comunicação proposto excede o limite da linearidade e é compreendido aqui a partir da complexidade inerente às interações, relações e vínculos estabelecidos entre os atores sociais. Por seu caráter inovador, este entendimento foi apontado como marco de uma *nova comunicação*, e entre os pesquisadores fundamentais para a pesquisa em comunicação estão George Mead, Gregory Bateson, Paul Watzlawick, Erving Goffman. O termo nova era empregado em oposição ao que seria a *velha comunicação*:

A “velha comunicação” é a comunicação considerada como transmissão intencional de mensagens entre um emissor e um receptor. Como se se tratasse de um sistema telegráfico ou de um jogo de pingue-pongue. Essa visão mecanicista dominou o ensino e a pesquisa nas ciências da comunicação desde o início da institucionalização delas, nos Estados Unidos, na década de 1940, e no resto do mundo depois (WINKIN, 1998, p. 14).

Um ponto comum no entendimento desses diferentes pesquisadores é que o indivíduo não só se comunica individualmente, mas também participa de um amplo e complexo sistema de comunicação social que envolve dimensões involuntárias de seu comportamento (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007). Ou seja, a comunicação deveria ser concebida não como um ato individual, mas como uma instituição social. O ator social participa dela não só com palavras, mas também com silêncios, soluços, gestos, olhares etc. A comunicação se torna, assim, a performance permanente da cultura. (WINKIN, 1998). Para levar seu entendimento para além do foco individual e pensar na ação recíproca, intencional ou não, entre múltiplos atores e culturas dentro da sociedade, esses pesquisadores se apropriam de alguns pressupostos teóricos de outras áreas em desenvolvimento na época, como a teoria geral dos sistemas, de Ludwig von Bertalanffy, e o princípio da entropia e retroação da cibernética, de Norbert Wiener. A metáfora utilizada por Winkin para sintetizar essa proposta consiste em uma orquestra cultural, na qual boa parte do que cada músico toca visa adaptar-se às notas de outros e, desse modo, os atores envolvidos influenciam-se mútua e continuamente (WINKIN, 1998, p. 14).

Deste cenário emerge a chamada perspectiva dramatúrgica, notadamente os estudos desenvolvidos por Erving Goffman e suas associações entre o conceito de outro generalizado, de Mead, e enquadramento, de Bateson. Essa perspectiva observa as contingências que influenciam a definição de regras implícitas para diversas situações sociais em performances cotidianas e – o que nos interessa

muito – sua relação com os fluxos de informação ensejados pela arquitetura e pelas tecnologias que constituem os palcos dessas situações.

Na relação com a circulação de informações, os fatores de exposição física dos locais, como trânsito de terceiros, tamanho de janelas, grossura das paredes, possibilidade de trancar as portas, a disposição das cadeiras em uma sala, entre outros, estimulam ou minam diferentes definições potenciais de quais comportamentos são culturalmente adequados para situação na qual a interação se desdobra. Seguindo o desenvolvimento de Goffman, mais do que os lugares propriamente ditos, esses fatores têm relação direta com a gestão de *barreiras de percepção* de uma situação e das regiões decorrentes destas:

Uma região pode ser definida como qualquer lugar que seja limitado de algum modo por barreiras de percepção. As regiões variam, evidentemente, no grau em que são limitadas e de acordo com os meios de comunicação em que se realizam as barreiras à percepção. Assim, as placas de vidro espesso, que se encontram nas salas de controle das estações de rádio, podem isolar uma região auditivamente, mas não visualmente, enquanto um escritório cercado por tabiques de fibra de madeira está fechado de maneira inversa (GOFFMAN, 1985, p. 101).

A arquitetura só está em posição privilegiada para influenciar a definição de situações quando seus elementos impactam os fluxos de informação no ambiente, como na construção ou remoção de uma parede e na disposição da mobília, forçando os presentes a manter contato visual, por exemplo. Na presença de uma filmadora ou um microfone, no entanto, a possibilidade de trancar ou não uma porta e a finura da parede deixam de ser fatores determinantes na definição do que é um padrão de interação adequado nesse ambiente. Trata-se da ampliação do auditório apto a observar aquela interação e que, ao fazer isso, está envolvido na definição da situação em que ela ocorre. Logo, não é a configuração do ambiente físico em si que determina a natureza da interação, mas os fluxos de informação que ele ensaja; portanto, o estudo das situações de interação ganha ao trocar o foco na presença física pelo foco nas redes e nos sistemas de circulação da informação que tomam forma no ambiente da interação em questão (MEYROWITZ, 1986, p. 41).

Isso não pressupõe que ambientes com fluxos de informação similares tenham situações iguais, na medida em que não se pode entendê-las como um simples resultado da conjugação ou soma das identidades dos presentes, nem tampouco como resultado da estrutura e da configuração tecnológica à qual aquele ambiente está sujeito. Seguindo a perspectiva da interação humana como sistema:

Um sistema não pode ser considerado a soma de suas partes; com efeito, a análise formal de segmentos artificialmente isolados destruiria o próprio objeto de interesse. [...] O exemplo mais óbvio é fornecido pela química, onde um número relativamente escasso de elementos conhecidos produz uma variedade imensa de novas e complexas substâncias (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007, p. 113).



Podemos pensar no exemplo de (a) aulas em locais diferentes, mas com as mesmas pessoas, serem permeadas por situações completamente diversas, assim como (b) aulas com outras pessoas, mas em uma mesma sala e em dias diferentes, e (c) nos casos em que os mesmos alunos, na mesma sala de aula e com acesso às mesmas tecnologias passam por situações de interação extremamente discrepantes. Em suma, o mais notável na comunicação não estaria apenas no indivíduo ou na estrutura onde ele se insere, mas em desdobramentos complexos e nem sempre intencionais da ação recíproca entre diversos atores envolvidos nas situações, algo maior do que a simples soma destes.

Na sala de aula citada anteriormente, os participantes, em conjunto, contribuem para negociar e calibrar informalmente, através de inferências e impressões recíprocas, uma definição da situação “que implica não tanto um acordo real sobre o que existe, mas, antes, um acordo real sobre as pretensões de qual pessoa, referentes a quais questões, serão temporariamente acatadas” (GOFFMAN, 1985, p. 18). A projeção das definições das situações de experiência social não se organizaria apenas segundo uma ordem de identidades e posições, mas também segundo um repertório de relações, restrições e negociações, que teria um vocabulário próprio (JOSEPH, 2000).

Dessa forma, a reputação não estaria no interior ou na superfície dos indivíduos, mas difusa no curso de suas relações. O fato de boa parte do comportamento dos indivíduos que participam da projeção das situações não ser intencional ou fazer parte de códigos verbais instituídos formalmente gera uma problemática que tornou propício o desenvolvimento de estudos de comunicação voltados para o tema da performance de papéis sociais, visando à manutenção de reputações e identidades aceitas socialmente.

Para Goffman, haveria uma assimetria fundamental no desenvolvimento da expressividade dos indivíduos: embora estes tenham consciência daquilo que buscam expressar, os observadores têm consciência deste primeiro fluxo de comunicação e de outro, composto por uma série sintomática de movimentos e entonações, sutis e involuntárias, nem sempre em acordo com o que é dito voluntariamente. Percebendo essa assimetria e imersos nesse processo, os indivíduos passam a investir no controle e na utilização dos elementos supostamente involuntários para conferir mais veracidade ao seu comportamento em uma interação. Eles passariam, intencionalmente ou não, a atuar, montando o palco para uma espécie de jogo, “um ciclo potencialmente infinito de encobrimento, descobrimento, revelações falsas e redescobertas” (GOFFMAN, 1985, p. 17).

A perspectiva dramatúrgica busca entender a atuação recíproca dos indivíduos nos momentos em que os papéis a que eles se propõem são tensionados ao limite, deixando transparecer seu caráter ambíguo e transitório. Nestes momentos, algumas suposições que baseavam a definição da situação em questão e a interação entre os participantes se tornam insustentáveis, e durante esse instante de indefinição a atuação e a tentativa de representar coerentemente determinados



papéis se tornariam ainda mais evidentes. Trata-se de uma perspectiva heurística, um modo de abordagem que deve ser entendido como um “andaime”:

É preciso abandonar aqui a linguagem e a máscara do teatro. Os andaimes, afinal, só servem para construir outras coisas, e só deveríamos erguê-los com a intenção de demoli-los. Esta exposição não tem como objeto os aspectos do teatro que se insinuam progressivamente na vida cotidiana. Seu objeto próprio não é senão a estrutura dos encontros sociais – essas entidades da vida social que são geradas a cada vez que os indivíduos se vêem na presença imediata dos outros (GOFFMAN apud WINKIN, 1998, p. 102).

Parte essencial da proposta de Goffman envolve o controle individual sobre a circulação de informações, em interação com tecnologias e com o ambiente, de modo a encarnar diferentes papéis em diferentes regiões e situações, como citado anteriormente. Ao abordar as tecnologias de projeção de imagens, que podem tomar como tela tanto corpos humanos quando objetos inanimados, entendemos que um dos pontos inovadores dessa modalidade de expressão e ação política é exatamente sua capacidade de ultrapassar facilmente barreiras que buscam delimitar o espaço de manifestações e intervenções de rua. Nesse sentido, essas tecnologias são capazes de atravessar grades e interagir de modo inovador com diferentes arquiteturas, flexibilizando não só barreiras à percepção, mas também à intervenção, em contextos nos quais o controle dos fluxos de informação visa à manutenção de identidades institucionais e sua autoridade.

Há uma inovação ainda na capacidade das projeções de luz de transitar entre os corpos e se fazer presente sem conferir peso ou densidade ao meio, de modo incorpóreo e intermitente. Se, por um lado, essa plasticidade alcançada pela imagem projetada proporciona a emergência de inúmeras relações de participação e interferência por parte do observador, a projeção, quando fotografada, condensa a interação destes elementos em instantes de situações específicas. Entender a atuação conjunta das tecnologias é um passo importante, uma vez que a história recente dos meios visuais e audiovisuais aponta para uma complexa trama de assimilações e contágios recíprocos entre diferentes formas, o que contradiz as pretensões de atribuir uma essência estável e isolada para aparelhos tecnológicos (FATORELLI, 2013, p. 20).

Uma das fotografias disponibilizadas pelo Coletivo Projeção, feita no Palácio da Guanabara, nos serve como primeiro exemplo. A relação entre a violência policial e a falta de políticas públicas denunciada em diferentes manifestações é intensificada pela projeção na parede do palácio, que combina as figuras do governador e do prefeito do Rio de Janeiro segurando revólveres e sorrindo enquanto fazem o Cristo Redentor de refém atrás das fileiras policiais reais e das grades que protegem a sede do governo durante os protestos.

Figura 1 – Cristo Redentor refém

Fonte: Coletivo Projeção. Disponível em: <<http://on.fb.me/1BiGKlr>>.

Não se pode considerar apenas a dimensão simbólica da imagem projetada, como se esta estivesse separada da situação que ela mesma cria: a utilização do projetor faz com que os limites entre o espaço “sacralizado” do palácio e a rua onde a manifestação é permitida se tornem porosos a ponto de possibilitar que o maior agrupamento de pessoas em contato direto com a projeção em questão seja o dos policiais próximos ao palácio, responsáveis pela imposição física do limite entre os dois espaços. A capacidade da arquitetura e da gestão de barreiras físicas para delimitar qual é o espaço para expressão de contestações e quais são os símbolos institucionais protegidos contra a exposição de suas próprias ambiguidades e inconsistências perde boa parte de sua solidez. Ao não dar conta do trânsito da luz, não se pode controlar as imagens expostas, e isso, em parte, desestrutura a ordenação burocrática da circulação de símbolos e suas apropriações expressivas através de projeções de luz.

Nesse sentido, essa apropriação possibilita pensar outras relações entre segregação espacial, segregação informacional e tecnologias da comunicação, apontadas por Meyrowitz (1986) em sua análise, inspirada em Goffman, sobre a difusão de tecnologias da comunicação paralelamente à luta contra a segregação racial e por direitos civis para os negros nos Estados Unidos. Em um contexto extremamente diferente, podemos pensar na relação entre essas segregações não só no tocante à tensão entre integração informacional e segregação espacial, mas também à tensão provocada pela projeção de imagens em ambientes onde o acesso físico é proibido aos manifestantes. A característica incorpórea e a relação de trânsito entre os corpos, de modo a conferir-lhes uma significação diferente, tensionam barreiras que buscam restringir manifestações tanto com relação à proteção de símbolos arquitetônicos quanto em relação ao corpo de autoridades associadas ao Estado.

Outro exemplo interessante ocorre quando, ao tentar impedir a projeção da frase “Nossa polícia não tem educação” no Palácio da Guanabara, um policial utiliza uma estratégia comum contra fotógrafos: busca interromper fisicamente o fluxo de luz colocando um objeto em frente à lente. No entanto, por se tratar de uma projeção, a mesma frase fica estampada no objeto na mão do policial, o que reitera o enunciado da projeção na fotografia que registra o esforço do policial para interrompê-la.

Figura 2 – Tentativa de impedimento da projeção da imagem



Fonte: Coletivo Projeção. Disponível em: <<http://on.fb.me/1BiGPpa>>.

A dinâmica de negociação e definição de papéis fica nitidamente marcada pela presença das tecnologias de projeção entre os interagentes, em uma situação na qual a polícia não só responde à ação dos manifestantes, mas também funciona como suporte para a exposição e a expressão destes primeiros contra a ação que a própria polícia leva a cabo no momento em que reafirma a pertinência das críticas ao exercício das funções de repressão. Para além da interação entre os manifestantes entre si e com a polícia, a interação de ambos com as tecnologias no ambiente não pode ser entendida como meramente instrumental, constituindo a situação em questão, com potencialidades que dificilmente são controladas ou esgotadas completamente na intencionalidade de um destes atores tomado isoladamente.

Esta situação também leva a relação entre texto e imagem para outro âmbito. O texto em questão tem influência palpável não só na construção de uma narrativa para dar sentido à situação, como no caso de uma legenda para fotografia, mas também no posicionamento dos atores envolvidos antes do registro

fotográfico, de modo a marcar as ações e reações destes na situação em que a fotografia ocorre e fazer com que a imagem das autoridades que são hostis a determinadas mensagens, que atuam involuntariamente como tela para a exibição destas, esteja presente nas fotos, independentemente das legendas e apropriações feitas por ativistas, veículos de informação, perfis em redes sociais on-line etc.

Diversas outras ações do coletivo chamam atenção e podem ser vistas nas fotos de sua página no Facebook [2]. No Festival de Cinema do Rio deste ano, sobre o pano de patrocínios com inúmeros logos da Prefeitura do Rio de Janeiro, que servia de fundo para atores entrevistados, projeções como *Amar É/ A Maré/ Amarildo e Cinema pra quem?* ocupavam o lugar mais importante da cena atrás de atores e de frente para uma multidão de fotógrafos e jornalistas. Imagens que associavam o logo da rede Globo a ratos e baratas ganhavam espaço atrás de atores “globais” que, de costas para a projeção, faziam diversas poses para os fotógrafos, sem necessariamente se dar conta da imagem que ajudavam a compor.

Além de convenções sobre o que é uma manifestação, o que entra inevitavelmente em questão nesses casos é o poder dos patrocinadores do evento ou gestores e mandatários de instituições políticas em dispor os elementos simbólicos a serem registrados e fotografados de modo a compor uma narrativa livre de ambiguidades, fechada e estruturada, por questões de estratégia comercial ou imposição de ordem política. Nesse sentido, entendemos que a possibilidade de projetar mensagens desse tipo pode ensejar novas definições de situações e eventos ao relativizar um modo de controle de circulação de informações físicas e a disposição de elementos simbólicos a serem fotografados até então pouco levada em consideração.

A projeção possibilita ainda, como aponta Fatorelli (2013), a utilização de suportes instáveis, como a fumaça, no caso de *Experiência de cinema*, de Rosângela Rennó, ou uma fina membrana de bolha de sabão, no caso de *Netrino*, de Feco Hamburger (FATORELLI, 2013, p. 35). A relação com a fotografia possibilita a exposição em suportes ainda mais efêmeros, como carros em movimento, o que foi levado a cabo por projeções feitas em ônibus e táxis da cidade do Rio, e é um fator importante, tendo em vista a estreita relação entre os problemas de mobilidade urbana, transporte público e as manifestações iniciadas de junho de 2013. A estabilidade da luz projetada permite que a imagem continue nítida mesmo enquanto seus suportes estão em movimento, o que torna a multiplicidade de estados temporais na fotografia algo ainda mais complexo (FATORELLI, 2013). O carro está em movimento na foto estática, mas a mensagem projetada permanece nítida e fixa enquanto passa de um carro para o outro – e estes se revezam como suporte.

Frases como “transporte não é mercadoria, é direito”, ‘máfia lucrando, trocadores surtando” e “há justiça onde é preciso pagar pelo seu direito?”, além de imagens simbolizando “proibido baratas” (uma alusão a Jacob Barata, considerado o maior empresário de ônibus do Rio de Janeiro), foram projetadas em ônibus e táxis que

passavam em frente ao Palácio da Guanabara e ao Theatro Municipal do Rio de Janeiro. Todas essas imagens estão disponíveis na página do Coletivo no Facebook.

Ainda no tocante ao suporte, a possibilidade de lidar com tamanhos e proporções extremamente díspares apenas calibrando a projeção amplia consideravelmente as possibilidades de intervenção, nas quais frases projetadas em corpos podem ser ampliadas a ponto de ocupar a lateral de prédios inteiros, a depender da capacidade do projetor.

Por fim, outro ponto interessante é a inovação das possibilidades de interação com apoiadores que não estão nas ruas, como as pessoas que jogam papéis picados das janelas de prédios durante as manifestações ou respondem ao apelo dos manifestantes acendendo a apagando a luz do apartamento, dançando na janela etc. A apropriação de paredes de prédios ou do próprio chão da rua como suporte das projeções faz com que tanto os manifestantes na rua quanto os dos prédios possam se expressar de maneiras inovadoras e em uma escala visível para milhares de pessoas nas ruas, muitas vezes tomando a parede externa de vários andares.

A utilização da copa de árvores para projetar a frase “amanhã vai ser maior”, uma das frases repetidas coletivamente antes dos manifestantes se dispersarem, além de outras como “prender manifestante é mole, quero ver prender político corrupto” nas paredes de prédios, é um exemplo interessante, por guardar relações entre o que é projetado e aquilo que é escolhido como suporte. Mais uma fronteira, a que separava os papéis dos manifestantes e das pessoas nos prédios, se torna difusa, sem desconsiderar o fato de que uma das principais palavras de ordem dirigida aos apoiadores nos prédios ser “vem pra rua”.

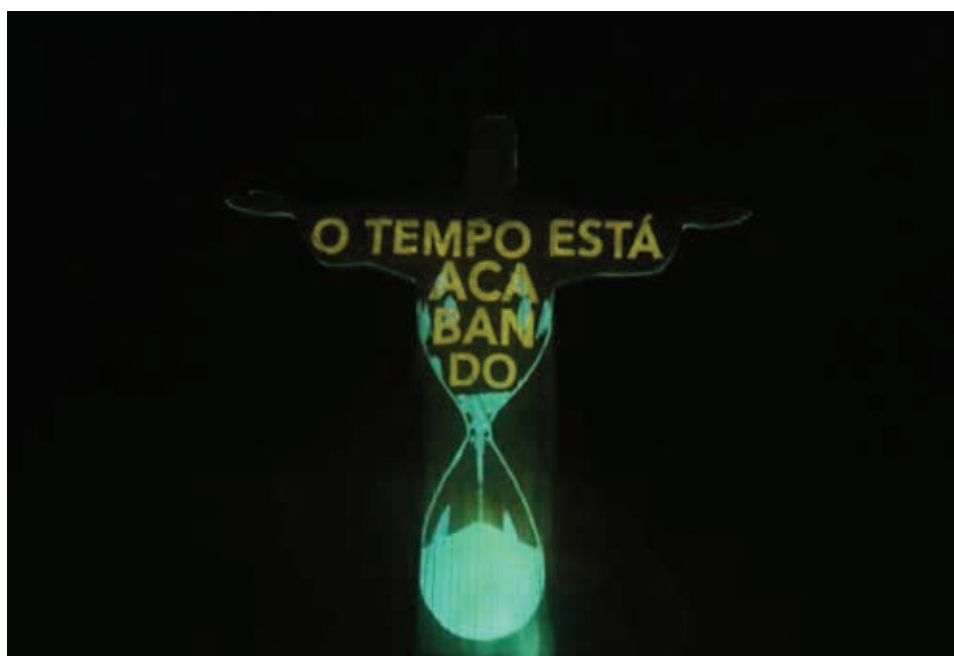
Outra iniciativa que exemplifica bem as afirmações feitas até então vem da Caminhada pelo Clima do Rio de Janeiro, braço brasileiro da manifestação People’s Climate March, ocorrida em diferentes cidades e países no dia 21 de setembro – entre elas Rio de Janeiro, Nova York, Paris, Bogotá, Londres, Berlim, Vancouver e Nova Délhi, visando a Cúpula de Líderes pelo Clima convocada pelo secretário geral da ONU para o dia 23 do mesmo mês. Entre as ações de mídia da Caminhada do Rio de Janeiro, organizadas principalmente pela Avaaz em parceria com a Meu Rio, uma envolve uma série de projeções (tanto com imagens móveis quanto estáticas) feitas em parceria com o coletivo, a qual tomou todo o espaço do Cristo Redentor na noite do dia 18 de setembro – diferentemente das projeções no Palácio da Guanabara, estas foram feitas com autorização, em uma parceria com os responsáveis pelas imagens do monumento. Em uma das projeções, a estátua, visível de diversos pontos da cidade, é transformada em uma gigantesca ampulheta com a frase “o tempo está acabando”. Outros elementos se revezam, como mensagens escritas em diferentes línguas em apoio à campanha, um rosto de índio sobre a face da estátua, borboletas batendo asas sobre mensagens coloridas, uma máscara respiratória

projetada sobre o rosto da estátua enquanto seu corpo era escurecido pela projeção de nuvens de poluição, entre outros

A valorização do Cristo Redentor como atração turística e os diversos locais que se moldam para valorizar uma vista privilegiada do monumento fazem com que a ampulheta ocupe uma posição privilegiada em termos de visibilidade na cidade, não apenas pelas pessoas que viram a projeção diretamente, mas, principalmente, pela circulação de fotos que fazem com que várias projeções diferentes possam continuar surtindo efeito, mesmo com o fim das projeções. Isso fica visível nas fotos de Silvia Izquierdo/AP.

Figura 3 – “O tempo está acabando”

Fonte: Folha de S.Paulo. Disponível em: <<http://bit.ly/1tVpqdx>>.



Mais do que suporte para as imagens projetadas, tanto o Palácio da Guanabara quanto a estátua do Cristo Redentor são símbolos da cidade que operam sinédoques: o palácio como referência material do poder político do governo do estado e o Cristo como símbolo pelo qual a cidade é conhecida internacionalmente. Ao atuar sobre esses símbolos, as projeções se colocam como ferramenta inovadora, seja na contestação de instituições políticas, seja na apropriação de símbolos da cidade para dar repercussão a debates e causas. A tentativa de transferência de sentido presente na utilização de metáforas nos debates políticos, área de diversos estudos sobre retórica, revela um campo ainda pouco explorado ao entrar em contato com a interferência das projeções sobre um dos elementos envolvidos na sinédoque em questão e nos sentidos que busca difundir. As apropriações dessas tecnologias podem aumentar consideravelmente o repertório de ações da chamada “dramaturgia estratégica”, recorrente em iniciativas de desobediência civil de diversos países (ROBERTS; ASH, 2011).

As projeções, como vimos, possibilitaram inúmeras situações de intervenção criativa e propiciaram a quebra de barreiras à circulação de informação e a ações políticas que questionam os papéis de autoridade de determinados atores sociais, bem como a interação de diferentes atores ou com a luz projetada ou pela circulação de fotografias, o que torna essa modalidade de intervenção no debate político um objeto de pesquisa promissor, interessante e complexo, mas ainda pouco explorado.

NOTAS

[[1]] Uma versão insipiente e com outro título, contendo alguns apontamentos presentes neste trabalho, foi apresentada no DT 6 – Interfaces comunicacionais, no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 1o a 5 de setembro de 2014.

[2] Disponível em: <<https://www.facebook.com/plataformaprojetacao/timeline>>. Acesso em: 5 dez. 2012.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FATORELLI, Antonio. *Fotografia contemporânea: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias*. Rio de Janeiro: Senac, 2013.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.

JOSEPH, Isaac. *Erving Goffman e a microssociologia*. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

MAYNARD, Patrick. *The engine of Visualization*. Ithaca: London: Cornell UP, 1997.

MEYROWITZ, Joshua. *No Sense of Place: the Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press, 1986.

ROBERTS, Adam; ASH, Timothy G. (Org.) *Civil Resistance & Power Politics: The Experience of Non-violent Action from Gandhi to the Present*. Oxford: Oxford University Press, 2011.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick; JACKSON, Don. *Pragmática da comunicação humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*. São Paulo: Cultrix, 2007.

WINKIN, Yves. *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas: Papirus, 1998.



Pop filosofia: pós-modernidade e a produção de sentidos nas letras da banda Titãs

Pop Philosophy: postmodernity and production of meanings in Titãs' lyrics

Therence Santiago Alves Feitosa

Mestre em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), doutorando em Comunicação e Semiótica na mesma instituição e professor do curso de Comunicação Digital da Universidade Paulista (Unip)

Resumo

Este artigo tem a intenção de mostrar a relação possível entre a música e a produção de sentidos referente a questões pertinentes à pós-modernidade. Como elemento cultural, a música possibilita que as pessoas se expressem e se representem através dela. A década de 1980 no Brasil se apresentou como um período de transição nas mais diversas esferas possíveis. No cenário musical, um gênero em específico ganhava força, voz e forma, o rock. Uma banda em especial, chamada Titãs, se destacava no cenário nacional. Este artigo apresenta discussões sobre os cenários de crises por que a modernidade passava através das lentes do rock, tendo como referência as letras da banda Titãs.

Palavras-chave: música; pós-modernidade; linguagem; rock.

Abstract

This article has the intention to show the possible relation between music and the production of meanings within the relevant postmodern issues. As a cultural element music allows people to express and represent themselves through it. The 1980's in Brazil represented a transition period in various possible spheres. In the music scene, a genre in particular gained strength, voice and form, the rock. One band in particular, called Titãs, took the national stage. The article presents, through the lens of rock, based on the lyrics of Titãs, related discussions on the crisis scenarios that modernity passed.

Keywords: music; postmodernity; language; rock.

“TODO MUNDO QUER AMOR” E OUTRAS COISAS MAIS

A música, como manifestação artística, se apresenta como um intenso e relevante aparato cultural na sociedade. Ramos (2010) afirma que, esteticamente, é possível identificar manifestações sociais influenciadas diretamente pela música. A autora remete a como determinadas gerações se identificam e se expressam através da incorporação de determinados traços significantes de determinados gêneros musicais. Tais elementos são visíveis em certas representações marcantes no cotidiano dessas gerações no que se refere a hábitos e costumes.

Partindo daí, é importante perceber a música como uma das manifestações mais intensas em se tratando de elementos culturais relevantes nas sociedades. Alves (1995) aponta que é possível mapear características fundamentais de vários grupos sociais a partir das representações musicais desenvolvidas nos meios atuantes de tais grupos. O presente artigo se concentra em específico no rock brasileiro da década de 1980, tendo como foco principal de análise as letras de uma das mais importantes bandas do período, os Titãs.

O rock é um gênero musical que por si só, segundo Anaz (2013), apresenta esteticamente elementos atrelados a contestações e rebeldia. Bastos (2005) defende o argumento de que o rock tem, essencialmente, em suas letras de música, uma importância ímpar na representação de questões relacionadas a descontentamentos e críticas sociais em relação à sociedade capitalista e na consequente assimilação dessas letras por parte do público. Partindo daí, surgem questionamentos pertinentes sobre como o rock brasileiro nos anos 80 se posicionou nesse sentido. As perguntas importantes são: como o rock brasileiro dos anos 80 se manifestou em relação aos conturbados cenários sociais que se apresentavam no momento? Como é possível identificar tais manifestações através das letras de música, em específico as letras da banda Titãs? Como, na construção de uma linguagem de contestação, é possível identificar elementos característicos da pós-modernidade? Como e quais mídias atuaram na propagação do rock naquele período?

Como fonte de análise, escolhemos as letras da banda Titãs. O intuito é trazer uma breve discussão sobre um tema amplo e complexo. Para tal tarefa, o recorte de tempo e a escolha de uma banda do período aparecem como pertinente para o objetivo proposto. A banda foi escolhida por conta de sua grande importância no cenário artístico da época.

O referente artigo não se propõe a discutir questões atreladas aos conceitos/classificações sobre o período histórico atual. A referente pesquisa não se concentrou na defesa/justificativa de um ou de outro conceito. Uns classificam o período atual como crise da modernidade, outros como hipermodernidade e alguns como pós-modernidade. O título do artigo se refere à pós-modernidade, pois será feita uma revisão bibliográfica, com base em referenciais teóricos da semiótica, história, filosofia, sociologia e antropologia, desse conceito. Ademais, a pesquisa também é composta de uma análise qualitativa.



Metodologicamente, a ideia foi criar um diálogo entre algumas teorias das ciências humanas e as letras das músicas dos Titãs. Essas letras apresentam claramente uma ideia de construção e produção de sentidos ao expor opiniões contra determinados quadros postos dos cenários socioculturais por que a sociedade brasileira passava no período.

AS “PALAVRAS” E AS COISAS

Em se tratando da comunicação, é importante pensar em duas questões fundamentais atreladas a ela: as estruturas de linguagem e as mídias. Santaella (2008) entende por fenômeno tudo aquilo que aparece de maneira perceptiva à mente. Nesse caminho, a codificação se dará justamente em interpretações resultantes dos signos assimilados. O signo representa um objeto, mas não é o objeto; ele serve como certa referência do objeto. Uma foto que nos desperta determinadas sensações referentes a uma coisa está apenas simulando a imagem da coisa, pois essa coisa em si não está ali; logo, é desenvolvida uma ideia imaginária sobre o que se está vendo. Isso não quer dizer que o desenvolvimento de tais ideias seja desprovido de importância e de certo significado nas relações humanas na questão da construção do imaginário coletivo; pelo contrário, a partir da imaginação que se apresenta, é possível haver uma identificação com questões de ordens subjetivas.

134

Dando um mergulho profundo nas estruturas da nossa linguagem, percebe-se que o que se concebe como real, isto é, a coisa em si, pode ser uma simples interpretação provocada, resultado dos significados aprendidos histórica e culturalmente. O que se entende, a forma como é percebido, o sentido, enfim, tudo é resultado de interpretações. O ponto está justamente tanto nas referências que vão aportar às reflexões atreladas às informações internalizadas quanto em quais meios relacionados aos contextos culturais são utilizados como tecnologia da informação. Nessa direção, é possível se pensar como a informação é criada, recriada, propagada e significada. É importante ter atenção à informação durante todo seu processo, desde o início, ou seja, desde os agentes criadores, passando pelos canais de condução utilizados, chegando ao destinatário final. Cada parte do processo tem uma importância ímpar no sentido de uma melhor compreensão de toda arquitetura da linguagem/informação passada.

Seguindo essa linha defendida por Santaella (2008), é importante se ater à chamada “lógica triádica do signo”, ou seja, a significação, a objetivação e a interpretação. A significação, no caso das letras das músicas, pode ser pensada no sentido da relação própria consigo mesma, isto é, há limites para o seu significado e sua capacidade significante. A objetivação relaciona-se à ideia do que o signo representa como contexto e finalidade. Seguindo nesse sentido, tem-se a interpretação, ou seja, como o signo será entendido pelo intérprete/receptor e quais serão seus efeitos imediatos. O que não pode ser perdido de vista nesses trâmites é justamente as dinâmicas relacionadas aos canais que conduziram e conduzem as informações. É

sabido, de acordo com essa ideia de significação, que a lógica triádica não tem força motriz independente, ou seja, ela depende da ação direta de vários personagens dentro das várias, complexas e confluentes tramas socioculturais.

“TELEVISÃO”, RÁDIO, JORNAIS E REVISTAS

No caso da música, a atenção deve ser voltada para três pontos essenciais: o artista, a mídia e o público. Alexandre (2002) aponta que nos anos 80 a indústria fonográfica brasileira estava ávida por novas possibilidades estéticas/musicais. Novas tecnologias surgiam no âmbito da comunicação de massa; junto a isso, as gravadoras intuía lançando novidades no mercado. Isso se dava justamente pelo fato de as grandes massas urbanas desejarem também novidades. Ramos (2010) aponta que os “jovens” do período necessitavam de novas referências que os representassem como sujeitos históricos de seu tempo. Não que isso ocorresse o tempo todo de maneira consciente, mas a inquietação daquela juventude era perceptível, segundo Dapieve (1995).

O Titãs aparece no início dos anos 80 como uma banda formada por jovens universitários de classe média, e sua representação política, artisticamente, sempre se deu de maneira latente. Sua produção naquele período se concentrou em uma crítica visível ao sistema capitalista e aos mecanismos que, segundo a banda, eram utilizados em próprio favor. Isso fica claro na letra da música “Televisão”:

A televisão me deixou burro / muito burro demais. / Agora todas as coisas que eu penso me parecem iguais. / O sorvete me deixou gripado pelo resto da vida. / E agora toda noite quando deito é boa noite, querida. / Ô cride, fala pra mãe / que eu nunca li num livro que um espirro fosse um vírus sem cura. / Vê se me entende pelo menos uma vez, criatura! / Ô cride, fala pra mãe! / A mãe diz pra eu fazer alguma coisa, mas eu não faço nada. / A luz do sol me incomoda, então deixa a cortina fechada. / É que a televisão me deixou burro, muito burro demais. / E agora eu vivo dentro dessa jaula junto dos animais.

O que deve ser levado em conta aqui é justamente o quadro que se formava. De um lado, os jovens artistas queriam se expressar; do outro, um público jovem queria uma identidade que o representasse de maneira mais intensa; no meio disso, havia o interesse dos canais midiáticos atrelados ao mercado – tudo isso em uma perspectiva relacionada à indústria cultural. O interessante é perceber que, ao mesmo tempo que os canais midiáticos “usavam” os novos artistas da cena, esses mesmos artistas usavam as mídias para criticá-las. Segundo Bastos (2005), os integrantes dos Titãs frequentavam os mesmos espaços alternativos em São Paulo e suas performances, para além das músicas, apresentavam elementos cênicos intensos e altamente expressivos. Segundo Dapieve (1995), o que o Titãs fazia no período em que era um octeto artístico era algo “irrotulável”, tamanho o ecletismo da atuação do grupo. Histórica e esteticamente, o Brasil, naquele momento, apresentava um cenário de abertura política e, portanto, as possibilidades relacionadas às expressões artísticas eram mais possíveis.



É justamente nesse cenário que o rock dos anos 80 no Brasil surge como um elemento intenso nas tramas sociais que se apresentavam naquele momento. A cena cultural estava ascendendo muito rapidamente, impulsionada principalmente pelos meios de comunicação que, segundo Silva (2007), utilizavam todos os recursos disponíveis de propagação da informação, do audiovisual ao impresso. O rock brasileiro, naqueles momentos iniciais da década de 80, passou a receber uma atenção relativamente intensa dos meios de comunicação. As bandas, segundo Alves (2002), passaram a ser divulgadas em revistas – algumas começam a dedicar seções exclusivas para as bandas –, em programas de televisão – alguns passaram a apresentar os novos artistas – e em rádio, começaram a inserir na programação músicas das diversas bandas que apareciam no momento. Essa grande atenção dada pela mídia, mais a identificação de uma boa parcela da juventude oitentista com as bandas, resultou em um grande e intenso fenômeno de massas.

POR UMA “AUTONOMIA” DOS SENTIDOS

Os Titãs, na década de 80, em seus primeiros esforços artísticos, tinham como objetivos expressar os descontentamentos de uma geração que, por conta de uma ditadura militar alicerçada por práticas sociais tradicionais/conservadoras, era impedida de se manifestar livremente. Isso fica evidente na letra da música “Autonomia”, do álbum *Televisão*, lançado em 1985:

O que eu queria / o que eu sempre queria / era conquistar a minha autonomia. / O que eu queria / o que eu sempre quis era ser dono do meu nariz. / Os pais são todos iguais / prendem seus filhos na jaula. / Os professores com seus lápis de cores / te prendem da sala de aula. / Ia pra rua, mamãe atrás / ela não me deixava em paz. / Não aguentava o grupo escolar / nem a prisão domiciliar..

A música retrata a realidade de uma parcela dos jovens brasileiros que não se conformavam com aquela situação. Lipovetsky (1983) defende que a pós-modernidade, historicamente, representa um momento no qual as forças irreduzíveis das instituições já não conseguem tanto, ou de maneira plena, controlar as pessoas. Na pós-modernidade, as manifestações dos desejos, das vontades individuais, das subjetividades começam a ganhar forma e expressão; as grandes ideologias ou modelos estruturais já não exercem tanto poder nas pessoas dentro das sociedades. Groppo (1996) afirma que nesse período as liberdades, os gostos e os quereres individuais ganham força e começam a se posicionar de maneira independente de qualquer ideologia política ou social. Bauman (2003) afirma que existe, na pós-modernidade, uma fluidez das relações entre a vontade dos indivíduos e a construção de suas identidades em torno de novas possibilidades relacionadas às liberdades existentes dentro dos contextos sociais. Ou seja, mesmo sem saber exatamente como, o jovem dos anos 80 percebia que podia e devia se manifestar.



No álbum *Cabeça Dinossauro*, lançado em 1986, essas manifestações ficam mais visíveis, todas as músicas desse disco têm conotações políticas. As músicas falam de inconformismo, revolta e descontentamentos com o governo. O posicionamento contra os modelos sociopolíticos vigentes fica evidente na letra da música “Estado Violência”:

Sinto no meu corpo / a dor que angustia / a lei ao meu redor / a lei que eu não queria. / Estado violência / Estado hipocrisia / a lei que não é minha / a lei que eu não queria. / Meu corpo não é meu / meu coração é teu / atrás de portas frias / o homem está só. / Homem em silêncio / homem na prisão / homem no escuro / o futuro da nação. / Estado violência / deixem-me querer / Estado violência / deixem-me pensar.

As diversas crises que aqueles tempos pós-modernos apresentavam provocavam naquela geração de jovens, principalmente nos grandes centros urbanos, uma sensação de frustração e desorientação em relação a quais rumos seguir ou caminhos tomar. Uma das intenções era justamente a de encontrar sentidos para a própria existência. Alexandre (2002) defende que, para muitos daqueles jovens, existia uma impressão de que tudo estava ruindo e de que os horizontes estavam se fechando. Baudrillard (1985) define o período apontando a existência de uma espécie de “bola de cristal das estatísticas”, que são atravessadas em seu conjunto por correntes e fluidos que geram energias “elétricas” dentro de uma ideia de massa, de corpo. Segundo ele, as massas que se formam na pós-modernidade flutuam entre a passividade e uma certa espontaneidade selvagem. Relacionando isso com o rock, pode-se pensar que as músicas/letras serviam como ferramentas da linguagem entendida por aquela geração, em se tratando da comunicação referente aos anseios que a atingia. Isso pode ser encontrado no álbum *Cabeça Dinossauro*, na letra da música “Tô cansado”:

Tô cansado do meu cabelo / tô cansado da minha cara / tô cansado de coisa vulgar / tô cansado de coisa rara / tô cansado de me dar mal / tô cansado de ser igual / tô cansado de moralismo / tô cansado de bacanal / tô cansado de trabalhar / tô cansado de me ferrar / tô cansado de me cansar / tô cansado de descansar.

Deleuze (1983) defende que o sujeito pós-moderno é caracterizado principalmente por uma não identificação clara de suas funções pré-determinadas dentro das sociedades, ou seja, ao mesmo tempo que é influenciado e induzido a assumir determinados papéis sociais, ele também se desencontra existencialmente, como sujeito existente do seu tempo. O sujeito pós-moderno, tendo como base a letra da música “Tô cansado”, se encontra em labirintos temporais, rodeados de antigos e novos dilemas que acabam desorientando-o em relação a como se portar no meio social. Tais fenômenos são descritos de certa forma nas letras dos Titãs. São encontradas críticas frequentes no modo de ser da sociedade moderna, em suas estruturas e em seus inúmeros paradigmas.



Essas manifestações seguiam o rastro dos novos tempos por que o Brasil passava: os contextos políticos estavam mudando e as formas de participação social também; no entanto, o cenário ainda era de descontentamento. No álbum *Ô Blesq Blom*, lançado em 1989, ainda é possível encontrar elementos que eram abordados pela banda no início da década, na música “Faculdade”, por exemplo:.

Faculdade mental / faculdade medicinal / faculdade / eu nunca fiz faculdade / propriedade / propriedade associativa / propriedade particular / propriedade / não tenho nenhuma propriedade / Felicidade / felicidade natal / felicidade satélite / felicidade industrial / felicidade maravilhosa / hoje não tem felicidade / utilidade / utilidade doméstica / utilidade publica / utilidade / não tem nenhuma utilidade / Sociedade / sociedade primitiva / sociedade anônima / sociedade/ não vivo em sociedade / carteira de identidade / perda de identidade / identidade dupla / identidade Xerox / não tenho mais identidade.

Percebe-se aqui que as críticas ainda se concentram em aparatos significantes do mundo capitalista. A banda segue na linha de uma crítica a determinados padrões “politicamente corretos” e aceitos dentro das sociedades. É importante destacar que nesse período, segundo Dapieve (1995), o Titãs já era uma banda famosa e conceituada no cenário nacional, seu público aumentava gradativamente e os músicos ganhavam mais espaço e visibilidade na cena cultural. Do meio para o fim da década de 80, o público do Titãs já tinha uma imensa identificação com a proposta estética da banda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na perspectiva da construção de sentidos, é fato que os aparatos/mecanismos de linguagem são fundamentais no que tange à intenção de criar e recriar elos comunicativos. Segundo Santaella (2008), a chamada “arquitetura filosófica da linguagem” é algo fundamental nos processos de entendimento das relações humanas. A materialidade do signo só acontece quando ele se insere de maneira efetiva no universo ao qual pertence, ou seja, quando uma banda de rock formada por jovens produz sentidos para outros jovens contemporâneos, é possível afirmar que tanto o signo quanto o objeto significativo se manifestam socioculturalmente de maneira concreta.

É importante destacar que a linguagem é o que dá sentido a todo movimento social e cultural nas sociedades; no entanto, essa linguagem não está à parte das questões sócio-históricas, e é preciso ter em mente que o tempo e o espaço onde os fenômenos acontecem são de extrema importância para a interpretação e o pensamento das ações humanas. De acordo com esse viés, segundo Foucault (1979), é possível perceber que as relações de força são constantes, contínuas e sempre se dão em planos de tensão; o poder sempre é exercido em campos de interesses biopolíticos. Dessa forma, é possível entender a importância dos meios de comunicação no processo de construção e desconstrução dos sentidos nos meios sociais. Para isso, basta perceber que as mídias responsáveis pela disseminação cultural nos anos 80 miravam na direção das questões



atreladas a intenções mercadológicas, pois, ao mesmo tempo que “exploravam” a imagem do artista/banda, as mídias também serviam como um instrumento de propagação da mensagem que esses mesmos artistas/bandas queriam passar.

Os anos 80, nesse sentido, no campo do rock, mostraram que, mesmo em um processo de condução e construção da imagem, fato intuído pelas mídias, foi possível retratar os inúmeros anseios, dilemas e perturbações que aquela geração sentia. Em um mundo onde a informação, segundo Maffesoli (1994), pode ser uma grande moeda simbólica de troca, o papel da música foi fundamental para mapear determinados quadros sociais daqueles grupos de jovens. As questões estéticas, bem como as diferenças sociais, eram expressas de maneira intensa através das manifestações culturais nos principais centros urbanos do Brasil.

A banda Titãs atuou naquele momento como protagonista de um processo de ressignificação em vários níveis, suas músicas contribuíram consideravelmente para a construção de imaginários coletivos do público roqueiro. Alexandre (2002) mostra que o Titãs vendeu muitos discos, fez vários shows, tocando nos principais espaços e eventos musicais do período, além de ter muitos sucessos tocados por várias vezes nas principais rádios das principais cidades brasileiras. Todos esses fatores somados mostram que a referente banda fez parte estrutural do âmbito das representações e significações dos imaginários dos jovens daqueles conturbados, conflitantes e intensos tempos.

Quando se pensa em linguagens, e a música está atrelada a instrumentos de linguagem, Santaella (2008) aponta que elas só existem em esquemas perceptivos fundamentados, ou seja, sem signos não há mensagens e sem mensagens não há comunicação. Partindo dessa ideia, o que se pode perceber, tendo como referência as letras apresentadas durante o texto, é que a música do Titãs está repleta de signos, logo de significados. Isso evidencia que, em se tratando das mensagens principais que a banda queria passar, os objetivos foram atingidos, tanto é que a banda se tornou uma das mais famosas, haja vista a quantidade de sucessos emplacados e o número de fãs que tem até hoje.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta*. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2002.
- ALVES, Antônio Marcus. *Cultura rock e arte de massas*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- ALVES, Luciano Carneiro. *Flores no deserto: a Legião Urbana em seu próprio tempo*. 2002. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2002.
- ANAZ, Silvio Antonio Luiz. *A comunicação do amor romântico no pop-rock brasileiro: um estudo do imaginário nos processos criativos de Erasmo Carlos, Rita Lee, Lobão e Pato Fu*. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.
- BASTOS, Ana Paula Gondim. *A crítica social da indústria cultural: a resistência administrada no rock brasileiro dos anos 80*. 2005. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.
- BAUDRILLARD, J. *À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- _____. *A transparência do mal: ensaios sobre fenômenos extremos*. Campinas: Papirus, 1992.
- _____. *Da sedução*. Campinas: Papirus, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- DAPIEVE, Arthur. *BRock: o rock brasileiro dos anos 80*. 2. ed. Rio de Janeiro: 34, 1995.
- DELEUZE, Gilles. *Foucault*. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- _____. *Lógica do sentido*. São Paulo: Perspectiva, 1983.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- _____. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996.
- GROPPO, Luis Antonio. *O rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil: a participação da música pop rock na transformação da juventude em mercado consumidor de produtos culturais, destacando o caso do Brasil e os anos 80*. 1996. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1996.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Relógio D'água, 1983.
- _____. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.



LYOTARD, J. F. *O Pós-Moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1994.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no Século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.

RAMOS, Eliana Batista. *Rock dos anos 80: a construção de uma alternativa de contestação juvenil*. 2010. Dissertação (Mestrado em História Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

SANTAELLA, Lucia. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SILVA, Rosana Saldanha. *Canções, mídias e produção de subjetividades*. 2007. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.

A vida secreta de *A vida secreta de Walter Mitty*: considerações sobre vida e arte, imagem e invisibilidade, o banal e o extraordinário

The secret life of *The secret life of Walter Mitty*: thoughts on life and art, image and invisibility, banal e extraordinary

Itala Maduell Vieira

Professora da do Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e mestranda em Comunicação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ)

Resumo

Tendo como contexto a reconfiguração da revista americana *Life*, referência no fotojornalismo que em 2000 deixou de circular para se tornar on-line, o enredo do filme *A vida secreta de Walter Mitty* (2013) se equilibra nas tensões geradas pela ascensão da mídia on-line frente à imprensa; pelo avanço tecnológico que decretou a obsolescência da fotografia analógica; pela passagem para novos regimes de visibilidade do homem comum em lugar do herói e o viés político-estético da visibilidade dos anônimos, marcado por práticas culturais e políticas; por uma reflexão sobre as representações do cotidiano. A proposta deste artigo é seguir o rastilho de considerações que o filme – um *réquiem* da era das revistas ilustradas e, em certa medida, da própria imprensa escrita, pelo menos do que restava de artesanal em seu processo de produção – suscita sobre cinema, fotografia, comunicação, arte, prestando-se ao debate sobre arte e vida, imagem e invisibilidade, banal e extraordinário, prosaico e poético na cultura das mídias.

Palavras-chave: arte; tecnologia; comunicação; fotografia; Walter Mitty.

Abstract

In the context of the reconfiguration of American's Life Magazine, reference in photojournalism which stopped circulating to become online in 2000, the plot of the movie The secret life of Walter Mitty (2013) balances the tensions between the rise of online media and the technological developments that led to the obsolescence of analog photography; the transition to new regimes of visibility of the common man instead of the hero and the politico-aesthetic bias visibility of anonymous, marked by cultural and political practices; a reflection on the representations of everyday life. The purpose of this article is to follow the trail of considerations that the film – a requiem of illustrated magazines age and, somehow, of the press itself, at least of what was left of artisanal in its production process – raises about cinema, photography, communication, art, establishing a debate about art and life, image and invisibility, banal and extraordinary, poetic and prosaic in media culture.

Keywords: music; postmodernity; language; rock.



INTRODUÇÃO

Em 2000, foi publicada a última capa da revista *Life*, que deixou de circular para se tornar *Life Online*. Este é o contexto de que parte o filme *A vida secreta de Walter Mitty* (2013). O protagonista é o gerente do Setor de Negativos da revista, onde trabalha há 16 anos. A partir de seu modesto porão repleto de caixas empilhadas em corredores-estantes, Mitty é o responsável pelas imagens que construíram a imagem da *Life* em sucessivas edições. Na figura opaca e nada original de Mitty, centra-se um enredo que se equilibra nas tensões geradas pela ascensão da mídia on-line frente à imprensa; pelo avanço tecnológico que decretou a obsolescência da fotografia analógica; pela passagem para novos regimes de visibilidade do homem comum em lugar do herói e pelo viés político-estético da visibilidade dos anônimos, marcado por práticas culturais e políticas; por uma reflexão sobre as representações do cotidiano. A proposta é seguir o rastilho de considerações que o filme suscita sobre a fotografia, o jornalismo, o cinema, a arte; neste sentido, *A vida secreta de Walter Mitty* presta-se ao debate sobre arte e vida, o prosaico e o poético na cultura das mídias: “O mundo verdadeiro afinal tornou-se fábula”, assim falou Nietzsche.

143

Até meados do século XX – quando então a TV assumiria esta função –, era pelo cinema ou por revistas ilustradas como a *Life*, ou ainda a francesa *Paris Match* e a *Cruzeiro*, no Brasil, que se “via o mundo”: o slogan da revista americana, grafado numa parede da sede da empresa, era: “*To see the world, things dangerous to come to, to see behind walls, to draw closer, to find each other and to feel. That is the purpose of life*” (“Para ver o mundo, para enfrentar perigos, para ver através das paredes, para chegar mais perto, para achar um ao outro e para sentir. Este é o propósito da vida/*Life*”). Fundada como revista de variedades em 1886 e reformulada em 1936, tornando-se referência do fotojornalismo mundial, a *Life* circulou semanalmente até 1972, sempre com grandes reportagens. Foram às bancas imagens como a da menina nua correndo após um ataque de napalm no Vietnã, a chegada dos aliados à Normandia e as bombas da Segunda Guerra Mundial, produzidas por uma equipe de colaboradores que incluía Robert Capa (1913-1954) e Henri Cartier-Bresson (1908-2004).

A vida secreta de Walter Mitty expõe caricaturalmente o processo de “incorporação” (como se diz no mundo corporativo) da tradicional revista na virada do século, por um grupo econômico voltado para a otimização dos processos e dos lucros, seguindo cartilhas de consultores de reengenharia empresarial e estratégias de *downsizing*: redução de pessoal e custos fixos, aumento de produtividade, imposição de novas culturas corporativas.

No enredo do filme, o prestigiado fotógrafo Sean O’Connell é um medalhão do naipe de um Cartier-Bresson ou um Capa que viaja o mundo atrás de cliques extraordinários e que manda ao novo chefe da *Life* um telegrama com orientações sobre a foto que deve ser a última capa da revista impressa.

Classifica a imagem como “*the quintessence of life*” – a quintessência da vida, particularmente a quintessência da revista. Aquilo que é essencial, o principal, seu último apuramento.

O fotógrafo considerava Mitty um parceiro especial, por revelar seus cliques sempre da melhor maneira ao longo de todos os anos de trabalho. Ao encaminhar o rolo de negativos a Mitty, manda também um presente e um bilhete, como prova de reconhecimento: “Soube que a *Life* acabou. Queria agradecer. Dê uma olhada dentro. Um presente pelos anos de trabalho duro. A 25 é a melhor foto, a quintessência da vida/*Life*. Sei que você vai levá-la para onde precisa ir.”

POR UMA VIDA MENOS ORDINÁRIA

Mitty, entretanto, não costuma ir a lugar algum – pelo menos não na vida real. É um sujeito opaco, de existência banal. Morreria de tédio se não fosse frequentemente arrebatado de sua vida flácida por pensamentos, viagens mentais, delírios, como Madame Bovary pelos livros, na obra de Flaubert. Em seus lapsos, imagina situações *extra-ordinárias*. Dentro de sua cabeça, ele é inteligente, sagaz, magnético. Teletransporta-se para um programa de auditório em que tudo o que diz é aplaudido. Enquanto isso, no mundo real, emudece diante do interlocutor, comprometendo o fluxo de registros e a emissão de sinais próprios do processo comunicacional. Walter Mitty é um produtor sistemático de ruídos. É um *bug*.

Michel de Certeau atribui à linguagem um lugar central, linguagem entendida em sentido amplo – gestos, comportamento, “tudo aquilo que produza comunicação e sentido” (1998). Tomando a noção de que esta se dá por meio de dispositivos cognitivos e práticos que orientam a atribuição de sentido às situações e guiam a ação, como numa dança, Walter Mitty causa um descompasso, incapaz que é de permanecer na cena – pelo menos externamente. Se a participação em um quadro significa ajudar a montá-lo, sendo força dinâmica na sucessão de fases, Mitty negligencia seu papel neste processo. Se, como afirmam Cefaï e Queré, é no curso da ação que conhecemos nossa própria mente, e “somos sempre surpreendidos por nossa própria ação” (CEFAÏ; QUERÉ, 2006, p. 26), Mitty toma consciência das suas ações, mas dentro da própria mente, a que o outro não tem acesso. Em sua viagem particular, o desenrolar da interação se dá internamente. Sem aviso ou intenção, traz o interlocutor para dentro de si – único espaço onde a ação se dá integralmente.

Por outro lado, se seu peculiar jeito de ser cria isolamento e incomunicabilidade com os que o cercam, em especial com os que deseja ter por perto, por outro resulta numa tática de sobrevivência frente às estruturas de controle e poder, personificadas na figura do novo gestor da *Life*. Mitty continua sonhando sabendo que se sonha (NIETZSCHE, 2001); aproveita-se de sua insignificância e invisibilidade, em pequenos golpes, vitórias ocasionais no tabuleiro da

dominação que se impõe no ambiente de trabalho; antes invisível, passa a desaparecer de propósito, e a promover pequenas resistências (CERTEAU, 1998).

Funcionário exemplar e meticoloso, que conhecia de cor o conteúdo do gigantesco arquivo, Mitty perde justamente aquela que seria a foto da sua vida. Como não encontra o fotograma indicado por O'Connell, Mitty, para não trair a confiança do fotógrafo e salvar seu emprego, se lança numa jornada que foge radicalmente de sua rotina, a fim de, ironicamente, cumprir sua rotina: publicar a foto indicada na capa da revista. A suposta falha profissional promovida pela perda o leva do pensamento à ação. Nesta jornada, recupera o espírito jovem que deixara guardado no fundo de si, como a mochila empoeirada entre os guardados no sótão da mãe. Como os negativos com os quais trabalha, Mitty se limitava a guardar as imagens, sem sair dos bastidores. Dominava, mas não tomava parte do processo de decisão, ou de poder, ou de visibilidade. Erving Goffman afirma que a rotina/normalidade são representadas pela invisibilidade do ambiente: “*The normal is unmarked, unnoticed, unthematized, untheorized*” (“O normal não é demarcado, nem noticiado, nem tematizado, nem teorizado”) (BRIGHENTI, 2007). Ou ainda, como observa Rancière (2012a, p. 16), a partilha do sensível faz ver quem toma parte no comum, em função daquilo que faz, do tempo e do espaço em que essa atividade se exerce, “define o fato de ser ou não visível num espaço comum, dotado de uma palavra comum”.

Por força do ofício, pela imaginação ou pela mágica do cinema, Mitty explora terras distantes (Groenlândia, Islândia, Afeganistão, Himalaia) tal qual um Marco Polo; pula de um helicóptero no mar com tubarões; intenta fuga espetacular de um vulcão em erupção. O negativo ganha vida, movimento. É a democracia da ficção, que permite a mobilidade de papéis identificada por Rancière. Estabelece-se um contraste entre a grande história, os feitos, os cenários extraordinários dignos de capa de revista; e o cotidiano. Um entrelaçar entre o nome da revista e a própria vida, vida e arte em trocadilho.

ORIGENS E VERSÕES

O filme de 2013, dirigido e estrelado por Ben Stiller, com roteiro de Steve Conrad, é a segunda adaptação para o cinema de um conto do escritor e cartunista James Thurber (1894-1961), um dos principais colaboradores da revista americana *The New Yorker* nas décadas de 1930 e 1940. Originalmente publicado na revista em 1939 e editado em livro em 1942, o conto “*The secret life of Walter Mitty*” retrata um sujeito acanhado que vive num mundo fantástico e cheio de aventuras dentro da própria mente, válvula de escape de seu ordinário cotidiano. O conto foi levado às telas pela primeira vez em 1947 (*O homem de oito vidas*, no Brasil), no qual Mitty (Danny Kaye) é revisor (mais um profissional fadado à obsolescência) na editora de revistas Pierce, em Nova York. Devaneia nas histórias publicadas, e nestas “viagens” se transporta para um mundo irreal no qual é heroico, equilibrado, seguro e dono do seu destino.

A história, portanto, migrou de suporte ao longo de décadas – primeiro em revista, depois em livro, levado então às telas em duas versões. Muitas vezes, como observou Bazin (apud FIGUEIREDO, 2010), o cinema se apropriou de personagens e aventuras que, embora oriundos da literatura, extrapolaram o universo literário, fazendo parte de uma memória ficcional mais ampla, “de uma espécie de mitologia que se tornou independente do texto original” (apud FIGUEIREDO, 2010, p. 17).

Embora o mote não seja propriamente original – Baudelaire já havia descrito os devaneios de um homem em “A sopa e as nuvens”, de seus *Pequenos poemas em prosa* (1821-1867) –, Walter Mitty fez sucesso a ponto de se tornar expressão corrente no cotidiano norte-americano. O nome foi incluído em dicionários de língua inglesa como sinônimo de “pessoa comum, tímida, dada a devaneios de aventura e autoengrandecimento ou planos secretos, como forma de exaltar a vida monótona”. Aquele abilolado que sonha ser soldado é chamado de Walter. E mesmo Snoopy, o cãozinho sonhador criado em 1950 por Charles M. Schulz, é descrito como um beagle com complexo de Walter Mitty.

Benjamin observara, ainda nos anos 1930, em *O autor como produtor*, o processo de fusão de formas literárias e, com os jornais, o nascimento do leitor moderno e de um novo tipo de escrita, decorrente da circulação acelerada dos textos e da propagação da leitura extensiva (BENJAMIN ET AL, 2012). No universo de James Thurber, como pontua o crítico Marcelo Coelho (2014), a ficção impressa ainda era o que fornecia o ópio imaginativo do personagem, num tempo em que o cinema já reinava na cultura americana.

O cinema surge no final do século XIX, fruto de avanços técnicos que abriram caminho para um novo mercado de narrativas visuais. No entanto, quando começa a se consolidar, nas primeiras décadas do século XX, o regime estético das artes está totalmente estabelecido. A relação arte/mercado já havia sido questionada e continuava sendo colocada em debate pelas vanguardas das demais artes. A inocência épica tinha se perdido, e a representação era um dos principais alvos de combate das vanguardas históricas (Cf. FIGUEIREDO, 2010).

A literatura não era apenas um repositório de histórias e técnicas narrativas a que o cinema poderia recorrer, mas possibilitava alcançar um outro patamar de “dignidade cultural”, como arte mais antiga e por estar afastada tanto das narrativas populares quanto da incipiente cultura de massa sujeita à lógica do mercado (FIGUEIREDO, 2010, p. 16).

A resenha crítica do filme na *Folha de S. Paulo* cai na tentação de comparar as versões, e toma partido do filme dirigido e estrelado por Ben Stiller, afirmando ter este “uma riqueza de conotações e uma exuberância imaginativa que o simpático e curtíssimo conto de James Thurber não consegue alcançar” (COELHO, 2014). Da mesma forma, o crítico aponta a dúvida que paira a respeito do que é real e o que é imaginação, na medida em que tudo se passa no ambiente onírico dos filmes de Hollywood: “O espectador pode se perguntar se esse novo personagem é de fato ‘verdadeiro’ ou

simplesmente uma nova, e mais elaborada, ilusão” (COELHO, 2014). Pouco importa. Danto (2010) lembra que os artistas, desde os tempos de Platão até os dias de hoje, têm a ambição de resgatar a arte para a realidade, e defende que teria sido a cultura de massa a diluir as fronteiras entre arte e vida – no entanto, sem a utopia proposta pelas vanguardas.

A interlocução entre cinema e literatura mereceu conjunto de textos reunidos por Figueiredo em 2010. Para compreender melhor esse entrelaçamento, como bem diz José Carlos Avellar em uma das epígrafes da obra,

talvez seja possível imaginar um processo em que os filmes buscam nos livros temas e modos de narrar que os livros apanharam em filmes; em que os escritores apanham nos filmes o que os cineastas foram buscar nos livros; em que os filmes tiram da literatura o que ela tirou do cinema; em que os livros voltam aos filmes e estes aos livros, numa conversa jamais interrompida (AVELLAR apud FIGUEIREDO, 2010, p. 9).

Não cabe, aqui, debate mais extenso sobre o tema, mas é obrigatório registrar minha concordância com os autores, ao entender que todas as artes conversam, e que a relação entre cinema e literatura vai muito além de adaptações ou transposições.

147

ALGUMAS QUESTÕES SOBRE IMAGEM

Na era moderna, a ênfase aos sentidos da visão e da audição tem marginalizado os sentidos de proximidade do olfato, tato e paladar. Em “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica” (BENJAMIN, 2012), texto de referência sobre as transformações na percepção das obras de arte e o cinema, Walter Benjamin realiza um inventário histórico da arte na modernidade e defende a tese de que as formas de exposição da fotografia e do cinema modificaram a arte e sua recepção: no caso da fotografia, pela reprodução ampla de obras existentes (reprodução), bem como pelas imagens de uma realidade que não pode ser captada a olho nu (o inconsciente óptico). No século XIX, a reprodução técnica atingiu tal grau que não só abarcou o conjunto das obras de arte existentes e transformou profundamente o modo como elas podiam ser percebidas, mas conquistou para si um lugar entre os processos artísticos (BENJAMIN, 2012, p. 11).

Como destaca Lisovsky (1995), tanto a “Pequena história da fotografia” (BENJAMIN, 1994) como “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (BENJAMIN, 2012) buscam recolher e transcender, do ponto de vista estético e político, um debate sobre a essência da fotografia – sua especificidade –, que envolveu os produtores de imagens técnicas durante a “fase heroica” da vanguarda fotográfica alemã, particularmente nos anos 1920 (LISSOVSKY, 1995, p. 31), apogeu da fotografia que, como Benjamin mesmo aponta, coincide com suas primeiras duas décadas de existência como técnica pré-industrial e arte de feira (BENJAMIN, 1994, p. 91-92).

Mais tarde, Daniel Boorstin (1992) usa a Revolução Gráfica (1850) como marca temporal para sua análise da imagem como guia dos



pseudoeventos nos Estados Unidos, e indica a mídia como a raiz do problema, ao instaurar o poder de criar imagens. Na visão de Boorstin, a Revolução Gráfica não apenas criou a chance de produzir a imagem, como deixou à mostra que esta é fabricada. A imagem não é mais testada pela realidade; é a realidade que passa a ser testada pela imagem, é a verificação da imagem já conhecida pelo filme, pela foto. Enquanto em países não industrializados, como lembra Sontag, as pessoas se sentem apreensivas ao serem fotografadas, suspeitando tratar-se de algum tipo de transgressão, um ato de desrespeito, “um saque sublimado da personalidade ou da cultura”, em países industrializados, ao contrário, muitos procuram até ser fotografados – “sentem que são imagens, e que as fotos os tornam reais” (SONTAG, 2004, p. 177-178).

Observa-se no filme um jogo de aproximações e distâncias, de familiaridade e exotismo. No fragmento de um piano, no close de um dedo masculino, nas viagens da casa da mãe aos extremos do planeta, no estar muito próximo para enxergar. Em 1921, Jean Epstein atribuía ao dispositivo técnico cinematográfico o poder de diluir a oposição entre sensível e inteligível, por permitir ver o que o olho humano não vê: a dimensão íntima, imaterial da realidade, constituída de partículas, ondas e vibrações em movimento contínuo (apud FIGUEIREDO, 2010, p. 17). Sontag, por sua vez, aponta que a fotografia, que tem tantos usos narcisistas, é também um poderoso instrumento para despersonalizar nossa relação com o mundo; e os dois usos são complementares. Como um par de binóculos sem um lado certo e outro errado, a câmera transforma coisas exóticas em próximas e íntimas; coisas familiares ela torna pequenas, abstratas, estranhas, muito distantes (SONTAG, 2004, p. 183-184).

Além do poder de criar imagens, a mídia ao mesmo tempo tem o poder de fabricar heróis como os que Mitty ajusta na capa da revista, até se revelar, ele próprio, autor de feitos extraordinários. Como apontou Boorstin (1992), a notoriedade deu vez às celebridades, personagens não mais notórios por sua grandeza, mas eleitos para a fama, lugar de distinção não conquistado, mas atribuído pela mídia, por revistas como a *Life*.

O livro *As origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre O Cruzeiro (1940/1960)* (COSTA; BURGI, 2012) busca apontar razões do sucesso das revistas ilustradas: na Europa e nos Estados Unidos, o surgimento dessas revistas esteve intimamente relacionado aos aperfeiçoamentos tecnológicos, que permitiram a inclusão da fotografia nas páginas dos periódicos, à industrialização da imprensa, à comercialização da notícia e à expansão da publicidade. No Brasil, não foi diferente, mesmo com a defasagem em relação às indústrias culturais do exterior. A revista ilustrada foi a grande vitrine do fotojornalismo moderno, estampando na capa de *O Cruzeiro* índios do Amazonas olhando fascinados para os “pássaros de fogo” (aviões) pelas lentes de Jean Manzon ou o périplo de Sebastião Salgado para descobrir e revelar povos ainda sem contato com a

civilização. “O gosto pelo exótico e a curiosidade pelo diferente, por exemplo, vão promover a produção e a difusão de fotografias de intenção documental de locais distantes e de paisagens” (SOUSA, 2000, p. 27).

É Sontag novamente quem vai propalar a enorme diferença entre observação e vivência: “Mediante máquinas que criam imagens e duplicam imagens, podemos adquirir algo como informação, e não como experiência” (2004, p. 172). Mitty é a quintessência da falta de experiência vivida: o mais longe que esteve foi em Phoenix.

Mas esta concepção vai tomar especial forma em outra cena, na qual O’Connell, no meio do deserto, faz paciente tocaia para flagrar um leopardo das neves, conhecido como o “gato fantasma”, por nunca se deixar ser visto. Finalmente, o animal aparece, por alguns segundos. E o fotógrafo, que por todo o tempo ficou de olho na lente, abdica do registro em nome da experiência real. E justifica: “Coisas lindas não pedem por atenção. Às vezes não fotografo. Se gosto de um momento, gosto de ver pessoalmente, não gosto da distração da câmera. Só quero ficar bem aqui”. Nas palavras de Benjamin:

A natureza que fala à câmera não é a mesma que fala ao olhar; é outra, especialmente porque substitui a um espaço trabalhado conscientemente pelo homem, um espaço que ele percorre inconscientemente. Percebemos, em geral, o movimento de um homem que caminha, ainda que em grandes traços, mas nada percebemos de sua atitude na exata fração de segundo em que ele dá um passo. [...] Só a fotografia revela esse inconsciente ótico, como só a psicanálise revela o inconsciente pulsional (BENJAMIN, 1994, p. 94).

É Benjamin, ainda, quem lembra que não foi imitando as maneiras da arte que a fotografia tornou-se arte. David Octavius Hill entrou para a história não por suas grandes composições picturais, mas por introduzir figuras anônimas em lugar dos retratos, estes já velhos conhecidos da pintura:

Surge algo de estranho e novo: na vendedora de peixes de New Haven, olhando o chão com um recato não displicente e tão sedutor, preserva-se algo que não se reduz ao gênio artístico do fotógrafo Hill, algo que não pode ser silenciado, que reclama com insistência o nome daquela que viveu ali, que também na foto é real, e que não quer extinguir-se na “arte” (BENJAMIN, 1994, p. 93).

A ideia está presente também na categorização de Sorlin (2004), ao sistematizar as representações pela imagem em três categorias cronologicamente lineares. A imagem síntese, que antecedeu a analógica e posteriormente a digital, seria um resumo ou condensação de valores capazes de dar conta de uma informação essencial, na qual podem se agrupar tempo, ação, movimento e espaço diversos e não necessariamente presentes no fato para que certo conceito se construa na visualidade. A diferença entre a imagem sintética e a analógica é que esta “[...] capta el tiempo, está en condiciones de detenerlo, hacerlo regresar a su fuente o acelerarlo” (“capta o tempo, está em condições de detê-lo, fazê-lo voltar à sua origem ou acelerá-lo”) (SORLIN, 2004, p. 15).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vida secreta de Walter Mitty é um réquiem da era das revistas ilustradas e, em certa medida, da própria imprensa escrita, pelo menos do que restava de artesanal em seu processo de produção. Desde meados do século passado, as antigas configurações do jornalismo impresso recuam inexoravelmente diante de crises econômicas, das altas do preço do papel, das quedas de assinantes e de mais uma revolução tecnológica. Mitty tem seu emprego duplamente ameaçado: a revista será fechada; e não há mais negativos de que cuidar, com a fotografia digital tendo suplantado a analógica.

Nesta elegia, nem o novo gestor nem o experiente gerente de negativos cogitaram questionar a indicação do fotógrafo, que, de seu lugar de “artista”, elegeu determinada imagem, desconhecida, para a capa da derradeira edição, aquela que entraria para a história. A habilidade retórica (DANTO, 2010) está presente no discurso do fotógrafo, que, como estrela, impõe seu desejo. A indicação ocorre de maneira contundente, e apelando para conceitos ligados à arte e seu culto. Move-se o mundo então para fazer valer sua vontade – tanto Mitty, o “operário”, como o gestor, “o homem da grana”, se curvam diante do artista.

Hoje, porém, nem a estética tem precedência no esquema tático das publicações que resistem, nem há mais artistas reconhecidos ou com poder decisório nos bastidores. Basta pensar no derrame de fotos e textos de leitores que tomam os veículos de comunicação. Na era da instantaneidade e da cultura *selfie* – um celular na mão e uma ideia a compartilhar na cabeça –, qualquer um é o autor da capa, escolhida mais por seu poder de audiência que por valor artístico. Este lugar ocupado por O’Connell – se é que, algum dia, algum fotojornalista de carne e osso o ocupou – está declarado vago, ou melhor: a vaga foi congelada. Se “um fenômeno cultural só adquire sua plena significação quando é considerado como uma forma (conhecida, conhecível) de processo ou estrutura social geral”, como afirma Raymond Williams (1979, p. 108), esta é mais uma das situações do filme que transita no limiar do atual para o ultrapassado, e pode mesmo nem ser compreendida por gerações mais novas de jornalistas e leitores:

Nenhuma das teorias dualistas, expressa como reflexo ou mediação, e nenhuma das teorias formalistas e estruturalistas, expressas em variantes de correspondência ou homologia, pode ser plenamente levada à prática contemporânea, já que de modos diferentes todas elas dependem de uma história conhecida, de uma estrutura conhecida, de produtos conhecidos (WILLIAMS, 1979, p. 108).

Ao defender que o que define a arte é o regime estético, Rancière vai problematizar a questão ao inverter a fórmula – “porque o anônimo tornou-se tema artístico, sua gravação pode ser uma arte” – e ao afirmar que, “para que as artes mecânicas possam dar visibilidade às massas, ou antes, ao indivíduo anônimo, precisam ser primeiro reconhecidas como artes, e não como técnicas de reprodução e difusão”. Assim, estabelece como condição que “o anônimo seja não só capaz de tornar-se arte, mas também depositário de uma beleza

específica, é algo que caracteriza propriamente o regime estético das artes”, e que este não só começou bem antes das artes da reprodução mecânica, como foi ele que, com sua nova maneira de pensar a arte e seus temas, a tornou possível (RANCIÈRE, 2012b, p. 47).

Para Rancière, a revolução técnica é posterior à revolução estética, ou seja, esta é pictural e literária, antes de ser fotográfica ou cinematográfica. De qualquer forma, e antes de tudo, “a revolução estética é a glória do qualquer um” (RANCIÈRE, 2012b, p. 48). Crítico ainda da ideia de dispositivo técnico, reconhece o valor do trabalho, dá ênfase à operatividade artística – tal como os personagens Mitty e O’Connell fazem reciprocamente. Outra rica contribuição do autor é atribuir à literatura e à ficção o pioneirismo na condução deste sujeito do que chama de “nova história”:

Passar dos grandes acontecimentos e personagens à vida dos anônimos, identificar os sintomas de uma época, sociedade ou civilização nos detalhes ínfimos da vida ordinária, explicar a superfície pelas camadas subterrâneas e reconstituir mundos a partir de seus vestígios é um programa literário, antes de ser científico (RANCIÈRE, 2012b, p. 49).

Com novos regimes de visibilidade, a arte se volta para o banal, a representação do homem anônimo assume o lugar antes ocupado pela figura do herói e os temas “nobres”. O homem comum está nos jornais, na fotografia, no cinema. Na sua busca, decifrando pistas, palavras incompreensíveis em línguas estranhas de países exóticos, Mitty torna-se *excêntrico*, tanto no sentido do senso comum como propriamente afastado do centro. Estava perto demais para ver. Quando se afasta, ganha grandeza. É a circularidade resultante deste ir e vir que vai convergir para um personagem singular, um anônimo ilustre, a quintessência da *Life*.

Como lembra Rancière (2012b), vários autores contemporâneos opõem a imagem, que remete a um outro, ao visual, que só remete a si mesmo. Williams observa que a metáfora do reflexo tem uma longa história na análise da arte e das ideias, e que não devemos esperar encontrar realidades sociais “refletidas” diretamente na arte, já que esta, com frequência, tem seu conteúdo modificado num processo de mediação – não como deformação ou disfarce, mas num sentido positivo, contribuição da Escola de Frankfurt: “A mediação está no objeto em si, não em alguma coisa entre o objeto e aquilo que é levado” (ADORNO, 1967). Assim, “a arte não reflete a realidade social, a superestrutura não reflete a base diretamente: a cultura é uma mediação da sociedade”.

Para Williams (1979), uma maneira importante de reformular a ideia de reflexo e dar substância particular à ideia de mediação está no conceito de “tipicidade”. A arte, por meios figurativos, tipifica os elementos e as tendências da realidade que se repetem segundo leis regulares, embora modificando-se com as variações das circunstâncias (1979, p. 105). O tipo pode ser reconhecido de duas maneiras: como emblema ou símbolo, ou como o exemplo representativo de uma classificação significativa, sentido predominante no pensamento marxista.



Outra questão a pensar é se o roteiro do filme propõe, como desfecho, o deslocamento do homem comum para um outro lugar – a transfiguração do banal em excepcional, em capa de revista, em algo digno de culto, como a caixa de sabão Brillo de Andy Warhol – ou a reivindicação do banal, como argumenta Jost (2012). A meu ver, o que há mesmo é uma *tentativa* de reivindicação, mas que resulta em transfiguração do banal. Em síntese, como provoca Danto (2010), coisas são obras de arte *porque* são espelhos, e não *apesar de* serem espelhos, especialmente no sentido de que revelam coisas sobre nós que não sabíamos. Muitas vezes, pela identificação com um personagem, a arte permite que possamos viver como pessoas excepcionais. Por fim, ou consequentemente: a grandeza da obra está na grandeza que a obra materializa.

Este artigo é dedicado à memória de Luiz Claudio Marigo (1950-2014), fotógrafo brasileiro que registrava a natureza no intuito de despertar nosso interesse em observá-la a olho nu.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A VIDA secreta de Walter Mitty. Direção: Ben Stiller, Produção: Ben Stiller. Los Angeles: 20th Century Fox, 2013.
- BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. In: _____. *Obras escolhidas*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994 [1931]. v. 1.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: _____ et al. *Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. p. 9-40.
- BRIGHENTI, Andrea. Visibility, a category for the social sciences. *Current Sociology*, v. 55, n. 3, p. 323-342, maio 2007.
- BOORSTIN, Daniel. *The image: a guide to pseudo-events in America*. Nova York: Vintage Books, 1992.
- CEFAÏ, Daniel; QUÉRÉ, Louis. Naturalité e socialite du self et de l'esprit. In: MEAD, George Herbert. *L'esprit, le soiet, la société*. Paris: Presses Universitaires de France, 2006. p. 3-90.
- CERTEAU, Michel de. Uma cultura muito ordinária. In: _____. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- COELHO, Marcelo. Walter Mitty. *Folha de S.Paulo*, Cultura e Crítica, 1o jan. 2014. Disponível em: <<http://marcelocoelho.blogfolha.uol.com.br/2014/01/01/walter-mitty/>>. Acesso em: 31 maio 2014.
- COSTA, Helouise; BURGI, Sergio (Org.). *As origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre O Cruzeiro (1940-1960)*. Rio de Janeiro: IMS, 2012.
- DANTO, Arthur C. *A transfiguração do lugar-comum*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- FIGUEIREDO, Vera Follain de. Introdução. In: _____. *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. Rio de Janeiro: PUC-Rio: 7Letras, 2010. p. 11-20.
- JOST, François. *El culto de lo banal: de Duchamp a los reality shows*. Buenos Aires: Libreria, 2012.
- LISSOVSKY, Mauricio. *A fotografia e a pequena história de Walter Benjamin*. 1995. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995.
- NIETZSCHE, F. *A gaia ciência*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2012a.

_____. O destino das imagens. In: _____. *O destino das imagens*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012b.

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SORLIN, Pierre. *El siglo de la imagen analógica*. Buenos Aires: La Marca, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Florianópolis: Letras Contemporâneas; Argos: Unoesc, 2000.

WILLIAMS, Raymond. Do reflexo à mediação, tipificação e homologia, hegemonia. In: _____. *vvv*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.