

LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj
PPGCOM



43

Dossiê: cotidiano e experiência

LOGOS

Vol.22. Nº02. 2015

43

Cotidiano e Experiência

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 ***Logos: Comunicação & Universidade - Vol. 1, N° 1 (1990)***
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

**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.**

CDU 007

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

LOGOS - EDIÇÃO Nº 43 - VOL 22, Nº02, 2015

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITOR CHEFE

Leticia Cantarela Matheus

EDITORA-CONVIDADA

Cíntia Fernandes

EDITOR ADJUNTO

Fausto Amaro

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris-Descartes/Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ), Alessandra Aldé (UERJ) e Denise da Costa Oliveira Siqueira (UERJ).

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista Logos
A/C Profa. Dra. Leticia Cantarela Matheus (LCI)
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2334-0757. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Willian Gomes

CAPA

Filipe Feijó (PPGCOM)

REVISÃO DESTE NÚMERO

Camila Mozzini, Débora Gauziski, Flávio Lins Rodrigues, Libny Freire, Márcio Andrade, Paula Travancas



Sumário

- 3** Apresentação
Cintia Fernandes e Leticia Matheus
- 6** Dossiê “Cotidiano e Experiência”
“Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual
Cláudia da Silva Pereira (PUC-RJ), Tatiana Siciliano (PUC-RJ) e Everardo Rocha (PUC-RJ)
- 18** *Reflexões sobre espaço e comunicação: a transformação da experiência em cotidianos urbanos*
Renata Rezende (UFF) e Laura Bedran (UFF)
- 31** *A comunicação, o comum e a alteridade: para uma epistemologia da experiência estética*
Angela Cristina Salgueiro Marques (UFMG) e Luis Mauro Sá Martino (Faculdade Cásper Líbero - SP)
- 45** *Não é apenas sobre o funk ostentação: narrativas midiáticas e experiências do sensível em cotidianos de vulnerabilidade*
Rosamaria Luiza de Melo Rocha (PPGCOM-ESPM), Simone Luci Pereira (PPGCOM-UNIP) e Aline Borges Rezende (PPGCOM-ESPM)
- 58** *Intencionalidade, experiência banal e comunicação: esboço de prospecção fenomenológica do cotidiano*
Fábio Fonseca de Castro (UFPA)
- 71** *“Mar de camisas pretas”: camisas de bandas como mediadoras de sentidos e experiências na cena do heavy metal*
Melina Aparecida dos Santos Silva (UFF) e Beatriz Polivanov (UFF)
- 84** *Alfred Schütz e os Estudos Culturais: marcos teóricos e diálogos conceituais*
Janine de Kássia Rocha Bargas (UFMG)
- 98** *A velhice na telenovela brasileira contemporânea: fomento ao debate*
Gisela G. S. Castro (ESPM- SP) e Maria Aparecida Baccega (PPGCOM ESPM-SP)
- 110** *A vítima enunciada: experiências da dor comum em relatos-postagens do Facebook*
Angie Biondi (Universidade Tuiuti do Paraná)
- 124** Temas livres
Imprensa e preconceito: a relação entre favela e celebridades no mundo do crime
Carla Baiense Felix (UFF) e Antonio Carlos Ferreira Vianna (UFF)

Apresentação

“Experiência e cotidiano”, tema deste dossiê, configuram duas categorias conceituais que vieram responder a um lugar epistemológico alternativo à objetividade das ciências positivas, ao permitirem um compromisso com a pluralidade de pontos de vista e ao encherem de vitalidade e esperança os estudos em Comunicação. Como definiu Agnes Heller, a vida cotidiana traz a perspectiva do homem-inteiro, no seu habitat espaço-temporal, onde homens e mulheres experimentam a integralidade da experiência, por mais diversa e plural sejam seus modos viver e de produzir sentido sobre o mundo.

Mais do que conceitos, trata-se de formas de pensar que promoveram ou que permitiram um deslocamento dos prestigiosos grandes objetos para a banalidade da vida comunicacional comum. Ao parecerem tratar de problemas particulares, os trabalhos aqui publicados trazem a força da singularidade e o aprofundamento de questões que ajudam a pensar os processos de comunicação de modo sistêmico, isto é, não compartimentado em mídias.

Os trabalhos oferecem também a possibilidade de fazer do percurso de pesquisa uma experiência subjetivo, semi-controlado, capaz de enriquecer o próprio pesquisador e de o transformar em um artesão do saber, do sapere, movido pelo sabor das experiências sensíveis, em vez de um operário. Essas categorias permitem nos aproximarmos do inconsciente, das mentalidades, das sensibilidades, da dimensão estética da vida, dos mitos, dos ritos e de todo um universo invisível segundo o qual construímos mundos. Trata-se de operadores da vida simbólica - e material - que não poderiam ser verificados, atestados e provados segundo a lógica das chamadas ciências duras. Não se dão a ver como cristais. Precisam ser tocados em mediações sensoriais governadas ou não pela lógica midiática. Se prestam a um pathos mobilizador que atravessa corpos, cidades e territórios diversos, dispositivos e práticas, realidades e ficções, indo além da convicção, instaurando a dúvida e o deslocamento de si.

Esperamos ter podido apresentar aqui um leque de belas experiências.

Letícia Matheus - UERJ
Editora-chefe da Logos

Cintia Fernandes - UERJ
Editor Convidado da Logos 39.

Dossiê

“Cotidiano e Experiência”

“Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual¹

Consumption of experience and experience of consumption: a conceptual debate

Cláudia da Silva Pereira | Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Professora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio
E-mail: caupereira@gmail.com

Tatiana Siciliano | Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio
E-mail: tatios@terra.com.br

Everardo Rocha | Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Professor Associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio
E-mail: everardo@puc-rio.br

Resumo

Este artigo busca elaborar uma definição para o conceito de “consumo de experiência”, estabelecendo sua distinção daquilo que seria a “experiência de consumo”. Para isso, serão utilizadas referências teóricas da antropologia do consumo, como Colin Campbell (2001) e Grant McCracken (2003). Em linhas gerais, a diferença entre o “consumo de experiência” e a “experiência do consumo” reside, principalmente, em que o primeiro pressupõe a total imersão do indivíduo em um ambiente alusivo a uma memória anterior e ao deslocamento do significado de identidades, objetos, ambientes, entre outros elementos constitutivos do mundo real. O “consumo de experiência”, ainda que vivenciado coletivamente, será sempre subjetivamente elaborado.

Palavras-Chave: “Consumo de experiência”; “Experiência de consumo”; Narrativas de consumo.

Abstract

This paper aims to draft a definition for the concept of “consumption of experience”, establishing a distinction of what would be the “experience of consumption”. For this, theoretical references of the consumer anthropology such as Colin Campbell (2001) and Grant McCracken (2003) will be used. Summing up, the difference between “consumption of experience” and “experience of consumption” is mainly that the former involves full immersion of the individual in a elusive environment at a previous memory and resources of displacement of identities, objects, environments, and other elements of the real world. The “consumption of experience”, although experienced collectively, is always subjectively configured.

Keywords: “Consumption of experience”; “Experience of consumption”; speeches about the consumption.

O objetivo deste trabalho é pensar o que chamam de “consumo de experiência”, em contraste com a noção de “experiência de consumo”. Neste sentido, o que procuramos explorar, mais do que um simples jogo de palavras, é a perspectiva de que o primeiro remete à ideia de “experiência” como o objeto, ele mesmo, a ser consumido, enquanto, no segundo, o termo refere-se a um processo inerente ao próprio consumo. Em outras palavras, “consumo de experiência” é a compra da “fruição” de alguma coisa que remete a algo precedente - a uma memória de envolvimento. A “experiência de consumo”, por seu turno, é toda e qualquer compra cotidiana que inclui algum tipo de troca e, portanto, experiência.

Começamos narrando um episódio ocorrido com uma das autoras. Harry Potter nunca foi o seu personagem preferido. Ela pouco sabia sobre sua história, sobre seus amigos e inimigos, ou sobre seus poderes mágicos. Já tinha assistido a alguns filmes, sem muito interesse, e, portanto, conhecia alguns personagens e os contextos nos quais se passavam as histórias. Por conseguinte, sabia, inevitavelmente, que Harry Potter é o protagonista de uma das mais bem sucedidas obras literárias de todos os tempos, criada pela escritora J. K. Rowling, dirigida a um público adolescente: foram 600 milhões de exemplares da série vendidos, em sete volumes, em mais de 60 idiomas.² Mesmo assim, o estilo literário e, conseqüentemente, a adaptação para as telas do cinema não atraíam tanto sua atenção e jamais inspirariam a busca espontânea por qualquer tipo de produto relacionado a Harry Potter.

Viajando pelos famosos parques temáticos de Orlando, na Flórida, ela sabia da existência de um espaço dedicado a Harry Potter. A informação provocou, à primeira vista, certa frustração, pois não estava na sua lista de prioridades. Muito ao contrário, chegou mesmo a pensar se valeria a pena visitar um espaço tão grande, dedicado ao bruxinho dos livros e do cinema. Dos sete parques programados – entre eles, Magic Kingdom, Hollywood Studios, Epcot Center, Sea World e Discovery Cove -, o da *Universal Studios Florida*³ seria o sexto da lista, o que refletia a relativa falta de interesse pelo lugar (muito influenciada, inclusive, pela enorme área do parque em que Harry Potter era a grande estrela). O *Universal Studios* é integrado a outro, o *Universal's Islands of Adventure* e é possível entrar em qualquer um dos dois partindo do mesmo lugar, basta escolher a direção esquerda ou direita. Como a programação dedicava um dia para cada parque, escolheu o lado direito e entrou no *Universal Studios*. As primeiras atrações remetiam a filmes famosos, do universo infantil, como *Meu malvado favorito* (EUA, 2010) e *Shrek* (EUA, 2001). Sem precisar caminhar muito, chegou ao mundo de Harry Potter. O que viu primeiro foi a *King's Cross Station*, onde se encontra *The Hogwarts Express*, um trem que liga *Diagon Alley*, espaço que concentra as atrações temáticas do personagem, a *Hogsmead*.

O que aconteceu ao atravessar o portal de *Diagon Alley* é determinante para a mudança de suas expectativas quanto a toda a viagem. Seus olhos não podiam acreditar no que viam: um cenário alusivo a uma Londres imaginária, cinza, com construções antigas, em que se pode comprar, nas lojas que compõem a *Diagon Alley*, tudo o que se precisa para se tornar um bruxo. Mas, imediatamente, toda sua atenção se voltou para o dragão pousado na cúpula

de uma dessas construções: ele era grande, assustador, suas feridas pareciam sangrar pelas correntes e cuspiam fogo – fogo de verdade. A surpresa e o encantamento tomam o lugar da frustração, sem muito avaliar sua opinião anterior sobre Harry Potter.

A principal atração neste lugar é *Harry Potter and the Escape from Gringotts*. Sem nem imaginar o que era *Gringotts*, seu movimento já é no sentido de descobrir e de se entregar totalmente àquele mundo imaginário, que, ali, parecia muito real. E a descrição que ela faz aqui é de quem ainda é leigo no tema: por cerca de quinze minutos, em fila, percorreu o interior do que parecia ser um banco. Num enorme saguão de mármore, cerca de vinte homens com orelhas pontiagudas, tal qual duendes, estavam sentados em balcões laterais mais altos, e pareciam carimbar papéis, enquanto observavam os visitantes que não paravam de entrar. Embora não parecessem, por causa de seus movimentos corporais, eram bonecos.

Na medida em que caminhava pelo enorme casarão, subindo escadas, percorrendo galerias de imagens que se mexiam em páginas de jornal, pinturas a óleo com grandes molduras em que os retratados falavam, cofres com montes de ouro, personagens holográficos que se dirigiam a quem passava, a imersão tornava-se total. Muito se via e se ouvia antes que ela chegasse, efetivamente, ao simulador 3D que reproduzia cenas do filme em que Harry Potter e seus amigos enfrentavam bruxos, vilões e dragões, tentando escapar daquele prédio que, a essa altura, já se revelara ser, de fato, um banco. Finalmente, dividiram-se os grupos em carros que percorreram um trajeto pelo interior de uma tela 360° e que se projetavam em movimentos de subida e descida radicais, inclusive em ângulos de 90° para baixo. Levados para dentro, literalmente, do filme, a todos os visitantes, então, eram proporcionadas sensações inéditas de medo, riso, susto, e de estar frente a frente com grandes abismos e horríveis monstros, que lançavam raios e empurravam os carros, que se precipitavam pela escuridão e que se aproximavam perigosamente do fogo lançado pelo dragão. Impossível, por menor que fosse seu interesse por Harry Potter, não se envolver ou se deixar levar pela experiência.

Essa narrativa indica o cerne deste trabalho, que é discutir a ideia de “consumo de experiência”, muito frequentemente evocada, mas raramente desenvolvida. Trata-se de um exercício reflexivo no sentido de elaborar uma possível definição para o tema, estabelecendo-o como um conceito distinto do que seria a “experiência de consumo”. Para tanto, as teorias da antropologia do consumo fundamentam a análise, especialmente através dos textos de Colin Campbell (2001), Grant McCracken (2003), Henry Jenkins (2009) e Laura Graziela Gomes (2007), entre outros autores que, de alguma forma, buscam compreender as relações simbólicas entre os indivíduos da modernidade e o consumo, em uma perspectiva cultural.

Pode-se argumentar que o conceito de “consumo de experiência” é vazio, já que a prática do consumo envolve, por definição, uma experiência. Raymond Williams (2011), ao discutir o conceito de Cultura, nos anos 1950, propõe uma nova abordagem, diferente daquela tradicional oposição entre cultura erudita

e cultura popular, a partir de “[...] uma cultura [que] não é apenas um corpo de trabalho intelectual e imaginativo; ela é também e essencialmente todo um modo de vida.” (WILLIAMS, 2011, p.349). Quando se coloca o termo “experiência”, portanto, considera-se não somente o caráter sensorial nele envolvido, mas as práticas e interações que o constituem. De outro lado, por “consumo”, entende-se um fenômeno social estruturante para as sociedades moderno-contemporâneas, que pressupõe os usos sociais de bens materiais e imateriais pelos indivíduos e grupos, uma dinâmica que sustenta o sistema de classificação e de significação que norteia a vida cotidiana (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004; ROCHA, 1995 e 2006).

A “experiência de consumo”, portanto, é o registro sensível, no indivíduo, da prática de consumir. Ir ao cinema para assistir um dos filmes remasterizados da saga *Guerra Nas Estrelas/Star Wars* (EUA, 1977), comendo pipoca, ou comprar um vestido no ateliê de um estilista são “experiências de consumo”. Recorrendo às definições anteriormente apontadas, ir ao cinema ou comprar no ateliê são, então, práticas e interações sociais (experiência) envolvidas nos usos sociais dos bens, reforçados pelos sistemas de classificação e de significação da sociedade (consumo). Imagine-se, contudo, que aquele que vai ao cinema está vestido de Darth Vader e que sua pipoca está dentro de um balde temático *Star Wars*, ou, ainda, que o ateliê é de Jum Nakao, estilista brasileiro que criou uma coleção de vestidos confeccionados em papel manteiga para seu emblemático desfile no *São Paulo Fashion Week de 2004*⁴ - e que o vestido comprado é desta coleção. Neste caso, partindo ainda da definição, o “consumo de experiência” é o uso social, reforçado pelo sistema de classificação e de significação da sociedade, de bens (consumo), que sejam, em si mesmos, as práticas e as interações sociais nele envolvidas (experiência). Trata-se de uma forma distinta, portanto, de consumo – embora ambas sejam registros sensíveis, no indivíduo, da prática de consumir os bens. O que muda é a natureza da experiência: no primeiro caso, ela é uma prática e, no segundo, ela é a coisa em si, um bem material ou imaterial, só que mais complexo, em função do conjunto de variáveis que a constitui.

Diante de tais argumentos, propõe-se a seguinte definição para o conceito: “consumo de experiência” é uma prática de consumo que implica necessária e simultaneamente os seguintes pressupostos: (1) um espaço físico ou virtual, cujo acesso pressupõe, necessariamente, alguma espécie de “preço”, e que seja intencionalmente preparado para que ele vivencie sensações, emoções e impressões dentro de um tempo delimitado e pontual; (2) uma preparação ritualizada anterior; (3) uma narrativa, fragmentos dela ou alguma referência previamente conhecida; (4) a participação consensual do indivíduo ou do grupo, uma espécie de acordo tácito entre os participantes com relação à suspensão da descrença⁵ e aos aspectos lúdicos, mágicos ou imaginados que serão, naquele espaço, apresentados como “simulacro”⁶; (5) o deslocamento de significados subjetivamente experimentado; e, finalmente, (6) que tal repertório dotado de significado tenha total correspondência com a narrativa de origem. A diferença entre o “consumo de experiência” e a “experiência do consumo” reside, principalmente, em que o primeiro pressupõe a total imersão do

indivíduo em um ambiente alusivo a uma memória anterior e ao deslocamento do significado de identidades, objetos, ambientes, entre outros elementos constitutivos do mundo real. O gatilho da experiência emocional proporcionada, intencionalmente, pelo “consumo de experiência”, depende do reconhecimento, por parte do indivíduo ou do grupo, da complementaridade fidedigna dos elementos que materializam tal experiência e de sua correspondência com o imaginário previamente construído. O “consumo de experiência”, ainda que possa ser vivenciado coletivamente terá, sempre, um caráter subjetivo. Apesar de os conteúdos narrativos - que emprestam sentido ao “consumo de experiência” - serem públicos e poderem ser partilhados, a elaboração dessa vivência é consubstanciada individualmente. É o sujeito que dará a forma e imprimirá a intensidade dessa experiência ao suspender a descrença e ao deslocar significados que possibilitem o mergulho na atmosfera de fantasia.

Voltando ao exemplo do *Univeral Studios*, o relato corresponde, evidentemente, a uma “experiência de consumo”, já que descreve a prática do consumo de entretenimento. Contudo, também corresponde a um “consumo de experiência”, por conter todos os elementos do conceito proposto: refere-se a uma atração temática, com hora para começar e terminar; promove uma preparação anterior de 15 minutos, antes da chegada ao simulador 3D, levando os visitantes a imergir no mundo de Harry Potter; sustenta-se numa história previamente conhecida; todos que ali estavam concordavam em submeter-se, concreta e imaginariamente, ao que estava por vir; uma vez “dentro da cena do filme”, os visitantes têm suas identidades deslocadas e passam a fazer parte da história; e, por fim, o que se apresentava parecia estar fidedignamente reproduzindo os cenários assistidos no cinema.

Uma breve discussão teórica

Campbell descreve em *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno* (2001) a passagem do hedonismo tradicional para o moderno, a partir do século XVII. Conforme o autor, o plano hedonista na modernidade opera por uma estratégia de intensificar o prazer – entendido não como uma “propriedade intrínseca do objeto” (2001, p.91), mas como uma qualidade amalgamada às demais dimensões da vida social, a ponto de tal modelo ser interiorizado dentro de cada um, constituindo em uma “visão de mundo”, na qual os conceitos de escolha, a projeção interior, os devaneios⁷, o exercício imaginativo como fonte de prazer, o acesso formal aos símbolos como um pressuposto de reflexividade, a ideia de consciência de si, de autocontrole são essenciais. Está também presente a imagem de um consumidor artesão, que manufatura a si próprio a partir dos produtos e serviços que consome.

Se, no hedonismo tradicional, o prazer era oriundo das sensações e dos estímulos exteriores e, desta forma, eram as experiências como comer, beber, entre outras, que geravam o prazer, no hedonismo moderno os estímulos passam a ser evocados através da imaginação, dispensando os estímulos exteriores. Deste modo, mais do que as sensações, são valorizadas as emoções e o indivíduo torna-se autor e ator de sua própria imaginação. Assim, a experiência de entretenimento promovida pela *Universal Studios* promove uma imersão e

um jogo que atua como um deflagrador desse potencial “[...] auto-ilusivo que caracteriza a moderna procura de prazer” (CAMPBELL, 2001, p. 113)

[...] no hedonismo moderno e auto-ilusivo, o indivíduo é muito mais um artista da imaginação, alguém que tira imagens da memória ou das circunstâncias existentes e as redistribui ou as aperfeiçoa [...]. Já não são ‘recebidas como dadas’ da experiência passada, mas elaboradas para produtos únicos, sendo o prazer o princípio orientador. Nesse sentido, o hedonista contemporâneo é um artista do sonho, que especiais habilidades psíquicas do homem moderno tornaram possível. Fundamental para este processo é a aptidão de obter prazer das emoções assim despertadas, pois, quando as imagens são ajustadas, também o são as emoções. Como uma consequência direta, criam-se fantasias convincentes, de tal modo que os indivíduos reagem subjetivamente a estas como se fossem reais. É esta uma propriedade nitidamente moderna, a aptidão de criar uma ilusão que se sabe falsa, mas se sente verdadeira. O indivíduo é tanto o autor como a plateia no seu próprio drama, ‘seu próprio’ no sentido que ele o construiu [...] (CAMPBELL, 2001, p.115).

A ambiência no mundo do Harry Potter, promovida pela *Universal Studios*, funciona como um gatilho emocional que convida o espectador para um jogo em que a suspensão da descrença não é apenas um acordo consensual, mas uma narrativa na qual o consumidor é também coautor e ator, experimentando o mundo mágico como se fosse o seu próprio e ansiando por mais devaneios que os conecte a esse objeto de desejo. Assim, quanto mais forte é a reação exercida por essa experiência de consumo singular (consumo de experiência), mais verdadeiros serão os sentimentos desse consumidor.

No parque temático de Harry Potter, brinquedos, livros, filmes, jogos, objetos de consumo e, mesmo a prévia interação com o site, circulam em diferentes sistemas de distribuição e circuitos, reforçados pela sinergia da franquia da marca, para, em seguida, promover o alcance, entre os consumidores, de uma experiência mais ampla e intensa. Como sublinhou Jenkins, “cada vez mais as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida [...] [em que se criam] ambientes atraentes que não podem ser explorados ou esgotados em uma única obra, [...] ou mídia” (2009, p. 161). Assim, as diferentes obras e mídias pelas quais a franquia Harry Potter se consolida conferem unidade ao consumo dessa experiência, vivenciada pelo consumidor pelos rituais de posse e de experimentação (MCCRACKEN, 2003).

Para McCracken (2003), o bem de consumo passa a ser a instância na qual se materializa o significado cultural. Assim, consumir o parque Harry Potter não é apenas desfrutar um entretenimento, mas mergulhar em um universo de magia, de lutas entre o bem e o mal, de medos de rejeição, do significado de valores como a amizade, da lealdade, a valentia, o sentimento de pertença. Enfim, é adentrar em um universo ficcional, no qual valores do mundo real passam a ser mais vívidos na fantasia, promovendo no consumidor um deslocamento de significados e uma percepção de fazer parte daquele mundo mágico.

Ao analisar o mundo das *fanfictions*⁸, Laura Graziela Gomes (2007) sugere o termo “consumo de experiência” para refletir sobre esse grupo que não

apenas é de usuários e receptores, ao acompanharem suas séries prediletas, mas que se tornam, também, autores e emissores, ao recriá-las no espaço virtual. Para a autora, essa prática promove uma “ficcionalização da realidade” e seria “uma variante pós-moderna do *day dreaming*” (2007, p. 332), espécie de devaneio que Collin Campbell (2001) considerou como um dos componentes fundamentais para o hedonismo moderno. Desse modo, para Gomes, os *Fansites* caracterizam o “consumo da experiência” nos meios de comunicação contemporâneos, por não mais se:

[enquadrarem] [...] nas representações tradicionais de receptores (passivos): seu modo de consumo é feito de acordo com a lógica colaborativa que implica um conjunto de práticas e intervenções sobre esses bens e acabam por singularizá-los, conferindo-lhes uma aura particular, chegando mesmo a alterar a trajetória de alguns deles ao torná-los cult no contexto da cultura de massas (GOMES, 2007, p. 332-333).

Da sugestão de Gomes, pegou-se de empréstimo o termo e a referência à lógica da imersão e do devaneio, fundamentais para que as narrativas sejam vivenciadas pelos consumidores como reais. Além do relato sobre a experiência com Harry Potter, há ainda outros, vivenciados por outras autoras deste artigo, e que nos servem de exemplo para, a título de análise, testar o conceito de “consumo de experiência” aqui proposto.

Ao levar a filha para divertir-se nos parques de Orlando, na Flórida, deparou-se com um herói do qual era fã, o *Spider-Man*. Segundo seu depoimento, “lá vinha ele, postura ereta, passos firmes, mas suaves - não precisa ostentar força porque ele é o poder - forte, alto, cheio de músculos, abraço protetor”. A fã deu lugar à mocinha que precisa da proteção do herói, *Spider-Man*, e se sentiu como nos filmes, configurando um “consumo de experiência” por estar dentro de um espaço destinado a este tipo de vivência de sensações (o parque) e em um tempo limitado e pontual, partir de referências previamente conhecidas e promover sua imersão no universo simbólico do mundo do *Spider-Man*, se sentido ela própria, o par romântico do herói, ao tocá-lo e perceber sua força. De forma oposta, nesta mesma viagem de férias com outra caracterização do *Spider-Man* em Los Angeles, em plena Calçada da Fama em Hollywood, a “experiência de consumo” se configura como um “consumo de experiência” frustrado: o imaginário dos filmes não promoveu o deslocamento de significados, a emoção e a imersão, como no primeiro caso: o personagem de Los Angeles era “magro, desengonçado, faltavam músculos e sobrava roupa, parecia precisar de proteção”. A nova experiência não foi consonante com as referências sobre o herói e com o imaginário previamente constituído, acabando por causar decepção.

O aniversário de 20 anos do seriado televisivo *Friends* serve de cenário a outro relato de “experiência de consumo”. Trata-se da ação conjunta para essa comemoração do estúdio *Warner Bros* e a rede de cafés americana *Eight*

O’Clock. A série, em dez temporadas – seu último episódio foi ao ar em 2004 –, falou de forma bem humorada sobre o cotidiano de seis jovens amigos, moradores de Nova Iorque. O sucesso do programa popularizou ainda mais a cidade, palco das aventuras do grupo. Apesar de ser gravado em um estúdio na cidade de Los Angeles, o prédio nova-iorquino, onde supostamente moravam os personagens, é até hoje visitado por turistas.

Em setembro de 2014, a rede de cafeterias juntou-se ao estúdio produtor da série e montou, em um dos bairros mais populares da cidade de Nova Iorque, uma ação que unia ficção e realidade: o fictício café *Central Perk*, cenário de muitas das situações da série, agora localizado no Soho, contou com uma caracterização e exposição de figurinos e itens que formavam um conjunto de signos cujo significado apenas quem assistia à série era capaz de compreender. Para ter importância emocional, era necessário um conhecimento prévio acerca do repertório simbólico de *Friends*. E, o que torna este exemplo diferente de uma “experiência de consumo” é justamente a capacidade que o fã da série tinha de “suspender a descrença” e mergulhar na atmosfera de *Friends*. Perto dos olhos dos fãs e longe das telas, tais objetos ganhavam um significado afetivo para quem vivenciava: uma moldura dourada, um anel de noivado, um troféu que na verdade é um boneco *Troll* colado em um pedaço de madeira, um cachorro branco de cerâmica. Estes são alguns dos exemplos que, se deslocados do significado da série, expostos a um sujeito não conhecedor e, principalmente, não fã, seria apenas uma exposição temática, uma “experiência de consumo”.

O exemplo do *Central Perk* pode ser considerado um “consumo de experiência”, pois partimos da premissa de que, para que este aconteça, é necessário, dentre outras características, o conhecimento prévio acerca do assunto e, principalmente, uma relação de afeto e desprendimento provisório da realidade para imergir em um universo sabidamente ficcional. Ao identificar todos os itens da exposição e compreender em qual contexto eles se encaixavam no enredo da série, e mergulhar na história, tomando aqueles objetos como reais mesmo que momentaneamente, pode-se afirmar que ocorreu um “consumo de experiência”.

Porém, nem toda experiência promove um deslocamento de significados ou o *daydreaming*, como os exemplos até aqui tratados. O *tour* nas favelas do Rio de Janeiro é um bom exemplo. As favelas do Complexo do Alemão (famoso por ter sido utilizado na novela *Salve Jorge*), da Rocinha (a maior do Rio) e do morro Dona Marta (cenário de *They don’t care about us*, videoclipe protagonizado por Michael Jackson em 1996) são destinos turísticos de brasileiros e estrangeiros⁹, em busca do consumo de uma experiência diferente.

No caso do Complexo do Alemão, o *tour* é feito do alto, pelo teleférico. Os guias mostram os corredores por onde ocorreram os principais confrontos policiais durante a pacificação e os locais onde as cenas da novela *Salve Jorge* foram gravadas. O percurso é composto por oito estações, de Bonsucesso a Palmeiras, e dura aproximadamente 15 minutos.

Na Rocinha, o passeio é feito dentro da comunidade e a visão é de pessoas em suas vidas cotidianas. Em alguns trechos, é necessário ter cuidado com onde se pisa para não molhar os pés no esgoto a céu aberto; em outros, ter cuidado com a cabeça, para não bater nas pontas de marquises construídas em altura baixa ou, ainda, para não esbarrar nos fios de alta tensão sem proteção. Diferentes cheiros estão continuamente presentes: de comida sendo preparada, de lixo acumulado ou das frutas maduras vendidas nas mercearias. As pessoas podem interagir com os moradores, donos das lajes feitas de pontos de parada e mirantes. Mas, a entrada na casa dos moradores é paga.

Neste caso, o que se propõe, com o *tour* nas favelas, é a exibição do “exótico”. Pois, o turista não deixa de ser turista. Há um mediador, o guia turístico. E o carro que os transporta é muito parecido com o que se vê em safáris na África. Embora haja uma narrativa previamente conhecida – novelas, videoclipes, filmes - não há deslocamento de identidades e nem de significados. Não há suspensão da descrença, pois a principal atração, ali, é a realidade concreta. Não há personagens, há pessoas “reais”. Da mesma forma, o espaço onde se dá a experiência não foi arranjado para o consumo, ele simplesmente existe independentemente da visita dos turistas. Conclui-se, portanto, que se trata de uma “experiência de consumo” (turístico), mas não de um “consumo de experiência”.

Copacabana é um bairro emblemático no imaginário da cidade do Rio de Janeiro. É um importante roteiro turístico e sua memória é construída como um território múltiplo que legou importantes símbolos como a praia, as ruas, os edifícios, os heterogêneos moradores e frequentadores (VELHO, 1999). Inspirou músicas, foi cenário de filmes e telenovelas e abriga tradicionais estabelecimentos, como o Copacabana Palace, luxuoso hotel, construído em 1923, em frente à Praia de Copacabana, um dos marcos da história do turismo organizado no Brasil. Pelos salões do Copacabana Palace desfilaram celebridades, estadistas, estrelas hollywoodianas. Tal glamour, no entanto, está ao alcance de quem possa despender um café da manhã servido no Pégula, restaurante do hotel, com amplo cardápio e ambiente requintado.

Tomar café no Copacabana Palace, lugar luxuoso com tantas memórias de estrelas de cinema e personalidades carismáticas, é uma experiência que mexe significativamente com o lado hedônico dos que não podem viver glamorosamente no seu cotidiano. Pode ser considerado um escapismo, uma indulgência, um luxo pessoal que, de vez em quando, pode ser permitido e que até desperta a imaginação de poder se sentir rico por um dia. No entanto, o local não foi intencionalmente preparado para ser consumido como uma experiência que provoca sensações e emoções. A decoração dos anos 1920 e o cenário luxuoso remetem à sofisticação e à distinção de quem frequenta o hotel, mas não são suficientes para proverem memórias de um tempo em que princesas e estadistas tomavam café em torno da piscina do hotel. No café da manhã do Pégula, há turistas e hóspedes da elite, e entre eles pode até haver alguma

celebridade, mas não necessariamente. Não há uma ritualização que prepare o consumidor para a imersão no mundo luxuoso do Copacabana Palace, de um tempo passado. Deste modo, não acontece um pacto com o frequentador que promova a suspensão da descrença e nem um deslocamento de significados. O consumidor de classe média que toma café da manhã no tradicional hotel tem uma experiência luxuosa de consumo, mas não chega a consumir, como experiência, o glamour de Copacabana nos seus tempos áureos.

Considerações finais

O artigo buscou estabelecer algumas direções no sentido de construir uma possível definição para o conceito de “consumo de experiência”, considerando-se que tal expressão vem sendo, cada vez mais, usada em trabalhos acadêmicos sem que seja explorada em seus limites e possibilidades. Ao mesmo tempo, partiu-se do princípio de que “experiência de consumo” é uma noção muito próxima, porém bastante diferente da anteriormente referida.

Pode-se dizer que todas as experiências de consumo, inclusive as relatadas anteriormente, nos oferecem pistas para interpretar a lógica cultural, “[...] como via[s] de acesso ao imaginário do nosso tempo, em particular, a dimensão desse imaginário que se reflete na cultura de massa” (ROCHA, 2006, p. 16) por estarem inseridas em um código, cujo significado é partilhado e público (GEERTZ, 2005). No entanto, nosso argumento é que algumas das experiências relatadas produzem um efeito um pouco mais intenso do que as experiências de consumo que vivemos cotidianamente, são exemplos de gatilhos que deslancham mais fortemente a habilidade de desejar, imaginar e experimentar emoções que caracterizam “[...] as bases metafísicas do consumo” contemporâneo (CAMPBELL, 2006).

Se a imaginação e a emoção estão presentes em toda a “experiência de consumo” como ir ao cinema para assistir a um filme desejado, ao shopping para comprar uma roupa para um evento, a um restaurante para um encontro romântico, tal imaginação é mais ativa quando a ambiência e a narrativa oferecem uma imersão, que leva a um esvaecer de fronteiras entre a ficção e a realidade. A materialização do *Spider Man*, o movimento de atravessar o portal de *Diagon Alley* e se deparar com um Gringott no universo de Harry Potter criado pela *Universal Studios*, entrar no cenário e no cotidiano das personagens preferidas das séries televisivas de sucesso são exemplos utilizados pela indústria do entretenimento para promover esse mergulho na fantasia, vivenciada como real. Funcionam como gatilhos emocionais por oferecerem uma atmosfera, um tempo, uma preparação ritual e um acordo tácito e participativo entre consumidor e serviço, onde o aspecto lúdico é preponderante e pressupõe o envolvimento deste consumidor, por ele já conhecer os códigos daquele universo ficcional experimentado.

O presente texto pretende, ainda que de forma incipiente, estabelecer algumas bases para que novas vivências, sensações, sensibilidades cotidianamente experimentadas sejam analisadas no âmbito dos estudos sobre consumo

e comunicação, e ainda de quaisquer outros que procurem compreender o fenômeno da suspensão da descrença para efeito de um envolvimento do sujeito com as mídias.

Quanto mais fã o consumidor for, maior seu potencial de reconhecimento dos fragmentos presentes na narrativa, promovendo o deslocamento da subjetividade e a integração sensível - intensa em efetividade, envolvente como imersão, totalizadora como realidade simulada e, assim sendo, capaz de definir o que chamamos “consumo de experiência”.

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulações*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumidor moderno”. In: BARBOSA, L e CAMPBELL, C. *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: FGV Ed, 2006.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GOMES, Laura Graziela. “Fansites ou consumo da experiência na mídia contemporânea”. In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 13, número 28, jul/dez 2007. Pp. 313-344.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo, Aleph, 2009.

MCCRACKEN, Grant D. *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

ROCHA, Everardo. “Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo” In: ROCHA, E.; ALMEIDA, M.; EUGENIO, F. (orgs.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: Mauad/PUC-Rio, 2006.

_____. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

VELHO, Gilberto. “Os mundos de Copacabana”. In: VELHO, Gilberto (org). *Antropologia Urbana. Cultura e Sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Sociedade: de Coleridge a Orwell*. Petrópolis: Vozes, 2011.

VITALIS, Aline. A função social dos direitos autorais: uma perspectiva constitucional e os novos desafios da sociedade da informação. In: *Coleção cadernos de políticas culturais – vol 1: direito autoral*. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

Notas

1. Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada no Grupo de Trabalho 06 – Comunicação, consumo e subjetividade, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015. O artigo é resultado dos encontros do Grupo de Pesquisa do PECC – Programa de Estudos em Comunicação e Consumo Academia Infoglobo/PUC-Rio, do qual todos os autores são pesquisadores.
2. Disponível em: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2014/12/06/interna_diversao_arte,460961/j-k-rowlling-publicara-contos-ineditos-sobre-harry-potter-neste-mes.shtml. Acessado em: 14 de maio de 2015.
3. Além dos Estados Unidos, também na Inglaterra, na Escócia e no Japão é possível visitar estúdios com cenários do filme, conhecer estações de trem, monumentos e castelos (Reino Unido) que serviram de locação e ainda outro parque da Universal Studios (Japão) dedicado a Harry Potter.
4. Desfile “A costura do invisível”, de Jum Nakao. Disponível em: <http://www.jumnakao.com/portfolios/a-costura-do-invisivel/>. Acessado em: 14 de maio de 2015.
5. Suspensão da descrença é a suspensão do nosso senso crítico e racional que nos impediria de acreditar, por exemplo, que, num anúncio, os animais possam falar. Para que este anúncio continue sendo uma coisa contra a qual não nos insurgimos racionalmente, é preciso que se suspenda este senso crítico, ou nossa descrença. “Suspensão da descrença”, para Coleridge (1983), é um conceito que pressupõe um pacto entre a obra do autor e o leitor/espectador para que a narrativa seja apreciada como se fosse verdadeira, mesmo sabendo-se ser uma criação. É a permissão do leitor/espectador para entrar na história, e vivenciá-la como verdadeira, desde que ela seja minimamente verossímil dentro do enredo proposto (COLERIDGE, 1983 [1817]).
6. Conceito tomado de empréstimo de Baudrillard (1981) que, apesar de muito instigante e reflexivo, não será aqui aprofundado por propor uma leitura da sociedade de consumo muito crítica e diferente de nossa proposta.
7. Campbell separa os conceitos de fantasia e de devaneio. O devaneio abre sempre um diálogo com o real, pois o sujeito está consciente dele, podendo evocá-lo sempre que precisar; enquanto a fantasia é um espaço de criação, que não precisa necessariamente estar conectada à realidade.
8. Narrativas escritas por fãs consumidores de séries televisivas, filmes e personagens, que fazem uso de vários elementos (cenas, personagens, situações) da obra original da qual são fãs, recriando-as.
9. Disponível em: <http://viagem.uol.com.br/guia/brasil/rio-de-janeiro/roteiros/favela-tour-ganha-cada-vez-mais-adeptos/index.htm>. Acesso em: 14/6/2015.

Reflexões sobre espaço e comunicação: a transformação da experiência em cotidianos urbanos

*Reflections on space and communication:
the transformation of experience in urban daily*

Renata Rezende | Universidade Federal Fluminense
Professora do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF).
Pós-Doutorado em Comunicação e Cultura (UFRJ); Doutora em Comunicação e
Mestre em Comunicação e Imagem (ambos pela UFF)
E-mail: renatarezender@yahoo.com.br

Laura Bedran | Universidade Federal Fluminense
Professora do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano e do
Departamento de Comunicação Social da UFF. Doutora em Comunicação.
E-mail: laura.bedran@yahoo.com.br

Resumo

Por meio de ensaio, o texto objetiva problematizar as transformações do espaço, levando em conta as diferentes formas e relações informacionais que afetam as interações humanas e temporalidades que as atravessam e lhes dão sentido, na articulação da experiência cotidiana. Para tanto, se interroga a materialidade construída no tempo/espaço, que transforma o cotidiano dos sujeitos imersos em territórios mobilizados pela mídia e conectados por tecnologias de comunicação. Destaca-se a transformação da cidade a partir dos fluxos de informação, a comunicação em rede, as mídias dos espaços urbanos e as relações comunicativas geográficas e/ou culturais, particularmente da sociedade ocidental do século XIX ao século XXI.

Palavras-Chave: Tecnologias de Comunicação; Espaço; Cotidiano

Abstract

The paper aims to discuss the transformations of space, taking into account the different forms and informational relationships that affect human interactions and frames that go through and give them direction, the articulation of everyday experience. It questions the materiality built in the time / space that transforms the daily lives of individuals immersed in territories mobilized by the media and connected by communication technologies. The transformation of the city from the flow of information, network communication, the media of urban spaces and geographical communicative relationships and / or cultural, especially in Western society of the nineteenth century to the twenty-first century

Keywords: Communication technologies; Space; Everyday life

Rodeados não somente por uma tecnologia diversificada que tem, entre tantas funções, como principal - a conexão -, talvez fosse mais fácil perguntarmos: o que não é comunicação? É fato que estamos inseridos em um mundo onde tudo quer comunicar. A comunicação se estende muito além dos suportes especialmente projetados para este fim: sinais, gestos, imagens, corpos, objetos, design de interiores, arquitetura, urbanismo... em várias escalas, a comunicação se expande.

Quando Roland Barthes (1979, p.4) apontou a possível similaridade entre objetos, tais como vestidos, automóveis, anúncios publicitários ou mesmo gestos, entre outros, afirmando que “pelo menos isto: são todos signos” se evidenciam as várias possibilidades de comunicação nesta complexa “cozinha dos sentidos” do contemporâneo.

A noção contemporânea de comunicação é tão vasta que exige alargamento também da noção de seus territórios e espacialidades - domínios que expandem, em muito, a concepção do clássico modelo Emissão – Recepção. Os múltiplos sentidos que, desde antes, vem sendo instigados pelas várias possibilidades deflagradas nos ambientes cotidianos urbanos, sem dúvida, com “a proliferação das tecnologias e a profissionalização das práticas acrescentaram novas vozes a essa polifonia, num fim de século que faz da comunicação figura emblemática da sociedade do Terceiro Milênio” (MATTELLARD, 2004, p.9).

É possível pensarmos a comunicação como um ato cotidiano mediado pela experiência no espaço contemporâneo. Além, claro, de pensarmos no quanto ela circula, interfere, une e ao mesmo tempo segrega, distingue e determina. Para compreendermos essa multiplicidade de ações e sentidos que permeiam a comunicação contemporânea, é pertinente olharmos um pouco para trás, quando a comunicação tomada como um processo de interação entre emissor e receptor parecia menos complexa.

A divulgação de um pensamento como propagação ideológica ou cultural está marcada na história remota do mundo e das civilizações. Inegável o papel desempenhado pelas doutrinas religiosas com grande poder de comunicação emanado das imagens idealizadas do cristianismo sobre uma população, em sua grande maioria, de cultura oral. Outro exemplo desse processo de interação informacional, já há muito vivido nesse velho mundo, são as viagens marítimas transnacionais. Movidas pela expansão de mercados e territórios, essas viagens promoveram a globalização de costumes - com destaque são retratadas as feiras populares na Veneza renascentista, repletas de mercadorias de diferentes partes do mundo que encantavam olhares curiosos; e o processo colonizador que, de forma impiedosa, escravizou diferentes, impôs costumes e devastou culturas, mas também promoveu interações.

Com o surgimento da imprensa, no século XV, o processo de comunicação impõe-se mediado por um veículo, onde, principalmente, a reprodução em larga escala lhe dá inegável possibilidade de expansão. Como categoria de instituições de mediação, os livros, os jornais e os folhetos promovem novas formas simbólicas de contato intelectual que, além da profissionalização da divulgação de ideias, promovem “a progressiva laicização do pensamento filosófico, político e social” (FERRIN, 2002, p.16).

Além da divulgação de ideias, saberes e comportamentos e, por conseguinte, a progressiva expansão intelectual, o hábito da leitura promoveu uma ação de grande poder na sensibilidade humana ao formatar o modo de olhar. A esse respeito, McLuhan (1964) desenvolve a ideia dos meios como extensão do homem, como órgãos amplificados, onde sentidos e funções humanas estariam diretamente afetados: “toda extensão é a amplificação de um órgão, de um sentido ou de uma função que inspira ao sistema nervoso central (MCLUHAN,1964, p.197).

Sua análise sobre o livro impresso não se detém nas possibilidades ampliadas de pensamentos e ensinamentos em massa, mas revela o quanto a palavra escrita formatada ao modo tipográfico determina uma estrutura da escrita que afeta a sensibilidade. Dessa forma, o livro como extensão do humano passa a exigir uma sensibilidade que se organiza para a leitura (MCLUHAN,1964). A escrita impressa através do livro, ao modo como foi concebido pela tipografia, com a precisa linearidade, uniformidade e continuidade na leitura, apresentou-se com uma estrutura visual que deu início a uma espacialização da comunicação que, dessa forma, compreendeu uma intensificação para o ponto de vista particular: “psicologicamente o livro impresso, como extensão da faculdade visual, intensificou a perspectiva e o ponto de fuga fixo” (MCLUHAN,1964, p.197). Este campo determinado entre a leitura e o leitor passou a ser um campo de fluxos, no qual a subjetividade mistura-se ao campo informacional repercutindo em repertórios múltiplos pela autonomia do receptor. Fechado em seu campo visual, o leitor e o livro dialogam intensamente, a possibilidade imaginária contida nesta relação é grande.

O espaço moderno e a transformação do cotidiano

Instalada a escrita impressa como primeiro modelo moderno de comunicação em massa, sua expansão acompanhou os movimentos do mundo com inovações tecnológicas. Progressivamente, aldeias foram sendo transformadas em cidades que difundiram a urbanização muito além dos sistemas viários e habitacionais, gerando também uma cultura urbana de convivência, consumo e lazer. O planejamento que as cidades modernas adquiriam no século XIX, um modelo urbano reproduzido em várias cidades do mundo, caracterizou-se por uma organização voltada para o funcionamento racional do espaço, com a cidade fracionada em regiões de trabalho, lazer e moradia, conectadas em intensos fluxos. Apesar dessa racionalidade aparente imposta pelo espaço urbano moderno, a experiência cotidiana imputou aos indivíduos citadinos uma nova sensibilidade: em um jogo de congruências múltiplas a tecnologia, o lazer e o consumo misturaram-se à racionalidade e alteraram significativamente as relações entre o espaço e o tempo dentro do cotidiano das cidades.

A cidade descrita, como um novo espaço para a experiência humana em meio às crescentes modernizações, encontra eco na análise de Walter Benjamin (1980): a experiência da cidade moderna como uma experiência sensorial. Ao contextualizar as inovações técnicas do século XIX e as decorrentes mudanças, emerge com grande força esta nova cidade, que passa a explorar o corpo humano em seus vários sentidos. O autor propõe que as novas invenções que surgiram em vários campos, como fósforos, telefone, fotografia, carro, entre

outras, foram invenções que substituíram com um simples gesto, ações antes muito mais complexas; e todas elas seguidas de um *choc*. A experiência do *choc* tem como significado a reação aos estímulos através da consciência. Recorrendo a Freud, Benjamin explica que a experiência como um trauma ocorre quando a apreensão se dá sem as devidas defesas do organismo, as quais são proporcionadas pela consciência. O *choc*, ao ser aparado pela consciência, daria ao acontecimento o sentido de vivência (BENJAMIN et. al., 1980), neutralizando o suposto efeito traumático. Ora, se assim se processa o binômio choque e experiência, o autor sugere que as sucessivas experiências de choques provocadas no cotidiano urbano têm o objetivo de neutralizar o aspecto traumático da vida urbana e promover a adaptação gradual do homem a esse novo e “estranho” modo de vida.

O autor também pretende mostrar que a aplicabilidade da técnica em larga escala sobre as diferentes categorias da vida moderna, desde as mais práticas, como a exemplificada pelos fósforos, às mais subjetivas, como a apreciação da arte, propicia no indivíduo constantes experiências sensoriais de estímulos sucessivos. Dessa forma, a vida passa a ser mediada por estas experiências sensoriais cotidianas, que promovem uma espécie de fruição e prazer em sua apreciação. Abre-se, nesse sentido, uma importante discussão que aponta as questões relacionadas à cultura de massa, que no século XX encontra seu desenvolvimento através dos meios de comunicação e da indústria cultural que a alicerça. A afirmativa fica mais evidente quando, principalmente, a fotografia, o cinema e a arte tornam-se objetos de análise do autor, relacionados à reprodução técnica da obra que se aplica às três modalidades:

As técnicas de reprodução aplicadas à obra de arte modificam a atitude da massa com relação à arte. Muito retrógrada face a um Picasso, essa massa torna-se bastante progressista diante de um Chaplin, por exemplo. O caráter de um comportamento progressista cinge-se a que o prazer do espectador e a correspondente experiência vivida ligam-se, de maneira direta e íntima, à atitude do aficionado. Essa ligação tem uma determinada importância social. Na medida em que diminui a significação social de uma arte, assiste-se no público a um divórcio crescente entre o espírito crítico e o sentimento de fruição (BENJAMIN et al., 1980, p. 21).

Apesar do reconhecimento da cidade como uma nova experiência, com significados subjetivos para o homem urbano, Benjamin (1980), ao relacionar a ausência de crítica ao prazer da fruição, expõe também a imbricação entre os objetos da cultura de massa e o conceito de alienação, afinados ao discurso crítico de Adorno (1988) e dos pensadores da Escola de Frankfurt.

Se nos jornais, o desenho já ilustra com desenvoltura o cotidiano, paralelamente, uma outra técnica, a fotografia, se desenvolve para criar uma linguagem própria. Assim, sucessivamente, as manifestações artísticas vão sendo afetadas pelas técnicas de reprodução: a pintura se reproduzem cartazes, a orquestra se reproduzem música nos gramofones, o teatro em filmes, e dessa maneira, com tamanha desenvoltura, que alteram o conceito histórico tradicional de arte: são obras que se impõem em sua apresentação a um grande público e se validam na reprodução como formas originais de arte (BENJAMIN et al., 1980).

A expansão da publicidade, em razão de um modelo econômico, da demanda de um mercado e da formação de um público consumidor nas cidades crescentes, acentua a experiência cotidiana envolvida como uma atividade prazerosa mediada pela comunicação. Ir às compras, uma ação antes comum, corriqueira e necessária, ganha nova roupagem nas cidades modernas com vitrines sedutoras e lojas de departamentos, nas quais os produtos etiquetados com preços passam a refletir o novo modelo de comércio, onde não mais se impunha a negociação, deixando ao cliente a liberdade de circular entre as mercadorias e o deleite de, talvez, apenas apreciar (RAPPAPORT, 2004). Paralelo a isso, uma estratégia de excitação atua nos anúncios de promoções, na decoração das vitrines e na diversidade de produtos.

Os cartazes publicitários passam a compor o ambiente urbano associando o desenvolvimento da indústria gráfica com a criatividade de artistas que traduziam as bases do design aplicado à comunicação gráfica de massa. O cartaz de rua irá, pioneiramente, mapear características estritamente urbanas ao exigir legibilidade textual, impacto de cores e síntese de formas, além da repetição – colados lado a lado – como essenciais para a leitura em meio ao ambiente das cidades.

Os estímulos que estão por toda a parte nas cidades modernas promovem a potencialização da imagem que pode ser percebida nas mudanças avançadas pelos processos de industrialização e urbanização, que passaram a fornecer ao indivíduo das cidades uma nova experiência visual. Crary (2004) classifica essa experiência como uma modernização do olhar que já se organizava muito antes da invenção do cinema, no final do século XIX, transformando o padrão clássico de observação. Para o autor, as mudanças percebidas nos campos científicos, como a que relaciona a experiência visual atrelada à experiência sensorial, acarretaram novas condições de aplicabilidade de técnicas de manipulação e estímulo:

Uma vez determinado o fato de que a verdade empírica da visão situava-se no corpo, os sentidos – e a visão em particular – puderam ser anexados e controlados por técnicas externas de manipulação e estimulação. Essa foi a conquista histórica da ciência da psicofísica nos meados do século XIX – sobretudo o trabalho do cientista-filósofo Gustav Fechner – que tornou a sensação mensurável e firmou a percepção humana no domínio do quantificável e do abstrato. A visão, assim, tornou-se compatível com muitos outros processos da modernização (CRARY, 2004, p. 68).

Sobre as modernizações impostas ao olhar nas paisagens das cidades, Nelson Brissac Peixoto (2003) também faz referências à formação de um novo observador, o qual chama de “observador ambulante”. Não mais contemplativo de um objeto único, este observador que circula nos grandes centros, é formado pela convergência de espaços, tecnologias e imagens; capaz de acessar múltiplas e sobrepostas visões de um mundo em constante circulação. “A pluralidade de vistas foi condição para a formação de um observador competente para assumir as vastas quantidades de imagens e informações que começavam a ser postas em circulação no século XIX” (PEIXOTO, 2003, p. 97-98).

Podemos dizer que o modelo de urbanização que se desenvolveu no século XIX favoreceu a construção de um espaço mediado pela experiência. As condições instauradas pela urbanização sobre as diversas modalidades da vida cotidiana tomaram, em conjunto, a cidade como um suporte a ser experienciado. Midiaticamente, a cidade moderna expandiu territórios informacionais. Desde a imprensa de tipos móveis, no século XV, diversas condições materiais e tecnológicas foram determinando modos de perceber a comunicação sobre elas expressas, assim como o mundo.

Na passagem dos séculos XX para o XXI, com o hibridismo dos meios de comunicação, a mídia passou a implicar uma nova qualificação da vida, ou como afirma Muniz Sodré (2002), um *bios virtual*, no qual o usuário pode entrar e mover-se em ambientes digitais, graças à interface gráfica, trocando a representação clássica pela “vivência apresentativa”, onde mais uma vez os conceitos de tempo e espaço são alterados, na medida em que a forma condicionante da experiência é ampliada pela aceleração e pela circulação das coisas no mundo. A partir da influência do novo sistema de multimeios, atravessado por interesses sociais, políticos e mercadológicos, emerge uma outra forma de viver o espaço nas cidades.

O ciberespaço e a experiência contemporânea

No estágio da cibercultura, os territórios e o cotidiano urbano se reconfiguram a partir da emergência de novos formatos comunicacionais, que passam a incluir as tecnologias sem fio, o espaço conectado e virtual e as redes e relações cada vez mais digitalizadas, “as cidades se desenvolvem como sociedades em rede” (LÉVY e LEMOS, 2010, p.121-122).

A vida cotidiana atravessa e é atravessada pelo espaço cibernético, o qual inaugurou novos fluxos, afetos e alegorias, ou como afirma Jaguaribe (2007, p.16), a realidade tornou-se fabricada: “uma das postulações da modernidade tardia é a percepção de que os imaginários culturais são parte da realidade e que nosso acesso ao real e a realidade somente se processa por meio de representações, narrativas e imagens”. É nesse sentido que tomamos o conceito de cotidiano a partir de Agnes Heller (2008), que o considera como um processo ininterrupto de invenções humanas na tessitura da história. Para a autora, é importante analisar as ações do cotidiano porque é por meio dele que se assimila o outro e o mundo e, nesse contexto, também (e talvez principalmente) o espaço.

Na contemporaneidade, a representação do espaço passou a incorporar novas formas (o virtual, o espaço simulativo ou telereal da hipermídia) expandindo ainda mais a dimensão tecnocultural, onde se constituem e se movimentam os sujeitos sociais. Uma nova modalidade de representação se instaura, supondo outro espaço-tempo social (imaterialmente ancorado na velocidade do fluxo eletrônico e digital), e, por certo, um novo regime de visibilidade pública, na qual a lógica espetacular se amplia. Novas tecnologias de som e de imagem passam a constituir o campo do audiovisual, proporcionando ao receptor acolher o mundo em seu fluxo, ou seja, a partir da simulação de um tempo “vivo” ou “presente”, no qual a materialidade incorpora outros significados com as ferramentas da multimídia.

Segundo Castells (1999, p.355), uma “cultura da virtualidade real”, em que a própria realidade (a experiência simbólica e material dos sujeitos) “é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais no mundo do faz-de-conta, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (CASTELLS, 1999, p. 395).

Esse sistema de comunicação modifica as dimensões fundamentais da vida: localidades reais e imaginadas são despojadas de seu sentido histórico, geográfico e cultural, reintegrando-se em redes fragmentárias de texto e imagens, em uma esfera cada vez mais fluida. Passado, presente e futuro se confundem para interagir no mesmo conteúdo: a imaterialidade e a mobilidade se tornaram palavras de ordem no cenário do século XXI.

Compreender as particularidades desse fenômeno técnico, bem como seu papel no mundo contemporâneo não é simples. Devido à penetrabilidade em todas as esferas da atividade humana, a chamada “revolução tecnológica da informação” nos obriga a mudar o olhar e a buscar ferramentas para entender esse novo suporte, inserido em um paradigma sociocultural muitas vezes desacreditado de grandes ideologias, e em contextos políticos fracassados.

As tecnologias digitais surgiram como a infraestrutura do ciberespaço (JOHNSON, 2001), enquanto local de organização de um novo mercado da informação e do conhecimento, mas também de comunicação e de sociabilidades. Nesse cenário, tais tecnologias se desenvolveram, possibilitando a veiculação de mensagens em um mesmo suporte – o computador – e dessa tecnologia decorreu uma nova mídia – a Internet – que passou a implicar outra qualificação da vida, ou como supracitado, a partir de Sodré (2002), um *bios* virtual, que consiste em outra dimensão da realidade, com outras formas de perceber, pensar e formular a “materialidade”, particularmente em sua referência física.

Apesar de autores como Pierre Lévy (1999) e Jean Baudrillard (2002) afirmarem que o virtual provocou a anula o do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribui o de bens e de indivíduos, que se tornaram imagens e passaram a formatar seus corpos dentro de um ambiente artificial, acreditamos que o espaço não foi anulado, mas multiplicado em novas possibilidades geradas pela própria tecnologia. Compreendemos que há uma complexifica o dos espaços possíveis de serem habitados (REZENDE, 2009). Nós, bifurca es, pontos de referência, janelas imaginárias abriram outras dimensões virtuais, constituindo novas possibilidades que determinaram outras formas de se conceituar o espaço, lembrando, inclusive, o próprio corpo enquanto espaço material e virtual, o qual se relaciona as dimensões fundamentais da mobilidade, que segundo Lemos são (2011, p.16): a física, a informacional-virtual e a do pensamento.

Richard Sennett (1997), em uma reconstitu o da história do corpo, lembra-nos como “o homem moderno  , acima de tudo, um ser humano móvel”. O sociólogo desenvolve seu pensamento a partir da revolu o científica de William Harvey¹, o qual transformou a compreensão do corpo, relacionando-o ao advento do capitalismo moderno, que resultou em uma visão de liberdade associada ao fato de mover-se (REZENDE, 2005). Sennett afirma que no século

XX as pessoas passaram a se deslocar rapidamente, especialmente em função de um “movimento total” condensado na tecnologia do automóvel. A partir da experiência corporal, o autor buscou uma “nova história da cidade”. Para Sennett, “o individualismo moderno sedimenta o silêncio dos cidadãos na cidade. (...) os lugares são para se passar à vista, mais do que cenários destinados a conversações (...) nossa ágora só existe na aparência (...) a cidade acabou por realizar o ideal iluminista do corpo em movimento” (SENNETT, 1997, p. 214).

No século XXI, “não podemos dissociar comunicação, mobilidade, espaço e lugar” (LEMOS, 2011, p.17), na medida em que a comunicação desloca a informação de um espaço a outro, criando e reconstituindo sentidos, significados e subjetividades. O autor explica as dimensões da mobilidade – a física (corpos e objetos), a do pensamento (como desterritorialização por excelência, a partir de Deleuze e Guattari) e a informacional-virtual -, enquanto constituições fundamentais para se compreender a cultura contemporânea, e ressalta que a mobilidade também evidencia sistemas de poder, devendo ser interpretada, inclusive, como performance (LEMOS, 2011, p.16-17). Segundo Lemos, existe, hoje, uma correlação entre as mobilidades informacional e física, no que diz respeito ao acesso às tecnologias e objetos, pois, para o autor, “quanto maior for a potência de mobilidade informacional-virtual, maiores serão a mobilidade física” ou “os que podem se movimentar mais facilmente pelo ciberespaço são também os que têm maior autonomia para o deslocamento físico e vice-versa” (LEMOS, 2011, p.17-18).

Massey (*apud* Lemos, 2011, p.18), lembra que as disparidades no que tange às mobilidades se relacionam às “diferentes hierarquias e geografias de poderes”. A narrativa do espaço e a cultura da mobilidade se transformam segundo as épocas, os contextos e a história de cada lugar. De acordo com Lemos (2011), é preciso levar em conta as noções de extensibilidade e de acessibilidade, as quais, segundo o autor, são complementares, na medida que uma refere-se à capacidade do sujeito ou do grupo de superar as dificuldades de movimento e a outra refere-se à potência para chegar ao ponto desejado. Em conjunto a essas dimensões, entram em cena a velocidade e a aceleração, vetores valorizados na sociedade da informação, na qual “a mobilidade se transforma em imperativo de conquista” (LEMOS, 2011, p.19) porque participa do tipo de formato histórico que amplia o espaço virtual, com as redes telemáticas e as conexões cada vez mais móveis e sem fio.

Nesse cenário, a produção de imagens deixa de ser um efeito de duplicação e representação, para tornar-se processo de construção e simulação, processo que resulta em uma mediação tecnológica exacerbada, na medida em que os sujeitos são solicitados a viverem no interior de ambientes tecnocomunicacionais, onde a interatividade e a conectividade são permanentes e a mídia torna-se espaço autônomo e privilegiado por atuar diretamente na construção do real. Fatos e coisas passam a ser rerepresentados a partir de um tempo vivo e a simulação torna-se uma *representação apresentativa* (SODRÉ, 2002), na qual a conjuntura temporal, marcada pela aceleração, configura outros sentidos de lugar, novas territorializações.

Segundo Sodré (2002), desde o pós-guerra, a revolução informacional vem transformando a “própria estruturação das percepções”, ao integrarem os mecanismos clássicos da representação aos novos dispositivos virtuais. Isso porque o conceito de mediação decorre da articulação híbrida de múltiplas instituições com diversas organizações de mídia, com atividades tecnológicas e mercadológicas. Diante de uma sociedade assim constituída, viveríamos agora, em uma era na qual a materialidade física se transforma em imagem, se oferecendo como “ilusão da forma”, a partir da qual se pode experimentar estruturas, corpos e cidades no fluxo da virtualidade do ciberespaço.

Num primeiro momento, caracterizado como espaço complexo, o ciberespaço se configura como território presente em vários lugares e, ao mesmo tempo, em lugar algum. Ao desconectar a tomada do equipamento que o abriga (determinado computador), ele desaparece, mas continua existindo alhures. Em *Uma História do Espaço: de Dante à Internet*, Wertheim propõe um percurso sobre a constituição da espacialidade, considerando que fatores presentes na cultura ocidental resultaram em uma crença de que o ciberespaço, hoje, tornou-se o foco de sonhos essencialmente religiosos. A autora tenta compreender porque esse espaço digital é visto como uma tentativa de se construir um substituto tecnológico para o lugar cristão do Paraíso, onde “junto com a libertação da dor, virá também a libertação máxima”, na medida em que o deslocamento se realiza sem o corpo físico (WERTHEIM, 2001, p.13).

O termo ciberespaço, inventado pelo escritor de ficção científica William Gibson, em 1984, descreve um conjunto de redes de computadores por meio dos quais todas as informações circulavam. Desta forma, é possível compreender o ciberespaço como um ambiente simulado (realidade virtual) e como o conjunto de redes de computadores, interligadas por meio da Internet. O ciberespaço é uma entidade real (LEMOS, 2002), pois faz parte de uma cultura planetária crescente. Em vez de um espaço fechado, é um local transnacional onde o corpo é suspenso pela abolição da noção do espaço convencional e pelos usuários que entram em jogo em diversos meios de sociabilidade.

Se a tendência da física foi gradualmente abolir a matéria em função do espaço (corpo como matéria), no ciberespaço a questão do corpo (sua presença nesse espaço de informação) torna-se fundamental. Sendo um local de informação, tudo se torna fluido e mutável. O conceito de rede aparece como um conglomerado de nós e de bifurcações e, de cada nó é possível enxergar outro nó e nunca sua borda. Isso faz com que tenhamos a impressão de estarmos imersos em um espaço infinito (não que ele não tenha fim, mas porque não conseguimos ver o fim).

O aparecimento cada vez maior de ferramentas múltiplas possibilitou a criação de espaços específicos de comunicação dentro do ciberespaço, unindo sujeitos com interesses comuns em comunidades virtuais e redes de sociabilidade, como as redes sociais digitais. Para Janet Murray (1999), o computador passou a ser visto como espaço a partir do momento em que, através da interatividade com o programa, o usuário sentia que era possível modificar o espaço

“do outro lado da tela”. Tornou-se possível perceber a presença do outro no ambiente virtual, permitindo, inclusive, a criação de espaços como mundos, ou seja, como lugares habitados e modificados por seus habitantes.

O ciberespaço pode ser visualizado a partir da metáfora da noosfera², uma camada da consciência humana digitalizada, na medida em que é uma espécie de pele abstrata, na qual circulam informações e pessoas, como espectros digitais. Toda a rede telemática é utilizada para o transporte de conteúdos diversos como trocas de arquivos, fotos, vídeos, músicas, entre outros, com velocidade cada vez mais ampliada. No contexto da comunicação planetária e multimodal, a rede agrega pessoas, independentemente da localidade geográfica, inibindo, se desejado, referências materiais (físicas) e abstratas (religião, política e econômica).

Considerações finais

A partir dessa percepção, o ciberespaço não seria mais um espaço de simulação da vida, mas a própria vida, tornando-se novo campo de possibilidades. Essa concepção de um espaço desmaterializado do corpo faz parte do antigo sonho de criação de um mundo paralelo, “pós-humano”. É a partir dessa concepção que problematizamos a experiência da vida cotidiana nas grandes cidades, na medida em que se instaura um paradoxo: o espaço midiaticizado das redes digitais se multiplica em informação, proporção e velocidade, enquanto o espaço físico torna-se cada vez mais obstruído pelo excesso de materialidade (construções, sistemas e pessoas).

O sistema capitalista inaugura megalópoles caóticas e asfixiantes, distribuindo poluição visual: vive-se um cotidiano midiaticizado. Nessa realidade, “as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social de sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais”, configurando-se o que Sodré (2002, p. 27) denomina como “sociedade midiaticizada”. Para Beatriz Jaguaribe, “há, nos meios de comunicação, uma produção de realidades exacerbada pelo sensacionalismo, pela propulsão do choque, pela necessidade imperiosa de produzir novidades, pela vertiginosa velocidade de informações fragmentárias que não compõem um retrato total do social-global” (JAGUARIBE, 2007, p.17).

O presente cotidiano é cada vez mais midiaticizado, articulado por redes de conteúdos informacionais (notícias, entretenimento, publicidade, jogos, entre outros) produzindo diferentes formas e interações em múltiplas referências simbólicas. Nesse contexto, o efêmero atua, não como “criação exclusiva da velocidade, mas de outra vertigem, trazida com o império da imagem e a forma como ela é engendrada” (SANTOS, 2013, p.28). A urgência e a velocidade imprimem o ritmo do cotidiano, ou como acreditam Lipovetsky e Serroy (2015, p.416), o homem apressado que outrora representou a euforia da descoberta da velocidade como parte do romantismo da Modernidade, na qual a aceleração é contínua, agora não traduz mais do que a imagem de um indivíduo na “busca impossível de si”.

No espaço contemporâneo, a complexidade urbana se intensifica, segundo a transformação do próprio capitalismo. Para Lipovetsky e Serroy (2015, p.315), “a estetização de todos os elementos que compõem e organizam a vida cotidiana” está relacionada ao estágio das maneiras de se consumir que “coincide com a generalização das estratégias de sedução estética, com o desenvolvimento da *mise-em-scène* da cidade e dos entornos comerciais”. Trata-se, segundo os autores, da “cidade franqueada”, que vive sob a égide do consumo e é caracterizada pela saturação de espaços comerciais e pela influência mercadológica. Os espaços que se constituem são concebidos como mídia, e tudo deve comunicar em um ritmo acelerado.

Diante desse cenário, nossa maior contribuição é a de pensar o contexto das práticas comunicacionais cotidianas, atreladas ao desenvolvimento de novos regimes de processamento de informação que configuram sujeitos, suas ações e experiências. Portanto, reforçar a importância da tecnologia e da mídia nos estudos sobre a sociedade contemporânea e refletir acerca de como os espaços são tomados no cotidiano, a partir das práticas atravessadas pelos meios de comunicação. Para Heller (2008), a circunstância histórica, onde o homem constitui suas finalidades, “é a unidade de forças produtivas, estrutura social e formas de pensamento, ou seja, um complexo que contém inúmeras posições teleológicas”. De acordo com a autora (2008, p. 32-33), “a vida cotidiana é a vida de todo homem”, portanto, o lugar, o espaço, a cidade também é o cotidiano, ou como lembra Santos (1999, p.251), “cada lugar é, à sua maneira, o mundo” ou o “intermédio entre o mundo e o indivíduo”.

Estamos em meio a este emaranhado de técnicas e dependências no qual vivemos, inclusive em formatos simultâneos, onde é fato que a comunicação, hoje, se apresenta com intenso e igual poder de nos unir ou nos isolar.

Referências bibliográficas

- ADORNO, Teodoro; HORKHEIMER, Marx. *Dialética do Esclarecimento*. Tradução Guido de Almeida, Rio de Janeiro: J. Zahar, 1988
- BARTHES, Roland. *A cozinha dos sentidos*. In: _____. Elementos da semiologia. São Paulo: Cultrix, 1979.
- BAUDRILLARD, Jean. *Tela Total. Mitos-ironias da Era Virtual e Imagem*. Porto Alegre, Sulinas, 2002.
- BENJAMIN et al. *Textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 1-58. (Coleção Os Pensadores).
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CRARY, Jonathan. *A visão que se desprende: Manet e o observador atento no fim do século XIX*. In: CHARNEY, L.; SCWARTZ, V. (Org.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac Naify, 2004. cap. 2, p. 67-94.
- FERRIN, Isabel. *Comunicação e culturas do cotidiano*. Lisboa: Quimera, 2002.

- JAGUARIBE, Beatriz. *O choque do real: estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- JOHNSON, Steven. *A cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- LEMOS, André. *Cultura da Mobilidade*. In: BEIGUELMAN, Giselle & LA FERLA, Jorge. *Nomadismos Tecnológicos*. São Paulo, Senac, 2011.
- _____. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LEMOS, André & LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo, Paulus, 2010.
- LEVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1999.
- MATTELART, Armanda e Michele. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- MCLUHAN, Marshall. *A palavra impressa*. In: *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964 p105-205.
- MURRAY, Janet. *Hamlet on the Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural, Editora Unesp, 2003.
- PEIXOTO, Nelson Brissac. *Paisagens urbanas*. São Paulo: Senac, 2003.
- RAPPAPORT, Erika. *Uma nova era de compras: a promoção do prazer feminino no West End londrino, 1909-1914*. In: CHARNEY, L.; SCWARTZ, V. (Org.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2004. cap. 5, p. 157-184.
- REZENDE, Renata. *Tecnologia, Cinema e invenção do corpo contemporâneo: do corpo mecânico ao corpo digital*. [Dissertação de Mestrado]. UFF. In: http://www.btdt.ndc.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1576, 2005.
- _____. *Fragmentos de um corpo: as tecnologias da comunicação e as narrativas na Idade Média e na Idade Mídia* [Tese de Doutorado]. UFF, 2009.
- SANTOS, Milton. *Técnica, Espaço, Tempo*. São Paulo: Edusp, 2013.
- SENNETT, Richard. *Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WERTHEIM, Margareth. *Uma história do espaço: de Dante à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

Notas

1. Richard Sennett refere-se à obra de William Harvey, *De motu cordis*, de 1628, na qual suas descobertas sobre a circulação do sangue puseram por terra mais de dois mil anos de uma ciência médica cujos princípios eram “relativos ao calor do corpo que governaram a Atenas de Péricles”. A revolução de Harvey mudou a compreensão do corpo de então: “sua estrutura, seu estado de saúde e sua relação com a alma - dando origem a uma nova imagem modelo” e teve ressonância nas mais diferentes formas de pensamento, desde Adam Smith, na Riqueza das Nações, que reconheceu as contribuições de Harvey para a idéia de um *Homo economicus*, que “poderia movimentar-se por toda a sociedade, explorar posses e habilidades oferecidas pelo mercado...” a projetos de saúde pública e urbanismo em todo o mundo voltado para “tudo que facilitasse a liberdade do trânsito das pessoas e seu consumo de oxigênio, imaginando uma cidade de artérias e veias contínuas, através das quais os habitantes pudessem se transportar tais quais hemácias e leucócitos no plasma saudável. A revolução médica parecia ter operado a troca de moralidade por saúde e os engenheiros sociais estabelecido a identificação entre saúde e locomoção/circulação. Estava criado um novo arquétipo da felicidade humana”. In SENNETT, Richard. *Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
2. O conceito de noosfera foi elaborado pelo francês Pierre Teilhard de Chardin (1881-1955) e evoca o compartilhamento de ideias e pensamentos como oportunidade de se alcançar um mundo melhor. Morin (2001) recorre à etimologia do termo noosfera (do grego *noos*: mente e *sphera* - corpo limitado por uma superfície redonda) para explicar que o conceito é uma expressão que representa a camada psíquica nascida da noogênese que cresce e envolve nosso planeta acima da biosfera (camada formada pela multidão de seres vivos, que cobre a superfície do globo). Para Morin, a noosfera é, portanto, o resultado da noogênese: uma camada mais madura, em crescimento e definitiva, estabelecida pelo conjunto do pensamento do ser humano, que está aberta a todas as transformações sutis, desde o estado primitivo até a abrangência de todo o conhecimento humano, às ideias e às tecnologias cada vez mais complexas (2001, p.139). Sodré (2002, p.132) sintetiza o conceito como “um meio-ambiente vinculado a ecossistemas intelectivos ou um *ethosauto*-organizado e mediador das relações de saber entre os sujeitos e o indivíduo consigo mesmo”.

A comunicação, o comum e a alteridade: para uma epistemologia da experiência estética¹

Communication, the common and the alterity: for an epistemology of the aesthetic experience

Angela Cristina Salgueiro Marques | Universidade Federal de Minas Gerais
Doutora em Comunicação Social pela UFMG. Professora do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).
E-mail: angelasalgueiro@gmail.com

Luis Mauro Sá Martino | Faculdade Cásper Líbero (SP)
Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.
E-mail: lmsamartino@gmail.com

Resumo

Embora a noção de “experiência estética” venha sendo explorada nos estudos de comunicação, a dimensão estética do conceito em si parece ter sido de alguma maneira preterida, historicamente, em favor de estudos que privilegiam os “meios”, no sentido técnico, à “comunicação”, em sentido relacional. Este artigo, pautado em pesquisa bibliográfica, procura ressaltar o estético como uma categoria indissociável do conceito de “comunicação” a partir de três pontos: (a) situando a estética da comunicação no conjunto de pesquisas da área; (b) sublinhando a necessidade de pensar o estético como parte do conceito de comunicação; (c) indicando como a narração da experiência pode ser vivenciada como ato comunicativo, político e estético.

Palavras-Chave: Comunicação; Estética; Experiência.

Abstract

Although the notion of ‘aesthetic experience’ has been often explored in communication studies, the aesthetical dimension of communication itself has been a road less traveled in current research. This paper outlines some aspects of the aesthetic experience as a component indelibly connected to the very notion of a communication epistemology. The paper, grounded on bibliographical research, argues that: (a) research has put aside the aesthetical dimension of the communication experience by privileging ‘media’ instead of ‘communication’; (b) aesthetics is a fundamental category to understand what is communication; (c) the notion of ‘narrated experience’ might be seen as an aesthetical, political and communicative act.

Keywords: Communication; Aesthetics; Experience.

Pesquisas recentes desenvolvidas na área de Comunicação têm apostado em uma perspectiva que busca aproximar a arte da vida cotidiana de maneira a revelar como a experiência pode ser pensada a partir das estratégias de ação dos sujeitos diante do mundo e do outro (GUIMARÃES; FRANÇA, 2006; GUIMARÃES; LEAL, 2007). Acreditamos que uma aproximação entre a estética e a Comunicação deve privilegiar o aspecto relacional que caracteriza a ambas.

A significância atribuída a uma obra de arte ou a um produto comunicacional deriva da possibilidade que oferecem à fruição individual, mas também à troca e ao compartilhamento das impressões vividas pelos sujeitos. Nesse sentido, uma estética da comunicação não se reduz aos meios ou a seus produtos, mas procura evidenciar como os enunciados mediados estabelecem um diálogo com a sociedade, articulando discursos e colocando experiências em contato (LOPES, 2006).

Este texto procura delinear algumas das dimensões estéticas do conceito de comunicação a partir de sua intersecção com a noção de “experiência”, entendida como fundamental para se pensar o conceito. A partir de pesquisa bibliográfica, argumenta-se que pensar a comunicação em perspectiva estética oferece uma trilha frutífera para a compreensão dos fenômenos comunicacionais e, em termos metacríticos, do próprio conceito de comunicação.

Primeiramente, o lugar da discussão estética nos estudos de comunicação será brevemente recuperado, de maneira a indicar como a questão se situa nas reflexões da área. Em seguida, a dimensão estética da experiência será discutida, propondo-se, no final, pensar a comunicação como uma relação fundamentalmente estética de experiência da alteridade.

A dimensão estética no debate epistemológico da área

A busca por pensar a Comunicação a partir de uma definição estética pode ser compreendida contra o pano de fundo de algumas questões epistemológicas que vêm se estabelecendo na área. Alguns dos debates recentes, realizados tanto no Brasil quanto no exterior, vêm apontando para a necessidade de repensar o que pode ser definido como Comunicação e, nesse aspecto, o conceito estético emerge como uma proposta em diálogo crítico com outras perspectivas. Vale indicar, sem pretensão à exaustividade, alguns pontos desse tensionamento.

A dimensão estética do conceito de comunicação, em termos iniciais, está ligada ao aparecimento, nos estudos da área, de uma perspectiva que procurou ultrapassar uma determinada concepção de “comunicação” que privilegiava o estudo das “mídias” em detrimento de uma perspectiva que levasse em consideração não exatamente o fenômeno dos meios de comunicação, pensados em sua dimensão técnica ou mesmo sociológica, mas procurasse deslocar o foco para os processos comunicacionais em si, colocados em primeiros plano diante de um modo de olhar que realça o sóciotécnico – vejam-se, por exemplo, os mapeamentos críticos feitos por França (2001, 2013), L. C. Martino (2001, 2002) ou L. M. S. Martino (2008, 2011a, 2011b).

Sublinhar a dimensão estética do conceito de comunicação demanda, então, que se volte ao próprio conceito, procurando sempre ter em mente as trilhas que o privilegiam em relação aos “meios de comunicação”. A concepção de “comunicação” que queremos destacar aqui, apesar de parecer ter ficado em segundo plano diante dos estudos centrados nos meios, contempla uma gama maior de situações que não a relação entre “mídia e sociedade”, mas que permite compreender a relação entre indivíduos, grupos e comunidades de um ponto de vista que se entenda como “comunicacional” e, para isso mesmo, aponte seus próprios limites e definições de alcance.

Trata-se de pensar a “comunicação” como o domínio do estabelecimento de um tipo específico de relação social que, ao menos em termos epistemológicos, não se confunde ou deveria confundir com o tipo de interação estudado, por exemplo, pela Psicologia ou pelas Ciências Sociais (BENNET, 2003). A especificidade de uma relação comunicacional não se identifica diretamente com as possibilidades abertas, e ao mesmo tempo delimitadas, por outros tipos de relação social. Uma das principais buscas epistemológicas da área, ao menos a partir dos anos 2000, refere-se à possibilidade de encontrar essa delimitação específica sem, evidentemente, deixar de lado os tensionamentos e transversalidades com outras áreas do saber, e mesmo com outras perspectivas dentro da Área de Comunicação (MAIGRET, 2000).

A menção a uma diferença entre “comunicação” e “meios de comunicação” não procura estabelecer mais uma dicotomia dentro do campo das ciências sociais, muito menos traçar linhas estanques entre ambos. É necessário, no entanto, observar que, dentro de uma História das Ciências, enquanto a noção de “comunicação” parece apontar para estudos fundamentalmente amplos, a pesquisa em “meios de comunicação” vem definindo, historicamente, o surgimento e a consolidação de uma área do saber específica. É o estudo dos meios, não da “comunicação”, em si, que delimitou historicamente as fronteiras da Área de Comunicação, ao menos, mas não exclusivamente, no caso brasileiro.

O elemento propriamente comunicacional, quando existe, reduz-se, segundo Braga (2010, 2011), a um “epifenômeno” de outros fatores sociais que se tornam, eles sim, os grandes objetos de estudo aos quais se dedica tempo e energia na construção de pesquisas. Nessa situação, que obviamente se constitui a partir de um recorte do observável e não se pretende totalizante, o estudo dos “meios de comunicação” parece deixar de lado a “comunicação”, em termos específicos. Não se comunga aqui com a perspectiva de que estudos de “mídia” não sejam “comunicação”, ou que uma “sociologia dos meios” não pertença, ou não possa pertencer, à Área de Comunicação (MARCONDES FILHO, 2007); a própria porosidade da Área, como indicada por vários autores, torna difícil esse tipo de separação. Assim, observa-se a intersecção de fenômenos sociais e meios de comunicação, sem necessariamente que a estes últimos seja reservado um papel como vetor de determinação do social. (ALBUQUERQUE, 2002; BARROS, 2008; BRAGA, 2010; MARCONDES FILHO, 2012; FELINTO, 2011; PIMENTA, 2011; FERREIRA, 2012).

O questionamento dessa perspectiva, dentro da área, pode ser observado ao menos de maneira parcial como um desdobramento da insuficiência de uma sociologia dos meios de comunicação para dar conta de processos comunicacionais que se estendem em redes de significados, apropriações e reapropriações para além das mensagens midiáticas. Se o modelo centrado nos meios pode ser produtivo quando se fala em termos de “produção” e “audiência” de uma mensagem e, portanto, em uma perspectiva com variáveis de controle relativamente definíveis, por outro lado os próprios estudos que ultrapassavam o espaço dos limites imediatos para uma busca mais detalhada das relações entre mídia e sociedade, como no caso dos Estudos de Recepção ou das Análises do Discurso, mostravam que o próprio entendimento dos meios demandava uma definição mais aproximada do que era “comunicação”. Dessa maneira, em uma paráfrase do título erigido em paradigma da obra de Martín-Barbero (1997), trata-se de uma passagem “dos meios à comunicação” como perspectiva de compreensão do que se entende por “comunicação” em si mesma.

A comunicação expressa um incontido desejo de estar com o outro, de aceitar o desafio que o outro nos lança por meio de sua singularidade, de sua diferença. O encontro com o outro, em sua dimensão comunicacional, estética e política, se expressa sempre de forma agonística, na qual um indivíduo incita e interpela o outro por meio da dúvida, do estranhamento, do convite à interlocução. É no cotidiano que a comunicação com o outro se fortalece, se redimensiona e redimensiona os sujeitos e o meio no qual se inserem. Comunicar exige o estabelecimento de um sistema normativo e valorativo comum, um conjunto de afetos e ações compartilhadas dentro da relação que se estabelece entre os indivíduos. Nesse processo, o reconhecimento do mundo do outro deve envolver, além de dimensões estéticas, éticas e políticas, uma comunicação ligada às práticas compartilhadas dos indivíduos

A dimensão estética do conceito de comunicação

Em termos comunicacionais, os fenômenos estéticos parecem ter uma dimensão fundamental no estabelecimento da relação com o outro. Ao levar em consideração um determinado conceito relacional de comunicação, que se opõe a uma perspectiva técnico ou mídiacêntrica, o encontro com o outro passa a ocupar um lugar central na proposição, e mesmo na verificação, das condições epistemológicas do estabelecimento do ato comunicacional. O encontro estético com o outro é uma ação própria da Comunicação, entendida nessa perspectiva; é no momento do compartilhamento do sensível erigido em terreno comum que pode se dar, efetivamente, a comunicação.

No entanto, nota-se imediatamente que essa perspectiva pode ser problematizada em termos de uma dupla abertura, não apenas em relação à alteridade mas também em relação ao próprio ato de Comunicação na estética (SCHAEFFER, 2000).

Originalmente, em sua formulação grega antiga, a noção de “aesthesis” está ligada à percepção imediata dos sentidos, em termos de uma “impressão” causada por algo de fora (ZEIMBEKIS, 2006). No entanto, essa perspectiva propriamente fisiológica do ato de sentir passa a ganhar outros significados derivados, ainda que todos relacionados, de algum modo, à esfera da percepção, mas não apenas à

percepção de um “sentir”, mas de “atribuir sentido” – e, portanto, uma eventual dimensão de passividade que possa estar presente no primeiro caso ganha um novo componente: a atribuição é um processo ativo, o que permite ler, nesse caso, o ato estético não como um momento de “recepção”, mas de percepção projetiva do fenômeno que só é compreendido quando lhe é atribuído um “sentido” – e aqui a ideia de “sentir” se torna propositiva.

A noção de um “sentido comum”, ou de um “senso comum”, não por acaso era pensada em termos de uma “*koinos aesthesis*”, o que sugere, de fato, que não se trata mais de uma percepção exclusivamente ligada à fisiologia tópica, mas a um processo de compreensão mais elaborado. A tradução latina, nesse ponto, talvez não surpreenda ao verter “*aesthesis*” para “*sensus*”, já com a ambiguidade da palavra entre o “sentir” (como ação neurofisiológica) e o “sentido” (como “significado”). Nesse contexto, “*koinos*” é traduzido por “*communis*”, na raiz do verbo “*communicare*”, de onde derivam as noções de “comunicação”.

Dessa maneira, talvez não seja de todo errado verificar, na origem da percepção estética, um componente ligado ao ato de comunicação, sem o qual a própria percepção deixaria, em alguma dimensão, de existir enquanto tal – a esse respeito, a observação de que o ato de sentir só pode acontecer quando há uma interação entre o sujeito que percebe e o objeto percebido seja mais do que um truísmo, mas implique a noção da constituição de uma intersecção entre ambos, uma “participação”, no conceito medieval do “*participatio*”, “fazer parte”, de um elemento comum aos dois polos.

O estético e o comunicacional, ao que se pode sugerir, mantêm uma ligação necessária para sua mútua realização – no centro de ambos está a proposição de existência de uma relação entre dois ou mais termos; pensa-se, assim, antes a relação como um todo do que propriamente o “medium” dessa interação. A partir disso é possível trilhar alguns espaços para pensar o que é o fenômeno (CAUNE, 1997; COSTA, 1999).

Pensar a comunicação em perspectiva relacional é a concepção de fundo de sua perspectiva estética, resgatando a ideia de que o ato comunicacional lida, em primeira e última instância, com seres humanos em uma dimensão de partilha de uma racionalidade implícita no uso da palavra – o *logos* que se manifesta na racionalidade do ato comunicacional, mas que nele não se esgota; ao contrário, se torna imediatamente atraído pelo *pathos* e mesmo pelo *eros* dentro dos quais se desenvolve qualquer perspectiva interacional; a noção de uma estética da comunicação trabalha a perspectiva de que os “dispositivos interacionais”, tal como denominados por Braga (2007), se referem a uma noção de relação que contempla, para além do estritamente racional, também o afetivo e o sensível em uma *aesthesis* necessária ao estabelecimento do vínculo comunicacional. É por conta disso que não se presume um componente estético do conceito de comunicação sem que se leve em conta as possibilidades e limites do compartilhamento da experiência da sensibilidade que inclui, no momento relacional, as condições de apropriação recíproca do outro.

É imperativo observar, nesse sentido, a possibilidade de traçar uma genealogia dos estudos de “comunicação” que corre paralela aos estudos de “mídia e comunicação” tal como se desenvolveram ao longo do século XX e XXI. A

perspectiva de uma estética da comunicação, ou a busca por dimensões estéticas na definição da “comunicação”, se relaciona com uma visão do conceito que não se limita ao conjunto das interações midiáticas, mas, ao contrário, procura aprofundar o elemento propriamente relacional – e, de certa maneira, mais amplo – atrelado a essa perspectiva. Dessa maneira, uma tradição dos estudos de linguagem e de arte, ou de hermenêutica e estética, fornece um dos referenciais de maior importância para o deslindamento de alguns elementos estéticos do conceito de comunicação.

A comunicação, em seu componente estético, está relacionada à busca pela compreensão do âmago dos processos comunicacionais que prescindem ou não estão necessariamente ligados à perspectiva dos “meios de comunicação de massa” ou “meios de comunicação digitais”. Além disso, a comunicação em sua relação com a estética destaca a especificidade dos elementos comunicacionais em processos mais amplos do que essa perspectiva – e, ao mesmo tempo, não se amplie a ponto de tornar irreconhecível o que caracteriza a comunicação. Não se deve confundir, no uso deste nome, a ideia de uma “estética da comunicação de massa”, importante disciplina de alguns cursos universitários que, no entanto, não contempla uma identificação imediata com o que se está pensando neste texto (CAMPBELL, 1976).

Uma estética da comunicação, dessa maneira, propõe a experiência radical e reflexiva de uma alteridade com a qual o desejo de vínculo total não pode se refletir senão na abertura para o ato de experienciar o outro (COUTINHO, 1976); talvez não seja por acaso que Ferrara (2013) proponha uma distinção entre a “comunicação”, como substantivo fechado, – e aqui se poderia resgatar, inclusive, uma perspectiva de substância da comunicação que poderia de alguma maneira se tornar equivalente ao polo do “transmitir”, tal como enfeixado por Lima (1983, 2001) – e o “comunicar”, como verbo, ação aberta dentro de uma indeterminação decorrente da impossibilidade ontológica de apreensão completa não apenas de um outro, mas de mim mesmo enquanto receptáculo especular da visada fenomênica dessa alteridade.

A estética da comunicação trabalha o elemento da *aesthesis* como uma sensibilidade ativa no sentido de construir, no indivíduo, uma compreensão dessa alteridade que o define; é na relação com essa alteridade que o próprio sentido do si-mesmo é construído e desestabilizado a cada momento, o que permite pensar que o componente estético do conceito de comunicação prevê, diretamente, a abertura do “comunicar” – no sentido mencionado por Ferrara – sobre o eventual fechamento da “comunicação” como um ato terminado e completo. A complexidade desse fenômeno, aliás, molda-se na abertura recíproca ao diálogo; uma estética da comunicação, nesse ponto, torna-se eminentemente relacional, dando-se apenas no momento em que há uma possibilidade de interação; não se força uma resposta do outro, lembra Buber (2011).

A dimensão estética da comunicação coloca em cena, com especial destaque, alguns problemas de constituição dialógica de identidade e alteridade. Um de seus problemas é pensar as condições de apropriação sensível reflexiva do outro de maneira que seja possível não apenas “ver o mundo” com os olhos da alteridade,

mas entender, em perspectiva dialógica, os modos de sentir a realidade constituídos – e constituintes – dessa alteridade; pensar e sentir a partir do outro como maneira de compreender melhor o sentir, o viver e o pensar de si mesmo está no âmago de um processo estético da comunicação que procura desenvolver o sentido da comunicação como um “compartilhar” que permita, ou demande, um envolvimento para além do cognitivo.

Isso se chocaria, a princípio, com a mencionada impossibilidade ontológica de apreensão do outro. No entanto, o ato de comunicação não parece implicar uma identificação dissolutiva na alteridade, mas a participação em algo que caracterize a formação de um espaço comum definido pelo contato, pela intersecção característica da relação comunicativa. É nesse sentido que a perspectiva de uma dimensão estética da comunicação sublinha o aspecto de sentir o outro, não apenas entendê-lo na formação de um entendimento comum, mas também na partilha de uma sensibilidade comum. Daí a possibilidade de pensar a diferença proposta por Buber (2011) entre o “diálogo”, compreendido como a dimensão quase que exclusivamente linguístico-cognitiva de uma aproximação entre duas pessoas – próxima, em alguma medida, à racionalidade comunicativa do “entendimento” habermasiano – que procuram se fazer entender em uma situação, e o “dialógico”, entendido como proposta vivencial de abertura para um outro com o qual se compartilha algo mais do que uma série de assertivas relacionadas ao reconhecimento de uma realidade objetiva, mas também se volta para a compreensão da subjetividade do outro, seus afetos e sua sensibilidade.

Dimensões comunicacionais da experiência estética

A experiência estética não pode ser concebida separadamente da experiência em geral como algo que privilegia a apreciação de objetos artísticos. Argumentamos aqui a favor de uma noção de estética que não se limite ao belo ou ao juízo do gosto (KANT, 1993; LYOTARD, 1993), mas que valorize a experiência que se processa através dos objetos culturais, considerando-os para além de seu suporte material.

Rodrigues (1994) indica que a experiência tem origem na vivência de fenômenos ou de acontecimentos. Ele cita três tipos-ideais de experiência: a do mundo natural, do mundo intersubjetivo e do mundo intrasubjetivo. Essas três formas de experiência estão imbricadas: elas determinam e são determinadas pelo uso da linguagem e da comunicação para a produção de sentidos e entendimentos compartilhados. Assim, chamamos de experiência não uma trajetória de vida linear e previamente determinada, mas sim um conjunto de descobertas e acontecimentos que vão se articulando de forma coerente, e que possa ser narrativizado.

A experiência de um indivíduo contém as fragilidades, as contingências e as alterações pelas quais ele passa ao longo de seu contato com o mundo, consigo mesmo e com os outros. Um dos objetivos da experiência é fazer com que o indivíduo, ao passar por ela (ou ao fazer uma experiência), não seja mais o mesmo (DEWEY, 2005; QUÉRÉ; OGIEN, 2005). Dewey inclusive nos chama a atenção para o fato de que “em toda experiência há um elemento de padecimento, de sofrimento, em sentido amplo” (2005, p. 93).

Uma experiência pesa sobre nós, pois consiste em algo mais do que colocar algo sobre a consciência, implicando uma reconstrução que pode ser penosa. Assim, uma experiência apresenta uma conexão entre padecer e agir, produzindo mudanças no sujeito e em seu ambiente, solicitando dele uma postura reflexiva, ou seja, agir sobre as condições factuais de sua vida e se engajar em um processo de realização de si mesmo.

A autorrealização, para Dewey (2005), depende de um engajamento moral do sujeito que se coloca em uma posição não só de ter uma experiência, mas de fazê-la, no sentido forte do termo. Assim, fazer uma experiência implica sair de uma posição de passividade (mas não de passibilidade) para construir uma reação consciente diante daquilo que nos afeta. Sofrer uma experiência pode não ser tão produtivo quanto fazer uma experiência, uma vez que esta exige do sujeito uma posição de agente, e não de quem padece.

Fazer uma experiência é vital para a construção do indivíduo como sujeito político, responsável por suas ações e por sua contribuição singular. A estética da experiência em Dewey está no equilíbrio entre padecer e fazer, de modo que aquilo que é imediatamente sentido possa ser organizado, ordenado e voltado para um encadeamento dos elementos que configuram a percepção e a ação. Sob esse aspecto, a experiência em Dewey assume uma característica narrativa em que os padeceres “são os elementos correspondentes ao ritmo e provêm unidade, salvam a obra da falta de objetivos representada pela pura sucessão de excitações” (DEWEY, 2005, p. 105). Sofrer uma experiência nos ensina, segundo ele, a refletir sobre as consequências de um fazer anterior, auxiliando-nos a antecipar e construir roteiros de ações iluminados por aquilo que já foi extraído e conservado, “encadeando, uns após os outros, os pequenos atos e pequenas percepções” (RANCIÈRE, 2000, p. 40).

Essa definição de experiência pode ser aproximada daquela construída por Gumbrecht (2006, p. 57), que indica que a experiência estética não é da ordem da epifania, mas resulta de um “processo gradual de emergência de algo que se impõe à nossa consciência”. Ele afirma que “a experiência estética na vida cotidiana é tudo, menos repentina. Antes de se impor à nossa consciência, antes de interromper seu ritmo usual, trata-se de episódios onde o ser de uma coisa, de uma maneira literal, cresce em nós” (2006, p. 59).

Sob esse ângulo, a estética permite uma experiência não da ordem da epifania, mas do estranhamento provocado por uma série de episódios que se articulam por meio do encadeamento de gestos, pequenas ações sem expectativa, possibilidades que longe de se pretenderem reveladoras e de romperem abruptamente com a cadência e o ritmo da rotina cotidiana, investem em pequenas percepções encadeadas e entremeadas dos silêncios que remetem ao vazio da existência, à espera sem expectativas e à dificuldade de conferir significado e sentido à sobreposição de seres e coisas. Para Rancière, “é essa a linguagem por meio da qual a ficção estética se opõe à ficção representativa” (2000, p. 56). Dito de outro modo, experiências estéticas podem produzir narrativas e podem ser organizadas narrativamente.

A experiência proporciona uma constante reinvenção de si e das relações que travamos com os outros e, portanto, deve ser interpretada como uma “forma de compartilhar, uma possibilidade de diálogo e comunicação” (LOPES, 2002, p. 249). A experiência age, assim, como uma mediação que auxilia os sujeitos a terem acesso a um entendimento produzido sobre si mesmos, sobre os outros e sobre o mundo em que vivem. Contudo, não é a experiência em sua forma “pura” que conecta os processos comunicativos às práticas sociais, mas a experiência narrativizada, ou seja, as formas narrativas empregadas na construção relacional das identidades e do conhecimento sobre o mundo. Nesse sentido, o estudo da experiência estética, enquanto processo comunicativo que envolve o autodescobrimento e a revelação do universo do outro, confere importância e destaque às mediações que estruturam nossas experiências pessoais, nossas relações com os outros, com o mundo concreto e com o universo ficcional (GUIMARÃES; FRANÇA, 2006; MARQUES, 2007).

Ainda que seja imediata na percepção, a experiência tem seu acontecimento marcado por uma história, ou seja, uma série de vivências mediadas por discursos sociais que provocam transformações em nossos modos de sentir, de perceber o mundo e de sermos por ele atingidos (VALVERDE, 1997; LOPES, 2006). Como afirmam Quéré e Ogien (2005), a experiência é relacional, ela marca maneiras e possibilidades de compartilhar, de dialogar e de instaurar “passagens” entre diferenças e outros modos de experimentar o mundo. Lopes (2006) e Caune (1997) afirmam que a experiência estética é da ordem da transformação, uma vez que ela modifica o sujeito, suas relações com mundo, com a cultura e com os outros através de uma constante recomposição de narrativas e códigos culturais.

Segundo Seel (2014), a experiência estética é um evento que irrompe, que promove fratura, criando novas possibilidades e um campo de perigos e dissensos (no sentido de Rancière) entre o já dado e o devir. A experiência estética relaciona o devir dos sujeitos a riscos indeterminados. Essa concepção se distingue radicalmente do que entendemos por “estetização da experiência”. Ao contrário de uma experiência “colonizada” pela expansão da lógica de produção mercantil que homogeneiza os espaços e modos de viver subjugando os sujeitos, a experiência estética relaciona-se à potência da vida e do ser “mergulhando-o nas formas do sensível, da vida trivial e cotidiana a que se atribui a condição de escapar a uma ordem social a priori, racionalmente prevista.” (GUIMARÃES, 1999, p. 579). A experiência estética reinventa as coordenadas de enunciação da vida, proporcionando uma experimentação permanente de momentos inestimáveis que sobrevivem, que resistem a uma organização de valores que empobrece a experiência. Ela se propaga para além de todos os espetáculos comprados e vendidos à nossa volta, além do mercado e dos intensos holofotes midiáticos, para se configurar nos espaços de enunciação coletiva, nos territórios existenciais e nas brechas do cotidiano, escapando aos parâmetros consensuais e às capturas do capital.

Lopes (2006, p.118) interessa-se especificamente pela experiência estética promovida por uma “poética do cotidiano”, abrigada tanto na sutileza, no silêncio e na invisibilidade das relações na esfera íntima e privada quanto na construção de um olhar direcionado para “as pequenas coisas, os pequenos

dramas”, para o comum que nos aparece não como impossibilidade de representação, nem como conformismo, mas como experiência capaz de gerar empatia e reconhecimento. Segundo ele, o comum é uma construção transversal que atravessa identidades e não as elimina, podendo até atravessar culturas. O comum nos oferece, então, uma possibilidade de encontro, de fraternidade precária, de empatia, sem se transformar em algo instituído, em instituição.

No que diz respeito ao campo da comunicação, é possível dizer que a discussão em torno da experiência focaliza frequentemente “os modos como os efeitos estéticos da experiência mediada incidem sobre a experiência geral dos sujeitos, seja permitindo-lhes se manter no limite do conhecido, seja reconfigurando suas atitudes e formas de compreender o mundo” (GUIMARÃES; LEAL, 2007, p. 1). A comunicação, em sua vertente relacional, procura não só identificar as narrativas midiáticas através dos parâmetros de gênero (formato) e dos dispositivos técnicos e discursos, mas procura sobretudo estabelecer interfaces entre os efeitos estéticos e a estrutura disposta por essas narrativas e os diferentes modos de organização das narrativas pessoais e coletivas que configuram as práticas sociais e a construção de entendimentos sobre o “eu” e sobre “o outro”; sobre o “nós” e o “eles” (MARQUES, 2007)

Considerações finais

Não é possível pensar numa experiência estética que corte os laços do sujeito com o mundo da vida (local de constituição do sujeito através da intersubjetividade). Ela é exatamente o contrário, pois nos arrebatava do mundo através da instauração de uma outra temporalidade, mas nos devolve ao mundo modificados.

A experiência estética, “ao promover um alargamento dos horizontes de sentido e de entendimento, interfere no cotidiano, na ética e na política, estabelecendo conexões com formas não estéticas de comunicação” (GUIMARÃES, 2002, p. 91) e, com isso, permite a reformulação dos enunciados e das regras que modelam as relações sociais. Como acresce Dewey (2005, p. 46), “todos os elementos de nosso ser que são colocados em relevo dentro de realizações parciais de outras experiências são unificados dentro da experiência estética”.

Fazer uma experiência, alimentar sua potência transformadora, exige uma atitude estética, uma abertura ao mundo e à experiência do outro. Mais que afirmar posições demarcadas e enrijecer diferenças, a experiência estética visa a deslocar posicionamentos. Ela não se destina a isolar a experiência individual, mas se constitui através do uso da linguagem e do diálogo intersubjetivo capaz de alterar, por meio de um projeto de longo prazo, o quadro de significados sociais que configura nossos critérios afetivos, morais e políticos. A potência dos elementos discursivos proporcionados pela experiência mediada está em não deixar que nossos sentidos e razões se fechem ao mundo do outro.

Contudo, a experiência e sua potencialidade transformadora encontram vários limites para se concretizarem. Esses limites estão ligados à cultura e à forma como os sujeitos se percebem e se entendem reciprocamente.

Embora saibamos que a experiência ocorre a um indivíduo, ela possui também uma dimensão que é social, uma vez que “diante das situações concretas, ela concerne tanto às regras e convicções que nos governam (e das quais não duvidamos), quanto à significação (aberta à problematização) que passamos a conceder aos novos fenômenos que experimentamos” (GUIMARÃES; FRANÇA, 2006, p. 100).

A experiência estética não pode deixar o sujeito, como ele era antes de fazer tal experiência, inalterado. Há um movimento de transformação quando se faz uma experiência que é capaz de “me projetar para além do perímetro que me define como sujeito” (VALVERDE, 2007). Sob esse aspecto, a experiência estética deve ser concebida como um processo que abrange quatro dimensões principais: a) a autocompreensão dos sujeitos; b) a experiência da relação com o outro; c) os vínculos com a cultura e com os enunciados que constroem a relação social; e d) o projeto de autoconstrução e de construção cultural em longo prazo (CAUNE, 1997).

Nossa relação com os textos midiáticos, com as imagens, com as obras de arte e com os objetos se faz dentro de diferentes contextos nos quais essa relação primeira é partilhada, em uma segunda instância, de modo intersubjetivo. Constituímo-nos enquanto sujeitos ao nos apropriarmos das coisas, da ordem sensível que nos interpela e que nos convida à autodescoberta via relação com a alteridade. Constituímo-nos enquanto sujeitos também quando resistimos aos objetos e aos textos culturais. A experiência é, portanto, o lugar onde o sujeito se constrói conflitivamente. Ela possui um caráter privado, subjetivo, que, entretanto, não fica preso ao sujeito, pois através da linguagem e da comunicação, o sujeito retira a experiência do domínio interno, para depois retornar a ele.

O lugar do outro na experiência estética é marcante: ele nos interpela e nos provoca de um modo diverso do que aquele provocado pela obra de arte. A mediação discursiva e dialógica que existe entre o “eu” e o “outro” requer uma resposta, um posicionamento, um reconhecimento, um sinal de que há reciprocidade e de que ela pode transformar os sujeitos em relação.

A experiência estética mantém estreitos laços com a experiência mediada. De um lado, a experiência estética se mostra através dos modos de narrar e representar as relações concretas dos sujeitos e, de outro lado, ela ganha forma e intensidade quando os sujeitos são expostos e afetados por narrativas que os conduzem a questionar e a reformular sentidos e interpretações. A experiência estética, “vinculada a uma situação e baseada em um conjunto de pressuposições compartilhadas, permite alargar e corrigir uma pré-compreensão dada ou, ainda, introduzir, de maneira provocadora, um ponto de vista desviante” (GUIMARÃES, 2006, p. 16).

Na vida cotidiana, onde estão imersos os sujeitos e suas práticas, espera-se da experiência estética a elaboração de uma força que estabelece algo que pode ser compartilhado pelos sujeitos pertencentes a uma dada comunidade afetiva e política. A experiência estética se vê investida da função de transformar o cotidiano em

um lugar de experiências de alteridade intensas, mesmo que pequenas (mas muito significativas). O cotidiano seria, então, não um reservatório de práticas culturais que se acumulam, mas a “nascente” de pontos de vista que se abrem para dimensões outras da vivência, da sociabilidade, enfim, da própria experiência

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, Afonso. Os desafios epistemológicos da Comunicação mediada pelo computador. Trabalho apresentado no 11o. Encontro da Compós. Rio de Janeiro, junho 2002.

BARROS, Laan Mendes. Os meios ou as mediações: qual o objeto de estudo da comunicação? Trabalho apresentado no 17o. Encontro da Compós. São Paulo, junho 2008.

BENNET, Tony. Theories of the media, theories of society. In: Gurevich, M. et alli. *Culture, Society and The Media*. London: Routledge, 2003.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. Trabalho apresentado no 21o. Encontro da Compós. Porto Alegre, junho 2011.

BRAGA, José Luiz. Nem rara, nem ausente - tentativa. Trabalho apresentado no 21o. Encontro da Compós. Rio de Janeiro, junho 2010.

CAMPBELL, Paul. Communication Aesthetics. *Today's Speech*. Summer 1971.

CAUNE, Jean. *Esthétique de la Communication*. Paris: PUF, 1997.

COSTA, Mario. *L'Estetica Della Comunicazione*. Roma: Castelvechchi, 1999.

COUTINHO, Evaldo. *O lugar de todos os lugares*. São Paulo: Perspectiva, 1976.

DEWEY, John. L'acte d'expression. In: _____. *L'art comme expérience*. Publications de l'Université de Pau, Éditions Farrago, 2005.

FELINTO, Eric. Da Teoria da Comunicação às teorias da mídia. Texto apresentado no XX Encontro da Compós. Porto Alegre: UFRGS, junho 2011.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. A epistemologia de uma comunicação indecisa. Trabalho apresentado no 22o. Encontro da Compós. Salvador, junho 2013.

FERREIRA, Jairo. Proposições que circulam sobre a epistemologia da comunicação. Alguns sabores diferenciados possíveis em um espaço reflexivo. Trabalho apresentado no 21o. Encontro da Compós. Juiz de Fora, junho 2012.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Crítica e metacrítica: contribuição e responsabilidade das teorias da comunicação. Trabalho apresentado no 22o. Encontro da Compós. Salvador, junho 2013.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? Trabalho apresentado no 9o. Encontro da Compós. Brasília, junho 2001.

GUIMARÃES, César. Estetização da experiência ou banalização da experiência estética. In: DUARTE, Rodrigo; FIGUEIREDO, Virgínia. *As Luzes da Arte*. Belo Horizonte: Ed. Opera Prima, 1999.

GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. Experimentando as narrativas no cotidiano. In: *Na Mídia na Rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza. Experiência Mediada e Experiência Estética. Texto apresentado ao GT “Estéticas da Comunicação” do XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social (Compós), realizado em Curitiba, 2007.

GUIMARÃES, César. O que ainda podemos esperar da experiência estética?. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos. (orgs.). *Comunicação e Experiência Estética*. BH: UFMG, p. 13-26, 2006.

GUIMARÃES, César. O campo da comunicação e a experiência estética. In: WEBER, Maria Helena et alli (org.). *Tensões e objetos da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Pequenas crises: experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, César; LEAL, B.; MENDONÇA, C. (orgs.). *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

KANT, Immanuel. *Obsevações sobre o sentimento do belo e do sublime*. Campinas: Papirus, 1993.

LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LOPES, Denilson. Da estética da comunicação a uma poética do cotidiano. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos (orgs.). *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte: UFMG, p. 117-150, 2006.

LOPES, Denilson. *O homem que amava rapazes e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.

LYOTARD, Jean- François. *Lições sobre a analítica do sublime*. Campinas: Papirus, 1993.

MAIGRET, Éric. *Sociologie de la communication et des médias*. Paris: Armand Colin, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. A Comunicação no sentido estrito e o Metáporo. Trabalho apresentado no 21o. Encontro da Compós. Juiz de Fora, junho 2012.

MARQUES, Ângela. Ficção, Cotidiano e Narrativa: entre o visto e o vivido. In: *Revista de Estudos de Comunicação*, v. 8, n. 15, p. 29-39, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro. UFRJ, 1997.

MARTINO, Luiz Cláudio. História e Identidade: Apontamentos Epistemológicos sobre a fundação e fundamentação do campo comunicacional. Trabalho apresentado no 13o. Encontro da Compós. São Bernardo do Campo, junho 2002.

MARTINO, Luis Mauro Sá A disciplina interdisciplinar. Texto apresentado no XVI Intercom Sudeste. São Paulo, 10 a 12 de maio de 2011b.

MARTINO, Luis Mauro Sá. A ilusão teórica no campo da comunicação. *Famecos*, n. 38. junho-. agosto. Porto Alegre, 2008.

MARTINO, Luis Mauro Sá. A influência de fatores políticos na formação epistemológica do campo da comunicação no Brasil. Texto apresentado no I Confibercom. São Paulo: agosto de 2011a.

PARRET, Herman. *A Estética da Comunicação*. Trad. Roberta Pires de Oliveira. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

PIMENTA, Francisco Paoliello. Jogos, redes sociais e a crise no campo da Comunicação. Trabalho apresentado no 5º Simpósio Nacional da ABCiber. Florianópolis: UFSC, Novembro 2011.

QUÉRÉ, Louis.; OGIEN, Albert. *Le vocabulaire de la sociologie de l'action*. Paris: Ellipses, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. *Le Partage du Sensible, esthétique et politique*. Paris: La Fabrique, 2000.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Comunicação e Cultura: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

SCHAEFFER, Jean-Marie. *Adieu à l'esthétique*. Paris: Presses Universitaires de France, 2000.

SCHRAMM, Wilbur. *Men, Messages, and Media*. New York: Harper and Row, 1973.

THOMPSON, John. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

VALVERDE, Monclar. A reconfiguração do campo da comunicação à luz do conceito de experiência. Texto apresentado ao II Simpósio Internacional da Comunicação e Experiência Estética, FAFICH/UFMG, 16 a 19 de outubro, 2007.

VALVERDE, Monclar. A Dimensão Estética da Experiência. *Textos de Cultura e Comunicação*, n. 37/38. Salvador: Facom-UFBA, p. 47-61, dezembro de 1997.

ZEIMBEKIS, John. *Que'est-ce qu'un jugement esthétique?*. Paris: J. Vrin, 2006.

Notas

1. Este trabalho contou com o apoio do CNPq e da FAPEMIG.

Não é apenas sobre o funk ostentação: narrativas midiáticas e experiências do sensível em cotidianos de vulnerabilidade

*It's not just about funk ostentação: media narratives
and sensitive experiences on vulnerability contexts*

Rosamaria Luiza de Melo Rocha | PPGCOM-ESPM

Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP com pós-doutorado em Ciências Sociais/Antropologia na PUCSP. É professora titular e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM/SP. Bolsista produtividade em pesquisa CNPq.
E-mail: rlmrocha@uol.com.br

Simone Luci Pereira | PPGCOM-UNIP

Mestre em História e Doutora em Ciências Sociais. Realizou Pós-doutorado em Música, junto ao GP Musica Urbana No Brasil - UNIRIO (bolsista POsDoc Senior da FAPERJ). Atualmente realiza pesquisa de pós-doutorado no Programa Postdoctoral en Ciencias Sociales, Ninez y Juventude, na Red CLACSO. Professora e pesquisadora do PPG Comunicação e Culturas Midiáticas da UNIP. Professora e pesquisadora colaboradora do PPG Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM.
E-mail: simonelp@uol.com.br

Aline Borges Rezende | PPGCOM-UNIP

Mestranda em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing -SP. Participa do grupo de pesquisa Clacso e também do grupo Juvenália, vinculado ao CNPQ. Bolsista Capes.
E-mail: alineespm@gmail.com

Resumo

Para abordar a relação entre experiência e cotidiano, o artigo analisa modos de narrar e de consumir cultura midiática, refletindo sobre as ambivalências e polissemias das narrativas do entretenimento. As autoras entendem que elas se completam e se efetivam no cotidiano, e implicam em práticas de olhar e de escuta que se realizam mediante dinâmicas performativas. As experiências do sensível e as táticas do cotidiano são, assim, aspectos centrais à compreensão de um fenômeno complexo e paradoxal, o funk ostentação. Esta expressão cultural da periferia é utilizada como observatório de fluxos e possíveis táticas de enfrentamento sensível de vivências cotidianas, de vulnerabilidade, precariedade e limiaridade.

Palavras-Chave: Experiência sensível; cotidiano; narrativas midiáticas.

Abstract

To address the relationship between experience and daily life, the article looks forward the ways of narrating and consuming media culture, reflecting on the ambivalence and polysemy of entertainment narratives. The authors understand that they are completed and become effective in everyday life and entail looking at and listening practices that take place by performing dynamics. The experiences of the sensible and the everyday tactics are thus key aspects to understanding a complex and paradoxical phenomenon, named funk ostentação. This cultural expression of the periphery is used as an observatory of flows and possible sensitive tactics that faces the everyday experiences of vulnerability, precariousness and liminality

Keywords: Sensory experience; everyday life; media narratives

Interessa-nos neste artigo explorar algumas conexões entre *cotidiano e experiência sensível* a partir de uma mirada eminentemente comunicacional. Partindo de vivências de campo relatadas e analisadas por Aline Rezende, e dialogando com os estudos sobre cenas pós-periféricas que têm mobilizado Rose de Melo Rocha e Simone Luci Pereira, percorreremos as pistas deixadas pelos seguintes problemas de investigação: quais ordens e “partilhas do sensível” (RANCIÈRE, 2009) são tecidas pela presença performativa de narrativas midiáticas de entretenimento no cotidiano daqueles que experimentam diariamente situações de vulnerabilidade extrema? Quais as possíveis mediações entre as cenas representadas nas narrativas midiáticas e a realidade cotidiana daqueles que as consomem? Regimes afetuais diversos perpassam o consumo de imagens e sonoridades midiaticizadas, de um lado, e a midiaticização do cotidiano dos receptores de tais audiovisualidades, de outro? Como e sob quais condições eles se aproximam? É possível distinguir teoricamente níveis de apropriação e diferentes princípios de vinculação articulados ao ciclo de consumo audiovisual e ao circuito do entretenimento (a produção de subjetividades e de sensibilidades plurais e a reiteração de identidades profundamente conservadoras, por exemplo)? Que tipo de enunciação pública promovem as narrativas midiáticas por nós estudadas e em que medida ela estimula práticas de recepção dotadas de politicidade?¹ Para caminhar junto às indagações que derivam destas perguntas centrais e dos aspectos que agora serão abordados, nos valem de uma agenda tripartite: como chaves conceituais, tomamos o eixo reflexivo proposto neste dossiê, a saber, o de experiência (sensível) e cotidiano; em termos empíricos, recorreremos a observações do consumo de *funk* ostentação por crianças e adolescentes moradores de uma região periférica da baixada santista, no estado de São Paulo; finalmente, como articulador epistêmico que tece os platôs anteriores, nos valem das teses de Rincón sobre *o modo de narrar da sociedade do entretenimento* (RINCÓN, 2006) e sobre a ideia das *culturas bastardas* (RINCÓN, 2015).

É-nos particularmente auspiciosa a proposta de Amado e Rincón (2015) ao postular “novos modos de discursos para pensar a comunicação” (AMADO e RINCÓN, 2015, p.5), pois é justamente isto que buscamos ao questionar, de um lugar sensível e sensibilizado, fenômenos tão complexos como o *funk* ostentação, mas também os fluxos e “rolezinhos”. Em direção similar, uma visada importante se apresenta. Ao analisar produtos advindos do “ostentação”, recusamos leituras rígidas, ortodoxas ou anacrônicas que, ainda que o possam descrever em detalhes ideológicos ou em seus meandros alienantes e reprodutivistas, deixam escapar a tessitura intrincada e os elementos paradoxais que compõem não apenas esta narrativa audiovisual, mas, o que é fundamental, os seus contextos de recepção e os circuitos de celebração, distinção e subjetivação a ela atinentes.

Fugindo de derivações tecnicistas e midiacentristas, evitamos interpretações que, por exemplo, se ativessem exclusivamente às qualidades formais ou aos conteúdos dos vídeos, em si mesmos.² Ao contrário, como estudiosas do consumo, temos claro que narrativas midiáticas (como, aliás, todos os fenômenos comunicacionais) são dinâmicas, processuais, reticulares,

conjunturais. Ou seja, seu “em si” é dado pela “experiência-acontecimento” que articula o plano da produção ao da recepção e decalca o consumo com as artimanhas da mediação, dos usos, das releituras. É, portanto, em rede e em fluxo que se constrói nosso olhar, e isto nos leva a falar em práticas culturais (perpassadas pelo consumo), muito mais do que em produtos de consumo (cultural, por exemplo).

Reconhecer a complexidade do fenômeno não significa se furtar à análise crítica das paisagens simbólicas que resultam do acontecimento midiático, isto porque sabemos que nelas pode reverberar a palavra de ordem normativa, excludente, sedutoramente ciosa de azeitar as engrenagens do *status quo*. Mas significa, sem dúvida, e retomamos aqui o pensamento barberiano, saber olhar outros olhares, ou, dito de outra forma, saber que o olhar do pesquisador, com todos seus escrutínios, protocolos e aparatos reflexivos, é apenas um modo de observar, sejam as discursividades midiáticas, sejam as narrativas de sujeitos que em suas práticas cotidianas se apropriam destas discursividades, tornando-as parte de um modo de vida, de ser no mundo, ou, em alguns casos, de uma tática de sobrevivência psíquica em contextos limítrofes³.

Sobre algumas ordens da experiência sensível

Chegamos agora a outro ponto de nosso argumento. Caberá aqui apresentar aos leitores princípios de observação que se agregam aos anteriormente enunciados e respondem a uma preocupação: a que nos referimos ao falar em experiência sensível?

Esta noção se aplica à análise do consumo de narrativas audiovisuais e também irá compor a percepção dos meandros próprios à incorporação performativa de discursos e formas midiáticas no cotidiano de habitantes específicos de nossas cidades. Tomar este princípio como norte nos leva ainda a perceber como, no lugar narrativo construído por audiovisualidades midiáticas, todo um mapa de ações, sensações e afetações está sendo engendrado.

Tomando por inspiração o que propõe Rincón (2006), temos que, nas culturas midiáticas, “os meios de comunicação são fundamentalmente narradores de mundo e [...] o entretenimento é o horizonte do sentido midiático” (RINCÓN, 2006, p.6; tradução nossa). Seja por sua força mimética, seja por seu poder de arrebatamento (e neste caso as audiovisualidades se destacam), as linguagens que brotam destes meios de significação irradiam no cotidiano, mas não o fazem, como insiste Rincón, em uma avalanche totalizante que justificasse posturas deterministas sobre elas.

Vale ressaltar que uma experiência narrativa como a do *funk* ostentação articula vivências de sensibilidade e de sentido que, já em sua gênese, embaralham as fronteiras entre meios massivos e mídia maciça, entre *mainstream* e celebrações periféricas, entre tensionamento social e de classe e captura conformista. Esta sensibilidade de fronteira, limiar, parece-nos refletir e refratar a experiência cotidiana das crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade e precariedade social que são fiéis consumidoras dos cliques de sucesso e do imaginário de fama e superação associados às estrelas do “ostentação”. “As cidadanias *celebrities*”:

reconhecem que o sujeito popular, também, quer existir no mainstream e quer contar em seus próprios termos porque de nada lhe serve ser bom cidadão se ninguém o reconhece. Quer-se existir nestas visualidades leves para aumentar a autoestima pública e, também, para incomodar, ferrar e sacanear ao mainstream em suas estéticas e políticas (RINCÓN, 2015, p. 38; tradução nossa).

Objetos de estudo como este participam do que Rincón (2015) associa à subversão das ordens estabelecidas e, deste ponto de vista, trata-se de um deslocamento tanto do lugar da experiência sensível quanto dos pertencimentos cotidianos. Um novo modo de narrar e de consumir cultura midiática se anuncia aí, em práticas de olhar e de escuta que se realizam mediante dinâmicas performativas – canta-se e coreografa-se o *funk* ostentação na atribuição de sentido a interações do dia-a-dia, como narrativa de partilha que ressignifica os pertencimentos e como recurso imaginário que ancora e articula socialidades esgarçadas. Como nota Herschmann (2015), “a música/sons como forma de entretenimento são algumas das principais ‘forças mobilizadoras’ do mundo contemporâneo [...], são pilares dos ‘modos de existência’ e dos ‘projetos de vida’ no milênio que começa” (HERSCHMANN, 2015, p. 47; tradução nossa).

Reconhecendo a centralidade midiática – e sua potência narrativa – Rincón (2006) pergunta-se inúmeras vezes sobre as possibilidades que as culturas midiáticas encerram na produção de novas experiências de subjetivação, de cidadania e de comunidade. O autor não desconhece que referencializar a vida unicamente em narrativas advindas dos meios pode resultar em precarização dos sentidos – e da experiência, poderíamos acrescentar. Contudo, ele insiste, há nestas *formas* de narrar um apelo ou ordem afetual, uma ritualística, que pode ser pedagógica, ensejando a reconstrução de vínculos cotidianos ou, até mesmo, ensinando a vincular. O plano dos “afetos comuns” seria a base desta que aqui chamamos uma “utopia do entretenimento”, na qual o direito a ter uma vida divertida, entretida, como propõe Rincón, é uma estratégia (narrativa) de lutar contra o tédio e a desesperança e escapar das misérias da vida (RINCÓN, 2006).

Rancière (2009) compreende a política como forma da experiência (do sensível) que envolve visibilidade e competências enunciativas: “A política ocupa-se do que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo” (RANCIÈRE, 2009, p.18).

Sabemos que o mesmo autor, ao defender a ideia de uma “partilha do sensível”, mira e acerta de modo certo os pilares hierarquizantes das teorias clássicas da representação, nelas incluídos os debates estéticos e as configurações políticas modernas. A munição que propicia esta experiência iconoclasta (e de emancipação) está no que ele associa à emergência avassaladora do anônimo, do “qualquer um”, do ordinário, do banal. A “nova ficcionalidade”, argumenta Rancière, “é, antes de mais nada, uma maneira de dar sentido ao universo ‘empírico’ das ações obscuras e dos objetos banais” (RANCIÈRE, 2009, p. 55). Nesta perspectiva, “os enunciados políticos ou literários fazem efeito no real” e definem “regimes de intensidade sensível”, assim como “atos estéticos como configurações da experiência [...] induzem novas formas de subjetividade política” (RANCIÈRE, 2009, p. 59; p.11).

Identificamos certa dialogia entre estas argumentações e o conceito de *culturas bastardas* (RINCÓN, 2015), impostura reflexiva que se presta justamente a nomear “o sujo, o impuro, o promíscuo porque não têm pai reconhecido; por isso são herança de muitos pais e imitam de todas partes para tentar ter uma identidade ou, ao menos, um estilo próprio” (RINCÓN, 2015, p. 28). Contudo, e isto é fundamental, “têm sentido porque se sabem filhas de uma só mãe à qual adoram, odeiam e celebram em simultâneo: a cultura local, a própria” (idem).

Obviamente, Rincón (2015) está preocupado com o que ele nomeia a reinvenção do conceito do popular, caro a tantos estudos comunicacionais, e é dele que parte para chegar à ideia do *bastardo* e das *cidadanias celebrities* – “ou essas maneiras pop-líticas de existir” (RINCÓN, 2015, p.23). As sensibilidades inclusivas que podem daí emergir seriam ambíguas, ambivalentes, ilegítimas e impuras e é interessante que o autor cite a Ernesto Laclau ao abordar o referente cultural do “popular politizado” (RINCÓN, 2015, p.30), Laclau (2008), o inquieto dublê de guerreiro e advogado do diabo das propostas contemporâneas de reinvenção da política. Isto porque Rincón provoca (involuntariamente?) a Laclau, e o faz ao reconhecer que o “popular *bastardizado* é um quilombo [...] de tudo: autenticidade, resistências, submissões, cumplicidades, inovações e aberrações.” (RINCÓN, 2015, p.33).

Se uma superfície é “uma forma de partilha do sensível”, como diz Rancière (2009, p.21), podemos identificar o relevo de tensões e composições afetuais e imaginárias que articula, na experiência cotidiana, a superfície de clipes do *funk* ostentação à superfície geográfica dos becos que retrata e dos corpos que representa, por apresentação visível ou supressão intencional, e neste caso não se trata de uma expressão de veracidade, mas propriamente de um universo ficcional que ao mesmo tempo narra e ressignifica tais experiências e cotidianos.

Tomar a experiência sensível como recurso de aproximação e análise das práticas de consumo midiático – englobando a produção, as dinâmicas de veiculação, os usos e os contextos de recepção e a relação imagem/imaginário – forçosamente leva a um rechaço de interpretações que se restrinjam a um viés reprodutivista. São questionamentos de ordem ética os que emergem da derivação proposta, levando-nos a perguntar, em primeiro lugar, sobre uma ética possível na produção e recepção destas narrativas. Em segundo lugar, pensar nestes termos implica a consideração de que a economia política (da mídia) convive com a economia simbólica (dos usos, das sensibilidades e das vinculações).

Em resumo, há uma “imagética do consumo” (ROCHA, 2009) plástica, maleável, plural, coabitando com as mais duras e inflexíveis narrativas do capital, o que coloca em convivência (e, podemos facilmente supor, em constante confronto) regimes de vinculação e ordens do sensível bastante díspares ou contraditórias. É no cotidiano que estas tensões se explicitam e se rearranjam, isto ao considerarmos, como se verá no tópico seguinte, que ele é muito mais complexo e tático do que supõem as teorias da reprodução social

Sobre algumas possibilidades de se pensar o cotidiano

O estudo do cotidiano vem mostrando-se como campo de possibilidades de análise social e cultural. Mais ainda, contribui para uma crítica a alguns parâmetros epistemológicos das Ciências Humanas, ao trazer um deslocamento do foco de análise dos discursos normativos e de concepções ilustradas e legítimas de cultura, para voltar a atenção para outros sujeitos, outras práticas, outros modos de narrar e outras linguagens que, mais fragmentárias e dispersas, tantas vezes são encaradas como banais, triviais, e por isso equivocadamente percebidas como fruto da mera reprodução social.

Formulando um pensamento no qual a vida cotidiana é vista como algo que envolve margens de possibilidades no equilíbrio entre individualidade e generalidade, Agnes Heller (1985) argumentava – dentro do debate marxista ainda nos anos 1960⁴ – que a ordenação da cotidianidade seria um fenômeno nada cotidiano, podendo, sim, ser encarado como algo essencialmente político. Ainda num revisionismo do marxismo, buscando um desvio epistemológico que trouxesse a cultura para o centro da análise (e não como mero reflexo da base econômica), os estudiosos do *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS) de Birmingham viam no cotidiano um *locus* importante de análise das práticas culturais, dando destaque para a cultura como modo de vida total (GOMES, 2011), em que o ordinário da vida dos homens em seu dia a dia recebe particular atenção.

Nas reflexões no campo da História na França da década de 1930, os pesquisadores dos *Analles* também contribuíram para um olhar que descortinou o cotidiano para além da história oficial e dos grandes personagens. Numa tentativa de desvencilhar as análises de idealidades abstratas e conceitos teóricos acabados, buscavam as realidades concretas e temas que dessem conta das especificidades das sensibilidades e mentalidades na trama do cotidiano e nos conflitos ali gerados, em oposição a uma realidade universal genérica.

Na vereda aberta por esta perspectiva, encontramos as noções de *cultura no plural* e de *invenção do cotidiano*, propostas por Michel de Certeau e que neste artigo nos interessam de maneira particular, pela contribuição que trazem para pensarmos nas apropriações e sensibilidades elaboradas na vida diária das crianças e jovens que analisamos.

Michel de Certeau (1994) elabora uma teoria dos usos sociais como formuladores de “maneiras de fazer” ou formas de apropriação, em que o cotidiano surge como lugar possível de apreensão de papéis informais e formas de resistência e réplica que escapam aos papéis prescritos, nesta multiplicidade de mediações na vida de todo dia, ressaltando a margem de resistência possível, a improvisação, a capacidade de subverter os padrões impostos (DIAS, 1998). Há no cotidiano, segundo o autor, uma outra lógica – aquela dos usos – que não necessariamente corrobora a lógica dominante dos meios, das instituições. Modos de ver, escutar, consumir caracterizados pela noção de tática e não de estratégia. Enquanto esta última é entendida como ação calculada dos dominantes (por possuir um local próprio e por ser a arte do forte), as táticas são os modos de operação e luta daqueles que não têm um lugar próprio: a arte do fraco, permeada

pelos contextos, situações e ocasiões que levam ao improviso, o não calculado. São as chamadas “artes de fazer” (CERTEAU, 1994) que se mostram como possibilidades de desvio, de fuga às imposições, numa forma de transformar o que é dado pela cultura oficial em astúcia cotidiana de fuga aos padrões convencionais, de maneira subliminar, não assumida e nem sempre completamente explícita. Estas possibilidades de ação e subversão estariam, segundo Certeau, no cotidiano das culturas populares, não pensadas em seu sentido autêntico ou puro, mas na conflitiva, mestiça e híbrida cultura popular urbana.

Não se trata de imaginar um cotidiano permeado por formas de resistência organizadas, conscientes e explícitas com sujeitos autônomos e independentes do que lhes é imposto, o que estaria apenas celebrando acriticamente a recepção e retirando a utilidade e potência que a vida do dia a dia pode conter. O que Certeau sugere, de maneira mais profunda, sutil, e também mais difícil de ser interpretada, é uma compreensão do cotidiano que articula, por um lado, a violência da ordem se transformando em tecnologia disciplinar, mas, por outro lado, a possibilidade de existência de uma rede de antidisciplina, de jogo, resistência e reconfiguração.

Esta noção de cotidiano colabora na compreensão da realidade tal como aqui a estamos percebendo, ou seja, na qual mensagens, narrativas, sons, imagens chegam aos receptores gerando uma formulação de sentidos e de usos em sua vida diária, organizando maneiras de ser, agir, construir identidades, sociabilidades e gerar sentidos que nem sempre são aqueles esperados pelo campo da produção midiática ou mesmo pelos discursos normativos e hegemônicos.

Certeau insistia numa abordagem que ultrapassasse o estudo da reprodução, repressão e do disciplinamento do cotidiano – tal como fora elaborado por Michel Foucault ou Pierre Bourdieu – e buscasse interpretar as práticas de sobrevivência, que se configuram como fontes de resistência,

as formas sub-reptícias que são assumidas pela criatividade dispersa, tática e bricoladora dos grupos, [estas] maneiras de fazer [que] constituem as mil práticas pelas quais usuários se apropriam do espaço organizado pelas técnicas de produção sociocultural (CERTEAU, 1994, p. 41).

Mostra-se assim, um caminho ou opção analítica, um debruçar sobre as possibilidades de resistência dos sujeitos às ações disciplinadoras e normativas dos meios de comunicação de massa, exumando as formas táticas e bricoladoras que assumiam a criatividade dos consumidores em seu cotidiano. No entanto, este é um trabalho árduo, na medida em que estas práticas de fuga ao que é imposto estão dispersas no cotidiano, necessitando de um esforço interpretativo por parte do pesquisador para serem apreendidas, pois, embora existentes e atuantes, são muitas vezes não organizadas encobertas por uma aparência cada vez mais homogeneizante.

Neste sentido, o estudo do cotidiano vai evidenciando-se como uma possibilidade de crítica da Ciência (DIAS, 1998), em seu viés totalizante e que se quer legítimo, articulado à Razão fundadora ocidental, trazendo à tona outros objetos, métodos e perspectivas de reflexão presentes no imprevisto, fragmentário e fortuito dia a dia. A busca por aspectos dissidentes das ações, imaginários e sensibilidades

dos sujeitos, nos quais fluxos contra-hegemônicos podem ser interpretados, traz à tona a dimensão política do cotidiano e de seu estudo. Como lembra Dias (1998), uma “hermenêutica do cotidiano” pode trazer à luz aquilo que o poder e a ordem dos discursos hegemônicos não permitem evidenciar, um método de compreensão (e não de explicação) da realidade que busca ler nas entrelinhas, nos indícios e nos aspectos fortuitos do cotidiano, as diferenças e as fugas.

Refletir sobre o cotidiano parece ser um caminho profícuo para a compreensão das realidades vividas, para um repensar epistemológico das ciências humanas, como também para um posicionamento político/intelectual que busque as diferenças, mudanças, rupturas, possibilidades de novos modos de ser e de agir. Lembrando Perrot (1998), “ali [na vida diária dos sujeitos] onde o psicólogo das multidões do passado via apenas massas amorfas a serem domesticadas, os indivíduos, solidários na sua solidão, dissipam as brumas e frustram o déspota.”

Tendo no horizonte estas leituras da relação entre experiência e cotidiano, iremos a seguir usá-las como bússola na aproximação com um circuito específico de consumo midiático e, suspeitamos, ele confirmará múltiplos enfrentamentos da “legitimidade” como valor – social, estético, político, sensível, epistemológico.

Sobre consumo midiático, cotidiano, imaginário e experiências vitais

Nas bordas da periferia de Santos, município litorâneo de São Paulo, concentra-se a maior favela em palafitas do Brasil, o Dique da Vila Gilda. Definida como “aglomeração densa e desordenada em propriedade alheia⁵”, a favela é o reflexo de uma geografia de exclusão, constituída por centenas de moradias improvisadas de madeira, perfiladas sobre uma extensão de manguezal, cujo acesso se dá pelos becos estreitos que bifurcam dos limites do solo “terrestre” urbano.

Em meio a essa zona deserdada da cidade, um grupo de crianças e adolescentes protagoniza a pesquisa de campo, conduzida por Rezende (2015), que inspira esse artigo. Equilibrando-se entre os estigmas territoriais da periferia (WACQUANT, 2006) e as questões de ruptura familiar, violência e drogas, esses atores sociais⁶ evidenciam a potência das narrativas midiáticas do entretenimento como modo de transpor a dura realidade de quem vive às margens da sociedade cidadina.

Ao acompanhar esse grupo em seus trajetos do beco para o espaço de acolhimento no qual para ele são desenvolvidas atividades de lazer, cultura e espiritualidade, percebeu-se a forte presença do fenômeno midiático da periferia – o *funk* ostentação, o som do beco – evocado constantemente pelo batuque das mãos sobre toda e qualquer superfície mais rígida do espaço e do corpo; do ritmo reverberado no *passinho do romano*⁷; nos gestos de empoderamento dos braços que seguem os embalos das rimas, e na impostação da voz que exclama “a nave”, “a novinha” e a “vida diferenciada em Guarujá”.

Com efeito, as produções do *funk* ostentação se revelam numa proposta estética, social e cultural que possui uma dimensão transgressora, ao apropriar-se de signos restritos historicamente a uma elite social, e predominantemente branca, atribuindo outro sentido a esse universo simbólico a partir do cotidiano da periferia. Nessa ambivalência estética *bastardizada* (RINCÓN, 2015),

o periférico transborda e esmaece as delimitações territoriais: o beco chega à beira mar; o carro de luxo é integrado à paisagem da *quebrada*⁸; o cordão de ouro reluz a existência do garoto que, há tempos, era relegado à invisibilidade ou à condição estigmatizada da marginalidade.

Esse jogo de explicitar, exortar e profanar o dicotômico é sacramentado, com ênfase, nos videoclipes do *funk* ostentação que, por sua vez, potencializam a transposição imaginária das experiências de vida no beco para outra ordem de sentidos. Assim, o vídeo torna-se extensão da alma; a forma narrativa que explora emoções, afetos, sonhos, subjetividades, em seu potencial expressivo (RINCÓN, 2006). No cerne desse caminho transitório entre a paisagem da pobreza e a imagem sonora da ostentação, a membrana translúcida da tela é o que aproxima e isola; faz do globo ocular a porta de entrada para outros mundos possíveis e imaginários (MORIN, 2006).

Corroborando essa reflexão, recorremos a Morin (2006, p. 77) para dizer que “[...] é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário”. Tal constatação se faz claramente evidente no *funk* ostentação, haja vista a potência criativa da imaginação encontrada nas performances audiovisuais desse estilo musical. Endossando essa discussão, o antropólogo Alexandre Barbosa Pereira (2015) esclarece que o luxo ostentado nas produções musicais do *funk* ostentação, a exemplo das mansões, iates e carros, diz respeito a uma realidade mais imaginada pelos Mc’s do que verdadeiramente “real”, embora alguns desses artistas consigam ter acesso efetivo ao mundo de consumo que celebram nas músicas e videoclipes.

Este caráter performativo de imaginários e subjetividades nas narrativas midiáticas do entretenimento é compreendido, na visão de Rincón (2006, p. 47; tradução nossa), como “[...] um recurso para inovar a rotina diária e encantar a existência”. Eis aqui, na complexidade dessa trama de sentidos e regimes afetuais, o ponto de confluência entre o cotidiano das crianças e adolescentes do Dique da Vila Gilda e o consumo midiático das produções audiovisuais do *funk* ostentação. Para levar a cabo esta reflexão, trazemos ao diálogo um dos exemplos de videoclipes favoritos definidos pelo grupo de crianças e adolescentes das palafitas: a música *Com dinheiro tudo é mais fácil*, do Mc Bó do Catarina.

Em linhas gerais, a produção audiovisual apresenta a ascensão do Mc da pobreza extrema, representada pela figuração do artista como pedinte ou vendedor nas ruas e faróis da cidade, para a vida de luxo e ostentação regada a bebidas, belas mulheres (loiras, em sua grande maioria), lanchas na marina em Guarujá, carros importados e entrada *vip* no baile *funk*. Trata-se, portanto, de uma narrativa de enfrentamento ambivalente e sarcástico, na medida em que o discurso neoliberal, capitalista e de distinção introjetado nas audiovisualidades é construído de maneira irônica e desafiadora: os que ostentam também desprezam os signos monetários, como na cena paradigmática na qual o Mc, com seu grupo de amigos, literalmente jogam para o alto centenas de cédulas. E o que, afinal, se obtém da narrativa midiática em questão? Vejamos: da condição marginal, invisível e estigmatizada, o Mc Bó do Catarina atinge projeção e distinção social, e conquista novos espaços urbanos, públicos e privados: aqui desponta o *cidadão celebridade* da *cultura bastarda* (RINCÓN, 2015), protagonista de sua existência e promotor da periferia que sonha, alcança, consome e ostenta.

No mundo colorido⁹ da riqueza este corpo juvenil, adolescente, muda de lugar. Se, antes, parado nos faróis da cidade, era espectador do deslocamento alheio, ele, agora, tem direito e poder de deslocamento. Ao retratarem a ascensão social o fazem associando-a a riqueza, aos bens monetários – o ouro, o dinheiro – e materiais – o carro, a lancha, as roupas. Sua estética da visibilidade é paradoxal: louvam valores dos “abastados” ao mesmo tempo em que denunciam a fragilidade e superficialidade dos vínculos gerados neste estilo de vida que, eles o sabem, não é o mesmo em que foram criados. Os jovens protagonistas do “ostentação” são os atores de seus próprios vídeos, são coreógrafos de sua própria performance existencial. Transitam pelo mundo das posses – e, neste caso, é flagrante e ostensiva a objetualização do corpo feminino¹⁰ – mas não abandonam seus pertencimentos de origem – os amigos, o beco, as culturas da periferia.

Subvertendo a lógica da periferia que é suprimida e sujeita à invisibilidade e à exclusão, o *cidadão celebridade* do *funk* ostentação constrói *imaginários diaspóricos* pela performance audiovisual; transborda a precariedade cotidiana para atuar além das bordas, em contextos *pós-periféricos* (ROCHA; SILVA; PEREIRA, 2015). Nessa linha de raciocínio, o consumo midiático desse fenômeno cultural pelas crianças e adolescentes, especialmente aquelas que vivem em condições de vulnerabilidade social extrema, é compreendido como uma tática de sobrevivência ao e no cotidiano do beco; transcendência imaginária que possibilita outras formas de pertencimento em universos distintos.

Essa experiência sensível é revelada nas artes de fazer da vivência do beco, expressa nas conversações sobre sonhos de “*quando eu crescer*”, nas coreografias e cantorias que divertem e solidificam uma armadura corpórea para o desafio diário de viver em meio ao precário. Novamente Morin (2006, p. 71) ensina: “[...] nós nos expressamos e conhecemos o outro evocando aquilo em que nós projetamos”. Indo além, o autor ressalta: “[...] os sucos que penetram através das membranas televisuais purgam e irrigam simultaneamente a personalidade e a própria vida do homem moderno” (2006, p. 72).

Assim, ao relacionar a jornada empírica, brevemente apresentada em nosso diálogo, com as reflexões tecidas sobre o cotidiano e a partilha do sensível, coexistentes nos processos comunicacionais e de consumo midiático, buscamos abrir uma outra perspectiva possível para compreender as partilhas do sensível articuladas por estas narrativas midiáticas do ostentação, sabendo-as implicadas em contextos de recepção desse fenômeno da periferia. O tensionamento entre a narrativa de entretenimento do *funk* ostentação e a realidade precária das crianças e adolescentes do Dique da Vila Gilda evidencia a complexidade das teias de sentido que engendram os circuitos de produção e circulação midiática, demandando, portanto, o rompimento com análises moralistas e condicionadas sobre a periferia, mas, com urgência, oferecendo novas perspectivas epistemológicas que contemplem as complexas dimensões do cotidiano e do sensível dessa realidade. E o caminho parece ser claro: auscultar a voz que ali se vocaliza. Mesmo que ela não agrade, mesmo que surpreenda e desloque os analistas de seus lugares de conforto.

Referências bibliográficas

- AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. *La comunicación en mutación*. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert (FES), 2015. http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/FINAL_Comunicacion_en_mutacion.pdf (Acesso em 9/11/2015).
- CANEVACCI, Massimo. *Fetichismos visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CORSARO, William A. *Sociologia na infância*. Porto Alegre: Artmed, 2011.
- DIAS, Maria Odila Leite. “Hermenêutica do cotidiano na historiografia contemporânea”. *Projeto História - Trabalhos da memória*. São Paulo: Educ, n.17, 1998, pp. 223-258.
- GOMES, Itânia. “Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento”. In: JANOTTI, JR. Jéder e GOMES, Itânia (orgs). *Comunicação e Estudos Culturais*. Salvador: Ed. UFBA, 2011.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- HERSCHMANN, Micael. “La música como potente forma de comunicación”. In: AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. *La comunicación en mutación*. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert (FES), 2015.
- MORIN, Edgar. *Culturas de massas no século XX*. Volume 1: neurose. Rio de Janeiro: Forense, 2006.
- PEREIRA, Alexandre Barbosa. “Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação”. *Revista Estudos Culturais*, São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, v.1, n.1., 2015. Disponível em: <http://each.uspnet.usp.br/revistaec/?q=revista/1/funk-ostenta%C3%A7%C3%A3o-em-s%C3%A3o-paulo-imagina%C3%A7%C3%A3o-consumo-e-novas-tecnologias-da-informa%C3%A7%C3%A3o-e-da>. (Acesso em 1/8/2015).
- PERROT, Michelle. “Mil maneiras de caçar”. *Projeto História - Trabalhos da memória*. São Paulo: Educ, n.17, 1998, pp. 55-61.
- PROUT, Alan. “Reconsiderando a nova sociologia da infância”. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/v40n141/v40n141a04.pdf>. (Acesso em 20/7/2015)
- RANCIÈRE, *A partilha do sensível*. São Paulo: Editora 34, 2009.
- REZENDE, Aline. *ENTRE O OLHAR DA POBREZA E O SOM DA OSTENTAÇÃO: as narrativas midiáticas do funk ostentação na vivência das infâncias em contextos de vulnerabilidade social*. Dissertação de mestrado (em andamento, sob orientação de Rose de Melo Rocha). São Paulo: PPGCOM-ESPM.

RINCÓN, Omar. *Narrativas mediáticas: o como se cuenta la sociedade del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2006.

RINCÓN, Omar. “Lo popular en la comunicación: culturas bastardas + ciudadanías celebrities”. In: AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. *La comunicación en mutación*. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert (FES), 2015.

ROCHA, Rose de Melo. “Corpos significantes na metrópole discursiva: ensaio sobre fetichismo visual e ativismo juvenil”. *Revista Significação*, n. 37, ano 39, 2012. <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/71333/74339> (Acesso em 15/10/2015).

ROCHA, Rose de Melo. “Imagens limiares: primeiras fundamentações para uma imagética do consumo”. *Cadernos de Pesquisa ESPM*, São Paulo, v. 1, n. 4, 2009.

ROCHA, Rose de Melo, SILVA, Josimey Costa, PEREIRA, Simone Luci. “Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos”. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 30, p. 99-111, dez. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015220453> (Acesso em 19/11/2015).

SOARES, Thiago. *A estética do videoclipe*. João Pessoa, Editora da UFPB, 2013.

WACQUANT, Loïc. “A estigmatização territorial na idade da marginalidade avançada”. In: *Revista da Faculdade de Letras do Porto*, série I, vol. 16, 2006, pag. 27-39.

Notas

1. Entendemos por *politicidade* a ação consciente e autônoma que objetiva a transformação de si e da sociedade, envolvendo exercícios cotidianos de reflexão e intervenção que mobilizam fortemente o corpo e a capacidade/possibilidade de comunicação. Politicidade remete, portanto, a um âmbito de exercício político, de sensibilidade, socialidade e de subjetivação que ultrapassa e pode confrontar o plano institucional. O conceito tem sido desenvolvido por Rocha (2012) em suas investigações sobre políticas de visibilidade e ativismos contemporâneos.
2. Para uma análise complexa e original da experiência estética articulada pelos vídeos consultar Soares (2013).
3. Uma problematização importante relacionada ao consumo midiático de narrativas audiovisuais envolve o debate sobre fetichismo, em especial sobre suas conformações e atualizações contemporâneas. Aqui, lembramo-nos de Canevacci (2008), quando propõe o exercício da “estupefação” como tática de observação e análise dos *fetichismos visuais*.
4. Juntamente com Georg Lukacs, Agnes Heller fez parte da chamada Escola de Budapeste, grupo de intelectuais que elaborou um marxismo crítico no leste europeu.
5. Denominação utilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para domicílios ocupados em favelas, invasões, grotas, baixadas, comunidades, vilas, ressacas, mocambos, palafitas, entre outros assentamentos irregulares no país.

6. O caráter de atores sociais atribuído às infâncias está fundamentado nos estudos da nova sociologia da infância de Alan Prout (2010) e William Corsaro (2011). Nessa perspectiva, a infância é concebida por meio de uma construção social, constituída por seus significados culturais e formas de sociabilidade, contrapondo-se à universalidade de seu caráter histórico e sujeição adultocêntrica, atuando ativamente em meio às dinâmicas sociais.
7. Estilo de dança performativa do funk, originada no Jardim do Romano, na Zona Leste de São Paulo. Para mais informações, ver: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/06/1470683-com-danca-de-robo-passinho-do-romano-vira-febrena-periferia-de-sp.shtml>. (Acesso em: 12/11/2015).
8. Expressão utilizada pelos Mc's para se referir às ruas e becos da periferia.
9. Neste videoclipe há uma oposição clara: as cenas do “antes”, do protagonista em situação precária, pedindo dinheiro e vendendo nos faróis, estão em preto e branco; as cenas que o retratam já “com dinheiro e fama” são em cores.
10. As representações do corpo feminino e das mulheres nos cliques do funk ostentação merecem um estudo à parte, que nos interessa desenvolver em outras publicações. Pois, se podemos considerar que enfrentam e subvertem dinâmicas de subalternidade, também notamos, neste caso em articular, que reiteram ordens patriarcais, em suas atualizações neoliberais e neotriunfalistas.

Intencionalidade, experiência banal e comunicação: esboço de prospecção fenomenológica do cotidiano

Intentionality, banal experience and communication: a phenomenological prospecting on everyday life

Fábio Fonseca de Castro | Universidade Federal do Pará
Doutor em Sociologia. Professor do Programa de Pós-graduação
Comunicação, Cultura e Amazônia e da Faculdade de
Comunicação da Universidade Federal do Pará.
E-mail: fabio.fonsecadecastro@gmail.com r

Resumo

O artigo propõe uma prospecção fenomenológica da noção de vida cotidiana, compreendendo-a enquanto vivência, por oposição à experiência, à luz do debate filosófico sobre o mundo-da-vida (Lebenswelt). O objetivo dessa prospecção é pensar sobre a natureza da experiência comunicativa na vida cotidiana. Nessa tarefa, dialoga-se com o conceito heideggeriano de falatório (*Gerede*), procurando compreender como se produz a intersubjetividade na cultura contemporânea.

Palavras-Chave: Cotidiano, Experiência, Vivência, Intencionalidade, Fenomenologia.

Abstract

The article proposes a phenomenological exploration of the notion of daily life, understanding it as living experience, as opposed to experience, from the philosophical debate about the world of life (Lebenswelt). The purpose of this survey is to think about the nature of communicative experience in everyday life. In this task, we dialogue with Heidegger's concept of iddle talk (Gerede), trying to understand how intersubjectivity is produced in contemporary culture

Keywords: *Everyday life, Living experience, Experience, Intentionality, Phenomenology*

A primeira grande metáfora que valoriza a experiência do cotidiano, no pensamento ocidental, parece ser aquele episódio da vida de Heráclito, quando seus discípulos, chegando à residência do mestre, ficaram constrangidos em encontrá-lo num ato aparentemente pouco nobre para o que se deveria esperar de um grande filósofo: seu mestre, distraidamente, estava sentado ao lado do fogo, aquecendo-se do frio. Heráclito percebeu a surpresa e o discreto constrangimento dos discípulos e, para tranquilizá-los, disse a seguinte frase: “Venham, porque até mesmo aqui, ao pé do fogo, os Deuses estão presentes”.

Heidegger parte desse episódio, em seu curso sobre Heráclito (HEIDEGGER, 2002), para fazer-nos ver que o estatuto da banalidade, do comum, do alegórico, do trivial – do cotidiano, enfim – não é menor que o estatuto do pretensamente sublime, grandioso, intelectual, completo, espiritual, belo ou bom. O cotidiano é parte constituinte do estar-no-mundo e, mais que isso, conforma o próprio mundo-da-vida (*Lebenswelt*), onde se dá a maior parte da experiência existencial de todos nós: uma experiência que – sem demérito e sem alusão necessariamente negativa – Heidegger descreve como inautêntica (*uneigentlich*), posto que obscurece, por meio de uma temporalização, a questão ontológica fundamental sobre o próprio estar-no-mundo.

Nosso objetivo, neste artigo, é ensaiar um esboço de prospecção fenomenológica da vida quotidiana – essa vida inautêntica que constitui a maior parte de nossa vida e que estrutura nossa cultura e nossos processos comunicativos. Procuramos reunir alguns fundamentos reflexivos para aproximar os temas da vida quotidiana e da experiência banal que caracteriza a cultura contemporânea.

Partimos da hipótese desenvolvida em Castro (2013) de pensar o fenômeno comunicativo por meio da compreensão heideggeriana do falar banal (*Gerede*), presente na intersubjetividade quotidiana. Desejamos refletir sobre a relação entre experiência e cotidiano na comunicação banal, destacando que a experiência da Comunicação se dá no plano do ser-com-outros (*Mitsein*), já que corresponde, necessariamente, a um contato – entre dois ou mais indivíduos, em qualquer plano: o contato interpessoal direto ou mediado. O falatório significa o falar banal, diário, elementar e, por extensão, a cultura massificada, a cultura do dia a dia, a cultura apenas vivenciada, na qual, associada ao cotidiano, subsiste o falar por falar, que não leva, necessariamente, a uma compreensão (CASTRO, 2015, p. 41).

Iniciamos o artigo prospecionando a noção de experiência quotidiana. Procuramos compreender as fontes do pensamento sobre a experiência banal, percorrendo o debate que diferencia, no pensamento alemão, a experiência constituída e consolidada (*Erfahrung*) da experiência vivencial (*Erlebnis*). Presente na filosofia alemã, de onde engendra boa parte da conformação da questão do cotidiano na contemporaneidade, esse debate permite o pensamento de autores como Husserl, Heidegger, Gadamer e Ricoeur, dentro da tradição fenomenológica, bem como de pensadores como Simmel e Benjamin, presentes em outros setores do espectro filosófico. Construimos um breve descritivo dessas tradições de pensamento, extraindo delas o instrumento para colocar a ideia de experiência vivencial no centro do pensamento sobre a natureza da vida cotidiana.

Em seguida, buscamos recolocar esse debate por meio da noção de intencionalidade, central em todos os pensadores que referimos, particularmente nos que seguem a tradição fenomenológica. Indagamos sobre o sentido da ideia de intencionalidade quando aplicada ao horizonte da comunicação e quando associada à vida quotidiana. Trata-se de constituir instrumentos reflexivos para alcançar, por meio desse conceito de intencionalidade, a noção de *falatório*.

No último tópico do artigo concentramo-nos na noção heideggeriana de *falatório* (*Gerede*), discutindo como o conhecimento da intencionalidade do *Dasein*, na vida quotidiana, pode permitir uma melhor compreensão do que seja a vivência – a experiência vivencial – da cultura midiática. Em o fazendo, indagamos sobre a possibilidade de desenvolver um protocolo de observação do fenômeno do *falatório* nas tramas da cultura e da comunicação e procuramos responder a um conjunto de questões sobre essa categoria analítica: Qual a natureza do falatório? Em que medida ele se insere na vida quotidiana? Como ele se produz e reproduz enquanto vivência? De que forma constitui uma experiência vivencial e sensível? Em que medida se associa a essas sensibilidades banais, triviais, alegóricas e impressivas que caracterizam a cultura midiática? Como se constitui enquanto intencionalidade de um estar-no-mundo cotidiano? São questões abertas, e as respostas que damos a elas não se pretendem exaustivas. Trata-se, sobretudo, de situar o problema e de compreender como, por meio da categoria heideggeriana do *falatório*, podemos melhor compreender a temporalidade do cotidiano presente na cultura contemporânea.

Por uma hermenêutica da experiência banal

A palavra experiência tem uma polissemia que permite contradições e usos bastante diferenciados entre si. A experiência simples “de algo”, “de alguma coisa”, parece não coadunar com a ideia de “ter experiência”, a qual envolve um complexo de conhecimentos e uma temporalidade ampla. Quando se trata de falar sobre o cotidiano, o primeiro sentido parece prevalecer em relação a este último. Ao senso comum, a vida quotidiana, na sua banalidade, opõe-se ao acúmulo respeitoso e adensado dessa outra noção de experiência.

Este debate possui uma formação importante no pensamento alemão. Com efeito, a língua alemã tem dois verbos para “experimentar”: *erleben* e *erfahren*. *Erleben* decorre de *leben*, viver, e seu resultado é a *Erlebniss*, uma experiência que tem um efeito intenso sobre o indivíduo que a experimenta, mas sem ter, necessariamente, algum efeito externo, no entorno desse indivíduo (INWOOD, 1999, p. 62). *Erfahren*, por sua vez, provém de *fahren*, viajar – para alguns “viajar caminhando” – e evoca a ideia de aprender, ouvir, encontrar. Tem um sentido de receber algo de outrem, de receber uma experiência, um aprendizado. Assim tem, necessariamente, um vínculo com algo externo à consciência do indivíduo. De acordo com Jousset (2007), o verbo *erfahren*, no pensamento filosófico, designa o fato de sair de um estado e adentrar em outro, iniciar uma etapa, um processo, com forte associação à ideia de deslocamento, cabendo observar que o prefixo *er-* designa algo que está “ao exterior de” (*aus*). O mesmo autor destaca a formação *durchfahren*, que evoca a ideia de travessia, de missão ou jornada, de

algo que leva a um resultado ou a um lugar. É nesse sentido que essa forma da noção de experiência, *Erfahrung*, significa “descobrir um conhecimento”, algo que se produz mediante um esforço intelectual – de estudo, de investigação, de ação empírica, por exemplo – que se opera como uma travessia exploradora (*Erforschung*, *Durchwanderung*) do real, da realidade.

A noção de *Erlebniss*, em oposição, evoca algo que não resulta de grandes esforços intelectivos, que não resulta de travessias ou processos laboriosos e que não concorre para grandes permanências, definições e conceituações. Nela, está presente a impressão não-dogmática e fragmentária, não-cumulativa e impressiva, não-pretensamente transcendental e pautada pelo imediato e pelo imanente que é a forma de conhecer da vida banal e das coisas que simplesmente estão no mundo ou nele ocorrem, sem teorias e teorizações, explicações e interpretações.

A diferença entre esses dois verbos, ou melhor, entre essas duas maneiras de abordar o mundo, fica clara quando nos referimos a *Erfahrungswissenschaft*, ciência da experiência empírica, ou simplesmente ciência empírica, em contraste com *Erlebensaufsatz*, que significa experiência pessoal (INWOOD, 1999, p. 62).

A experiência do *Erfahrung* é, em síntese, da ordem daquilo que, em português, dizemos por “ter experiência”: um pressuposto de substância, de conteúdo. Já a experiência do tipo *Erlebniss*, seria da ordem de um estar-aí, de algo próprio à vida quotidiana.

Em Kant (1983), por exemplo, a noção de experiência figura, centralmente, como *Erfahrung*, e, em geral, é entendida como uma espécie de síntese das percepções. Em Hegel (1992), o *Erfahrung* consiste no processo do “movimento dialético” (*dialektische Bewegung*) que a consciência exerce em si mesma, tanto em seu *saber* (*Wissen*) como em seu objeto, sempre que esse objeto nela se reflete ou é tematizado.

No pensamento de Dilthey (2010) – que está na raiz de toda a tradição que, posteriormente, irá refletir sobre a ideia de vida quotidiana – a noção de experiência vivida, pessoal, é central. Dilthey é o autor que abre nos espíritos a possibilidade de pensar a vivência quotidiana como um espaço legítimo de conhecimento e experiência. A discussão de Dilthey sobre as *Geisteswissenschaften*, as ciências do espírito – em oposição às *Naturwissenschaften*, ciências da natureza, constitui o instrumento de passagem que permite uma caracterização dessa forma de experiência que é a da vida quotidiana. A natureza desta experiência é, fundamentalmente, a da *Erlebniss*. É a partir dessa noção que ela se desenvolve para melhor colocar a questão da vida quotidiana.

Dois caminhos diretos do pensamento de Dilthey sobre o *Erlebniss* são a sociologia compreensiva de Max Weber e a sociologia formista de Georg Simmel. Outro caminho franco será a fenomenologia. Como toda tradição fenomenológica é amplamente tributária de Dilthey, a validação da noção de *Erlebniss* enquanto natureza da experiência mais tangente no mundo-da-vida, é central no pensamento de Husserl e, a partir dele, ecoa em todos os fenomenólogos de maneira significativa.

No pensamento de Husserl o mundo-da-vida é compreendido como o mundo do cotidiano, no qual toda vida é vivida de maneira francamente

validada e não questionada, absolutamente centrada em pressuposições ontológicas ingênuas (BUCKLEY, 1993, p. 406). O papel exercido pelas ciências, naturais ou humanas, nesse mundo, é relativo: elas pretendem superar a ingenuidade como esse mundo é, geralmente, percebido. Porém, essas ciências não apenas estão vulneráveis à essa mesma ingenuidade e, assim, a reproduzir validações ontológicas infundadas e não questionadas, como também a dissimular seus próprios fundamentos por meio das apreensões feitas sobre o mundo-da-vida. Assim, tanto o conhecimento cotidiano como o científico estão cegos em relação à natureza transcendental da existência humana (BUCKLEY, 1993, p. 406). Ainda de acordo com Buckley, o conhecimento científico, muitas vezes escapa dessa ingenuidade ao se deparar com fenômenos inusitados e com possibilidades de explicação e superação de enigmas, mas em geral recai na ingenuidade ao usar de esquemas de interpretação fundados sobre essa ingenuidade para explicá-los. Husserl qualifica a primeira forma de conhecimento, o da vida banal, como não dogmático e a segunda, o conhecimento científico, como dogmático – e é esta a única diferença entre ambas (BUCKLEY, 1993, p. 406).

Em Heidegger, a experiência não é nem empírica e nem experimental: ela está no fundo do pensamento. Trata-se de uma disposição hermenêutica de prospecionar as próprias ideias. De acordo com Inwood (1999, p. 62), Heidegger usa o termo *Erlebniss* em dois sentidos: por um lado, enquanto experiência isolada, localizada, temporária; por outro, enquanto um evento psíquico profundo, desvinculado ao mesmo tempo do corpo e do mundo externo. O comum nos dois casos é a compreensão de que a *Erlebniss* é uma experiência de encontro de resíduos.

Já para Gadamer, discípulo e principal seguidor da obra de Heidegger, a experiência “propriamente dita” (*eigentliche Erfahrung*) é, exclusivamente, aquela na qual, do ponto de vista ontológico-existencial, o homem tem consciência de sua finitude (*Endlichkeit*) (GADAMER, 2007). No plano histórico da existência, tão caro a esse filósofo, isso equivaleria à “experiência de sua própria historicidade” (*Geschichtlichkeit*). Em resultado, a experiência da vida quotidiana, compreendida enquanto *Erlebniss*, conforma-se como uma experiência hermenêutica (*hermeneutische Erfahrung*) que se relaciona à tradição (*Überlieferung*) enquanto linguagem (*Sprache*), numa experiência que se refere ao nós como um “tu”, um “verdadeiro interlocutor” (*Kommunikationspartner*) ou, eventualmente, como uma “experiência de ti” (*Du-Erfahrung*). Também, aqui, tal como em Heidegger, persiste a ideia de que a *Erlebniss* é uma experiência de encontro de resíduos: uma experiência hermenêutica de escavar escombros.

Ora, a semelhança dessa percepção ao pensamento de Simmel e ao de Benjamin – bem como ao movimento surrealista – é imensa. Estes dois pensadores também se inserem na linhagem da reflexão sobre a *Erlebniss* aberta por Dilthey, embora não na tradição fenomenológica. Simmel desenvolveu uma sociologia centrada no fragmento, acreditando que a observação das formas sociais tomadas pela sociedade constitui a melhor maneira de compreender o

que de fato é a sociedade – pois a pretensão a uma visão do “todo” lhe parece inconcebível, inclusive porque, como postula, a sociedade não é uma coisa em si, mas o resultado de uma miríade de relações humanas. Com efeito, sua metodologia é uma espécie de fenomenologia *avant la lettre*, na medida em que parte do fenômeno em direção à teoria, e não o contrário.

Seu projeto parece ser seguido por Walter Benjamin, que se dedica a elaborar de uma história da cultura a partir da noção de *Erlebniss*. O conceito é discutido, em profundidade, na sua tese de livre-docência, *A Origem do Drama Barroco Alemão* (Benjamin, 1984), e ganha clareza no inconcluso *Trabalho das Passagens* (*Passagenwerk*) (Benjamin, 1996), obra que pretendida fazer uma arqueologia da modernidade a partir de uma extensiva coleta de fragmentos. Uma operação hermenêutica, diríamos, tal como preconizada por Heidegger e Gadamer.

Profundamente marcado pelo método surrealista de coleta de fragmentos, tal como Simmel, Benjamin (1996) comparou o trabalho do historiador com o de um *chiffonier* – o mendigo que compulsivamente coleta coisas, caminhando pelas ruas com inúmeros sacos e sacolas, repletos de restos e coisas usadas: em seu ver, repletos de fragmentos de história. O personagem, inserindo-se na ordem da *Erlebniss*, serviu-lhe de modelo metodológico para a operação de coleta de elementos do *Trabalho das Passagens*.

O que há de comum nesses pensadores é a compreensão de que há formas diferentes de encontrar o mundo. Enquanto que uma forma, análoga à *Erfahrung*, produz-se mediante uma atitude refletida e se desdobra por meio de efeitos de sentido razoavelmente mediáveis, outra, análoga à *Erlebniss*, tem uma dimensão mais intuitiva e um tanto impressiva. Retomando o pensamento fenomenológico, devemos dizer que há, em ambas as maneiras de encontrar o mundo, uma intencionalidade, ou seja, uma atitude do indivíduo em conhecer desta ou de outra maneira o mundo – em outros termos, uma motivação, uma expectativa. Porém, a intencionalidade que acompanha cada uma dessas formas de experiência varia igualmente conforme o padrão estabelecido, sendo cabível supor que, na *Erlebniss*, a intencionalidade tenha um sentido mais disperso, menos reflexivo e que, assim, acomode melhor o pré-concebido, o senso comum, as representações sociais e, enfim, a banalidade de tudo aquilo que é massivo, imediato, superficial, trivial – mas, nem por isso, menos sensível, enquanto *experiência*, portanto, havida.

A seguir, partimos dessa hipótese sobre a sensibilidade presente no banal e no cotidiano, para indagar sobre a atitude intencional presente nessa forma de experiência que os filósofos chamam de *Erlebniss*. Compreendemos a experiência da vida quotidiana como uma experiência sensível e fundamental para a trama da cultura. Observamos igualmente, nela, o papel dos enunciados triviais, dos discursos banais, do supérfluo e da informação midiaticizada que os veicula e lhes confere sentido. É nesse horizonte que se produz o falatório (*Gerede*), termo usado por Heidegger (1993) para indicar o modo de estar-no-mundo da vida quotidiana – e que ele compreende, embora não com demérito, como inautêntico (*uneigentlich*).

A noção de intencionalidade em fenomenologia e o horizonte da comunicação

A ideia de estar-no-mundo, tão central na tradição diltheyana de prospecção do mundo-da-vida (*Lebenswelt*), pressupõe, em seus fundamentos, a ideia de intencionalidade. O mundo-da-vida, que é onde acontece a vida quotidiana, é um mundo fundamentado pela *utilidade* – o que pressupõe intenção. O indivíduo o encontra por meio dessas operações elementares, pré-teóricas, do estar, fazer, ficar, falar, trabalhar e mesmo – segundo Heidegger (1993) – ser. Há, portanto, no mundo-da-vida, necessariamente, uma intencionalidade.

A intencionalidade é, em Heidegger (1993), o operador do cotidiano. Por isso, uma das tarefas mais importantes que o filósofo se atribui, em *Ser e Tempo*, é a de compreender e interpretar o estatuto cotidiano do *Dasein* – o ponto de partida da reflexão heideggeriana, o indivíduo que pensa, existencialmente, sobre o significado e a utilidade de estar no mundo. Heidegger pretende, com essa obra, na verdade, discutir o estatuto fenomenológico e ontológico da consciência, mas percebe e indica, claramente, que não é possível discutir tal dimensão da existência sem antes compreender o que é a vida quotidiana – ou melhor, o que é o *Dasein* em sua vida quotidiana.

Seu objetivo é desenvolver uma explicação da nossa preocupação quotidiana corrente, aquela não deliberada (DREYFUSS, 1993, p. 300), que incide sobre nosso encontro desinteressado e prático com o mundo. Heidegger demonstra, à termo, que não somos tematicamente conscientes de nossas atividades na vida quotidiana e que conceitos como consciência, teoria e senso comum não estão normalmente presentes no uso que fazemos do mundo. Dizendo de outro modo: o cotidiano pressupõe um modo de consciência que não é nem temático e nem auto-referencial (DREYFUSS, 1993, p. 288). No dia a dia vivemos, regularmente, sem apelar, deliberadamente, a uma consciência autorreferencial: não compreendemos a coisa para depois usá-la, mas usamo-la, primeiro, para, em seguida, e apenas se for o caso, teorizar sobre ela.

Nessa operação é que a ideia husserliana de intencionalidade deixa de ser uma ação de compreensão predicativa para se tornar uma ação de encontrar o mundo, simplesmente, sem qualquer conteúdo autorreferencial: um uso, uma ação, e não mais uma compreensão. A intencionalidade heideggeriana é uma transcendência, sim, mas não a transcendência de uma mente que encontra, identifica e assim transcende o mundo, e sim a transcendência de um ser que, simplesmente, é no mundo.

Se refletirmos sobre essa assertiva à luz do pensamento de Dilthey (2010) sobre a *Lebenswelt* – o mundo-da-vida – perceberemos claramente uma simplificação dessa noção, facilmente detectada por toda a tradição que parte desse filósofo, aí incluída não apenas a fenomenologia mas também a sociologia compreensiva weberiana, a sociologia formista simmeliana e a sociologia fenomenológica schutziana.

De fato, não há, em Heidegger, um elogio da vida quotidiana: antes de tudo, ela constitui um fracasso do *Dasein* em conseguir projetar sua existência para fora de seu contexto imediato e, assim, alcançar alguma compreensão para o fato de existir. O *Dasein* na vida quotidiana é um existencial, mas

um existencial que mascara a possível autenticidade do ser poder-ser (LIVET, 1993, p. 337) e, assim, dissimula-se num mundo coletivo que aplaca toda angústia associada ao existir. O *Dasein* na vida quotidiana é, assim, inautêntico – por oposição ao *Dasein* autêntico, aquele que coloca a si mesmo a questão sobre o existir, em geral, e sua existência, em particular, sem mascará-la com as metafísicas das essencialidades ou a dispersão do ser no mundo cotidiano.

Uma existência pragmática, em Heidegger, é, fundamentalmente, uma existência inautêntica. Blattner (1992) segue nessa mesma direção ao observar que, em Heidegger, toda temporalidade pragmática equivale a uma temporalidade mascaradora: a um fracasso do projeto do ser, a um fechamento do *Dasein* à sua ontologia existencial. Dastur (2011) esclarece o tema da inautenticidade, em Heidegger, encontrando suas fontes no pensamento de Kierkegaard. Diz a autora que “Pour Kierkegaard, tout comme pour Heidegger, l’existence humaine commence par l’inauthenticité, à laquelle il s’agit de s’arracher, par le choix chez Kierkegaard, par la résolution chez Heidegger” (DASTUR, 2011, p. 587). A passagem da inautenticidade para a autenticidade, em Kierkegaard, segundo Dastur, se dá por meio da percepção repentina de que nem tudo é permitido ou permissível, o que leva à consciência do pecado e a um correspondente sentimento de angústia, evento que tem o poder de fixar a dimensão da consciência no indivíduo (DASTUR, 2011, p. 586). Em Heidegger, essa passagem é produzida por um similar sentimento de angústia: a passagem da banalidade quotidiana – a vida inautêntica – para a autenticidade se produz por meio da ameaça de corrosão do ambiente aparentemente seguro e familiar que é garantido pela vida quotidiana. Como diz Dastur: “la menace de l’effondrement de ce monde quotidien est au cœur de l’existence journalière, car, à chaque moment, l’angoisse peut surgir” (DASTUR, 2011, p. 588).

Pode-se entender, por temporalidade pragmática, por exemplo, a mirada objetiva sobre o passado, as noções de “instante” e de “agora” – sempre envolvidas numa predisposição à oportunidade – o futuro planejado ou almejado, etc. São formas de obscurecimento da existência temporal real.

A análise heideggeriana do cotidiano está centrada num procedimento hermenêutico. Livet esclarece esse procedimento: “Tel l’exégète (...), Heidegger part de la pré-compréhension quotidienne pour restaurer le sens « kérygmatische », la révélation authentique du *Dasein*” (LIVET, 1993, p. 337). Trata-se, em síntese, de perceber as formas de pré-compreensão impostas por nossa temporalidade – essa época “tecnicizada e cientificizada” (LIVET, 1993, p. 337) tão criticada por Heidegger – à maneira como vivenciamos e percebemos o cotidiano, tomar delas um necessário distanciamento e descobrir temporalidades outras presentes no objeto, no evento, no processo, na circunstância que se observa. Efetivamente há, nessa função, dois procedimentos críticos: uma crítica da pré-compreensão objetivadora e uma crítica da maneira como se vivencia e se percebe o cotidiano. A primeira crítica objetiva destruir essa pré-compreensão e colocar em seu lugar alguma outra, enquanto que a segunda, ao contrário, procura, simplesmente, sensibilizar o *Dasein* para a possibilidade, por meio do simples encontrar de sentidos novos e antes intangíveis,

de proceder a uma superação do caráter inautêntico da vida quotidiana em direção ao caráter autêntico, necessariamente existencial, aí também presente.

Trata-se da operação hermenêutica discutida por Heidegger em seu curso sobre Heráclito (HEIDEGGER, 2002) e que parte da reprodução da simples frase dita por esse mestre fundador do pensamento sobre o cotidiano, citada no começo deste artigo: até mesmo na banalidade do cotidiano e na mais reles das coisas, os deuses podem estar presentes. A operação hermenêutica de Heidegger torna-se muito clara quando observamos esse duplo movimento: desconstruir as pré-compreensões metafísicas e desconstruir as pré-compreensões dominantes sobre aquilo que é banal e cotidiano

Aplicações da noção de intencionalidade na experiência comunicativa quotidiana

A cultura e a comunicação, na vida quotidiana, são, seguindo o pensamento desenvolvido em Castro (2013; 2014; 2015), em sua interpretação do pensamento de Heidegger, da ordem da vida inautêntica. Associam-se, dessa maneira, à forma de experiência da *Erlebniss* – a vivência – e se produzem, fundamentalmente, no mundo-da-vida, ou seja, no cotidiano. Sua forma geral é o falatório (*Gerede*) (CASTRO, 2013) e seus desdobramentos se insinuam como uma sensibilidade da forma banal, trivial, alegórica e impressiva (CASTRO, 2015).

A partir desses fundamentos, pensamos ser possível desenvolver um protocolo de observação do fenômeno do falatório nas tramas da cultura e da comunicação – tarefa que não se objetiva neste artigo. Em todo caso, antes de empreendê-la, parece-nos importante buscar alguma objetivação do conceito. Qual a natureza, portanto, do falatório? Em que medida ele se insere na vida quotidiana? Como ele se produz e reproduz enquanto vivência? De que forma ele constitui uma experiência vivencial e sensível? Em que medida ele se associa a essas sensibilidades banais, triviais, alegóricas e impressivas? Como se constitui enquanto intencionalidade de um estar-no-mundo cotidiano? Neste tópico procuramos responder a essas questões, numa tentativa de assinalar como o conhecimento da intencionalidade do *Dasein*, na vida quotidiana, operada por meio do falatório, pode permitir uma melhor compreensão do que seja a vivência – a experiência vivencial – da cultura midiática.

Recuperemos, de início, o conceito. De acordo com Castro o “falatório é o falar banal, diário, o falar por falar, sem que leve, necessariamente, a uma compreensão” (2013, p. 29) e, assim, também uma “atitude de compreender uma coisa sem apropriação prévia do assunto” (CASTRO, 2013, p. 30).

Trata-se de um processo, de uma forma, de um estar-no-mundo. Diríamos, de uma forma de vivenciar a quotidianidade do mundo. Como se observa em Castro (2013), o *falatório* tem

auma dimensão negativa, representada por sua banalidade, imprecisão e futilidade e, também, uma dimensão positiva, representada pela possibilidade de que, por meio dela, o Dasein compreenda, ou compreenda melhor, os fenômenos que ocorrem ao seu redor (CASTRO, 2013, p. 30)..

Heidegger desenvolve esse conceito no § 35 de *Ser e Tempo* (HEIDEGGER, 1993). Trata-se de pensar na maneira como os existenciários, ou seja, os processos por meios dos quais o *Dasein* projeta sua existência na vida “autêntica”, possuem equivalências, também, na vida “inautêntica”. Assim é que o existenciário do falar, ou do discurso (*Rede*) se torna *falatório* (*Geredè*), tal como os existenciários da *afecção* (*Befindlichkeit*) e do *compreender* (*Verstehen*) se tornam, na vida cotidiana, *ambiguidade* (*Zweideutigkeit*) e *curiosidade* (*Neugier*).

O *falatório*, em síntese, é o oposto do *falar*, ou do discurso – é o discurso na vida cotidiana, enquanto aquele é um discurso consubstancializado. Correndo algum risco de uma imprudente generalização, diríamos que o *falar* (*Rede*) está para a experiência (*Erfahrung*) tal como o *falatório* está para a vivência (*Erlebniss*).

Assim, podemos dizer, respondendo à primeira das questões acima colocadas, que o *falatório* é da natureza vivencial do cotidiano. Como observado em Castro (2015), em Heidegger, a noção de *falatório* é análoga a de uma experiência do cotidiano: “Em oposição ao falar, que é da ordem da reflexão e da dúvida, o *falatório* possui uma temporalidade original, própria, e se conforma metafisicamente” (CASTRO, 2015, p. 41). A temporalidade cotidiana, a que marca o *falatório*, está imiscuída no tempo presente, mas, como assinalada Heidegger (1993), trata-se de um presente voltado para o futuro – por assim dizer, uma presentidade projetiva, que se realiza como um projeto de vir-a-ser (CASTRO, 2015, p. 41).

Em relação à segunda questão – em que medida o *falatório* se insere na vida cotidiana? –, pode-se dizer que o *falatório* não tem sentido senão na vida cotidiana. Isso se dá porque ele se reproduz na vivência comum, ou seja, na dispersão da individualidade no coletivo: no pressuposto ou na sensação de identidade, na tribo, na comunidade, na vida efervescente de um dado momento – como na festa, no culto, na torcida, na paixão política. Em todos esses eventos o *Dasein* se dispersa e se torna *Mitsein* – ser-com-outros. Fora daí, fora do cotidiano e da vivência, o *falatório* não tem sentido.

Colocar as coisas desta maneira permite perceber em que medida o pensamento do *Erlebniss* se distancia da concepção clássica de existência. Nesta, o ser sempre estava associado a uma pretensa essência – algo mais central, mais puro e mais original –, que ele revelaria ou não, conforme sua possibilidade de encontrá-la e desvelá-la. Já no pensamento do *Erlebniss*, a existência não é, simplesmente, a atualização de uma essência (HEIDEGGER 1976 *apud* CASTRO, 2015, p. 39). É precisamente nessa medida que o *falatório* se insere na vida cotidiana.

A terceira questão colocada – como o *falatório* se produz e reproduz enquanto vivência? – diz respeito, efetivamente, à natureza comunicativa do *falatório*. Toda comunicação é, necessariamente, uma reprodução. O que não quer dizer que obedeça a critérios de verossimilhança ou de verisdição precisos. Efetivamente, o *falatório* dispensa toda *verdade*, e se atém à vivência, ao mundo que parece-ser. Mais uma vez há, aqui presente, a dimensão do *Mitsein* – o ser-com-outros heideggeriano: o que é do senso comum é da verdade, e a partilha do senso comum constitui uma das bases das sociações (SIMMEL, 1999) por meio das quais a vida social ganha densidade. Portanto, enquanto experiência do *Mitsein*, o *falatório* consiste num *fenômeno* comunicativo e interativo (CASTRO, 2013, p. 30)

A questão seguinte – de que forma o falatório constitui uma experiência vivencial e sensível? – diz respeito ao estatuto da sensibilidade dispersiva, a sensibilidade que se protege no “mundo do se” – como indica Heidegger (1993), o mundo do assim se diz, assim se pensa, assim se faz... Um mundo que, vivencial, simplifica a existência por meio de uma ação de dispersão do indivíduo no coletivo – no entender de Heidegger, de dispersão, do *Dasein*, no *Mitsein*.

A questão é prospectiva e demanda um desenvolvimento longo, possivelmente com base em pesquisa empírica, mas trata-se, na verdade, da questão sobre a intersubjetividade e, por meio dela, de descobrir como do falatório advém sensibilidade. Como se produz a sensibilidade, na vida quotidiana? Nos tecidos culturais pautados por uma existencialidade inautêntica? Sempre se faz necessário lembrar que Heidegger não compreende inautenticidade de maneira denegativa e, isto dito, supomos que dois dos veículos privilegiados para a compreensão de toda sensibilidade presente na experiência vivencial são os existenciários da ambiguidade e da curiosidade. Pode-se compreender a curiosidade e a ambiguidade como os elementos de ação do falatório (CASTRO, 2013, p. 31). Em outros termos, o falatório resulta da concretização discursiva dessa ambiguidade e dessa curiosidade.

Enquanto a curiosidade (*Neugier*) representa a dificuldade que tem o *Dasein* de concentrar sua atenção, seu interesse, naquilo que vê, deixando-se levar por um processo de dispersão (*Zerstreuung*) e por uma correlata incapacidade de permanecer (*Unverweilen*) no mundo que o circunda; a ambiguidade indica a necessária e permanente contradição presente no mundo-da-vida, onde nada é o que aparenta.

A quinta questão, que indaga sobre como o falatório se associa às sensibilidades banais, triviais, alegóricas e impressivas que caracterizam a cultura contemporânea, encontra sua resposta na dimensão fractal e fragmentária que é própria de toda vivência. Essas sensibilidades remetem a escombros e uma hermenêutica da vida quotidiana leva a esses escombros, a esses detritos, a esses restos.

A cultura contemporânea – a cultura que inicia na modernidade e caminha ainda em nossos dias, independentemente do grau de transformação e desconstrução que apresentem, ou mesmo das diferentes classificações que se possa atribuir a seus modos de ser – ainda que o senso comum o indique, não deixa de ser, por assim dizer, sensível. A sensibilidade não é uma questão de qualidade ou de intensidade. É apenas uma questão de modo de experiência ou, mais precisamente, da maneira como se produz a intencionalidade dessa experiência, sendo preciso, naturalmente, relativizá-la. Assim, na intencionalidade do falatório, no encontro do indivíduo com o mundo-da-vida, produzem-se sensibilidades que, necessariamente, vão ao encontro das formas banais, triviais, alegóricas e impressivas, pois são elas que estão ao fundo da experiência da inautenticidade (*uneigentlichkeit*).

O resultado dessa operação é que o falatório produz dois grandes efeitos: o de excesso de sentidos e o de vacuidade dos sentidos. Ambos são coetâneos e necessariamente presentes no falatório.

A questão final – como o falatório se constitui como intencionalidade de um estar-no-mundo cotidiano? – é, talvez, a de resposta mais difícil, e demanda também uma investigação prospectiva. Pensamos que a dimensão intencional presente na experiência vivencial produz uma hermenêutica prospectiva, mas que sempre visa o futuro. Como colocado em Castro (2013, p. 29), o *Dasein* que experimenta o falatório é um ser-no-futuro (*Zukünftigein*). Trata-se de um indivíduo que se confunde com o tempo, que deixa de estar no tempo para, simplesmente, ser o tempo.

Isso advém do fato, assinalado por Heidegger, de que o mundo cotidiano, o mundo da vida quotidiana, é, fundamentalmente, um mundo de esquecimento do sentido do ser, um acrônimo da inautenticidade, no qual o indivíduo se dispersa na idealidade da multidão, do comum, protegendo-se assim de todo conflito existencial.

Esse conjunto de questões e de breves respostas não pretende esgotar o assunto. Trata-se apenas de um esboço de discussão. Pensamos que uma questão fundamental para o debate sobre a comunicação, nas sociedades contemporâneas, consiste em percebê-la como prática sociocultural própria do mundo-da-vida. É a partir da vivência da vida quotidiana, com toda a riqueza de sentidos que a cerca, que podemos, talvez, colocar alguma questão a respeito da natureza de um fenômeno comunicativo.

Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter. *A origem do drama barroco alemão*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

_____. *Paris, Capitale du XIXème siècle. Le livre des passages*. Paris: Editions du Cerf, 1996.

BLATTNER, William D.. Existential Temporality in *Being and Time* (Why Heidegger is not a Pragmatist). *Heidegger: A Critical reader*, H. Dreyfus et H. Hall (dir.), Oxford, Blackwell, 1992.

BUCKLEY, R. Philip. La notion d'authenticité chez Husserl et Heidegger. *Philosophiques*, vol. 20, n° 2, 1993, p. 399-422. Disponível em: <http://id.erudit.org/iderudit/027233ar>. Consultado em: 17/10/2015.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Fenomenologia da comunicação em sua quotidianidade. *InterCom, Revista brasileira de ciências da comunicação*, v. 36, p. 21-39, 2013.

_____. Linguagem e comunicação em Heidegger. *Galáxia* (PUCSP), v. 27, p. 85-94, 2014.

_____. Temporalidade e quotidianidade do pop. In SÁ, Simone P. de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (orgs.) *Cultura Pop*, Brasília/Salvador: Compós/UFBA, 2015, p. 35-44.

DASTUR, Françoise. L'Universel et le singulier. Vrin *Revue des sciences philosophiques et théologiques* 2011/3 - TOME 95, p. 581-599.

DILTHEY, Wilhelm. *A Construção do Mundo Histórico nas Ciências Humanas*. São Paulo: Unesp, 2010.

DREYFUS, Hubert. Heidegger's History of the Being of Equipment. *Heidegger: A Critical reader*, H. Dreyfus et H. Hall (dir.), Oxford, Blackwell, 1992.

_____. Agir, intentionnalité et être-au-monde. *Philosophiques*, vol. 20, n° 2, 1993, p. 285-302. Disponível em: <http://id.erudit.org/iderudit/027227ar>. Consultado em 15/10/2015.

FISSETTE, Denis. Introduction : les suites de la phénoménologie. *Philosophiques*, vol. 20, n° 2, 1993, p. 247-265. Disponível em: <http://id.erudit.org/iderudit/027225ar>. Consultado em 20/10/2015.

GADAMER, Hans-Georg. *Phänomenologie der ungegenständlichen Zusammenhänge*. Berlim: Königshausen und Nuemann, 2007.

HEGEL, Georg W. F. *Fenomenologia do espírito*. Petrópolis: Vozes, 1992.

HEIDEGGER, Martin. *Ser e Tempo*, 4a ed. Petrópolis: Vozes, 1993.

_____. *Heráclito*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

INWOOD, Michael. *A Heidegger dictionary*. The Blackwell Philosopher Dictionaries. Oxford: Blackwell, 1999, 283 p.

JOUSSET, David. *Le vocabulaire allemand de la philosophie*. Paris: Ellipses, 2007, 160 p.

KANT, Emmanuel. *Crítica da razão pura*, 2a ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Col. Os Pensadores. Kant, vol. I.

LIVET, Pierre Livet. Structure noématique et transcendance du *Dasein*. *Philosophiques*, vol. 20, n° 2, 1993, p. 323-346. Disponível em: <http://id.erudit.org/iderudit/027229ar>. Consultado em : 18/10/2015.

RICOEUR, Paul. *Hermenêutica e ideologias*, 2a Ed.. Petrópolis: Vozes, 2011.

SCHUTZ, Alfred. *Phenomenology of the social world*. Evanston: North-western, 1967.

SIMMEL, Georg. *Sociologie. Etudes sur les formes de la socialization*. Paris: Presses Universitaires de France (PUF), coleção Sociologies, 1999.

"Mar de camisas pretas": camisas de bandas como mediadoras de sentidos e experiências na cena do heavy metal

"A sea of black T-shirts": rock T-shirts as mediators of meanings and experiences within the heavy metal scene

Melina Aparecida dos Santos Silva | Universidade Federal Fluminense
Doutoranda em Comunicação pela UFF.
E-mail: melsantos1985@gmail.com

Beatriz Polivanov | Universidade Federal Fluminense
Professora do Departamento de Estudos de Mídia da UFF.
E-mail: beatriz.polivanov@gmail.com

Resumo

O artigo busca compreender, através de discussão teórica e pesquisa empírica, como as camisas de bandas de rock, mais especificamente do subgênero do heavy metal, consistem em um meio de interpretação e transmissão dos códigos culturais desta cena musical. Argumentamos que este item de vestuário não só constrói cotidianamente sentidos, mas também reproduz significados simbólicos e regras de sociabilidade entre *headbangers*, como são usualmente chamados os fãs do subgênero. Defendemos que as camisas de bandas, além de criarem distinções de gostos musicais, podem revelar os processos sociais e culturais do metal. Investigamos, assim, a partir de um olhar atento tanto aos significados quanto à materialidade das camisas, as interações sociais e ruídos de comunicação que são estabelecidos através de trocas de experiências proporcionadas por esta peça de vestuário.

Palavras-Chave: experiência; camisas de bandas; heavy metal.

Abstract

The article seeks to understand, by means of theoretical discussion and empirical research, how rock and roll T-shirts, more specifically of the heavy metal subgenre, consist in a way of interpreting and transmitting cultural codes of the music scene. We argue that this piece of clothing not only construct senses in daily life, but also reproduces symbolic meanings and sociability rules among headbangers, as the subgenre fans are usually called. We defend that rock T-shirts, apart from creating distinction related to musical taste, may also reveal social and cultural processes of metal. Therefore we investigate, from a cultural and material perspective, the social interactions and communication misunderstandings that are established by experiences interchanges provided by this piece of clothing.

Keywords: experience; rock T-shirts, heavy metal.

Guitarras extremas e temperaturas idem marcaram esta quinta-feira (24), quarto dia de Rock in Rio 2015. O festival retornou movimentado por bandas de metal alternativo após intervalo de três dias. O clichê do "mar de camisas pretas" esbarrou na falta de camisa sob sol inclemente - com biquini ou sem, no caso das fãs do Queens of the Stone Age. (G1, 2015, online).

O clichê do "mar de camisas pretas" presente nos shows de diversos subgêneros do rock nos instigou a investigar seus significados e relações com as formas de experiência e pertencimento a um fenômeno cultural. Em novembro de 2012, foi realizada a observação participante em um evento de metal extremo no interior do estado do Rio de Janeiro, onde a camisa de um adolescente suscitou discussões entre *headbangers*². Durante a passagem de som de uma das bandas que iria se apresentar, um jovem, usando a camisa da banda de *glam metal* *Motley Crüe*, tentou interagir com um grupo de desconhecidos iniciando uma conversa provocativa sobre tema não relacionado: futebol. O menino, consciente [ou não] das dinâmicas dos subgêneros do metal, recebeu críticas pela escolha da estampa de sua camisa, após brincar com os presentes sobre o placar de um jogo: "Como pode debochar do meu time, usando essa camisa do *Motley Crüe*? Você não sabe de nada". Um dos outros envolvidos na conversa disse: "É um novato com uma camisa de *Motley Crüe*. Não sei o que ele veio fazer aqui".

Essas falas iniciais já apontam para algumas disputas simbólicas relevantes para a cena de *heavy metal*, relacionadas à dimensão de disputas de gosto e também à da iniciação (BOURDIEU, 2007; THORNTON, 1996), uma vez que usar tal camisa denotaria que se trata de um novato na cena. É importante explicar que se tratava de um evento de metal extremo, cuja agressividade sonora e temáticas das canções se contraporia à sonoridade e letras do *glam metal*, subgênero ao qual estaria associada a banda *Motley Crüe*, que estampava a camisa do adolescente.

Bandas consideradas de "metal extremo" têm predileção por sons e temáticas considerados "pesados", como problemas econômicos, degradação do meio ambiente, pressões diárias sobre a classe trabalhadora e violência de modo mais abrangente, fazendo alusão em muitos casos inclusive à literatura e cinema de terror, criando atmosferas sombrias. Na década de 1980 surgiram bandas que, com proposta distinta, tinham preferência por temas como mulheres, dinheiro e fama. Foi neste período que foram divididas categorias como *lite metal* / *hard rock*, nicho ao qual o *glam metal* pode ser atrelado, e *heavy metal* e os demais subgêneros (WALSER, 1993; WEINSTEIN, 2000).

Apesar de ter havido momentos na história em que a disputa simbólica entre subgêneros do metal foi ainda mais intensa, como na década de 80, o 'incidente' de 2012 no interior do Brasil revelou como as camisetas definem as fronteiras de estilos do metal, permitindo que os fãs diferenciem os gostos entre si, através de grupos e de subgêneros estampados. Assim, o artigo pretende discutir como esta peça de roupa materializa e media experiências, construindo significados simbólicos e regras de sociabilidade para a cena musical a partir de suas estampas e cores.

Partimos da premissa de que, no processo de criação de distinção entre os integrantes do movimento cultural, as camisetas de bandas seriam utilizadas como 'bloqueios' ou, ao contrário, 'pontes' para relações sociais, negando ou

reiterando gostos e afinidades. Assim, arriscamos que a aquisição de camisetas, como parte integrante do consumo musical, representaria um ato social de trocas de experiências, de sentidos, além de constituir uma arena de reprodução dos códigos culturais do metal entre os participantes.

Para compreender como o consumo deste item de vestuário apresenta o engajamento do consumidor em transformar a característica e o significado dos produtos culturais foram criados e aplicados dois questionários para: a) o público de metal, distribuído nas principais comunidades *online* de fãs do gênero nos sites de redes sociais³; b) a marca nacional de camisas de bandas, *Consulado do Rock*, atuante no mercado de vestuário deste nicho há vinte anos⁴. O primeiro, direcionado ao público consumidor – fãs de diferentes subgêneros de metal – continha perguntas abertas e fechadas sobre a prática de comprar camisas de bandas, envolvendo questões sobre critérios de escolha das estampas, cor da camisa, significados e experiências de seus usos e, por fim, opinião sobre a apropriação de tais artefatos pela indústria cultural da moda. O segundo, por sua vez, abordava a visão de agentes que vendem camisas de bandas consolidadas no mercado, incluindo sua opinião sobre os consumidores desta peça de vestuário e também a apropriação das estampas por lojas de departamento.

Tendo em vista os dados obtidos através da aplicação dos questionários e as bases teóricas com as quais dialogamos, iremos, em um primeiro momento, discutir sobre os códigos culturais do *heavy metal* e suas disputas de valor. Em um segundo momento, nos debruçaremos sobre a “produção de presença” (GUMBRECHT, 2004) que as camisas de banda evocam, mediando afetos entre os participantes da cena. Por fim, voltaremos nosso olhar para as dinâmicas e significados atribuídos pelos informantes sobre a apropriação das camisas de bandas por lojas de departamento, isto é, a venda de tais produtos, reestilizados ou não, por marcas de vestuário a princípio não vinculadas ao universo musical.

Breve panorama do *heavy metal* e seus códigos culturais

As narrativas sobre as origens do *heavy metal* consistem em uma das polêmicas na história da sonoridade. O ponto de semelhança, na variedade de opiniões, recai no lançamento do primeiro álbum dos britânicos da banda *Black Sabbath* – com título homônimo –, lançado no dia 13 de fevereiro de 1970. Contudo, sua consolidação no mercado veio somente na década de 1980, com bandas e músicas que seguiam certos elementos sonoros e visuais, como *Iron Maiden*, *Motorhead*, *Judas Priest*, dentre outros⁵. Sua dimensão sonora estava relacionada ao uso de distorções, *riffs*, *power chords*⁶ e solos de guitarra, acompanhados pelo contrabaixo e pela bateria. E as temáticas das canções usualmente eram (e ainda o são) guiadas por dois caminhos fundamentais e complementares: a celebração da vida, a busca pelo prazer e o elogio da fruição musical por um lado e a angústia, a desordem e a destruição social, por outro⁷.

Desde então novos grupos de diversas nações, mesclando outros estilos como *punk* e rock progressivo, intensificaram o peso, o andamento musical e as técnicas vocais, proporcionando a criação de variados subgêneros, como o

thrash, o *death* e o *black metal*, tríade que forma o metal extremo⁸. Através da trocas de cartas, fitas cassete e fanzines e atualmente com a internet, o metal passou a ser consumido em diversos territórios, criando cenas locais dedicadas ao gênero musical, que vêm passando por diferentes transformações estéticas e sociais enquanto mantêm determinados valores. Mas quais seriam tais valores? O sociólogo Kahn-Harris (2014) indaga de modo um tanto quanto aficcionado:

Qual é o valor do metal? Ele não pode ser definido precisamente. Ele refere-se a algo que é violento, obstinado e jovial. Ele se refere a algo que é desafiador, incansável e sem remorso. Ser metal é não ter medo de explorar a escuridão e a transgressão, mas fazer isso de uma forma que mantenha o senso de individualidade de cada um. Ser metal é possuir um certo juízo efervescente e diversão que aqueles fora do metal confundem geralmente com estupidez. Ser metal é valorizar o coleguismo, comprometer-se a dar suporte e celebrar as fronteiras entre pessoas com as mesmas afinidades e ideias. E existem as desvantagens para o metal também: ser metal todo o tempo é estar deliberadamente cego para as ações de poder e preconceito (KAHN-HARRIS, 2014, online, tradução nossa).

Segundo o autor, um dos pontos de partida para compreender os códigos culturais do metal é explorar o que os integrantes da cena querem dizer quando descrevem o gênero musical como metal. “Isso não somente significa uma afiliação a um gênero musical. Isso conota um certo tipo de valor social, no mínimo, quando fãs de metal usam o termo” (KAHN-HARRIS, 2014, online). Nesse sentido, o autor reflete sobre a estética do gênero musical e seus códigos culturais, lançando uma provocação: “Como a cultura do metal pareceria se abandonasse a música? O quão necessária é a música para o metal?”.

Tal reflexão é proposta devido à quantidade de códigos culturais associados ao subgênero que vão além da sua sonoridade, tais como aspectos visuais ligados à performance musical, ao vivo ou gravada para clipes e DVDs; os logotipos de bandas que as identificam; as capas de álbuns e fotografias, reproduzidas em camisas, bandeiras, canecas, bonés etc. Esta dimensão visual, replicada nos produtos, “contextualiza a música ou, no mínimo, oferece uma pista para seu significado, uma referência em termos de como apreciá-la” (WEINSTEIN, 2000, p. 29, tradução nossa).

Ou seja, argumenta-se aqui, em consonância com outros autores, que: 1) a cena musical do metal não deve ser investigada somente no âmbito sonoro, atentando-se também para seus códigos culturais visuais e 2) para além da dimensão da *produção* do metal é relevante compreendermos que o sentido e o valor da música popular massiva são moldados através da negociação entre o gênero musical e o público, revelando quem são os ouvintes e quais significados certos estilos possuem para certo público. Tal dinâmica dos gêneros musicais se insere, portanto, no *consumo* de produtos culturais, que pode estabelecer distinção entre os participantes do movimento cultural. Frequentar shows, adquirir formatos musicais, instrumentos musicais e comprar produtos de merchandising, como camisas de bandas, brindes e bandeiras, representam, portanto, diferentes graus de engajamento do *headbanger* à cena musical.

As dinâmicas de disputas por sentidos e valores são “concretizados”, assim, através dos objetos e, neste trabalho, chamamos atenção para as camisas de bandas, indagando-nos: o que estes objetos revelam sobre as relações sociais

e estéticas do metal? As disputas simbólicas possuem, assim, uma dimensão tangível, material, em um processo complexo de mediação entre objetos e humanos. É para tal processo que nos voltamos agora.

A produção de presença das camisetas: afetos e a cultura material do metal

Iremos buscar entender, a partir dos dados empíricos obtidos, que tipos de produção de presença e sentido as camisetas de bandas podem evocar. Ainda que este trabalho siga uma abordagem metodológica de cunho qualitativo, o fato de que a totalidade dos 37 participantes da pesquisa⁹ tenha respondido que tem o hábito de comprar camisetas de suas bandas favoritas parece-nos significativo. Em uma das questões perguntamos aos informantes qual era sua preferência de cor de camiseta de banda. A cor preta, predominante não apenas nos conceitos das artes de *merchandising*, mas também na cultura do gênero como um todo (WEINSTEIN, 2000), foi a escolha de 30 dos entrevistados ao adquirir uma camiseta. Outras cores procuradas no item de vestuário foram o branco e o cinza (totalizando quatro respostas) e dois entrevistados afirmaram não se prender a estas cores na hora de escolher a peça. E, apesar de a cor vermelha se destacar no estilo visual do metal (WEINSTEIN, 2000) somente um participante escolheu esta tonalidade como resposta ao questionário.

Para além da cor questionamos também quais eram os critérios dos informantes para a escolha da estampa da camiseta: se preferiam fotografias das formações das bandas, reprodução das capas dos álbuns ou somente as logomarcas dos grupos, entendendo as escolhas estéticas dos entrevistados como distinções de gosto¹⁰ (BOURDIEU, 2007). Através de suas preferências, mais ou menos conscientemente elaboradas, os sujeitos constroem suas identidades sociais, ou seja, o *habitus* dos integrantes da cena. O *habitus*, esta "matriz cultural que predispõe os indivíduos a fazerem escolhas" (BOURDIEU, 2007, p. 61), dá continuidade às ações, aos gostos de grupos sociais e de indivíduos.

Figura 1: Modelo de camisetas de bandas de metal



Fonte: www.facebook.com/officialasphyx/photos/a.171109496273215.70342.104875112896654/765631366821022/

O trecho abaixo, de um participante da pesquisa, nos mostra seus critérios de escolha de estampas, relacionados à tentativa de ser diferente, não seguir um “jeito comum”, bem como procurar por materiais de “qualidade” e que possam ser usados em contextos sociais diversos:

O tipo de estampa é importante para mim. Gosto de estampas que não sejam daquele jeito comum (camisa preta com um quadrado no meio com o álbum ou algo do tipo). Prefiro as que tenham uma estampa mais de qualidade e, principalmente, que seja algo que dê pra usar não somente em shows (Participante #20, 2014, online).

Os produtos culturais, como as camisas, relacionam-se assim a uma produção de sentido, a um código cultural e a modos de consumo, influenciados por um sistema de disposições de cada sujeito, produzindo significados, sentimentos e laços sociais para os integrantes da cena musical. E tal produção de sentido não se dá em um vácuo material, mas, ao contrário, prescinde de determinada “concretude”.

Que os atos comunicacionais envolvam necessariamente a intervenção de materialidades, significantes ou meios pode parecer-nos uma ideia já tão assentada e natural que indigna de menção. Mas é precisamente essa naturalidade que acaba por ocultar diversos aspectos e consequências importantes das materialidades na comunicação – tais como a ideia de que a materialidade do meio de transmissão influencia e, até certo ponto, determina a estruturação da mensagem comunicacional. (FELINTO, 2001, p. 2).

Neste caminho, as dinâmicas de leitura e de reconhecimento do metal são guiadas pelas materialidades que constituem seu universo cultural. Para Giselle Rocha, representante comercial da Consulado do Rock, o uso de camisas de bandas de rock consiste em uma forma de o consumidor “divulgar a banda preferida, além de revelar sua identidade, seu estilo e demais preferências”. Em termos de criação de identidades pessoais e sociais, objetos podem mediar e significar características particulares de uma pessoa. (WOODWARD, 2007)

Funciona como uma “triagem”. Ontem, vi dois adolescentes no supermercado, um com uma camisa do Slayer e, o outro, com uma do Burzum. As duas com capas de discos considerados canônicos dentro dos respectivos subgêneros de metal. Chamaram minha atenção e, imediatamente, fiz uma série de suposições sobre eles. Não é comum ver um guri com uma camisa do Burzum, às 11h da manhã, em um supermercado no Leblon (PARTICIPANTE #1, 2014, online).

Esta fala mostra como as camisas de bandas podem funcionar como objetos para os quais os sujeitos *delegam* a função de dizer algo sobre si mesmos, sobre suas intencionalidades de construções identitárias, ainda que, claro, estejam sempre sujeitas a interpretações as mais variadas, suscetíveis a rupturas na significação intencionada. Conforme afirmam Sá e Polivanov (2012), a partir do pensamento de Bruno Latour:

Na sua perspectiva, qualquer artefato técnico tem características antropomórficas, uma vez que é um delegado, que desempenha atividades ou tarefas designadas por humanos. Mais do que isto, um artefato técnico é primeiramente desenhado por humanos, passando num segundo momento a substituir a ação de humanos, para finalmente prescrever a ação de humanos de certa maneira – ressaltando que o processo se dá em via de mão dupla uma vez que os objetos também têm agência. Por mais paradoxal que pareça, é, pois, através da relação com objetos que nos tornamos aquilo que somos (SÁ e POLIVANOV, 2012, p. 24).

Observamos, a partir da aquisição de camisas de bandas, como o indivíduo é capaz de transferir afetos para esta peça de vestuário. Para Woodward seria possível inclusive que os sujeitos se sentissem como uma imbricada rede de relações entre eles e alguns dos objetos que vestem, como extensões ou partes de si mesmos: “Uma vez que você decida comprar o objeto, você deve, então, vir a sentir-se único com ele, você deve deixá-lo em sua vida e sentir-se como se fosse uma parte natural de você” (WOODWARD, 2007, p. 100, tradução nossa). Em vista disso, notamos a quantidade e a qualidade de energia transferida para a cultura material do metal, ou seja, o que Lawrence Grossberg descreve como afetos inscritos nos fenômenos culturais:

Ele é o plano em que ancoramos e nos orientamos no mundo. Ele nem é individualista e nem desestruturado, ele não é só pura energia psicológica em erupção através das estruturas sociais de poder. Para, além disso, ele é articulado e estruturado de maneira complexa, produzindo configurações não só de prazer e desejo (através de economias de representação e satisfação), mas também de volição (ou desejo), de disposições e paixões. Estas últimas descrevendo a organização do que realmente importa, apontando para o fato de que as pessoas experimentam coisas, vivem diferentes identidades, práticas, relações, em diferentes níveis e de diferentes modos. (GROSSBERG, Lawrence. 1997, p.111 apud JANOTTI JR, 2003, p.132)

O afeto seria articulado para produzir não apenas prazer e desejo, mas disposições e paixões. Assim, ele perde a posição somente de efeito e ganha um *status* de agente, permitindo a compreensão de práticas culturais (CARDOSO FILHO, 2004). Neste agenciamento dos afetos através das camisas de bandas percebemos, novamente, o caráter de distinção entre os que seriam “verdadeiramente” da cena, os “fãs autênticos”, daqueles que não o seriam, conforme aponta a fala de um dos participantes da pesquisa:

Dentro do metal, as pessoas costumam seguir as bandas que gostam com uma “paixão maior” do que dentro de outros estilos - ou pelo menos é o que elas acreditam. A história do metal é bastante longa e o estilo já conquistou pessoas em todas as partes do mundo. Isso dá um certo senso de “união” por parte dos fãs, especialmente com bandas mais antigas - e o uso de camisas de certas bandas podem ser vistos dessa forma hoje em dia. O “problema” entre identificar o fã e o não fã hoje em dia é a quantidade de camisas vendidas de bandas grandes e que algumas pessoas usam por valor estético ou qualquer outra coisa que não a música. Quando se vê uma pessoa utilizando uma camisa do Iron Maiden, por exemplo, é difícil dizer se ela é verdadeiramente fã ou simplesmente “achou legal” a estampa - isso porque eles já são conhecidos, tem uma certa fama e grandes hits (sem falar que qualquer lugar vende camisa deles com preços acessíveis). É mais difícil pegar alguém com uma camisa do Oomph!, por exemplo, mais difícil de encontrar em lojas mainstream e geralmente muito mais caras (PARTICIPANTE #24, 2014, online).

Estes sentimentos em torno do consumo musical, representado nas estampas de camisias, englobam visões de mundo e do próprio indivíduo, apresentando uma espécie de tensão entre “euforia e disforia” que cria o sentido reproduzido nos discursos (JANOTTI JR, 2003, p. 133). Nesta tensão, fica clara a criação de fronteiras entre o que seria considerado *mainstream*, popular, conhecido por muitos, e aquilo que seria *underground* ou até mesmo “autêntico”. Nesse sentido, interessou-nos investigar os discursos dos participantes da pesquisa quanto a um “fenômeno” peculiar em relação às camisias de bandas de *heavy metal* e rock de modo mais amplo: sua apropriação pelo universo da moda e popularização para além do público de tal cena musical.

Quando o *heavy metal* entra na moda

Não são incomuns exemplos de marcas relacionadas ao mundo da moda que passaram a incorporar signos do rock e até mesmo especificamente de algumas bandas de *heavy metal* como parte de suas coleções. As lojas de departamento Renner e Riachuelo, por exemplo, lançaram em suas coleções camisias de bandas como *Black Sabbath*, *Guns N’Roses*, *Ramones* e *Beatles*. A coleção de inverno da Renner, em 2014, trazia uma camisa com a estampa “*Death Metal*”, com as letras coloridas. Tal fenômeno, claro, não está restrito ao universo desta cena musical, ocorrendo também com outras cenas entendidas por seus participantes como “não cooptadas”, como é o caso do punk, e mesmo com outros símbolos que não estariam, a priori, vinculados ao universo do consumo e do *fashion*, como a figura do guerrilheiro Che Guevara, cujo rosto passou a estampar inúmeras camisetas, de fabricantes os mais variados ao redor do globo.

Figura 2: Camisa do subgênero Death Metal por Lojas Renner

BLUSA CROPPED COM ESTAMPA DEATH METAL
Ref. 533779408



Fonte: <http://www.lojasrenner.com.br/p/blusa-cropped-com-estampa-death-metal-5-33779395>

Conforme apontado, buscamos, através do questionário, discutir também sobre o deslocamento das camisas de banda de *heavy metal* de seu contexto cultural, uma cena musical, para serem reinterpretadas pelas coleções de moda, o que foi descrito, por um dos participantes, como “comercialismo poser”. *Poser* consiste em um termo pejorativo, usado em cenas musicais como o punk, gótico e metal para descrever pessoas que fingiriam pertencer ou não pertenceriam a determinado movimento cultural. Ou seja, elas somente pousariam, passariam como fãs de determinada cena, mas não o seriam “de verdade”.

Os respondentes da pesquisa, fãs de *heavy metal* e outros subgêneros do rock, levantaram a questão sobre os modos de consumo das camisas de bandas: o ideal seria que a pessoa que usa a camisa de determinada banda conhecesse a trajetória do grupo. Desta forma, a camisa ‘estamparia’ o gosto musical do usuário e os afetos em relação ao gênero musical. Quem utiliza a camisa de banda somente com propósito de estar inserido nas tendências da moda estaria descaracterizando este elemento da cultura de nicho. Ressaltamos, assim, como os vínculos afetivos com a cena foram acionados em avaliações do que seria e não seria uma apropriação legítima de seus produtos culturais.

Acho meio insensível da parte da pessoa comprar uma camiseta de banda da qual ela nunca ouviu falar. Aquele estouro das camisetas do AC/DC e Ramones, após Rock In Rio, foi completamente desnecessário. Eu apoio completamente a compra se a pessoa mostra interesse pelo trabalho do artista/banda (PARTICIPANTE#39, 2014, online).

Como destacado na declaração acima, a aquisição de camisas de bandas por outras motivações – não atreladas aos afetos e ao conhecimento da trajetória da banda - descaracterizariam o consumo deste item, tornando seu uso “insensível”. Desta forma, os modos de consumo desta peça de vestuário podem revelar quem possui as competências culturais da cena musical, as disposições de seus públicos, assim como as disputas por legitimidade entre inseridos e os não inseridos nesta cultura de nicho. A fala de um dos informantes atenta para essa dinâmica:

Particularmente, isso me incomoda muito. Compreendo que as pessoas podem usar a roupa que querem, mas, pra mim, usar uma camisa de banda é uma forma de homenagem, bem como uma demonstração de respeito à banda que você gosta. Sou do pensamento que: se não gosta da banda, ou não conhece, não veste a camisa. Não é sinal de respeito ou homenagem, seguir “modinha” é coisa pra gente fraca e desinteressada (PARTICIPANTE #11, 2014, online).

Para o participante da pesquisa, o próprio uso da camisa de banda tem um significado implícito, o de homenagear os artistas por quem se tem admiração. Para tal, é necessário que o sujeito conheça e tenha relações afetivas com a banda para poder “vestir sua camisa”¹¹. Caso contrário, não deveria utilizá-la, uma vez que não teria capital subcultural (THORNTON, 1996) necessário para tal. O capital subcultural consiste no conhecimento adquirido por estes atores através de seu contato com as mídias, com o consumo de bens culturais “apropriados”, e da busca de relações com as “pessoas que importam” para serem aceitos (SÁ, 2011, p. 154).

As mídias possuem, assim, um papel imprescindível para a circulação dos códigos da cena. “Em outras palavras, a diferença entre estar fora ou dentro do estilo, com capital subcultural alto ou baixo, relaciona-se a formas e graus complexos de cobertura midiática, criação e exposição” (THORTON, 1996, p. 14, tradução nossa). Por consequência, estes comportamentos refletem “regras de etiqueta, vestuário, gestos, entonação, dialetos, vocabulários, pequenos movimentos corporais e avaliações expressas que englobam tanto a essência quanto os detalhes da vida”, ou seja, os “símbolos de pertencimento” a um estilo social (GOFFMAN, 1951, p. 300, tradução nossa). A fala abaixo reforça tal discurso:

Não me oponho totalmente à venda de camisas de banda “reestilizadas” em lojas de maior alcance. Mas não me agrada muito a ideia de ver uma pessoa que nem sabe o que é determinada banda, saindo por aí com uma camisa. Infelizmente é algo que não se tem muito como evitar. A camisa com o rótulo do Jack Daniel’s, por exemplo, é usada por gente que nem sabe o que é Whiskey (PARTICIPANTE#20, online, 2014).

Esta incorporação de camisas de bandas pela moda coloca em evidência as negociações em torno dos códigos culturais do gênero musical: “Acho que essa reapropriação descaracteriza o movimento por difundir esses códigos específicos para um público que não o compartilha”, afirmou o participante #33).

Arriscamos que este incômodo, descrito nos discursos dos informantes, sobre a ‘popularização’ da cultura desta cena musical, gerada pelas coleções de moda, demonstra como os seguidores prezam pelos códigos visuais e sonoros do metal como forma de ‘proteger’ a continuidade e os limites de pertencimento da vertente. As escolhas estéticas de cada indivíduo são entendidas enquanto distinções de gosto, isto é, classificações feitas em oposição às tomadas por outros sujeitos (BOURDIEU, 2007). Por consequência, esta incorporação de camisas de bandas pela moda evidencia as negociações em torno dos códigos culturais dos gêneros musicais. Cabe ressaltar que nem todos os participantes da pesquisa demonstraram ter tal visão, como aponta a fala abaixo:

A moda vem e vai. E isso é importante para fazer propaganda de um determinado estilo a fim de angariar fãs que perdurarão por anos. Geralmente, a moda é criticada por fãs “roots”, mas eles não percebem que gostar de ser underground, na verdade, é um veneno para o estilo de música que eles apreciam. Reclama-se que não há shows e etc., mas eles mesmos são contra a popularização do metal, o qual com certeza traria mais fãs, bandas e fomento para o gênero. Querer ser “diferente” mata o movimento e restringe as opções dos fãs, uma vez que os músicos, por vezes, têm que escolher entre ter uma banda ou ter um emprego (PARTICIPANTE #21, 2014, online).

Assim, ainda que a maior parte dos informantes da pesquisa tenha apontado que a apropriação da moda de signos do *heavy metal* através das camisas seria algo negativo, que colocaria em xeque as fronteiras entre aqueles que pertencem efetivamente à cena e aqueles que apenas seguiriam “modismos”, alguns apontaram um caráter positivamente valorativo da moda, que seria o de disseminar certos gostos estéticos, possivelmente ampliando e até melhorando o circuito de fruição do gênero em questão. Desse modo, “popularizar” a cena através das camisas de bandas é um valor em disputa por seus próprios integrantes.

Considerações finais

Focando nas camisas de bandas de metal, destacamos como este vestuário auxilia na reprodução dos códigos do gênero, a partir de uma produção de presença inserida na experiência e performance social dos fãs. As camisas de bandas definem fronteiras de sua cultura, atuando em processos de distinção de gosto entre os participantes da cena musical. Em síntese, a escolha das estampas seria guiada pelos códigos culturais do gênero musical, como levantado por um dos questionados: "Identificar-me com a banda do ponto de vista musical e ideológico, gostar da imagem. Se for um clichê, não uso." (PARTICIPANTE#1, 2014, online).

Desse modo, a experiência oferecida pela cultura material do metal não pode ser considerada como separada do cotidiano. Os formatos musicais, as camisas de bandas e outros acessórios, ou seja, a reprodução dos códigos do gênero constituem uma "das possíveis intrusões da cena na vida cotidiana". Consequentemente, a experiência do metal demonstra que o consumo, além de criar significados, sentimentos e hábitos, também compõe práticas cotidianas fora da cena musical.

Portanto, a partir da aquisição de camisas de bandas, demonstramos como os fenômenos culturais são constituídos de forma dinâmica através da interação entre os objetos e os sujeitos. Destacamos que o consumo musical, mediado pela peça de vestuário, é constituído por processos sociais, direcionados por convenções culturais e afetos, mas mediados materialmente. As camisas de bandas demonstram, assim, como os bens culturais são bens simbólicos e materiais, que articulam, na esfera do cotidiano, relações sociais e estilos de vida desta cena musical.

Referências bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: Crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2007.
- CARDOSO FILHO, Jorge. Afeto na análise dos grupamentos musicais. *Eco-Pós* (UFRJ), Rio de Janeiro, v. 07, n. 02, p. 111-119, 2004.
- FELINTO, Eric. Materialidades da Comunicação: Por um novo lugar da matéria na teoria da Comunicação. *Revista Eletrônica Ciberlegenda*, n.5, 2001.
- GOFFMAN, Erving. Symbols of class status. *The British Journal of Sociology*, v.2, n.4, 1951, pp. 294-304.
- GUMBRECHT, Hans. *A produção de presença*. O que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.
- KAHN-HARRIS, Keith. *Metal Beyond Metal*. 2014. Disponível em: <http://souciant.com/2014/01/metal-beyond-metal/>. Acesso em 13 nov 2015.
- JANOTTI JUNIOR, Jeder. Afeto, autenticidade e socialidade: uma abordagem do rock como fenômeno cultural. In: *Media e Cultura*: GOMES E SOUZA (orgs.). Salvador: EDUFba, 2003, pp 77-95.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; CARDOSO FILHO, Jorge. A música popular massiva, o *mainstream* e o *underground*: Trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. Brasília: Intercom, 2006.

SÁ, Simone. Will Straw: Cenas musicais, sensibilidades, afetos e a cidade. In: JANOTTI JR., Jeder; GOMES, Itania (orgs.). *Comunicação e Estudos Culturais*. Bahia: EDUFBA, 2011.

SÁ, Simone. POLIVANOV, Beatriz. Presentificação, vínculo e delegação nos sites de redes sociais. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, ano 9, vol.9, n.26, pp.13-36, nov.2012.

THORNTON, Sarah. *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Hanover: University Press of New England, 1996.

WALSER, Robert. *Running with the devil: Power, gender, and madness in Heavy metal Music*. Middletown: Wesleyan University Press, 1993.

WEINSTEIN, Deena. *Heavy metal: The music and its culture*. Boston: Da Capo Press, 2000 (1991).

WOODWARD, Ian. *Understanding material culture*. Califórnia: Sage, 2007.

Notas

1. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2015/noticia/2015/09/rock-rio-4-dia-veja-o-resumo-do-festival-em-videos-fotos-gifs-e-textos.html>. Último acesso em: 12 nov. 2015.
2. Termo utilizado na cena para se referir aos fãs de *heavy metal* de modo mais amplo.
3. O questionário "Camisas de bandas: Cultural material do metal e símbolos de pertencimento" foi elaborado a partir da plataforma *Survey Monkey* e distribuído em dois dos maiores grupos de rock/metal do site de rede social Facebook: "Headbangers" e "Metalheads, cabeludos, góticos e punks do Brasil". O questionário foi lançado nesses grupos no dia 26 de junho de 2014 e ficou disponível durante quinze dias. Trinta e sete participantes responderam ao mesmo, sendo todas as respostas consideradas válidas.
4. O questionário para a *Consulado do Rock* foi enviado por email para a representante comercial da loja virtual. As respostas foram recebidas no dia 14 de julho de 2014.
5. Tais bandas são citadas como precursoras da NWOBHM (*New Wave of British Heavy metal*), com obras lançadas entre 1979 e 1982. Neste período, o gênero passou a transitar entre dois modos de produção e circulação: a) *mainstream*, com ampla distribuição de formatos musicais, tendo como meta o sucesso comercial; b) *underground*, com uma cadeia produtiva restrita (JANOTTI JR, CARDOSO FILHO, 2006).
6. *Power chord* é produzido pelo intervalo musical de uma quarta ou quinta justa em uma guitarra elétrica, sendo usado por todas as bandas que se inserem no *heavy metal* (WALSER, 1993). *Riff* é uma progressão de acordes, intervalos ou notas musicais que são repetidas no decorrer da música, formando a base.
7. Desde o primeiro álbum do *Black Sabbath*, elementos da literatura gótica habitam o conceito dos formatos musicais. Os contos góticos, destacando-se os escritos nos séculos XVII e XIX, ambientam-se em estruturas medievais, como castelos e mosteiros. As narrativas, com descrições do sobrenatural, possuem pinceladas de suspense e violência, além de críticas ao Catolicismo. Contos de horror e fantásticos são fontes

de inspiração para os subgêneros do metal. Entre os exemplos mais apontados estão as histórias de terror de H.P.Lovecraf, bastante utilizadas pela banda norte-americana *Metallica*, e os contos de J.R.R Tolkien como inspiração para as canções da banda alemã *Blind Guardian*.

8. *Thrash metal*, subgênero com influências do *hardcore punk* e da NWOBHM, é considerado um dos marcos de renovação do gênero musical, em meados da década de 1980, com ícones como Exodus, Death Angel e Testament, *Metallica* etc. Formações como Death, Morbid Angel e Deicide, adotaram em suas canções temas mórbidos, assim como análises sobre a fragilidade da condição humana. O *black metal*, mais concentrado nos países escandinavos, apresenta canções sobre o satanismo, paganismo e mitologias nórdicas. Entre os grupos conhecidos estão Immortal, Dimmu Borgir e Emperor. Disponível em: Lands of fire and ice: An exploration of death metal scenes. Public, n.29, 2004, pp.107-125. Disponível em: < <https://pi.library.yorku.ca/ojs/index.php/public/article/view/30359>>. Acesso em 20 mai 2013.

9. Os informantes possuem faixa etária de 16 a 50 anos, com formação escolar mínima do Ensino Médio Completo.

10. Segundo Bourdieu, o mundo social funciona como um sistema de relações de poder e como um sistema simbólico em que distinções de gosto baseiam o julgamento social. Desta forma, o gosto não pode ser puro, assim como as avaliações de gosto não seriam inocentes.

11. A expressão popular “vestir a camisa”, que significa comprometer-se, engajar-se efetivamente com algo – uma empresa, causa etc. – não nos parece ser evocada aqui à toa.

Alfred Schutz e os Estudos Culturais: marcos teóricos e diálogos conceituais

Alfred Schutz and cultural studies: theoretical frameworks and conceptual dialogue

Janine de Kássia Rocha Bargas | Universidade Federal de Minas Gerais
Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, integrando o Grupo de Pesquisa em Mídia e Esfera Pública (EME).
E-mail: ninebargas@gmail.com

Resumo

Este trabalho se propõe a uma movimentação teórica capaz de perceber como aspectos ligados à política e ao poder estão relacionados aos aspectos culturais e próprios da interação e da construção subjetiva de significados sobre a realidade. Faz-se uma aproximação entre o pensamento de Alfred Schutz e as ideias advindas dos Estudos Culturais britânicos. Trata-se de um giro interpretativo que amplia o espectro do Interacionismo ao considerar que as interações estão inseridas nas relações entre cultura e poder e, ao mesmo tempo, a reutilização de elementos analíticos negligenciados pelos estudos sobre hegemonia mais ligadas ao marxismo clássico. O trabalho evidencia uma crença no sujeito que, nas suas interações e formas de produção de sentidos, atua de maneira relativamente autônoma em relação às pressões hegemônicas, operando resistências e construção de novos sentidos na sociedade.

Palavras-Chave: Comunicação, Alfred Schutz, Estudos Culturais.

Abstract

This paper proposes a theoretical movement able to understand how aspects related to politics and power are related to cultural and specific aspects of interaction and construction of subjective meanings. It should be a connection between the thought of Alfred Schutz and the resulting ideas of British Cultural Studies. It is an interpretive spin which extends Interactionism spectrum when considering that interactions are embedded in the relationship between culture and power and at the same time, the reuse of analytical elements overlooked by most studies related to classical Marxism hegemony. The work shows a belief in the subject, in their interactions and forms of production of meanings, operates relatively autonomously in relation to the hegemonic pressures, operating resistance and construction of new meanings in society.

Keywords: Communication, Alfred Schutz, Cultural Studies.

Esse trabalho se propõe a uma movimentação teórica capaz de perceber como aspectos ligados à política e ao poder estão relacionados aos aspectos culturais e próprios da interação e da construção subjetiva de significados sobre a realidade. De modo específico, faz-se uma aproximação entre o pensamento de Alfred Schütz e sua matriz interacionista e as ideias advindas dos Estudos Culturais britânicos.

O ponto de partida são os pressupostos que emergem desses quadros teóricos, segundo os quais, por um lado, o contexto social é constituído por um conjunto de relações específicas que constituem as práticas sociais e, por outro, que não há autonomia das práticas sociais em relação ao seu contexto permeado por relações de poder. Nesse sentido, trata-se de uma reflexão sobre o mundo intersubjetivo mais amplo e a reprodução social de ideologias, sua relação com a construção discursiva de experiências e de sujeitos e o conjunto de significados que reúnem os valores, as crenças, as tipificações, isto é, o quadro cognitivo que orienta a ação dos sujeitos no mundo da vida.

Trata-se de uma relação conceitual que difere das tentativas de síntese epistemológica nas Ciências Sociais entre o Interacionismo Simbólico e outras micro-sociologias dos anos 1980 a que se refere González de La Fe (2003), que reduzem o Interacionismo Simbólico às questões de base das Ciências Sociais, e daquelas do chamado “giro pós-moderno” dos anos 1990 que, materializando o projeto político dos Estudos Culturais, acabaram por despolitizá-lo (REYNOSO, 2000). Esse trabalho faz considerações preliminares sobre ambas as tradições do pensamento, apontando seus principais conceitos e realizando combinações analíticas entre eles.

Olhando para as preocupações de Schütz e de Hall com a comunicação e para os trabalhos que já se ocupam em problematizar separadamente seus pressupostos a partir de objetos empíricos, esse trabalho objetiva aproximá-los conceitualmente. Ao mesmo tempo, o estudo está inserido em uma tentativa de análise ainda pouco explorada, especialmente no âmbito das Ciências da Comunicação. Isso é devido a um afastamento radical que se convencionou fazer entre as contribuições interacionistas e aquelas do pensamento crítico, fruto, principalmente, da oposição entre as possíveis heranças positivistas nos escritos iniciados em Chicago e o primado marxista dos pensamentos de tradição crítica.

Num movimento contrário, alguns pesquisadores da comunicação e das ciências políticas, têm buscado as complexas relações entre tais tradições, seja numa concepção de renovação da Teoria Crítica de Frankfurt, possível pelas contribuições pragmatistas (MENDONÇA, 2013), seja pela incorporação de perspectivas interacionistas pela heterogeneidade dos Estudos Culturais e da crítica pós-moderna (GADEA, 2013), entre outras.

Não há aqui um aprofundamento dos parâmetros metodológicos característicos de ambas as correntes, mas demonstrações de similitudes e complementariedades conceituais entre elas que carregam força analítica suficientemente satisfatória em estudos sobre cultura, poder e intersubjetividades.

Além dessas questões, a preocupação nesse trabalho é com o sujeito contemporâneo que, vendo-se inserido em um mundo dado *a priori*, vê-se também condicionado por ele. Assim, essa reflexão pretende construir um espaço

de análise que enxergue o mundo interacional inserido em uma rede de relações de instituições e poder e as possíveis formas de articulação política.

Esse estudo se divide em uma primeira parte de contextualização histórica e biográfica das matrizes teóricas aqui abordadas e de seus realizadores, voltada a uma compreensão razoável sobre suas trajetórias na interface de suas contribuições. Na segunda parte, destacam-se aspectos da contribuição de Alfred Schutz, fundamentada na matriz interacionista, dando relevo aos conceitos de mundo da vida, tipificação, províncias de significado e quadros de relevância. Na sequência, a terceira parte concentra-se nos pensamentos frutíferos dos Estudos Culturais, centralizando a figura de Stuart Hall, e conceitos-chave como cultura e ideologia. E, finalmente, um entrelaçamento possível entre as duas perspectivas.

Apresentação e contextualização das duas tradições teóricas

Alfred Schutz nasceu em Viena, na Áustria, em 1899. Após ter lutado na I Guerra Mundial pelo exército austro-húngaro, fugiu da caçada nazista para Paris em 1938, e depois para os Estados Unidos, em 1939. O comerciante e intelectual nas horas vagas também sofreu transformações e impactos por ser estrangeiro no ambiente social e acadêmico estadunidense. Logo que chegou aos EUA, Schutz atuou na *University in Exile*. Em Nova York, foi interlocutor privilegiado de Edmund Husserl e de seus alunos, mantendo contato também com membros da sociologia alemã, como Albert Solomon e Carl Mayer.

Desde o início, a preocupação de Schutz era a de “estabelecer os fundamentos de uma sociologia fenomenológica” (WAGNER, 2012, p. 13), uma “teoria da ação social” (CORREIA, 2004, p. 4). Herdeiro da filosofia sem pressupostos de Husserl e da Sociologia compreensiva da ação de Max Weber, e estudioso crítico de Max Scheler, Jean Paul-Sartre, sua maior contribuição reside na sistematização e abrangência do quadro teórico que desenvolveu, voltado à divulgação da fenomenologia.

Em seus escritos e no seu percurso coerente, fez parte do conselho editorial da revista *Philosophy and Phenomenological Research*, onde as principais ideias de Husserl eram difundidas e amadurecidas, assim como foi fundador da *Phenomenological Society*. De caráter ensaístico, as obras de Schutz perseguem, desde a origem, temas básicos que procuraram ser explicitados nas obras posteriores. Segundo Wagner (2012), a reunião de suas obras deu-se por seus comentadores e por pesquisadores influenciados por seus pensamentos, especialmente após 1940.

Seus diálogos teóricos feitos com Husserl, Weber, Sartre e Bergson e suas investigações sobre as obras de Talcott Parsons, George Herbert Mead, John Dewey e William James constituem um importante e atípico encontro entre o pensamento europeu e o norte-americano. Desse encontro, emerge a matriz interacionista de suas contribuições teóricas, evidenciada na centralidade das experiências cotidianas.

Antes de se estabelecerem como um campo de intervenções político-acadêmicas, os Estudos Culturais se constituíram sem a pretensão de se converter em uma disciplina. Suas origens se encontram no lançamento de algumas obras-chave ao final dos anos de 1950 e início da década de 1960.

Richard Hoggart inaugura uma nova forma de pensar a cultura com a obra *The Uses of Literacy*, em 1957, contendo especialmente traços autobiográficos e a história cultural dos meados do século XX. Na obra, após uma detida descrição etnográfica da vida cotidiana das camadas populares inglesas, Hoggart faz uma avaliação de como os produtos daquela indústria cultural interferiram e transformaram aquele contexto (ESCOSTEGUY, 2011). Suas análises manifestam claramente seu desgosto pela mercantilização da cultura em uma obra que adjetiva esse fenômeno como “vazio”, “debilitante”, “trivial”. (MATTELART & NEVEU, 2004).

A ligação com a Nova Esquerda britânica e com o ensino de adultos marca a trajetória dos outros dois fundadores dos Estudos Culturais: Raymond Williams (1921-1988) e Edward Palmer-Thompson (1924-1993). Os fundamentos da ampla gama de objetos de estudos sobre os quais os Estudos Culturais se ocupam vêm notoriamente ancorados nas bases marxistas desses autores.

Em *Culture and Society* (1958), Williams discorre sobre o conceito de cultura, reivindicando sua paridade valorativa em relação ao mundo das artes, da música e da literatura. O autor traça um panorama dos contributos e percursos de grandes nomes de literatos e demonstra, genealógicamente, que as ideias que pairavam naquela sociedade eram produzidas e estavam profundamente sustentadas em uma “história do trabalho social de produção ideológica” (MATTELART & NEVEU, 2004, p. 46).

Para Williams, as práticas sociais e as noções que balizam essas práticas tem relação direta com o que ele chamou de *structures of feeling*, sistemas de percepção e de sensibilidade (MATTELART & NEVEU, 2004). O amadurecimento e o desenvolvimento dessa ideia culminam com a obra *The Long Revolution* (1961), na qual ganha destaque o papel da comunicação, na figura da imprensa, e dos sistemas educacionais na “padronização” e no direcionamento das condutas sociais, e onde Williams tece um desenho de um programa democrático de transformação das instituições culturais.

Thompson, um dos fundadores da *New Left Review*, reconstrói parte da história inglesa do ponto de vista da classe trabalhadora em *The Making of the English Working Class* (1963). Nessa obra, E. P. Thompson coloca as práticas de resistência e a vida cotidiana dos operários em destaque, olhando o capitalismo como um sistema e denunciando um “silêncio” sobre as mais distintas formas de mediação cultural e moral então vigentes.

Dessa forma, Thompson reafirma, assim como Williams, a relação sumária entre economia e cultura questionando, no entanto, a submissão desta em relação àquela como seu mero reflexo. Esse argumento está calcado na existência tão amplamente defendida por esses autores de uma consciência moral das pessoas e das paixões.

Esses três autores fundamentais aos substratos político-epistêmicos dos Estudos Culturais, na verdade, são quatro. O jamaicano Stuart Hall (1932-2014) contribuiu substancialmente aos Estudos Culturais, cumprindo especialmente um papel de aglutinador de pesquisadores e pesquisas no *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), em Birmingham.

Hall, membro de uma família de classe média, viveu como estudante secundarista os impactos da Segunda Grande Guerra e o movimento pela independência da Jamaica, fortalecendo a esse tempo sua consciência resistente sobre a dependência colonial. Pela ausência de escolas superiores em seu país, em 1951, foi para a Inglaterra estudar literatura na Universidade de Oxford, sem jamais ter voltado a viver no território jamaicano.

Seu deslocamento para a Inglaterra não foi tão somente geográfico. Sua origem social marcava uma posição deslocada também do ponto de vista cultural em relação ao mundo universitário britânico e à própria nação. Fazer parte do “universitariado” da época era chocar-se com o ambiente restrito tipicamente britânico, que o impôs atividades consideradas marginais, como a educação de adultos operários, marcando sua posição de “intruso” (MATTELART & NEVEU, 2004).

Esse deslocamento se vê refletido em sua obra, especialmente preocupada e sensível às diversidades culturais. Mas, mesmo sendo marginalizado, Hall e os outros fundadores dos Estudos Culturais deram um salto para a consolidação de uma forma específica de pensamento devido, especialmente, ao seu engajamento, que iria para além da esquerda trabalhista. Fala-se aqui de uma “sensibilidade humana de esquerda” (MATTELART & NEVEU, 2004, p. 53), de “convicções democráticas” (SOVIK, 2009, p. 11) e de “correção política” (JAMESON, 1998, p. 97).

Além do diálogo feito com os fundadores dos Estudos Culturais, Hall se nutre de Marx, Gramsci, Bakhtin. É influenciado por Louis Althusser, Fredric Jameson, Jacques Derrida, Michel Foucault, Gayatri Spivak, Paul Gilroy, assim como por Homi Bhabha, Judith Butler, Barthes, Weber e outras grandes referências do pensamento social.

As matrizes conceituais de Alfred Schutz

Fundamentado na filosofia de Edmund Husserl e na sociologia compreensiva de Max Weber (GARCÍA, 2010; GADEA, 2013), Alfred Schutz, no curso de um longo período de estudos, escrutínios e aprofundamentos desses autores, procedeu a uma produção intelectual que, por vezes, apontava lacunas e falhas e, por outras, criticava elogiosamente suas teorias e preceitos.

Da fenomenologia de Husserl, Schutz destaca a importância da consciência na constituição dos objetos que experienciamos, uma consciência que se dá por meio da percepção e da interpretação de alguma coisa presente no “mundo”, ou seja, a consciência humana não advém de si mesma, mas está sempre vinculada a algo “exterior”. Assim, a consciência se funda na experiência, isto é, na interrelação com um objeto, seja ele material ou simbólico, real ou imaginário (WAGNER, 2012). Esse objeto, por sua vez, é formado por uma “síntese de diferentes “perspectivas” a partir das quais o objeto é realmente visto ou lembrado posteriormente de modo tipificado”, sempre na relação com o outro (WAGNER, 2012, p. 16).

A ideia de consciência é apropriada de Henri Bergson para justificar o ato de redução fenomenológica, segundo o qual se deve distanciar a realidade de toda sua significação dada – de seus pressupostos – até se chegar a essência

da consciência para que se verifique o verdadeiro significado da realidade (suspensão fenomenológica). Fala-se de uma desontologização, que se opõe ao mundo natural acrítico.

Há, aqui, uma diferenciação entre a atitude natural do mundo e uma postura fenomenológica. Na atitude natural, há a suspensão da dúvida, isto é, a crença de que o mundo é como é sem o questionamento de seus pressupostos. Nesse sentido, “a realidade do mundo, na atitude natural apresenta-se numa experiência como existente e aceito-a tal como ela se dá a saber, como existente e evidente” (CORREIA, 2004, p. 43). Na fenomenologia, ao contrário, a suspensão do juízo sobre o mundo ou redução transcendental referida anteriormente, chamada de *epoché*, é tomada como ponto de partida na sua observância.

A compreensão da ação social veio de Weber, o que significa dizer que, para Schutz, trata-se da conduta humana manifesta nas mais distintas formas (mentais, físicas, sua abstenção ou na aceitação em relação à conduta de outrem) com uma significação e uma intencionalidade consciente. Dessa forma, a ideia de Weber de que o significado subjetivo é elemento crucial para a ação humana é compartilhada por Schutz, emergindo dessa acepção o conceito schütziano de ação subjetivamente significativa. Os significados, portanto, são produzidos na ação dos sujeitos, e estes sujeitos conhecem o mundo a partir dos significados que produzem.

O empreendimento analítico de Schutz ocorre sobre o mundo da vida, isto é, o mundo sobre o qual os sujeitos agem conscientemente, onde também estão os outros sujeitos reais. Para ele, o “mundo da vida cotidiana deve ser considerado como o mundo intersubjetivo que já existia muito antes de nosso nascimento, que já foi experimentado e interpretado por outros, nossos antecessores, como um todo organizado” (SCHUTZ, 2012, p. 84). O mundo da vida é o contra-argumento da fenomenologia sobre a oposição sujeito-objeto presente na história do pensamento social porque é o mundo no qual a humanidade atribui sentidos humanos aos objetos e às ações, o mundo do qual o ser humano faz parte e o produz.

Esse mundo físico e sociocultural é experimentado em termos de tipos; tipificações são, então, as categorizações que cumprem uma espécie de economia cognitiva do mundo. “Aquilo que já foi apreendido uma vez traz consigo um horizonte de experiências possíveis, com referências de familiaridade correspondentes, isto é, uma série de características típicas que ainda não foram vivenciadas, mas que o podem ser potencialmente” (SCHUTZ, 2012, p. 130.)

As tipificações são, assim, formadas por certo “estoque de conhecimento [...] que lhe serve como um esquema interpretativo” (SCHUTZ, 2012, p. 86). Esse estoque de conhecimento é heterogêneo e se constrói no histórico de vivências, sendo um conhecimento “sobre” e um conhecimento “por” familiaridade, afirma Schutz, fazendo referência a William James. Neste âmbito, a linguagem, enquanto esquema de expressão e interpretação, ocupa um papel central, justamente porque é por meio dela que o sujeito formula suas tipificações.

O sentimento de pertencimento a um grupo, por exemplo, consiste na partilha de uma situação comum advinda de um sistema de tipificações e relevância. Isso significa dizer que os membros do grupo são “guiados por um

conjunto de hábitos mais ou menos institucionalizados, costumes, normas etc., que o ajudam a interagir com os seus semelhantes que pertencem à mesma situação” (SCHUTZ, 2012, p. 95).

Pode-se afirmar com alguma certeza, segundo Correia (2004), que a principal ligação entre Schutz e o Pragmatismo norte-americano vem por meio de suas pontes com William James. É a partir desse autor que emerge um dos princípios fundamentais, e também problemas centrais, da filosofia, enquanto ciência: o de que não há apenas uma única realidade, mas que, advindas da pessoa humana, há múltiplas realidades.

Tendo isso em vista, as províncias de significado ou províncias de realidade são aqueles sub-universos experimentados pelos sujeitos; e são províncias de significado finito “porque o que constitui a realidade é o significado da nossa experiência e não a estrutura ontológica dos objetos” (CORREIA, 2004, s/p). Essa noção é utilizada por Schutz para suplantiar a dicotomia entre a suspensão fenomenológica e a atitude natural, mas sua coexistência possível, propondo que os sujeitos percebem o mundo com uma multiplicidade de realidades (CORREIA, 2004).

Mediada linguisticamente, a província de significados é a forma como relacionamos a nossa consciência ao mundo da vida, que se dá em uma confrontação do que consideramos como real, uma confrontação das tipificações nas mais diversas situações. Dessa maneira, Schutz chama a atenção para um aspecto reflexivo sobre o mundo da vida, apontando para a sua heterogeneidade, para sua abertura de possibilidades de transformação e ao novo.

Em nosso quadro de experiências intersubjetivas, estabelecemos certas zonas de relevância, ou seja, “aquele setor do mundo que, em conexão com o problema prático ou teórico que nos preocupa em determinado momento, não parece demandar nenhum tipo de investigação” (SCHUTZ, 2012, p. 124). São hierarquias de ações, percepções, planejamento sobre certas situações, motivadas pelo interesse imediato, nas quais as coisas são dadas e consideradas estritamente como nos são apresentadas. Esta formulação recebe atenção privilegiada de Schutz porque, para o autor, “é dentro das coisas tidas como evidentes que temos que encontrar nossas fronteiras” (SCHUTZ, 2012, p. 124).

Para Schutz, esse interesse, imediato e individual, é um dos elementos de um sistema hierárquico ou de vários sistemas de interesse e, da mesma forma, não é constante na medida em que adquire pesos diferentes em momentos distintos, e não é homogêneo porque em um mesmo momento podemos ter interesses distintos (SHUTZ, 2012).

No entanto, o autor se concentra no nível intersubjetivo, na formulação feita no nível da experiência com o outro. Ele não traz nesse momento de sua reflexão a porosidade que as tipificações e sistemas de relevância construídos, ou seja, que os significados socialmente partilhados, que ele já considera que são formulados no mundo extra-consciente, no mundo da vida, têm a outras formulações feitas por entidade extra-humanas, como o mercado e suas mais distintas ideologias. É justamente nesta lacuna que se propõe aproximar as noções dos Estudos Culturais para dar conta de uma reflexão complexificada das relações sociais.

A vida cotidiana e a ideologia nos estudos culturais

Já no ano de fundação do CCCS, Hoggart deixa claro ao que vieram os Estudos Culturais: trazer os métodos e o instrumental da crítica literária para a análise da cultura de massa, de seus produtos e do universo das práticas culturais das camadas sociais populares. Pelas marcas biográficas e pelas produções intelectuais de seus fundadores, os Estudos Culturais voltam, a partir de então, sua atenção para a cotidianidade e, nesse sentido, as grandes transformações do ambiente urbano na Inglaterra foram os pontos de partida para as investigações.

A urbanização como um fator perturbador da sociabilidade e das formas de vivência imediatas e, em um segundo plano, a relação entre as gerações e as subculturas dos jovens estiveram presentes nas obras de Hoggart. Em um processo de adensamento, já nos anos 1970, a primavera dos Estudos Culturais, nos quais os *working papers* (reunião de artigos dos pesquisadores) tiveram um papel fundamental da difusão das ideias, Stuart Hall enfatiza a sua preocupação com as experiências dos sujeitos colonizados, com o papel da arte popular, com as imagens veiculadas pela imprensa, entre outros temas.

Em Williams, vem à tona a descrição detalhada, o empreendimento etnográfico dos Estudos Culturais que desvelavam âmbitos sociais até então negligenciados pelo *establishment* acadêmico, considerados indignos de investigação.

Richard Johnson (2010) assinala que os Estudos Culturais podem ser concebidos como uma tradição intelectual e política, ou a partir de suas relações com as disciplinas acadêmicas; ou olhando para seus paradigmas teóricos, ou, mesmo, por objetos com os quais se ocupa. Ana Carolina Escosteguy (2006) se concentra nesse último âmbito e destaca os aportes e os diferentes problemas-objeto. São quatro: proposta alinhada a uma teoria social crítica que toma como foco central o texto midiático e seu contexto; uma outra associada a uma teoria interpretativa concentrada nas audiências; outra configurada como uma proposta polifônica de elementos de distintas tradições intelectuais, atenta para a problemática das identidades culturais; a tematização das relações entre ciência, tecnologia e cultura, principalmente a partir do feminismo.

Se o mérito de Hoggart foi legitimar academicamente os Estudos Culturais, Stuart Hall figura como o grande responsável pela sistematização teórica que os estudos se ocupam e pela aglutinação de pesquisadores. O trabalho de Hall foi, de certa forma, conceitual, na medida em que testou as possibilidades analíticas das heranças marxistas e os “empréstimos teóricos tomados ao pós-modernismo ou à desconstrução” (MATTELART & NEVEU, 2004, p. 59).

A partir do consistente e frutífero trabalho de desenvolvimento pelos Estudos Culturais no desenvolvimento de conceitos como cultura, ideologia, hegemonia, resistência e identidade, neste trabalho ganha particular destaque os conceitos de cultura e ideologia. Destes, propomos um entrelaçamento em que “identidade”, “hegemonia” e “resistência” aparecem como elementos constitutivos da construção analítica.

A preocupação com a cotidianidade não se dá, aqui, numa análise circunscrita na intersubjetividade como elemento central, mas na relação entre a constituição das subjetividades e as relações de poder no mundo em que elas estão inseridas, nas transformações e reações às profundas transformações da vida social, aos valores e significados incorporado nos padrões e estruturas compartilhados pelos sujeitos sociais (HALL, 2009).

O conceito fundante, então, vem por meio de Williams e é defendido por Hall. Cultura aparece aqui como “parte do processo geral que cria convenções e instituições, pelas quais os significados a que se atribui valor na comunidade são compartilhados e ativados” (WILLIAMS, 1969, p. 55). A partir dessa definição, podemos depreender o caráter histórico dos processos culturais, nos quais compartilhamos significados comuns e o caráter ordinário da cultura. Para Williams (1969), as tensões e as transformações vêm, justamente, pela oferta, recepção e confronto de novos significados.

Da cultura podem ser reveladas as suas próprias constituições por considerá-la como um “padrão de organização” dos relacionamentos humanos (HALL, 2009, p. 128) expresso de distintas formas e por distintas características. Assim, só faz sentido analisar esses padrões observando a relação entre as práticas em um determinado momento histórico.

Aqui se faz notória uma referência ao marxismo, questionadora, no entanto, do determinismo econômico, isto é, da crença de que o domínio das ideias estava sujeito à superestrutura. Justamente, aqui, Williams oferece a perspectiva do “interacionismo radical”, apostando que a não sujeição das ideias e das práticas vem exatamente da interação mútua (HALL, 2009).

Se do culturalismo os Estudos Culturais mantêm a centralidade da análise da relação entre experiência e estrutura, é do estruturalismo que emerge um outro conceito-chave: o de ideologia, com rupturas e transformações. Não se trata “somente” de uma cartografia das culturas e de suas coerências, mas também de questioná-las nos termos de suas funções e a eficácia da cultura para a reprodução de um modo específico de produção, de dominação, na sua relação com o poder (MATTELART & NEVEU, 2004; HALL, 2009).

A partir de Althusser, ideologia é definida em “temas, conceitos e representações através dos quais os homens e mulheres “vivem”, numa relação imaginária, suas relações com as condições de existência” (HALL, 2009, 137). Nos termos de Hall, concebe-se ideologia como “as categorias inconscientes pelas quais as condições são representadas e vividas” (HALL, 2009, p. 138). Nessa perspectiva, há um destaque para a “autonomia relativa” das diferentes práticas e suas especificidades internas, condições e efeitos, em relação a determinação dominante ou da superestrutura. Não apenas (super) estrutura como algo em si mesma, como um dado objetivo, mas como algo a ser interpretado *a partir de* e contingente.

A ideologia não é necessariamente dominante. Mas, segundo os princípios althusserianos, é no terreno dessas estruturas inconscientes que os seres humanos operam alterações das suas experiências com o mundo adquirindo uma nova forma, a consciência. O problema histórico com o qual essa reformulação se defrontou, contudo, foi a reprodução das relações de produção capitalistas e uma adequação da força de trabalho à forma de exploração deste modo de produção (HALL, 2009), o que fez com que a ideologia dominante então passasse a ser aquela dos governantes sobre os governados. Dessa forma, a ideologia não deve somente ser percebida nas representações ou no âmbito da linguagem, mas também nas instituições e nas mais distintas práticas (TURNER, 1990).

É neste momento de percepção das ideologias incrustadas na produção de sentidos que os Estudos Culturais se ocupam fundamentalmente com os meios de comunicação social. Pensava-se nos termos da eficácia da produção cultural para a reprodução de um modo específico de produção (HALL, 2009, p. 143). Entretanto, a relação entre ideologia e os meios de comunicação não se produz mecanicamente, “senão se adaptando continuamente às pressões e às contradições que emergem da sociedade, e englobando-as e integrando-as no próprio sistema cultural (ESCOSTEGUY, 2010, p. 147).

Aqui é crucial a contribuição de Antonio Gramsci aos Estudos Culturais. Reconfigurando a concepção de hegemonia, passa-se a pressupor a conquista do “consentimento” como a forma pela qual é possível promover transformações dentro do sistema. Esse consentimento refere-se às trocas entre culturas populares e cultura hegemônica em interações profundamente complexas. Não se vê, nesse caso, um fechamento rígido entre elas, mas sobreposições, intersecções e permanentes transações. Nesse “movimento”, por vezes, a cultura popular resiste e, por outras, reproduz traços da cultura hegemônica (ESCOSTEGUY, 2010).

É a partir dos anos 1980, que os contornos dos Estudos Culturais passam a mudar, com a influência de outros intelectuais, quando passaram a ser temáticas fundamentais as questões de identidade, raciais e étnicas, o salto feminista e tomam a centralidade variáveis como a de luta e resistência.

Pensar o social: entrelaçamentos possíveis entre Schutz e os Estudos Culturais

Tomemos alguns pontos de análise e aproximações entre a matriz da interação schutziana e a ideias dos estudos da cultura e do poder. Primeiramente, este estudo está longe de considerar as categorias de classe, poder, status como categorias dadas e aplicáveis universalmente como algo que paira no ar prescindindo do social. Considera-se, entretanto, a dialética relação entre as práticas sociais nascidas no âmbito da interação que constituíram formas e estruturas mais abrangentes, considerando nisso fatores históricos, ou seja, estruturas e instituições também como resultados das interações.

Em outros termos, não é desconsiderado o fato de que as relações de poder que existem fora do sujeito determinando suas condutas emergem, por uma conjugação de fatores históricos, das relações intersubjetivas. Em termos ainda mais específicos, compreende-se que tais variáveis são concebidas como estruturas “contingentes” (SCHUTZ, 2012) e não objetivas estruturas sociais determinadas (GADEA, 2013).

Se a cultura está no âmbito do que é vivido, como explicitado anteriormente, e que a análise volta-se para a produção de sentidos na sociedade, é possível dizer que, ao mesmo tempo em que nossos quadros de relevância são formados pelo nosso interesse individual – intersubjetivamente construído –, como afirma Schutz, e pela pressão das forças de poder dominantes – que, por vezes, se afilia a uma ideologia dominante – é justamente no seio da interação que a apropriação de significados já dados pode se converter, pelo prisma das múltiplas realidades contingentes e fluidas, em novos significados e, por conseguinte, em resistência e transformação.

Se tomarmos em conta a consciência, que é produzida pela percepção e interpretação do mundo por meio da linguagem, e que a ação social é construída por uma intencionalidade consciente do sujeito, teremos a ideia de que os significados, produzidos na ação dos sujeitos, são atualizáveis. Isso é possível porque somos capazes de instaurar a dúvida ou o questionamento da validade das coisas, num ato fenomenológico, necessário à apreensão de conhecimentos que orientam nossa ação no mundo.

Destaca-se que as tipificações ou as coisas como as conhecemos, construídas linguisticamente, podem ser modificadas, exatamente porque se dão a partir do nosso “estoque de conhecimento”. Este, por sua vez, construído ao longo de nossas vivências e, portanto, sujeito a transformações. “O indivíduo “parece descobrir” que aquilo que existe e que se autoproclama como “verdadeiro” não passa de ser uma mera “figura da linguagem”; mas que tem “o poder” de inseri-lo em uma complexa rede de relações sociais” (GADEA, 2013, 251).

Ora, o mundo da vida, ou seja, o mundo no qual nos relacionamos mutuamente, não se constitui resumidamente ao nível da intersubjetividade, mas é socialmente vivente, num contexto mais amplo. “Apenas uma parte do conhecimento se origina dentro da experiência pessoal, e em sua maior parte é de origem social, ou seja, foi transmitido por outros sujeitos que ensinam seus semelhantes a definir o ambiente, a significar o seu redor” (GARCÍA, 2010, p. 228). Considerando a cultura como o padrão que nos orienta nesse mundo da vida, de forma material e simbólica, as interações mais micro e as balizas sociais mais macro conjugam-se.

Portanto, “o mundo da vida cotidiana é o cenário e também o objeto de nossas ações e interações. Este mundo não é o mundo privado do indivíduo isolado, mas um mundo intersubjetivo, comum a todos nós, no qual temos interesses eminentemente práticos” (GARCÍA, 2010, p. 228). O caráter histórico

e dinâmico da cultura permite depreender que o mundo social que encontramos quando nascemos já é ele, por si só, produto de outras transformações históricas já ocorridas e, conseqüentemente, passível de novas transformações.

Esses processos se dão em múltiplas realidades ou “províncias de significado”, que nos possibilitam ligar a consciência e o mundo da vida, à realidade sociocultural, de forma reflexiva. Nesse sentido, o sujeito tem a possibilidade de apreender de distintas formas os sentidos produzidos assimilando-os ou refutando. O quinto ponto, revela, então, a construção de nossos quadros de relevância em um processo que abarca não tão somente o nível da intersubjetividade ou das nossas relações primárias, por meio do que Schutz chama de interesses individuais, como também as estruturas que orientam o mundo e suas variáveis (classe, status, instituições etc.), ou seja, ideologicamente.

Pensando, nesse sentido, nos termos dos quadros de relevância cunhados por Schutz, é possível que no entremeio das nossas experiências alteremos a hierarquia dessas relevâncias, questionando-as por meio de nossas escolhas e de outros fatores, em função da relação com os outros e de suas interpretações socialmente compartilhadas pelo sujeito. Nesse sentido, observa-se que o quadro de relevância não se faz apenas no âmbito da intersubjetividade, mas na sua combinação com as normativas ideológicas, ao mesmo tempo em que a resistência aos padrões dominantes se faz o âmbito próprio do mundo da vida tal como a cultura, atualizado

Considerações finais

Fugindo do determinismo sociológico, que considera as pessoas como simples peças vulneráveis às forças das estruturas sociais e que suas ações são meros produtos dessa influência, a aproximação entre a matriz interacionista e os Estudos Culturais proposta neste artigo intentou a uma ampliação do espectro analítico sobre o social, que se convencionou a ser, muitas vezes, por um lado, excludente na apropriação de teorias ou ecossistemas teóricos e, por outro, uma mera superposição dessas teorias.

Essa aproximação tornou mais claro o fio condutor que liga o Interacionismo – representado por Schutz – aos Estudos Culturais, qual seja, a importância de uma lógica situacional das ações e dos significados e a existência de múltiplas realidades percebidas por meio da linguagem.

Trata-se, como evidencia Gadea (2013), de um “giro hermenêutico” que amplia o espectro do Interacionismo ao considerar que as interações estão inseridas nas relações entre cultura e poder e, ao mesmo tempo, a reutilização de elementos analíticos negligenciados pelos estudos sobre hegemonia mais ligadas ao marxismo clássico.

O trabalho evidenciou, ainda, uma crença no sujeito que, nas suas interações e formas de produção de sentidos, atuam de maneira relativamente autônoma em relação às pressões hegemônicas, operando, assim, resistências e construção de novos sentidos na sociedade.

A partir dessa premissa, pensar a comunicação, a atuação política de movimentos sociais contemporâneos e as grandes formas de produção da dominação e da subalternidade ganha elementos conceituais de certa forma amplos. Aplicá-los na observância de objetos empíricos requer, certamente, maior detalhamento e aprofundamento conceitual, mas a preocupação aqui, no entanto, foi abrir novos parâmetros analíticos, compreendendo a relevância da perspectiva interacionista e dos estudos sobre cultura e poder em separado, e o potencial de sua conjunção.

Referências bibliográficas

CORREIA, João Carlos. *A Teoria da Comunicação de Alfred Schütz*. Lisboa, Livros Horizonte, 2004.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Os Estudos Culturais*. Cartografias FAMECOS. Artigos, 2011. Acesso em 1 jun 2015. Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf>.

_____. Estudos Culturais. As margens de um programa de pesquisa. In: E-Compós, Agosto de 2006 - 2/16.

_____. Estudos Culturais. Uma Introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org). *O que é, afinal, os Estudos Culturais?* 4. Ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

GADEA, Carlos A. *O Interacionismo Simbólico e os estudos sobre cultura e poder*. Soc. Estado, Brasília, v. 28, n. 2, p. 241-255, Ago. 2013. Acesso em 25 Mai 2015. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922013000200004>>.

HALL, Stuart. *Da diáspora*. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

GARCÍA, Marta Rizo. *As contribuições do pragmatismo de William James e da fenomenologia social de Alfred Schütz à Comunicação*. In: MATRIZES, Ano 3 – nº 2 jan./jul. 2010. Acesso em 3 jun 2015. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/38268/41074>.

GONZÁLEZ DE LA FÉ, Teresa. “El Interaccionismo Simbólico”. In: Salvador Giner. (Org.), *Teoría Sociológica Moderna*. Barcelona: Ed. Ariel, 2003. Acesso em 20 jun 2015. Disponível em <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=747019>.

JAMESON, Fredric. Sobre los “Estudios Culturales”. In: JAMESON, F.; Žižek, S. *Estudios Culturales*. Reflexiones sobre el multiculturalismo. Buenos Aires: Paidós, 1998.

JOHNSON, Richard. *O que é, afinal, os Estudos Culturais?* In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org). *O que é, afinal, os Estudos Culturais?* 4. Ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

MATTELART, Armand; NEVEU Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. *Teorias críticas e Pragmatismo: a contribuição de G. H. Mead para as renovações da Escola de Frankfurt*. Lua Nova, São Paulo, 90: 2013. Acesso em 25 mai 2015. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n90/a13n90.pdf>>.

REYNOSO, Carlos. *Apogeo y decadencia de los estudios culturales*. Barcelona: Ed. Gedisa, 2000. Acesso em 15 jun 2015. Disponível em <http://carlosreynoso.com.ar/archivos/libros/Apogeo-y-decadencia.pdf> .

SCHUTZ, Alfred. *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2012.

SOVIK, Liv. Apresentação. Para ler Stuart Hall. In: HALL, Stuart. *Da diáspora*. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

WAGNER, Helmut T. R. Apresentação. In: SCHUTZ, Alfred. *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2012.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional. 1. Ed, 1969.

A velhice na telenovela brasileira contemporânea: fomento ao debate¹

Ageing in contemporary Brazilian telenovela: fostering the debate

Gisela G S Castro | ESPM- SP

Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM-SP. Graduada em Psicologia (IP/UFRJ), Mestre e Doutora em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ).
E-mail: castro.gisela@gmail.com

Maria Aparecida Baccega | PPGCOM ESPM-SP

Docente pela ECA/USP; Decana do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP.
E-mail: mabga@usp.br

Resumo

O texto apresenta os resultados iniciais de um estudo sobre o tratamento da temática da velhice nas telenovelas brasileiras atuais. Entendemos que as representações sociais funcionam como matrizes simbólicas e comparecem nas práticas cotidianas e nas produções midiáticas, sendo importantes na modulação social dos modos de ser e de viver. A complexidade sociocultural está presente na telenovela atual, cujas tramas multifacetadas são elaboradas em sintonia com sondagens de público e os acontecimentos sociais marcantes no momento. Cartografar a maneira como são acionados os arraigados estereótipos e os cambiantes papéis socialmente atribuídos aos mais velhos nas novelas contemporâneas é o objetivo do estudo que discute, dentre outros, o caráter insidioso do idadismo, a violência e a solidariedade na sociedade em relação aos mais velhos.

Palavras-Chave: velhice; telenovela brasileira; velhice feminina.

Abstract

This paper presents preliminary results from an ongoing study on the ways ageing is presented in contemporary Brazilian telenovelas. Social representations function as symbolic matrices embedded in everyday practices and in media productions. They are important in the social modulation of the modes of being and forms of living. Sociocultural complexity is present in today's telenovela. Multifaceted plots are woven in tune with public polls and the most striking social events. This study aims to map the way deep-rooted stereotypes and changing roles socially assigned to older men and women are presented in current telenovelas. Among other aspects, we discuss the insidious nature of ageism, violence and solidarity in society regarding older people.

Keywords: ageing; Brazilian telenovela; ageing women.

Apresentamos neste artigo os primeiros resultados de pesquisa em andamento que se volta para a telenovela e discute a constituição social dos sentidos atribuídos à velhice e aos mais velhos no Brasil contemporâneo. Conforme entendemos, este gênero midiático que protagoniza o cotidiano de amplas parcelas da população de nosso imenso país se desenvolve em permanente interação com o contexto socioeconômico-cultural e contribui na modulação social dos modos de ser e de viver em nossos dias.

Ao examinar as articulações entre este gênero majoritário dentro da ficção televisiva nacional com as temáticas da velhice, destacamos a construção sociocultural do envelhecimento e dos cambiantes papéis socialmente atribuídos aos mais velhos em nosso País. Sabemos que a velhice humana é um fenômeno multifacetado, que não se pode naturalizar como etapa do decurso de uma vida. Em termos etários, trata-se de uma categoria imprecisa cujos contornos não são exatos e nem muito menos universais. A periodização da vida obedece a critérios controversos e varia em cada grupo social. Em termos biológicos, constata-se em um mesmo organismo que o envelhecimento de células, órgãos e tecidos envolve ritmos e temporalidades diferenciados. Embora a idade cronológica seja uma importante referência social, “as categorias de idade são construções culturais que mudam historicamente (...) e operam recortes no todo social, estabelecendo direitos e deveres diferenciados (...), definindo relações entre gerações e distribuindo poder e privilégios” (DEBERT, 2006, p. 53).

Simbolicamente, a velhice pode receber a conotação positiva da sabedoria e do legado da tradição e da memória embora talvez com maior frequência esteja associada ao crepúsculo da vida, ao declínio das funções, a várias formas de dependência e finalmente à proximidade da morte. Nesta reflexão ressaltamos o caráter controverso do universo semântico da velhice e destacamos a estreita e nem sempre pacífica convivência entre o natural e o cultural, o individual e o social, a moral conservadora e a ousadia transgressora, o descaso e a compaixão, o preconceito nem sempre explícito, dentre outros fatores.

A questão do preconceito está presente na sociedade, onde se constata uma discriminação muito mais insidiosa contra as mulheres, que costumam ser classificadas pejorativamente como *velhas* muito mais cedo do que os homens. A pátina do tempo costuma ser percebida como um atributo de charme e estilo no homem maduro, enquanto para a mulher combater os sinais da idade se torna um dever moral no ideário anti-envelhecimento em vigor. Neste ideário, a juventude se descola do patamares etários e passa a ser encarada como um valor, um trunfo a ser exibido em qualquer idade, um imperativo social.

Chama-se idadismo o preconceito com base na idade que fomenta a discriminação etária. Nesse sentido, é também a atitude discriminatória que está na base do *bullying* social frequentemente praticado contra os mais velhos. Embora lamentável, a nefasta conjugação entre machismo e idadismo ainda prevalece em nossas culturas quando se trata da mulher mais velha.

Dada a prevalência do imperativo da juventude, o velho é sempre o outro e raramente uma categoria de auto-classificação (BEAUVOIR, 1976; DEBERT, 1999). Neri (2007, p. 34) resume a questão ao ponderar que “na velhice, não

nos reconhecemos velhos e, à medida que envelhecemos, tendemos a fixar em idades cada vez mais avançadas aquela que marca a entrada na última fase do ciclo vital”. A autora descreve a atual medicina anti-envelhecimento como “fonte de ilusões (e polpudos lucros)” (NERI, 2007, p. 34), entendendo que a indústria cosmética mobiliza um grande contingente de conhecimentos para promover o esforço de atenuar e adiar ao extremo os processos de envelhecimento.

Tendo em mente o relevante papel das produções midiáticas nas disputas pelas atribuições sociais de sentidos, iniciamos esta investigação sobre a velhice elencando algumas tramas e personagens marcantes e elegemos a última década e meia como recorte temporal da pesquisa. Assim sendo, nossa cartografia se volta para as produções de 2000 a 2015 e procura articular as personagens ao contexto social no qual se inserem.

Nos parágrafos que se seguem, contextualizamos a telenovela no cotidiano dos brasileiros, traçamos um breve relato do desenvolvimento deste gênero ficcional no Brasil, mapeamos – assumidamente de modo ainda incipiente – os modos de apresentação da velhice na teledramaturgia e em seguida focalizamos alguns de seus elementos por meio tramas e personagens memoráveis, em um recorte que privilegia a discussão sobre a velhice feminina.

A telenovela e o cotidiano

Para melhor compreender a relação entre telenovela e vida social em nosso país, Paula Simões e Vera França ressaltam, com propriedade, que

a telenovela ocupa, (...), um importante lugar na cultura e na sociedade brasileiras. Ela constrói um cotidiano na tela em estreita relação com a realidade social em que se situa, trazendo para a construção das personagens as preocupações, os valores e temas que perpassam o cotidiano dos telespectadores. (FRANÇA E SIMÕES, 2007, p. 52).

Além de desempenharem papel de destaque no entretenimento e lazer cotidianos, as telenovelas atuam de modo significativo na formação social dos gostos e na consolidação de práticas sociais, como o consumo material e simbólico. É sabido que, de um modo geral, a mídia interpreta a produção e socializa para o consumo. No caso específico das telenovelas, neste exercício nem sempre explícito de educação informal propiciado pela teleficção, temos que a cenografia, o enredo, o elenco e os personagens funcionam como vitrines por meio dos quais os telespectadores podem apreender estilos de vida e modos de ser atrelados aos mais variados bens, valores e práticas sociais.

Entendida como um processo complexo que envolve produção, distribuição e recepção de mensagens, a Comunicação diz respeito à vinculação social em um contexto de disputas em torno da produção de significados. Como se sabe, os meios de comunicação participam de forma importante da constituição das subjetividades ao expressar em suas produções aquele conjunto de valores, saberes e práticas sociais que funcionam como matrizes culturais.

Para Guareschi (2010), é fundamental pensar o social como relação, uma rede que possui um direcionamento voltado para o singular e outro em direção ao múltiplo. Ao discorrer sobre a Teoria das Representações

Sociais, que fundamenta o campo da Psicologia Social, o autor ensina que “o social (...) constitui o processo de mediação na complexidade entre o mundo interno e externo, entre o individual e o coletivo, entre o psiquismo individual e a realidade psíquica social externa.” (VERONESE e GUARESCHI, 2010, p. 80-81).

Nossa análise parte da premissa de que as imagens e discursos da mídia afetam a maneira como nossas sociedades se relacionam com o envelhecimento, reforçando ou rechaçando estereótipos e preconceitos. É nesse sentido que a discussão sobre a temática do envelhecimento na teledramaturgia brasileira pretende contribuir para adensar nossa compreensão sobre experiência e cotidiano, ao discutir o papel da mídia na produção dos sentidos sobre a velhice que circulam no campo social.

Consideramos que durante o período em que a telenovela está sendo exibida, existe uma apropriação de vários aspectos daquilo que está acontecendo na trama: moda, música, determinadas expressões linguísticas, determinados comportamentos, jeitos de ser etc. No entanto, não se pode afirmar que isso se incorpora na população. No caso da telenovela, os receptores desempenham papel ativo na construção dos sentidos deste produto cultural ao (re)vestirem-no de significado, nem sempre em consonância com o convencional ou o esperado.

Mesmo reconhecendo o evidente desnível de forças entre a indústria cultural e o público – algo que as redes sociais na internet não tornaram obsoleto como querem fazer crer certas leituras apressadas das reconfigurações em curso nas assim chamadas mídias sociais – os embates em torno da produção de sentidos podem ocasionar o tensionamento e mesmo o eventual rompimento de caminhos pré-estabelecidos de significados, a atualização de leituras e, eventualmente, a abertura de trilhas que poderão desaguar em reformulações culturais mais expressivas. Por esta razão são fundamentais as contribuições trazidas por pesquisas empíricas em Comunicação. Trata-se de elementos chave para compreendermos os modos como a telenovela participa das permanentes disputas em torno da produção de sentidos em nossos dias.

O significado da comunicação, as significações dos produtos culturais, incluindo os produtos dos meios de comunicação e em particular a telenovela, relacionam-se com o cotidiano do sujeito receptor, com suas práticas culturais, com as marcas que influenciam seu modo de ver e praticar a realidade. São aquelas que lhe dão a segurança necessária para estruturar, organizar e reorganizar a percepção da realidade, reconstruindo-a, com destaques ou apagamentos, de acordo com sua cultura. Essas práticas culturais constituem as mediações, que interferem em todo o processo comunicacional, balizando-o.

Sem descurar do viés ideológico, compreende-se que o discurso midiático engendra uma carga afetiva que matiza nossas interações no mundo, modulando afetivamente a experiência do cotidiano. Reconhecendo o papel ativo do receptor da comunicação e o caráter dialético da conformação social dos discursos, este estudo considera a dimensão afetiva do conteúdo simbólico acerca da velhice acionado nas narrativas teleficcionais que ora reforçam e ora desafiam estereótipos, convenções e preconceitos.

A telenovela

Alguns pontos são importantes para a aproximação da telenovela como objeto de estudo: sua história, a constituição das telenovelas socioculturais, sua condição de produto intergêneros e interclasses e a influência de mão dupla que se estabelece entre esse produto cultural e a sociedade em que se insere. Por esses pontos passamos neste tópico.

A telenovela continua a ser o mais importante produto da indústria cultural brasileira. O que garante tal asserção é sobretudo o fato de se tratar da mesma estrutura narrativa que acompanha a humanidade desde sempre e na qual aparecem duas pessoas que se amam e um grande obstáculo: uma outra pessoa, classes sociais diversas, faixas etárias díspares etc. Ocorre que ela é contada do modo original, de acordo com a sociedade e o avanço das tecnologias. Distingue-se também pelo fato de construir-se sob a forma de ficção seriada, cujos ganchos, ao final dos capítulos, têm o objetivo de manter a audiência.

Se a importância desse produto cultural é fato incontestável, o menosprezo da academia, por um longo tempo, parece ter significado uma aprovação silenciosa travestida de desaprovação debochada das releituras e atualizações que a telenovela realiza da realidade social na qual se inscreve. Compete à Universidade, lugar da reflexão e da crítica, produzir e divulgar novos olhares, científicos e não de senso comum, dialógicos e não maniqueístas sobre os produtos da indústria cultural.

Um pouco de história

A narrativa acompanha o ser humano desde que o homem adquiriu a faculdade de representar. Em texto clássico, Milly Buonanno enfatiza a densidade semântica do termo narrativa que, na sua acepção alargada, pode ser utilizado para designar

qualquer forma de conto de imaginação que a história humana tenha conhecido da pintura rupestre à poesia épica, às obras teatrais, aos diversos gêneros de prosa literária; da narração cinematográfica, aos quadrinhos e aos desenhos animados. Contemporaneamente, o termo ficção tende a ser utilizado em duas principais e específicas acepções: a primeira se circunscreve, no âmbito literário, à produção em prosa de romances e novelas; a segunda se refere, no âmbito da mídia, à produção narrativa de televisão, ou ficção televisiva. (BUONANNO, 1996, p.19).

O narrador sempre ocupou lugar de destaque nas sociedades: quer seja ao redor da fogueira, quer seja nas cortes, quer seja nos jornais, no rádio, na televisão, na internet.

Na América Latina, o ponto de partida dessa dramaturgia é Cuba. O êxito da radionovela cubana teve seu ponto alto nos dramaturgos, entre os quais se destaca Félix B. Caignet, autor de *Chan Li Po, A serpente vermelha*, entre outras, e da mais conhecida de todas, *O Direito de Nascer*, a qual, no Brasil, foi apresentada no rádio, com enorme êxito. Além das transmissões radiofônicas, eram produzidos, à época, livretos, que continham os capítulos da novela e eram vendidos em bancas de jornais. O texto recebeu ainda duas versões para telenovela (Tupi, 1965 e 1978).

No Brasil, a primeira telenovela diária chamava-se *2-5499 Ocupado* e aconteceu em 1963. Foi escrita por Dulce Santucci baseada em original de Alberto Migré. Teve Glória Menezes e Tarcísio Meira nos papéis principais e foi veiculada pelo Canal 9 (Excelsior, São Paulo) e Canal 2 (Rio de Janeiro). Conforme registros da época, sabe-se que desde então o gênero já demonstrava grande poder de penetração junto ao grande público, tendo sido o usuário da linha telefônica presente no título da telenovela obrigado a solicitar a mudança de seu número.

A telenovela brasileira tem se revelado um produto antropofagicamente construído pelos brasileiros, que deglutiram as influências do circo, do folhetim e do cordel, da *soap opera* e dos cubanos. Hoje já se pode percebê-la em fases: da brasilidade que *Beto Rockefeller* instalou às novelas críticas dos tempos da ditadura, sobretudo década de 1970 e princípios da década de 1980, quando dramaturgos como Dias Gomes e Lauro César Muniz, cassados do teatro pela ditadura, abrigam-se na televisão dividindo o país em povoados onde se exercitava a crítica e se pregava a liberdade, até a telenovela contemporânea, escrita e dirigida por uma equipe e não mais por um único autor e diretor, com todas as vantagens e problemas daí decorrentes.

Nas primeiras telenovelas – início da década de 1960 –, as quais podemos chamar *tradicionais*, a concepção de mundo era maniqueísta, dividindo os personagens entre bons e maus, sem nuances e sem possibilidade de mudança. Os diálogos eram ainda rudimentares e as situações, baseadas em estereótipos consagrados por todas as classes sociais: o homem é o que pensa e decide e a mulher é um ser emocional dele dependente; existem profissões só masculinas e só femininas; os médicos são sempre abnegados e os políticos, corruptos; a família era sempre do tipo nuclear, com pai, mãe e filhos.

Diferentemente, passamos a ter no elenco das telenovelas seguintes, às quais podemos chamar de *socioculturais*, a presença da complexidade social: as personagens deixam de ser planas – só boas ou só más – e passam a construir seu próprio destino em interação com o contexto socioeconômico-cultural, à vista do telespectador e com sua influência. Abordam-se novas temáticas e se modifica o tratamento dado ao melodrama e à estruturação dos capítulos. A família vai se configurar de modos múltiplos, incluindo os novos arranjos familiares. Nem sempre são punidos a corrupção e o mau caráter. Talvez o mais importante, cria-se um número grande de subtramas que passam a ter importância no desenvolvimento da história, gerando a possibilidade de discussão múltipla de uma ampla variedade de temas. A história de amor, central, não desaparece, mas se torna muito mais complexa. Sendo assim, a telenovela produzida pela Rede Globo destacou-se como um produto acessível e como um espaço ideal para ações de propaganda e marketing, atraindo expressivo percentual das verbas publicitárias e consolidando-se também como importante um produto de exportação.

Embora hoje se possa acessar outros tipos de teledramaturgia, como as novelas de cunho religioso produzida pela Rede Record, focalizamos neste estudo a telenovela que mantém estreitas relações com o dia a dia da sociedade da qual emerge, com a qual mantém diálogo permanente em todo o percurso de sua realização enquanto produto cultural. Esta é uma telenovela que se constitui na interação com o social e que colabora na constituição dessa mesma sociedade.

Com base em uma seleção personagens e tramas memoráveis, passamos a apresentar uma cartografia inicial comentada da velhice na telenovela brasileira. Iniciamos o percurso na icônica *O Direito de Nascer*, exibida na década de 1960. Nesta trama, encontramos uma velha negra que sacrifica sua vida para tomar conta do filho de sua jovem patroa. Trata-se de uma personagem bondosa e também extremamente corajosa, pois para tanto teve que enfrentar o temido D. Rafael, pai da jovem.

Mamãe Dolores e *O Direito de Nascer*

Baseada em texto do cubano Felix Caignet, *O Direito de Nascer* deu o tom da telenovela latinoamericana e foi sucesso na televisão brasileira no início da década de 1960. Produzida pela hoje extinta TV Tupi, a trama enfocava a questão do direito à vida na estrita vigilância da procriação na família patriarcal. Na personagem Mamãe Dolores, interpretada pela atriz Isaura Bruno – uma das raras negras na televisão brasileira à época – temos o estereótipo da mulher humilde de índole nobre e bom coração.

Tingida pelo racismo, cuja nefasta presença ainda se constata na sociedade brasileira, a personagem de Isaura Bruno é modelada na imagem da negra ama de leite, aquela que seria *naturalmente* talhada para ser mãe; no caso, a santa mãe da abnegação, do sacrifício, da bondade absoluta. Sem pretender tomar para si o protagonismo das classes privilegiadas que aprendeu desde sempre a obedecer e servir, Dolores se comove com a triste sina do bebê enjeitado e arrisca a própria vida para salvar o neto bastardo do seu patrão. Tendo fugido com o bebê cuja morte havia sido ordenada pelo despótico vilão D. Rafael Zamora de Juncal, a velha empregada passa a criá-lo como se fosse seu próprio filho.

Característico das telenovelas tradicionais, o enredo passa ao largo das regras da verossimilhança ao tratar como plausíveis as diferenças de raça e idade entre mãe e filho. No desfecho dramático que encerra a trama, o jovem médico Albertinho salva a vida de um velho paciente, que agonizava, sem suspeitar que tratava-se do avô que teria tentado impedi-lo de vir ao mundo.

Como dissemos, a partir da década de 1970 a teledramaturgia brasileira deixa para trás o modelo tradicional herdado das radionovelas cubanas e passa a produzir textos em diálogo com a sociedade. Desse modo, a telenovela se firma como um universo onde circulam conteúdos reelaborados a partir das normas da ficção em sintonia direta com aquilo que está acontecendo no contexto social. As telenovelas atuais enfocadas em nosso estudo abordam temas que fazem parte do contexto vivido pelo público. Nessa argumentação, sublinham o aspecto da verossimilhança que novelas anteriores, como se viu, não se preocupavam em exhibir. Respeitando o recorte cronológico estabelecido para a pesquisa, voltamos agora a atenção para as telenovelas produzidas pela Rede Globo nesta primeira quinzena dos anos 2000.

Entra em cena a violência contra o idoso

Coerentes com a característica sociocultural da teledramaturgia mencionada acima, destacamos *Mulheres Apaixonadas*, de 2003, na qual a questão do velho aparece com grande destaque, ainda que em uma subtrama. Trata-se de

um casal de idosos interpretados por Carmem Silva e Oswaldo Louzada, que por necessidade vai viver na casa do filho e passa então a ser consistentemente maltratado pela neta. A comoção causada pela humilhação e os maus-tratos vividos pelos simpáticos Leopoldo e Flora teria contribuído para colocar em debate junto ao grande público o tabu da violência doméstica ao focalizar o espinhoso tema da violência contra os idosos nas famílias brasileiras.

Segundo dados da Secretaria Especial dos Direitos Humanos, “os conflitos intergeracionais, as várias formas de violência física e emocional, as negligências de cuidados” variam no tempo segundo classe social, etnia e gênero, evidenciando “o desejo social de se ver livre dos mais velhos” (MINAYO, 2005, p. 11). Em sua maioria os abusos são cometidos por familiares, dentro do ambiente doméstico onde, ainda segundo o documento, se pode encontrar “castigos em cárcere privado, abandono material, apropriação indébita de bens, pertences e objetos, tomada de suas residências, coações, ameaças e mortes.” (Idem)

Em meio às tensões e conflitos deflagrados pela situação de dependência em um lar multigeracional de classe média, a narrativa ficcional de *Mulheres Apaixonadas* trouxe a público, ainda, a delicada questão do empobrecimento pós-aposentadoria lado a lado com as demandas do amparo e cuidados com os idosos por parte de pessoas mais jovens que nem sempre os compreendem e respeitam. Na trama, Flora e Leopoldo contribuem para o seu sustento na casa do filho, cujo orçamento apertado não lhe permite condições de arcar com as despesas extras decorrentes da chegada dos pais. Os personagens haviam sido artistas em sua mocidade e, por isso, a solução do problema virá com sua transferência para o Retiro dos Artistas, casa da acolhimento que a novela ajudou a tornar conhecida do grande público.

A sexualidade dos idosos em cena

Em termos do maior protagonismo dos mais velhos na telenovela, podemos afirmar que temos um largo passo adiante com *Belíssima* (2005), que traz Fernanda Montenegro no papel de uma septuagenária matriarca rica, poderosa e cruel. A personagem está alinhada com o fenômeno da feminização da velhice, ocasionado pela maior longevidade das mulheres em relação aos homens. Esse é um fenômeno observado não apenas no Brasil mas também em outras partes do mundo. Como consequência, tem-se uma clara prevalência de idosas em relação ao número de idosos, sendo que muitas delas são economicamente ativas e exercem a posição de chefes de família. Em *Belíssima*, esta personagem conduz com sucesso uma empresa de porte internacional, herança de sua filha morta prematuramente. Bia Falcão, era esse seu nome, tem pulso de ferro e desperta forte antipatia por seu jeito arrogante, perfeccionista e autoritário. Educa seu neto e neta, a quem não perdoa por resistir obstinada às suas investidas para torná-la igual à mãe. Guarda em segredo o luto relativo à primeira filha da qual teve que abrir mão na juventude, além de suas próprias inseguranças advindas de uma rejeição amorosa no passado.

Esta é uma personagem muito bem desenhada dramaturgicamente, uma vilã cheia de nuances envolta em uma trama costurada por lances surpreendentes, ao estilo do gênero. Quase ao final da novela, a personagem é

supostamente vitimada em um acidente de carro, mas tudo não passou de encenação. Coerente com a sina da megera que é amada pelo público, Bia Falcão retorna à trama e termina a novela impune fora do país e junto com seu jovem amante, apesar de todas as maldades e falcatruas que cometeu.

Belíssima entra na história da teledramaturgia como pioneira a trazer para a telinha a mulher idosa e sexualmente ativa. Outras novelas que se seguiram a esta também trataram desta temática, ainda que por outros ângulos. Em *Passione*, de 2011, Cleyde Yáconis se notabiliza como a excêntrica quatrocentona Brígida Gouveia, que durante anos manteve um tórrido relacionamento extraconjugal com o motorista enquanto incentivava as investidas do jardineiro. Após divorciar-se de um casamento conturbado, vem a se casar com o motorista enquanto mantém o jardineiro como amante.

O triângulo amoroso vivido na trama com Diógenes (Elias Gleiser) e Benedetto (Emiliano Queirós) é apresentado como divertido, um modo de tornar palatável um assunto tabu pelas regras do conservadorismo. Tendo em mente a pervasiva combinação entre machismo e idadismo à qual nos referimos anteriormente, somos levadas a ponderar sobre a sempre tênue a fronteira entre humor e o deboche no tratamento dado à temática da sexualidade dos mais velhos.

Outras personagens femininas que merecem nossa atenção neste folhetim são Gemma, Clô e Valentina. Interpretada por Aracy Balabarian, Gemma Mattoli é uma típica *mamma* italiana. No final da trama ganha o amor de Antero Gouveia (Leonardo Villar), agora divorciado da incorrigível Brígida. Percebe-se nesse desfecho o conservadorismo que fixa nos papéis de mãe e esposa a mulher – madura ou não – considerada virtuosa. Além de Brígida Gouveia, que escapa a este estereótipo, a novela apresenta outro contraponto na espalhafatosa Clô Silva e Souza. Esta personagem de Irene Ravache mantém com o marido (Olavo/Francisco Cuoco) uma relação de alta voltagem erótica, apimentada por apelidinhos, *sex toys* e práticas sensuais variadas. Trata-se de um modo de vida que escapa do que convencionalmente se costuma associar a um casal da terceira idade, ou fase inicial da velhice. Funciona como índice da heterogeneidade dos modos de experimentar o envelhecimento no mundo atual. Já Valentina Miranda, a personagem de Daisy Lúcida nesta trama, alude à antiquíssima tradição das casas de prostituição. Como uma cafetina, a aparentemente simpática Valentina explora as netas e vive às turras com uma delas, que a xinga de *velha porca*, explicitando toda a carga semântica negativa atrelada ao termo *velha*. Em um desfecho que atende às normas sociais vigentes e apazigua a reação do público, a personagem termina atrás das grades.

Em diálogo com as reflexões de Debert (1999) que contribuem para embasar este estudo, indagamos de que modo os meios de comunicação “como construtores de mundo, por meio da linguagem, das escolhas e representações de pessoas e coisas”, contribuem para “a reprivatização da velhice (que) desmancha a conexão entre a idade cronológica e os valores e os comportamentos considerados adequados às diferentes etapas da vida” (DEBERT, 1999, p. 65, 67). Como

veremos nos dois casos discutidos a seguir, o tratamento ficcional dos muitos modos de se experimentar a sexualidade na velhice revolve arraigados preconceitos e por vezes encontra forte resistência por parte do público telespectador.

Em 2014, *Amor à Vida* trouxe em uma de suas subtramas o romance entre Bernarda e Lutero, interpretados por Nathalia Timberg e Ary Fontoura. A família dela – e possivelmente parte do público – se choca ao tomar conhecimento que haviam dormido juntos. O vilão Félix, neto de Bernarda, acusa-a de haver se transformado em *vovó periguetete*. O bordão fez sucesso junto ao público, que não obstante aprovou o casamento transcrito em grande estilo nos capítulos finais da trama. Esta novela quebrou paradigmas ao tratar abertamente da vida sexual na velhice e expor a carga de preconceito atrelado a esta questão.

Contrariando o senso comum sobre o declínio dos apetites e aptidões para o sexo no passar dos anos, a vida sexual ativa tem sido promovida como exigência para o envelhecimento bem sucedido. Conforme argumentam Debert e Brigueiro, “os processos de erotização da velhice” (DEBERT e BRIGUEIRO, 2012, p.50), são também propagados pela mídia e colocam a ênfase na saúde, o que de certo modo desvincula o sexo das práticas puramente hedonistas. “É o erotismo politicamente correto que parece permitir que a beleza e a atração física possam ser colocadas num segundo plano” (Idem) em prol de uma sensualidade difusa que perpassa a epiderme como um todo. Esta abordagem vincula a sexualidade aos cuidados de si e à qualidade de vida na velhice.

Babilônia (2015), novela que teve no primeiro capítulo uma cena de beijo entre duas senhoras octogenárias, que vivem juntas um relacionamento homoafetivo há muito tempo e agora resolveram casar-se. Protagonizada por Fernanda Montenegro e Nathália Timberg, a cena não foi tão bem recebida pelo público. Por essa cena (talvez principalmente), mas também por outros aspectos a novela não agradou. Toda a história foi modificada em busca de maiores índices de uma audiência que majoritariamente pressupõe a heterossexualidade como norma.

Considerações finais

Se em outras épocas a velhice era escamoteada pela conspiração do silêncio de que falou Simone de Beauvoir (1976), adquire crescente relevância dentre as questões sociais e políticas que caracterizam a contemporaneidade. Devido ao seu protagonismo no cotidiano de públicos de diferentes segmentos, a programação televisiva – com destaque para a telenovela – contribui para a discussão sobre tópicos controversos da velhice que são silenciados ou considerados tabus, tais como a violência doméstica, a sexualidade e as identidades homoafetivas, dentre outros.

Ao considerarmos a baixa incidência de imagens do idoso na mídia em geral, observamos ao longo da última década e meia uma gradual transformação, ainda que discreta, desta situação na teleficção brasileira. Além do ineditismo de um casal de idosas lésbicas em uma recente telenovela do horário nobre, a Globo investe na tematização do envelhecimento em outras de suas produções, tais como a mini série estrelada por atores e atrizes mais velhos que recebeu o sugestivo título de *Os Experientes*.

Decididamente, parece-nos que estamos experimentando uma transição no tratamento dispensado pela nossa teledramaturgia à velhice e ao envelhecimento. Ainda que se queira fugir de uma interpretação maniqueísta deste conteúdo ficcional com base em julgamentos de valor acerca de quais tipos de representação poderiam ser considerados como positivos ou negativos, a presença estereotipada do velho em papéis secundários hoje convive com personagens marcantes como protagonistas. Em muitos casos, trata-se de modelos contra hegemônicos que contestam o senso comum da debilidade e da desvalorização social conferidas aos mais velhos. Entendemos que este novo olhar que parece estar sendo lançado em direção aos modos de ser e experimentar o envelhecimento seria motivado, ao menos em parte, pela necessidade de estabelecer pontos de contato com um segmento de mercado que se torna majoritário e que passa a ser percebido como um filão comercialmente promissor.

No campo da Comunicação, começa a se reverter a parca atenção tradicionalmente conferida ao estudo deste tema. Ao atentarmos nesta discussão para a dimensão sociocultural da velhice, é indispensável destacar a importância dos meios de comunicação na constituição das identidades culturais dos mais velhos e nas variadas formas de lidar com a velhice, tanto por parte dos idosos, quanto por suas famílias e outras instâncias da sociedade. Como aponta Anita Neri, “As atitudes em relação à velhice são socialmente aprendidas ao longo de toda a vida” (NERI, 2007, p. 35). Tendo argumentado que as atitudes são produtos de complexos processos afetivos e social-cognitivos, a estudiosa ensina que esta aprendizagem se dá pela experiência direta da vivência da própria velhice e/ou a convivência com idosos. Variadas modalidades de experiência simbólica também concorrem para a nossa aprendizagem, tais como obras de ficção, meios de comunicação, publicidade, religião etc. Sendo assim, podemos pensar a telenovela como instância pedagógica informal no cotidiano de grandes contingentes do público.

Em vista desta constatação, é relevante indagar: até que ponto a nossa produção televisiva contempla a heterogeneidade de modos de viver a velhice no contemporâneo? Qual o papel ficção televisiva e, mais notadamente, qual a mediação da telenovela na constituição dos sentidos sociais do envelhecimento em nossos dias? De que maneira os afetos produzidos pelas imagens e discursos em circulação matizam as experiências, as práticas e as atitudes em relação à velhice no cotidiano atual?

Sem pretender trazer respostas a essas indagações, visamos promover uma reflexão sobre como tem sido trabalhada a velhice e, em especial, a velhice feminina nas telenovelas brasileiras nesta primeira década e meia do século XXI. Reforçando o papel social da produção acadêmica, pretendemos despertar o interesse e, quem sabe, envolver outras vozes do campo da Comunicação neste importante e oportuno debate.

Referências bibliográficas

- BEAUVOIR, Simone de. *A velhice: realidade incômoda*. São Paulo: Difel, 1976.
- BUONANNO, Milly. *Leggere la fiction. Narrami o diva revisitata*. Napoli: Liguori Ed., 1996.
- DEBERT, Guita G. e BRIGUEIRO, Mauro. Fronteiras de gênero e a sexualidade na velhice. *Revista Brasileira das Ciências Sociais*. vol.27, no.80, 2012, p. 34 – 54.
- DEBERT, Guita G. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In: LINS DE BARROS, Myriam M. (Org.). *Velhice ou terceira idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006, p. 49 – 68.
- DEBERT, Guita G. *A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: Edusp, 1999.
- FRANÇA, Vera e SIMÕES, Paula. Telenovelas, telespectadores e representações do amor. *ECO-PÓS*, v.10, n.2, julho-dezembro 2007, p. 48-69.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MINAYO, Maria Cecília. *Violência contra os idosos: o avesso do respeito à experiência e à sabedoria*. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2005.
- NERI, Anita L. (Org.). *Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativas na terceira idade*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, Edições SESC SP, 2007.
- VERONESE, Marília V. e GUARESCHI, Pedrinho. Introdução: articulando representações sociais e cotidiano. In: VERONESE, Marília V. e GUARESCHI, Pedrinho A. (Orgs.). *Psicologia do cotidiano: representações sociais em ação*. Petrópolis: Vozes, 2007, p. 9 – 16.

Notas

1. Uma versão deste trabalho foi apresentada ao GP Ficção Seriada do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 2015.

A vítima enunciada: Experiências da dor comum em relatos-postagens do *Facebook*¹

*The enunciated victim:
experiences of a common pain on Facebook posts*

Angie Biondi | Universidade Tuiuti do Paraná
Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação
e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.
Doutora em Comunicação Social pela UFMG
E-mail: angiebiondina@gmail.com

Resumo

Este texto busca investigar as mudanças qualitativas que ocorrem no estatuto da vítima e na forma de enunciação da dor vivida cotidianamente e compartilhada através dos breves relatos-postagens que circulam nas redes sociais. O esforço de análise privilegia as materialidades languageiras de alguns casos exemplares recentes veiculados no Facebook. Acreditamos que esta reflexão soma-se aos esforços de uma compreensão crítica acerca das formas com as quais a sociedade lida com a dor do outro e como tem se servido destas ferramentas de produção e compartilhamento instantâneos que integram enunciação e visibilidade contemporâneas.

Palavras-Chave: Redes sociais; Experiência; Vítima.

Abstract

This paper examines qualitative changes in the victim's status and in the form of the pain enunciated by people that lives daily has been shared through reports and postings that circulates on social networks. The analysis effort privileges the materialities of everyday language in some recente copies cases on Facebook. We believe in what this reflection could sum up the effort of a critical understanding in the ways society deals with another's pain and how has served these snapshots production and sharing tools that integrate contemporary enunciation and visibility forms.

Keywords: Social networks; Experience; Victim.

Introdução

As vivências ordinárias dos sujeitos comuns têm ocupado um lugar de destaque nas chamadas redes sociais e nutrido polêmicas e debates de todo tipo que, frequentemente, extrapolam as páginas pessoais nas quais são postadas ampliando seu espaço enunciativo. Em muitos casos, é a própria mídia que reproduz tais exemplares no afã de pautas cada vez mais renovadas na busca por audiência.

No caso mais recente, pudemos observar como a *hashtag* #primeiroasédio, criado pelo Coletivo ThinkOlga, para denunciar as manifestações de abuso contra uma participante de 12 anos, em um programa de TV, adquiriu relevância com a adesão instantânea de inúmeras mulheres que, incentivadas pela campanha, compartilharam suas experiências de dor, vergonha e medo através do Twitter. Os breves relatos se espalharam rapidamente pelos *retweets* de apoio e compartilhamento, além de terem se tornado pauta em outros tantos programas televisivos, na imprensa e portais de notícias das últimas semanas.

Temos observado que uma profusão de causas individuais no Facebook, Instagram, *blogs* e *fotologs* são multiplicadas pelos meios de comunicação tradicionais. São causas que se declaram legítimas e justificáveis em tempos de uma precária e insuficiente participação do Estado e que se caracterizam pela enunciação dos próprios sofredores. Para isso tem sido comum particularizar os sofrimentos, lhe atribuir um rosto e uma consistência individual, embasar, na própria vida, a dor que lhe consome cotidianamente. Notamos que ao repertório de protesto e denúncia como instrumentos privilegiados da visibilidade social às mazelas da vida cotidiana, desde o período moderno, prevaleceriam agora novos apelos à chamada “sensibilidade humanitária” ou “pós-humanitária” (CHOULIARAKI, 2013), postos diretamente à cada sujeito conectado. Ambas, porém, são formas produtoras e instituintes de uma subjetividade específica que confere um estatuto peculiar à vítima e modula as formas de suas interações nas quais as vivências cotidianas da dor e sofrimento têm sido compartilhadas.

Um modo peculiar de vítima se mostra, então, aninhado nestes breves gestos enunciativos que pululam nas redes sociais e que, por mais que se diferenciem, em boa medida, dos discursos jornalístico, religioso ou político-partidário - por se declararem autênticos e legítimos - podem ainda articulá-los criativamente a fim de convocar formas de adesão a suas histórias e causas passando por variados campos de afinidade e interações afetivas. Nos interessa investigar quais são estas possíveis mudanças qualitativas que ocorrem, tanto no estatuto da vítima quanto na forma de enunciação de suas vivências cotidianas da dor², através destes relatos-postagens que são compartilhados pelas redes sociais hoje.

Ao invés de estabelecer, como ponto de partida, um estudo dos textos e produtos midiáticos estrategicamente construídos como os exemplares privilegiados através dos quais se refletiriam os fluxos da vida social, adotamos uma perspectiva contrária aos inúmeros discursos midiáticos que sempre abarcaram os falares e as vivências cotidianas dos sujeitos. “Lançamo-nos na investigação desse universo de pequenas falas, de imagens sintetizadoras, de ruídos que nos dizem do movimento de uma sociedade que, ao falar, se constitui cotidianamente” (GUIMARÃES, 2006, 8).

Como afirmou Certeau (1998), os homens comuns, com suas vidas ordinárias e cenas reais, sempre foram ditos pelas “línguas artificiais dos peritos e especialistas”. Percorremos, então, um caminho contrário. Concentramos esforços para tentar compreender a relação entre o vivido e o narrado das vítimas do cotidiano (DAS, 2007).

Assumir o estudo dos traços da experiência da vida ordinária encarnados nas materialidades narrativas linguageiras, portanto, nos solicita uma postura epistemológica. Deste modo, buscamos observar a sociedade através de suas próprias falas que integram, interagem, desconstroem, multiplicam, apropriam, enfim, que constituem a “vida de todos os dias” e que nos permite entrever as dinâmicas envolvidas na experiência narrativizada (GUIMARÃES; FRANÇA, 2006) e partilhada da dor.

Acreditamos que esta reflexão soma aos esforços de uma compreensão crítica acerca das formas com as quais a sociedade lida com a dor do outro e como tem se servido destas ferramentas, ditas sociais, de produção e compartilhamento instantâneo, que integram, simultaneamente, formas de enunciação e visibilidade das experiências de dor vividas e partilhadas. Uma observação destes entrecruzamentos, não poderia se restringir aos relatos das vítimas apenas, mas associar tais gestos enunciativos, ainda que breves, às formas de compartilhamento e suas maneiras de interpelação e aderências.

A vítima nos deslocamentos de uma enunciação

Relatos diários de doenças, autorretratos (*selfies*) em acidentes, violências sofridas e agravos de toda sorte têm se proliferado nas redes sociais. Ao se apropriarem destes recursos tecnológicos, já bastante naturalizados no dia-a-dia, cada sujeito é tão responsável quanto autônomo pela apresentação de suas vivências ordinárias.

Uma diversidade de situações prosaicas é exibida de modo a constituir uma espécie de cartografia das trajetórias individuais onde é possível observar as diferentes explorações temáticas que sustentam e renovam o interesse pelas vidas e sofrimentos reais. O sujeito comum parece ter encontrado, nas redes sociais, um espaço propício para declarar a verdade de suas mazelas, bem como para agregar, em torno de si, um conjunto de seguidores e fazer de sua luta, muitas vezes, uma causa legítima a se engajar, aderir, compartilhar, enfim, se solidarizar de algum modo.

Nas circunstâncias em que dores e sofrimentos são o mote principal da exposição, os sujeitos partilham do mesmo espaço de visibilidade, e também de construção de narrativas, sobre a própria vida onde a voz principal é a da vítima, pois é ela quem encarna a legítima instância moral e política. Sem qualquer outro mediador instituído e erigindo para si a posição legítima do sujeito de fala, anônimos de todas as partes do mundo assumem a autoria qualificada das diversas mazelas de suas vidas reais. Nesta composição de vozes anônimas e legítimas pelo menos dois aspectos se destacam: a) o modo como se apresentam estes sujeitos que ocupam a posição consciente e qualificada de vítima; b) a forma que modula a exposição desta vitimização, agora criada na lógica do conexãoismo, ou seja, feita para conectar e compartilhar.

Quais significados adquire a vítima dentro deste contexto? Tem-se aqui uma construção de fala do sujeito que, consciente de seu lugar e da projeção que pode alcançar, se põe como agente qualificado das dores reais e legítimas, isto é, como autêntico portador de uma experiência originária capaz de mostrar a verdade das coisas que merece ser compartilhada.

“A construção da pessoa como vítima no mundo contemporâneo é pensada como uma forma de conferir reconhecimento social ao sofrimento, circunscrevendo-o e dando-lhe inteligibilidade” (SARTI, 2011, 54). Neste contexto, compartilhar se torna uma ação complementar e extensiva à situação em que se encontra o sujeito que vive e narra ao mesmo tempo.

Vale ressaltar que identificar a vítima e qualifica-la, inclusive, juridicamente, no âmbito de uma democracia política sempre fez parte dos anseios da sociedade ocidental moderna (SARTI, 2011), que esboçava sistemas de regulação e responsabilização social pelo sofrimento das populações. O estatuto da vítima se delineou, neste processo, segundo Sarti (2011), viabilizado pela necessidade de reconhecimento de alguns dos maiores episódios históricos de violência mundial como o holocausto nazista e as ditaduras militares.

A vítima comparece, portanto, investida por um sistema político e normativo criado como critério social que fundamenta a condição de notória vulnerabilidade do sujeito. Se tornar uma vítima é, sobretudo, uma operação de visibilidade em que o reconhecimento se institui normativamente. Até então, não cabia ao sujeito se intitular vulnerável e assim se declarar na posição de vítima, mas receber e acatar uma qualificação que lhe é normativamente e institucionalmente atribuída. Os discursos que se produziram em torno da vítima se proliferaram de tal modo a conceder-lhe um status de categoria social que se universaliza.

Segundo François Laruelle (2015), o trabalho dos especialistas, filósofos e intelectuais da moral do século XX acabou construindo uma voz às vítimas domando e aprimorando sua experiência em um processo de teorização intelectual e política. Para o autor, seria necessário ouvir a vítima para abrir uma possibilidade de conhecimento do seu lugar e de sua voz que não poderiam jamais ser teorizados sob conceitos representativos. A dupla ameaça à vítima é isolá-la em um termo e subjuga-la aos rituais de memória (LARUELLE, 2015, 67).

De todo modo, o entendimento da vítima precisava perpassar um contexto para seu necessário reconhecimento e posterior designação.

Categoria histórica, seu significado define-se contextualmente, na dinâmica dos deslocamentos de lugares que marca as relações intersubjetivas, situadas em estruturas sociais de poder no interior das quais os conflitos são negociados. Trata-se de reconhecer os mecanismos sociais e políticos de reconhecimento e nomeação da violência pelos quais a pessoa, na acepção de Mauss (1974b), é construída como vítima, a gramática moral que lhe dá sustentação e, no plano do sujeito, a percepção subjetiva de si mesmo como tal. (SARTI, 2011, 54).

Sem uma proposição determinada, mas no intuito de estabelecer um aspecto comparativo e diferenciado do estatuto da vítima moderna como explicado, nos casos exemplares que observamos, preliminarmente, nesta pesquisa,

o movimento que se insinua é justamente o contrário. A vítima é que se auto-declara, se enuncia, para instituir, a partir de si, uma legitimidade sobre sua condição de vulnerabilidade.

Não observamos, até então, um aspecto externo de atribuição normativa como critério definidor de sua condição de vítima, mas uma força declarativa própria que maneja um estatuto que lhe é pressuposto com base na vivência anunciada das circunstâncias de dor e sofrimento que são compartilhadas em público. Se no período moderno o sujeito era aquele nomeado vítima, atualmente, ele não parece considerar válida uma designação institucional prévia, posto que a experiência *in loco* se sustenta como critério de base para a enunciação (e exibição) de sua condição e afirmação de seu *status*.

Nestes breves enunciados sobressaem experiências da fragilidade, do desamparo e da dor vividas cotidianamente. Em boa medida, ponderamos se é possível emergir – e de que modo – uma nova gramática moral da vítima, a partir destas formas da autodeclaração e da partilha.

Sobre alguns relatos-postagens de vítimas no Facebook: pistas para uma compreensão dos gestos

Em junho de 2014, a campanha Amigos do Pedrinho, foi criada nas redes sociais pela mãe do bebê, Aline Bagarão. No dia 16 de maio de 2015, a página divulgou que uma arrecadação em dinheiro, em pouco mais de um mês, já tinha atingido o valor de R\$ 964 mil. Ainda era preciso chegar ao montante de R\$2 milhões para realizar, nos Estados Unidos, o transplante de intestino que salvaria a vida do garoto, que nasceu com uma síndrome rara no órgão.

A página criada para a campanha, até então, já contava com 124 mil compartilhamentos. Além disso, celebridades e famosos se engajaram e também replicaram e curtiram a página. Em Marília, cidade natal do garoto, outras ações se somaram ao esforço familiar de arrecadar fundos e divulgar a causa. Um pedágio foi realizado pelos moradores em uma das principais vias da cidade e, em pouco mais de três horas, obteve R\$ 7 mil. O valor arrecadado foi entregue aos pais do menino.

A iniciativa da mãe de Pedrinho prosseguiu e ganhou mais adeptos ao longo do ano. Outras ações foram promovidas a fim de arrecadar o montante necessário para o transplante. Rifas, bazar, material promocional com o *slogan* “I love Pedro” foram comercializados, foi publicado um livro intitulado “Biografia em branco do Pedrinho” e também um *site* “Amigos do Pedrinho”, para auxiliar na divulgação da campanha e fornecer informações dos dados bancários para doações. Entretanto, sua página no Facebook, “Ajude o Pedrinho a continuar sorrindo”, até o momento desta escrita, com 337.572 curtidas, que antes funcionava como um diário exclusivo do dia-a-dia do Pedrinho, ganhou uma proporção maior com a divulgação de outros casos de crianças com síndromes e doenças raras que precisam de tratamento e cirurgias especiais. Em 16 de dezembro de 2014, Ajude o Pedrinho... se aliou a outras páginas semelhantes e formaram a atual comunidade Clique da Esperança.

Além do Pedrinho, Davi Miguel, Ana Júlia, Sofia, Yasmim, Nicolly, Flávia, Nicolas e outras tantas crianças se juntam, todos os dias, à comunidade, com suas páginas do Facebook e, em geral, através dos seus pais, divulgam sua rotina de tratamento doloroso, mas também de esperança e luta. É comum encontrar nas páginas diárias os detalhes dos sintomas, o uso de novas medicações, o dia de exames, as recaídas e também os momentos de superação, as brincadeiras, os presentes, cartinhas e mensagens de amigos, parentes e desconhecidos que chegam, solidários, aos seus leitos.

Na história de vida do Pedrinho, em 13 de novembro de 2014, ele chegou a Miami e, a partir daí seus relatos foram intensificados no intuito de prestar explicações sobre cada momento do tratamento pré-operatório do garoto. A resposta dos seguidores é imediata. A cada registro ou pequena descrição do seu dia, milhares de curtidas e compartilhamentos são realizados. As fotografias e vídeos onde ele aparece tomando sopinha, dormindo, mas também com febre, sedado, entre tantas situações do seu sofrimento, são sempre descritas como etapas a serem vencidas, batalhas a serem conquistadas e fraquezas a serem superadas com a ajuda e oração das pessoas que acompanham sua história diária. A mãe Aline, também a narradora, descreve o dia-a-dia de Pedrinho sempre agradecendo e convidando a refletir sobre o papel de importância em se manter próximos e solidários de algum modo.

“Nosso príncipe”, “nosso guerreiro”, “nosso menino”, como frequentemente se refere a mãe do garoto, invoca a união e solidariedade dos seguidores – a esta altura, já participantes, inscritos na história - junto às descrições acompanhadas com fotos e vídeos do tratamento e do transcorrer do dia. Suas mensagens são deixadas como demonstrações de uma manutenção deste espírito coletivo. “Nosso” é um indicador linguístico exemplar do pertencimento comum.

Segundo VAZ; RONY (2008), os sujeitos desde cedo souberam partilhar da estreita relação entre emoções e crenças. A compaixão, a indignação e a solidariedade são todas manifestações tributárias destes jogos de fala, dos lugares e das estruturas sociais por onde circulam o poder. Compaixão ou indignação são emoções de observadores, por isso, tão sociais quanto socializantes (VAZ; RONY, 2008, 22). E é sobre observadores e espectadores, que os movimentos de uma moral aliada às emoções ainda são postos em cena ao tematizar a vítima. A compaixão, a indignação, mas também a solidariedade, sempre refletiram as balizas morais nas quais estão distribuídas as posições entre os agentes no processo de visibilidade e também de enunciação, entre o sofredor e o espectador.

A mãe Aline, muitas vezes, assume o lugar de fala do próprio Pedrinho. É comum despedir-se “com fé”, “paz no coração”, beijinhos do Pedrinho”, “obrigada, Pedrinho”. Não raro, a mãe alterna os papéis e, ao mesmo tempo em que assume a identidade da narradora e companheira fiel do pequeno sofredor, também descreve sensações e desejos como se fosse o próprio garoto em votos de agradecimento e união a todos aqueles que acompanham e participam de sua luta. Segundo Boltanski (1999), certa organização narrativa do “nós” se mantém sob o princípio da retórica quando se apresenta coligada aos modos de interação centrados na observação à distância. Toda composição narrativa

dos sofrimentos, no período moderno, era modelada para elaborar a denúncia anódina das mazelas sociais. Reconhecer, apenas, a condição vulnerável do outro não assegurava qualquer indicativo à ação direta, mas tão somente circunscrevia um lugar ao espectador que, distante, pactuava daquela realidade. “A disjunção entre as possibilidades de informação e as possibilidades de ação pôs sobre o espectador a incerteza crescente sobre qual ação seria necessária” (BOLTANSKI, 1999, 16).

Nas escritas dos relatos-postagens, no entanto, o apelo é vocativo e testemunhal. A escrita adquire um tom de conversação oral, mais fluida e com menos preocupação formal ou estilística, pois escreve como se falasse diretamente a alguém. Há uma relação complexa e dinâmica entre o si e o outro esboçada aqui. Os relatos-postagens oscilam entre a prática do registro que solicita a convocação do outro para ver e compartilhar sua experiência, mas também sublinham a reivindicação moral colocada pela partilha da dor e sofrimento de quem interpela e pede ajuda ao outro. Parece haver um desejo quase incontrolável de quem quer contar, ao outro, o que se sente, no intuito de tornar o outro não um mero espectador à distância ou um seguidor passivo, mas um efetivo participante da história; sua testemunha.

Vale destacar que a escrita que se esboça nestas pequenas autobiografias³ da dor cotidiana partilhadas em rede nem sempre é retrospectiva, e em prosa, mas ocorre no calor da hora; no momento mesmo do acontecimento. Aliás, o sentido do compartilhamento parece ter maior legitimidade (e ser mais valorizado) se for postado no momento em que ocorre. Deste modo, se estabelece uma espécie de compromisso tácito entre o sujeito narrador e seus participantes.

Em outro caso exemplar, Gabe Kowalczyk, um jovem de 19 anos, usou sua página nas redes sociais para denunciar a violência sofrida minutos antes. Gabe tinha acabado de ser agredido na rua. Ao sair de casa, em direção ao ponto de ônibus, três homens o abordaram por conta de sua aparência feminina.

Em sua página: “*Desci umas duas ruas para baixo da minha casa em direção ao ponto de ônibus. Não tinha andado nem 300 metros quando percebi que tinha três caras andando atrás de mim. Quando vi continuei de cabeça baixa e apertei o passo para chegar o mais rápido possível até a Miguel Yunes, uma avenida movimentada onde eu poderia correr para algum lugar. Estava a 10 metros da avenida quando eles chutaram a minha perna e me derrubaram. Cai de cara no chão, ralou tudo. Tenho um piercing no nariz e ele enroscou em algum lugar e me machucou muito. Tentei me virar e um cara mais gordinho virou meu corpo e os três começaram me dar chutes e socos, enquanto falavam: ‘Sua bicha, seu ridículo, quer ser mulher então vai apanhar que nem mulher’. Meu corpo estava tão machucado que eu tentava gritar e só saíam gemidos.*”

O relato de Gabe se prolonga e ele conta detalhes da violência, da tentativa de estupro, do registro policial, da volta para casa, da reação dos pais, ao mesmo tempo que declara sua angústia, preocupação, medo e apelo às pessoas contra a violência homofóbica. Como ele mesmo declara no título de sua postagem: “virei estatística. De novo”. Além de relatar a violência, Gabe também postou várias *selfies* dos ferimentos. Sua postagem repercutiu pelas redes e foi compartilhada por milhares de usuários. Logo a mídia também se valeu do caso do jovem e divulgou sua própria postagem em revistas, jornais, portais de notícias e programas de TV.

A observação acerca das formas autobiográficas, de narrativas do eu ou escritas de si, não constitui uma novidade às investigações em torno do sujeito que narra, nem mesmo em torno dos estudos dos gêneros narrativos e literários, embora em muito nos forneça um manancial de discussões fundamentais sobre seus aspectos. Porém, o que traz essas breves formas narrativas ao centro das discussões hoje é a inegável existência de certa força mobilizadora – tão afetiva quanto real, que se constitui a partir da junção das narrativas pessoais com os dispositivos tecnológicos de comunicação instantânea que produzem, armazenam, compartilham e conectam em torno de certas situações vivenciadas, antes tão intoleráveis quanto invisíveis no espaço público.

Nas narrativas, o tempo destrói e desestabiliza relações, mas também, repara e reconstrói o presente ao refazer o fluxo da vida (DAS, 2007, 41). Advêm desta articulação as variações e deslocamentos significativos dos agentes imiscuídos no processo narrativo que mobiliza, simultaneamente, as instâncias da enunciação, visibilidade, mas também da mediação e compartilhamento, em um arranjo íntimo e peculiar.

Esta reciprocidade, de parte a parte, explica, em primeiro lugar, que esta experiência narrativizada está desvinculada de uma posição hierarquicamente privilegiada, mas perpassa os diferentes domínios do cotidiano; em segundo lugar, que sua potencialidade se torna eminente em um campo de acionamento que se conjuga entre sujeitos em relação. Portanto, é situada, contextualizada por materiais expressivos que, em arranjo, tensionam, de diferentes modos, a relação sujeito/objeto produzindo deslocamentos interativos e afetivos. Com efeito, a experiência estética e subjetiva, “nem se deixa apreender simplesmente como uma modalidade particular da experiência comunicacional em geral, nem tem justificada sua dimensão estética simplesmente porque os objetos e as situações presentes nas trocas comunicativas acionam componentes de natureza sensível” (LEAL; GUIMARÃES; MENDONÇA, 2010, 8).

A vítima/narrador/sofredor não se investe como outro personagem, mas como sujeito real e autêntico que não mascara ou elabora um modelo prévio de si, mas se apresenta como supostamente é em sua vida real, em situações reais de dor e sofrimento. O já clássico debate empreendido em torno dos estudos sobre estas formas narrativas do eu por dois de seus maiores pesquisadores, Philippe Lejeune (1971; 2008) e Serge Doubrovsky (1977; 2014)⁴, permite aqui retomar o conceito de autoficção como expressão mais adequada ao problema de nosso interesse.

Autoficção, segundo Doubrovsky (2014), para além de designar as diversas formas das escritas íntimas, compondo um gênero narrativo onde se contemplam as cartas, os diários, correspondências, ensaios, confissões, memórias e todo tipo de relato em primeira pessoa, se caracteriza, em primeiro lugar, pelo hibridismo das categorias real e ficcional, que abala tanto os valores de verdade e legitimação, outrora requeridos, quanto a validade da instância de enunciação. Em segundo lugar, o termo recoloca o autor não como simples instância de controle da narrativa, mas como sujeito que performa, no processo mesmo de sua prática – de seus escritos dos relatos-postagens, a própria imagem de si.

Este último aspecto, principalmente, nos parece caro no trabalho de investigar como as interações entre sujeitos, suas trocas, efetuações e contra-efetuações de posições e papéis (enunciador/autor/espectador/personagem), conformam e configuram um processo fluido e ativo da experiência narrativizada. As próprias escritas indicam a imprecisão dos lugares marcados pela relação conflituosa da experiência de uma violência, por exemplo, e a subjetividade no “delicado trabalho de auto-criação”, da negociação subjetiva dos sujeitos e sua reconstrução possível no mundo social e interativo (DAS, 2011, 18).

Assim, ao mesmo tempo, esta suposta apresentação direta da “vida como ela é” reforça a noção de participação dos seguidores em cada história de vida pessoal a que se juntam ou causa a que aderem, mesmo momentaneamente. Ao insistir neste caráter íntimo que configuram todas estas formas de relatos-postagens não partimos do pressuposto de que haja um mascaramento do sujeito determinado pelos “repertórios banalizados que circulam midiaticamente” (JAGUARIBE, 2006, 111) e que viriam envolver os sujeitos em uma espécie de modelo identitário e generalizado que classifica seus relatos. Estes pequenos relatos íntimos disseminados em redes, mesmo breves, se qualificam pelo teor testemunhal que apresentam. Lembramos que tomar um testemunho significa, sobretudo, indicar uma dimensão de confiança mútua, de cumplicidade entre os sujeitos envolvidos na situação narrativa.

Se a individualidade privada assumiu, nas redes, um lugar de destaque, não foi pela construção de um personagem como recurso central e distante dado pelas narrativas típicas de um herói, nem pela maestria artístico-literária do seus escritores narradores, mas pela contínua apresentação de dores e sofrimentos cotidianos que os expõem em suas fragilidades, opacidades, lacunas, silenciamentos, fraquezas, dúvidas, hesitações e mesmo pelos interstícios que compõem as precárias escritas de si circunstanciadas pelas vivências que movimentam as intensidades dos laços afetivos que promovem com aqueles que os seguem, compartilham, curtem, repostam.

É sinal dos tempos, entretanto, que enquanto o século XIX foi prodigioso em biografias e autobiografias de personagens notáveis, o século XX alargou, consideravelmente, a galeria de personagens passíveis de ingressarem no âmbito do espaço biográfico e diversificou o gênero canônico da autobiografia exemplar numa pluralidade de relatos íntimos, confessionais e revelatórios (JAGUARIBE, 2006, 115).

Percebemos que aqui há uma série de deslocamentos e reformulações que tanto colocam em xeque a caracterização dos agentes da situação narrativa (deslocados do modelo dual sofredor-espectador, objeto-sujeito) quanto trazem à tona um conjunto de desdobramentos e implicações estéticas, morais e políticas que reformulam os quadros da sociabilidade e subjetividade atuais das vítimas e de como as conhecíamos, outrora enquadradas e classificadas pelo jornalismo, pelo discurso religioso ou mesmo político partidário. A vocação documentária de todos estes relatos-postagens, em seus microdiários, nas redes, agencia, antes de tudo, um valor de mobilização, pois atua nas intensidades afetivas e nos laços empáticos que a experiência da dor narrativizada potencialmente articula.

A dor comum: da demanda coletiva ao engajamento afetivo

Vimos que o discurso da “comum humanidade” (BOLTANSKI, 1999) que vinculava sofredor e espectador na base de uma moralidade piedosa caducou frente às solicitações de uma sociedade tecnológica, multicultural e pluralista. A assimetria inerente às posições de quem vê e de quem sofre, tão criticadas na “política da piedade” (BOLTANSKI, 1999; ARENDT, 2001), foi substituída pela liberdade de escolha garantida por uma política, nomeada de democrática e liberal, que não se furta em ser um componente ativo desta reformulação dos lugares e dos pactos entre o que vê e o que sofre.

Se o espectador se encontra livre do imperativo moral que o constrangia aos revezes sentimentais modernos, hoje, no entanto, ele se encontra enredado por um tipo de comunicação que não é previamente organizada e endereçada a uma coletividade pré-existente de espectadores passivos e bem informados sobre as mazelas do mundo, mas constitui um corpo coletivo de ação no processo mesmo de visualização e enunciação das contingências (CHOULIARAKI, 2010, 111).

Segundo Boltanski e Chiapello (2013), desde meados de 1980, houve um recrudescimento da miséria mundial causado pelo intenso desenvolvimento unilateral de algumas sociedades. Entretanto, este mesmo período apresentou um processo de desqualificação e descrédito das instâncias críticas que haviam predominado nas duas décadas anteriores. Diante desta fragilidade e da ausência de uma teoria argumentativa que possibilitasse fundamentar a revolta na razão, a preocupação social e os movimentos de militância política (decepcionados com a ineficácia das organizações sindicais e as manobras políticas das instituições) que a acompanharam passaram a adotar a forma da ação humanitária criando novas formas de associações (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2013, 357). Em boa medida, este movimento significou uma atualização das ações humanitárias em sua proposta de engajamento e ajuda direta às vítimas prescindindo de uma cadeia de intermediários e representantes.

O “novo espírito do capitalismo” ao invés de buscar a normatização e a disciplina que regularam a modernidade passou a reconhecer, valorizar e, sobretudo, assimilar as formas flexíveis da experiência, a força de produção de singularidades, a inventividade, a formação de teias comuns e a criação de si com o outro. Houve não apenas a formulação de uma “nova gramática mínima do elo” mas uma renovada “política do conexãoismo” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2013, 175). A noção de rede respalda, segundo os autores, outra representação de mundo sustentada pela intersecção entre o discurso da gestão empresarial (impulsionado nos anos 80) e o discurso das ciências sociais.

Assim, por exemplo, as qualidades que, nesse novo espírito, são penhores de sucesso - autonomia, espontaneidade, mobilidade, capacidade rizomática, polivalência (em oposição à especialização estrita da antiga divisão do trabalho), comunicabilidade, abertura para os outros e para as novidades, disponibilidade, criatividade, intuição visionária, sensibilidade para as diferenças, capacidade de dar atenção à vivência alheia, aceitação de múltiplas experiências, atração pelo informal e busca de contatos interpessoais - são diretamente extraídas do repertório de maio de 68 (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2013, 130)..

Deste modo, a nova conformação política e social de um capitalismo flexível alterou a formatação dos agentes, mas não provocou profundas modificações estruturais. Seguindo esta perspectiva, o modelo representativo do sujeito-objeto, lido nas figuras do sofredor-espectador, se mantém estruturalmente apesar de terem renovadas as formas de enunciação e visibilidade dos seus agentes e os modos de acesso às mazelas da vida ordinária; agora moduladas em rede, de modo direto e, supostamente, sem mediadores. Daí convocar-se, diretamente, cada sujeito conectado, seja para se solidarizar com a luta pela sobrevivência do Pedrinho ou para se juntar ao apelo de “não homofobia” de Gabe.

Na perspectiva moderna, o “nós” e o “outro” eram os agentes que se enredavam em uma trama baseada no esquema representativo antagonístico do sujeito-objeto. A diferença atual, sublinhada por uma pesquisadora como Chouliaraki (2011; 2013), é que à declaração da falência pessoal do espectador diante da dor e sofrimento inalcançável do outro, se põe agora um jogo simultâneo de singularidades. De um lado, o espectador-participante, de outro, o agente vitimado, sofredor-narrador, que pressupõe uma autonomia - antes negada pelo silêncio resignado do preconceito e da discriminação que lhe impunha a vergonha como censura moral - agora flexibilizada pela possibilidade (ou imperativo) da autoprojeção.

De certo modo, mesmo que pelo mínimo gesto, as pessoas são provocadas a responder também afetivamente e, por isso, se multiplicam a cada clique. Os movimentos de enunciação, visibilidade, mas também de adesão e engajamento são facilitados, de modo mais prático e instantâneo, pelas ferramentas tecnológicas que atuam em rede e que valorizam a auto-exposição como fator que serve à atualização ou renovação de suas histórias e causas cotidianas. São estas as vítimas que têm ocupado o lugar de fala e se tornado tanto triviais quanto legítimas no horizonte de visibilidade contemporâneo.

Há uma disputa política no/pelo simbólico que se trava entre o espaço da intimidade -calcado na necessidade de expor dores e sofrimentos cotidianos atrelados aos revezes de fragilidade e força de superação que se constitui narrativamente-, e a exterioridade da palavra consciente de que o outro não poderia jamais vivenciar a mesma dor e angústia. O sofrimento vivido e narrado, que busca convocar formas de adesão e interações afetivas, não pode ser pensado tendo como única referência a realidade dos fatos, mas a forma com a qual esta experiência é partilhada.

Como abertura, uma experiência vivida e narrativizada permite notar que sua efetivação se dá em um contexto concreto de “ação e comunicação em que o sujeito é levado a desenvolver uma compreensão pragmático-performativa do objeto que lhe é apresentado” (GUIMARÃES, 2004, 3). É, então, inserido neste contexto ativo de constrangimentos e de aberturas que os sujeitos aparecem implicados em um conjunto de orientações volitivas, cognitivas e afetivas.

Os constantes deslocamentos provocados por tais orientações, em dada situação, incidem nos seus quadros comuns e familiares marcando alterações em suas referências e trazendo outras negociações com as narrativas partilhadas. Para que uma dor vivenciada seja partilhada a fim de mobilizar algum tipo de adesão é necessário que haja algum mínimo grau de empatia. A dor e o sofrimento não se

concretizam como um fato ou uma ocorrência banal apenas, mas se constituem através de uma forma pela qual só podem ser “apreendidos” pelos sujeitos através de uma relação com os vestígios de suas vivências e com seus traços, ainda que precários, que podem ser notados no percurso destas breves narrativas partilhadas.

Considerações finais

Como vimos, as dores e os sofrimentos vivenciados cotidianamente pelos sujeitos assumem uma forma narrativizada da experiência que é produzida e partilhada em redes. Uma observação preliminar destes relatos-postagens que circulam no domínio do Facebook, por exemplo, nos permitiu indicar um conjunto inicial de questões acerca do processo complexo entre visibilidade e enunciação em jogo. Se antes o sujeito que vivenciava uma dor ou sofrimento precisava ser inscrito em uma condição de vulnerabilidade através de uma designação normativa e exterior, legitimado pelos discursos conferidos pelas instâncias políticas, religiosas ou ainda midiáticas, agora ele mesmo antecipa sua condição vulnerável e se enuncia como vítima.

Ademais, esta reconfiguração dos lugares de fala da vítima adensa os modos de adesão e interações propriamente afetivas com os seguidores postos na situação narrativa. Além de sublinharem a responsabilidade pela tomada da palavra que os sujeitos assumem sobre este tipo peculiar de relatos, estas narrativas de si, na forma de postagens, indicam o modo como os sujeitos manejam a própria imagem, a própria palavra e a própria dor expressando-se e expondo-se diante dos outros em cenas nas quais subjetividade, experiência e política se interceptam.

Referências bibliográficas

- BARENDT, Hannah. Sobre a revolução. Coleção Antropos. Trad. I. Morais. 1ª. Edição. Lisboa: Relógio d'Água, 2001.
- ARFUCH, Leonor. *O espaço biográfico*. Dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2010.
- BOLTANSKI, Luc. *Distant Suffering: morality, media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CHOULIARAKI, Lilie. *The ironic spectator*. Solidarity in the age of post-humanitarianism. Cambridge: Polity Press, 2013.
- _____. *Improper distance: towards a critical account of solidarity as irony*. International Journal of Cultural Studies, 14 (4). 2011. pp. 363-381.
- _____. *Post-humanitarianism: humanitarian communication beyond a politics of pity*. International Journal of Cultural Studies, 13 (2). 2010. pp. 107-126.

- _____. *The Spectatorship of Suffering*. London: Sage, 2006.
- DAS, Veena. O ato de testemunhar: violência, gênero e subjetividade. Trad. Plínio Dentzien. Cadernos Pagu, Campinas, n. 37, p. 9-41, jul./dez. 2011.
- _____. *Life and words: violence and the descent into the ordinary*. California: University of California Press, 2007.
- DOUBROVSKY, Serge. *Autobiografies: de Corneille à Sartre*. Paris: PUF, 1977.
- GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. Experimentando as narrativas no cotidiano. In: *Na Mídia na Rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- _____. Experiência estética e vida ordinária. In: *E-Compós*, edição 1, dezembro de 2004.
- LARUELLE, François. *General theory of victmis*. Cambridge: Polity Press, 2015.
- LEAL, B; GUIMARÃES, C.; MENDONÇA, C. *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- LEJEUNE, Philippe. *O pacto autobiográfico*. De Rousseau à Internet. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- JAGUARIBE, Beatriz. Realismo sujo e experiência autobiográfica. In: FATORELLI, Antonio; BRUNO, Fernanda (Orgs.). *Limiares da imagem*. Tecnologia e estética na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. pp.109-137.
- SARTI, Chyntia. *A vítima como figura contemporânea*. Caderno CRH, Salvador, v.24, n.61, p. 51-61, jan. abril, 2011.
- VAZ, Paulo; SANTOS, Amanda; ANDRADE, Pedro. Testemunho e subjetividade contemporânea: narrativas de vítimas de estupro e a construção social da inocência. *Lumina*. UFJF, v.8, n. 2, p.1-33, dez. 2014.
- VAZ, Paulo; RONY, Gaëlle. Experiência urbana e narrativas de crime. *E-compós*, Brasília, vol.11, n.1, jan-abril 2008.

Notas

1. Pesquisa financiada pelo CNPq.
2. Nos exemplares trazidos notamos que as vítimas referenciam, indistintamente, nos seus relatos-postagens, tanto a dor de ordem física, inscrita no corpo pelas marcas das violências, muitas vezes, atestada pelos autorretratos postados, quanto o sofrimento, referente às afetações internas e sensíveis, mais próprias à angústia e o padecimento de ordem subjetiva. Optamos por manter a observação dos dois aspectos, conjuntamente, neste trabalho de descrição e investigação preliminar.
3. Utilizamos a expressão “relato biográfico”, em uma dimensão mais ampla e geral que sua conceituação canônica, apenas para indicar a natureza destas novas formas narrativas acerca dos contínuos registros das vidas individuais que comparecem nas

redes sociais. Não precisamos as diferenças classificatórias entre biografias, testemunhos, diários, ensaios ou outras formas de registros íntimos, mas nos atemos ao caráter mais geral destas formas de escritas de si que contemplam a vivência cotidiana dos próprios sujeitos. Porém, uma designação conforme proposta por Leonor Arfuch (2010) nos parece importante e suficiente para nominar o material empírico com o qual lidamos, pois privilegia a centralidade do sujeito; a singularidade. Segundo ela, “a simples menção do biográfico remete, em primeira instância, a um universo de gêneros discursivos consagrados que tentam apreender a qualidade evanescente da vida opondo, à repetição cansativa dos dias, aos desfalecimentos da memória, o registro minucioso do acontecer, o relato das vicissitudes ou a nota fulgurante da vivência, capaz de iluminar o instante e a totalidade. Biografias, autobiografias, confissões, memórias, diários íntimos, correspondências dão conta, há pouco mais de dois séculos, dessa obsessão por deixar impressões, rastros, inscrições, dessa ênfase na singularidade, que é ao mesmo tempo busca de transcendência” (ARFUCH, 2010, 15).

4. Os conhecidos estudos de Philippe Lejeune, desde a década de 70, com a publicação dos célebres *L'autobiographie en France* (1971) e *Le pacte biographique* (1981), atribuíram nova atenção e importância a um gênero de escrita que antes era estigmatizado por uma suposta falta de autenticidade dentro do campo literário e das investigações acadêmicas. Ao propor uma revisão sobre o tema autobiográfico na tentativa de teorizar a experiência íntima através de suas narrativas, Lejeune indica a necessidade de romper com a velha dicotomia que tanto hierarquizava a produção artística literária, quanto defasava a compreensão cultural de uma época, através da manutenção de um modelo referencial da linguagem polarizado nas categorias real (em oposição à mentira) e ficcional (em oposição à verdade). Ao diferenciar a autobiografia, os escritos íntimos, da historiografia e da ficcionalidade, Lejeune referencia outro estatuto às formas narrativas em seu enlace da linguagem e experiência.

Imprensa e preconceito: a relação entre favela e celebridades no mundo do crime

Press and prejudice: the relationship between slum and celebrities in the world of crime

Carla Baiense Felix | Universidade Federal Fluminense

Professora do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da UFF. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Juventude e Mídia: Usos e apropriações em contextos de Convergência, certificado pelo CNPQ. Jornalista e Doutora em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. E-mail: carlabaienses@yahoo.com.br

Antonio Carlos Ferreira Vianna | Universidade Federal Fluminense

Mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano (PPGMC). Habilitação em Rádio, TV e Jornalismo e servidor federal no Ministério da Saúde. E-mail: antonio.fvianna@gmail.com

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar a cobertura da grande imprensa sobre a criminalidade urbana, a partir de reportagens que envolvem a caçada a dois indivíduos apontados como líderes de facções criminosas na cidade do Rio de Janeiro e associados a comunidades pobres da cidade. Partimos desta perspectiva para refletir sobre as estratégias homogeneizantes (HOGGART, 1973) adotadas pelos veículos de comunicação de massa em suas narrativas cotidianas relacionadas a esta temática. Por meio das experiências vivenciadas na cidade do Rio de Janeiro, descritas pela mídia, buscaremos também discutir a definição de preconceito (HELLER, 2000), com base nas representações sociais construídas em torno dos traficantes de drogas nas estratégias discursivas

Palavras-Chave: Jornalismo; Criminalidade urbana; preconceito.

Abstract

This article aims to analyze the coverage of the mainstream media on urban crime, from reports involving the hunt for two individuals identified as leaders of criminal gangs in the city of Rio de Janeiro and associated with urban poor communities. We start this perspective to reflect on the homogenizing strategies (HOGGART, 1973) adopted by the mass communication media in their everyday narratives related to this issue. Through the experiences lived in the city of Rio de Janeiro, described by the media, we seek also discuss the prejudice setting (HELLER, 2000), based on social representations built around drug traffickers in the discursive strategies

Keywords: Journalism; urban crime; prejudice.

Introdução

A análise da cobertura midiática a respeito da chamada criminalidade urbana (MISSE, 2006), no Rio de Janeiro, revela um padrão perturbador: a centralidade da figura do traficante e sua associação com áreas pobres da cidade. Essa estrutura narrativa assumiu contornos dramáticos ao longo da década de 1990, quando criminosos concediam entrevistas coletivas, nos morros e favelas, nas quais revelavam não apenas suas versões para fatos, mas muito de sua personalidade e até de seu posicionamento político.

O destaque e a repercussão destas reportagens, dentro e fora de seus círculos de ação, dava aos criminosos uma projeção desproporcional ao seu real poder no mundo do crime, como revela a rápida recomposição hierárquica nos postos de comando logo após a morte dos líderes de facções no Rio de Janeiro. Mas, efetivamente, alimentava outra ordem de poder simbólico, criando celebridades midiáticas (BOORSTIN, 1964)¹.

A visibilidade extremada dos traficantes produziu diversos efeitos, alguns calculáveis, como exaltação ou a crítica às políticas de segurança pública e aos seus respectivos condutores. Ou a eleição de determinadas figuras do crime como inimigo número um do estado e sua posterior perseguição.

Outras consequências, no entanto, eram menos previsíveis e levaram a chamada imprensa séria e rever alguns de seus métodos². Quando se tornou consenso a ideia de que a menção ao nome dos “comandos”, por exemplo, legitimava entre os jovens a opção pela fama instantânea e efêmera do mundo do crime, esta prática caiu em desuso³. Mas isso não significou o abandono de toda a estrutura discursiva que narra a violência urbana e aponta a solução a partir da figura do traficante identificado à favela.

Na história recente do Rio de Janeiro, podemos identificar vários destes personagens. Apesar de terem ocorrido transformações na sociedade, na política de segurança pública e no próprio processo produtivo dos jornais, percebemos, ao longo das últimas duas décadas, a manutenção de um padrão narrativo que não apenas personaliza a violência na figura do traficante, mas ainda revela a centralidade da mídia na definição de prioridades públicas. A partir da cobertura midiática em torno dos episódios envolvendo dois desses personagens, pretendemos analisar as continuidades nas narrativas jornalísticas sobre os crimes de drogas e seu papel na legitimação de políticas de exclusão implantadas pelo Estado na cidade do Rio de Janeiro.

O primeiro episódio analisado será a captura do traficante Elias Maluco, preso em 2002 e condenado pela morte do jornalista Tim Lopes. O segundo é a morte de Celso Pinheiro Pimenta, conhecido como Playboy, no ano de 2015. Entre os treze anos que separam os dois eventos, pretendemos identificar as rupturas e continuidades discursivas, relacionando, ainda, como estas narrativas interagem com o cenário político e social a partir do qual são produzidas.

O lugar do narrador

Crimes e tragédias tingiram as páginas da imprensa carioca de sensações (BARBOSA, 2007) desde a primeira metade do século XX. Muitos deles se referiam a episódios ocorridos na Baixada, onde os esquadrões da morte e outros mitos, verdadeiros ou fabricados, construía a região como lugar sem lei⁴. A partir dos anos 1980, a chamada “imprensa séria” começa a deslocar o noticiário sobre crime das páginas de polícia para a editoria de cidade, fomentando um novo tipo de visibilidade da violência urbana e de relação destes episódios com seus leitores. Autores como Misse e Benevides consideram que o interesse dos jornais e da audiência por este tipo de ocorrência se relaciona ao aumento do número de casos de roubos em bairros de classe média e seu entorno. Como descreve o delegado Edgard Façanha, em matéria publicada pelo Jornal da Tarde,

O que ocorreu é que os bandidos que assaltavam na Baixada [...] passaram a atacar mansões. [...] De repente, a sucessão de assaltos começa a tomar conta dos espaços dos jornais. Como mexeu com os ricos, criou-se logo uma crise no aparelho de segurança (BENEVIDES, 1983, p. X).

A percepção da violência, segundo eles, se relaciona tanto com o aumento do número de casos de violência nos bairros de maior prestígio na cidade quanto com sua visibilidade midiática. Repórteres de grande prestígio dedicaram toda uma trajetória à cobertura da editoria de polícia, como a lendária Albeniza Garcia. Consagrada por seu trabalho em *O Dia*, com 50 anos de profissão, ganhadora de um prêmio Esso, em 1997, testemunhou um episódio singular: foi na presença dela que o empresário Rubem Medina foi libertado por Maurinho Branco, após permanecer 15 dias em poder de sequestradores, no ano de 1990⁵.

Embora seja um caso especial na história recente da imprensa brasileira, a profissional representa uma época e um modo de fazer jornalismo marcado pela proximidade, tanto da fonte, quanto do local dos acontecimentos, que por sua vez se traduziam num produto específico. Isto não significa uma total confiança entre fonte e imprensa, uma relação sempre marcada por interesses e desconfianças dos dois lados. Mas a presença do repórter in loco representava a possibilidade de ouvir mais de uma versão dos fatos.

Entre as versões, inclusive, constava a dos próprios traficantes, que mais de uma vez concederam entrevistas coletivas aos jornalistas⁶. A visibilidade destas figuras, alçadas à celebridade, no entanto, produziu efeitos de toda ordem, entre os quais aquele sobre o qual nos deteremos nesta análise: a caçada a estes marginais, considerados inimigos do Estado, e o cerco a regiões de favela.

É neste contexto que vamos apresentar o noticiário sobre a prisão do traficante Elias Maluco, em 2002, e a morte do traficante Playboy, em 2015. A comparação entre os dois episódios, que contrasta a atual política de segurança com um período em que ainda não havia Unidades de Polícia Pacificadoras (UPPs), visa a demonstrar que, a despeito da mudança na política de segurança, não houve uma transformação no padrão narrativo que apresenta a violência a partir de criminosos midiáticos, associando-os a territórios da cidade, e legitimando a estigmatização dessas regiões.

Em relação à prisão de Elias Maluco, enfocaremos a análise dos veículos impressos no dia posterior ao evento. Foram selecionadas 11 matérias, sendo sete do jornal *O Globo* e quatro do *Jornal do Brasil*. Todas datam de 20 de setembro de 2002. Já em relação à morte de Celso Pinheiro Pimenta, para obtermos um material mais consistente, foram selecionadas todas as matérias com as palavras-chave “Playboy” e “traficante” publicadas no jornal *O Globo* no ano de 2015 até a semana episódio, que ocorreu no mês de agosto. Em uma pesquisa virtual, realizada no acervo deste jornal, foram encontradas 19 matérias, o que totaliza 30 reportagens pesquisadas para este artigo⁷.

De repórter à notícia

A intensificação dos confrontos em disputas por pontos de venda de drogas em favelas e a percepção de que a presença da imprensa atrapalhava o lucrativo comércio de cocaína na cidade tornaram cada vez mais problemática a cobertura de eventos in loco nas comunidades do Rio. Sobretudo no momento em que a maior parte do interesse jornalístico se voltava exatamente para os casos de violência envolvendo o tráfico de drogas.

Em outra pesquisa, realizada numa amostra de 120 edições dos jornais *O Globo* e *JB*, publicados entre as décadas de 1980 e 2010, pudemos observar a transformação do padrão de reportagens sobre favela. Enquanto nos anos 1980 prevalecia o enquadramento da favela a partir da carência – chegando a mais de 70% da amostra no *JB* e a quase 50% em *O Globo* – nos anos 2000 impera o enquadramento a partir da violência – ultrapassando os 90% no *Globo* e os 80% no *JB*⁸.

Neste contexto de vulnerabilidade e desconfiança, o jornalista Tim Lopes, da *TV Globo*, foi morto, em 2001, durante uma reportagem realizada na Vila Cruzeiro, comunidade localizada no Complexo da Penha, zona Norte da cidade. Reconhecido por criminosos, enquanto captava imagens de um baile funk, com uma câmera oculta, o jornalista foi torturado até a morte e teve o corpo esquartejado e queimado.

Elias Pereira da Silva, conhecido como Elias Maluco, foi apontando como autor do sequestro do jornalista Tim Lopes e acusado de ter comandado sua tortura e morte no “micro-ondas do tráfico”, nome dado ao local onde pessoas eram queimadas na Vila Cruzeiro. Através das forças policiais, o Estado realizou diversas incursões na região para capturar Elias Maluco. Foi promovida uma verdadeira caçada ao mentor da morte de Tim Lopes, que culminou com a prisão do suspeito, na favela da Grota, em 2002, 109 dias após a morte do jornalista, com um extenso acompanhamento dos veículos de comunicação.

Apesar de a presença de profissionais de comunicação ter se tornado cada vez mais rara em favelas, desde o final dos anos 1990, após a morte de Tim a distância entre o repórter e a notícia aumentou ainda mais. “Nas poucas ocasiões em que se aproximavam das favelas, invariavelmente, acompanhados de policiais, os jornalistas passaram a usar coletes à prova de balas” (FELIX, 2012, p.150).

Essa distância fica textualmente expressa no uso quase exclusivo da polícia como fonte para as reportagens sobre a prisão de Elias Maluco. Na amostra de *O Globo*, a distorção cruel desta prática se manifesta numa manchete da página 16: “Silêncio no morro, comemoração no asfalto” (SILÊNCIO, 2002, p.16). Além dos detalhes fornecidos pela polícia, a reportagem traz indícios da presença do repórter, como observações a respeito das redondezas da casa onde o criminoso se escondia, e até uma declaração desinformada de um morador. Mas o título se encarrega de descrever a distância entre morro e asfalto, insinuando uma cumplicidade silenciosa entre favela e tráfico.

A reiteração de episódios de violência e o ponto de vista policial para os acontecimentos homogeneizam não apenas o discurso a respeito do criminoso, mas também o que constrói a favela. Desta forma, a mídia fornece elementos para que os questionamentos a respeito das políticas segurança que estigmatizam e segregam as populações destas localidades sejam compreendidos como decentes e corretos pela audiência dos veículos (HOGGART, 1973, p.10).

O mesmo padrão pode ser observado na cobertura do caso Playboy, ocorrida após a implantação de diversas UPPs no Rio de Janeiro. Observamos que, no ano de sua morte, os mais variados crimes, embora em localidades distantes da cidade, eram associados a Playboy de alguma forma. A prisão ou a morte do traficante passou a ser vista como a única alternativa decente para não pôr em risco a segurança dos Jogos Olímpicos, que seriam realizados no ano seguinte. Assim, diversas forças de segurança passaram a realizar uma caçada ao traficante, algumas delas até em conjunto, como na operação que resultou no assassinato do criminoso, no Morro da Pedreira.

A principal diferença entre as duas caçadas é o fato de que a imprensa se preparou para cobrir a prisão de Elias Maluco. A notícia publicada pelo jornal *O Globo*, no mesmo dia de sua prisão, deixava claro que a captura ocorreria em pouco tempo: “Polícia deixa Elias Maluco sem comida” (COSTA, 2002, p.17). Por isso, os jornalistas já acompanhavam a operação e davam amplo destaque para as ações policiais. Já no caso de Playboy, não havia uma tendência para se concluir a proximidade de sua morte, por isso, os veículos foram pegos de surpresa com a notícia. Na tentativa de acrescentar informações à notícia, jornal *O Globo*, inclusive, divulgou um áudio disseminado pelas redes sociais no qual um policial civil descrevia como foram os momentos que precederam a morte do traficante.

Valores negociados: a transformação para o moderno na recepção da mídia

É preciso comparar as matérias pesquisadas, sobre as duas experiências cotidianas selecionadas, para tentar compreender o caráter homogeneizante, identificado por Hoggart (1973), nas narrativas midiáticas sobre políticas de segurança pública no Rio de Janeiro. Hoggart (1973) se propõe a estudar a cultura popular como espaço de negociação entre antigos e novos valores. Embora considere que não devemos “superestimar a influência dos produtos da indústria cultural sobre as classes populares” (MATTELART; NEVEU, 2004, p.42), procura mostrar como esses mesmos produtos transformam as percepções de classe.

Para Hoggart (1973), existem dois valores antagônicos que estarão em permanente negociação nos indivíduos das classes trabalhadoras. Os “antigos” - como “jogo franco, entre-ajuda, olhar as coisas pelo lado bom, franqueza, não ter peneiras nem ser ambicioso, lealdade” (HOGGART, 1973, p.10) - coexistem com valores modernos mais voltados para o mercado capitalista - como orgulho, ambição, ser mais do que os vizinhos, entre outros.

Num momento de intensas transformações na vida social, política e econômica da Inglaterra, os membros das classes trabalhadoras são pressionados a modificar as atitudes antigas pelas mais modernas. Esta mudança, segundo ele, promove a passagem do “antigo sentido de grupo” para o “igualitarismo democrático moderno” e é nesta transformação que Hoggart (1973) concentra suas análises sobre os meios de comunicação de massa.

Um dos elementos fundamentais para que os valores antigos possam coexistir com os modernos é a noção de progresso. É através dele que os proletários iniciam a transformação das ideias antigas de grupo para o igualitarismo moderno e não por razões meramente materialistas.

O progresso significa, para as camadas populares, melhores condições para enfrentar as dificuldades da vida e atender as suas “necessidades brutas” de maneira menos sofrida (HOGGART, 1973). Assim, é possível conciliar os valores antigos com outros voltados para o mercado capitalista em um mesmo indivíduo. Esta brecha será explorada pelos meios de comunicação de massa. “Os colaboradores da imprensa de massas usam e abusam dos horizontes, auroras, estradas largas, movimentos irresistíveis (marchas e inundações) e homens que olham para em frente” (HOGGART, 1973, p.13).

É com base nestes ideais progressistas que podemos observar as principais semelhanças, na imprensa de massa, entre as caçadas realizadas pela polícia a Playboy e a Elias Maluco. É possível notar que atuação do poder do Estado, independente dos meios utilizados, é descrita como um avanço para subjugar o crime, personificado na figura dos traficantes e territorializado na favela.

As narrativas partem, portanto, de um pressuposto consenso de que a atuação do Estado, através das forças policiais, é um bem comum, tanto para os moradores de comunidades pobres, como para os moradores de bairros nobres. Sendo assim, é possível perceber características bem semelhantes no discurso dos jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil* para descrever a prisão de Elias Maluco. O *Jornal do Brasil* descreve as ações, pela visão dos policiais, como produto das determinações do secretário estadual de Segurança Pública.

Elias maluco foi preso depois de um cerco de 50 horas no Complexo do Alemão. Desde terça-feira, pelo menos mil policiais civis se revezavam em operações de busca ao traficante. À 0h de ontem, uma informação passada ao Disque-Denúncia dizia que o bandido estava escondido numa casa na Rua Sebastião Carvalho, acesso à Grota (...) o secretário de Segurança Pública, Roberto Aguiar, que em 27 de agosto havia estabelecido um prazo de 30 dias para que a polícia prendesse Elias (PRISÃO..., 2002, p.C1).

Caso não houvesse uma autorreferência na matéria do jornal *O Globo*, ficaria difícil para o leitor diferenciar os dois veículos:

A captura de Elias aconteceu 48 horas após o início da Operação Sufoco da Polícia Civil, que reuniu 250 policiais por turno, e uma semana antes do prazo dado pelo secretário de Segurança Pública, Roberto Aguiar, para a prisão do traficante. Durante a operação, 14 pessoas foram presas. O Globo já havia revelado na terça-feira que Elias Maluco estava cercado, prestes a ser preso (ELIAS..., 2002, p.14).

A exaltação das ações policiais fica ainda mais evidente em *O Globo* quando o jornal reforça o embasamento legislativo para legitimar as incursões que ocorreram nas casas de alguns moradores da comunidade, mesmo os que não possuíam nenhum envolvimento com os crimes em questão: “A troca de turnos (...) foi suspensa e todas as casas começaram a ser revistadas, numa operação amparada por mandatos de busca e apreensão. A região foi cercada e moradores aconselhados a ficar dentro de casa” (ELIAS..., 2002, p.14).

As narrativas que se constroem com base em versões oficiais se proliferaram na mídia do Rio de Janeiro ao longo dos anos seguintes. O episódio da caçada a Playboy nos permite exemplificar como esta mesma característica pode ser verificada treze anos depois, quando é possível perceber a mesma tendência à exaltação das instituições do estado, bem como do sucesso em suas operações:

A PM ocupou ontem o Morro da Pedreira, Costa Barros, onde, no início da tarde, o traficante Celso Pinheiro Pimenta, o Playboy, de 33 anos, o mais procurado do Rio, foi morto pela polícia. A medida foi adotada por temor de uma reação ao tráfico. A morte do bandido aconteceu depois de uma operação coordenada pela Polícia Federal, com participação também da Coordenadoria de Recursos Especiais (Core) e da Coordenadoria de Inteligência da PM (BORGES; BOTTARI, 2015, p.10).

As matérias que enaltecem as versões oficiais, em detrimento à cobertura com múltiplas versões, com a opinião dos moradores destas comunidades, por exemplo, cria uma visão que tende a se estabelecer como correta e decente. Esta tendência torna homogênea a narrativa em torno de perseguições a traficantes considerados perigosos e o cerceamento de direitos de amplas populações. Neste contexto, propor uma visão diferente das narrativas jornalísticas é associado a campos semânticos como defender criminosos, proteção a atos ilícitos ou promoção da violência. Vale lembrar que o traficante Playboy foi criado na Zona Sul da cidade. Sua associação com áreas de favela, no entanto, é o mecanismo através do qual se pode enquadrá-lo no campo semântico proposto para descrever a criminalidade urbana.

Como lembra Hoggart, aderir ao discurso homogeneizador é muito mais fácil e se relaciona com a ideia de progresso da sociedade, pois todas as tensões da vida são eliminadas e os sujeitos acabam por concordar com a maioria (HOGGART, 1973, p.43).

Deste modo, fica estabelecida a falta de contradição nas matérias jornalísticas, que se reduzem a um modelo padrão para defender um ponto de vista homogêneo. O fato pode ser exemplificado com as matérias coletadas para este artigo. Para justificar as caçadas policiais, é preciso que os veículos apresentem fatos monstruosos praticados previamente por estes traficantes. Em reportagem publicada em *O Globo*, “Elias Maluco tinha uma função estratégica para

o CV. Violento e cruel, ele atuaria como um executor dos rivais...” (GOLPE..., 2002, p.20). Já no *Jornal do Brasil*, “Elias Maluco começou a ser investigado em março passado, antes da morte de Tim, pelo perfil truculento e por ser responsável no CV pelos bondes, comboios de traficantes que agiam pela cidade” (O CV..., 2002, p.C4).

Embora não seja possível estabelecer um consenso de qual seria a verdadeira atribuição de Elias Maluco em sua facção criminosa, através das leituras destas narrativas jornalísticas apresentadas, tanto *O Globo* como o *Jornal do Brasil* cumprem, fidedignamente, o papel de justificar tamanha mobilização do poder do estado para capturar um indivíduo que estava em desacordo com a lei. Os sentimentos que a mídia compreende como “decente” alcançam seus leitores e, segundo Hoggart (1973), tornam-se comum a todos.

O caso de Playboy não foge à regra. Em “Bandido tinha pelo menos 16 mandatos de prisão” (BANDIDO..., 2015, p.10), *O Globo* comenta sua participação em uma quadrilha que “durante anos aterrorizou moradores do Rio de Janeiro”. Em seguida, a mesma matéria narra uma trajetória que procurava apresentar Playboy como um risco para o público leitor, com ênfase em atitudes audaciosas que desafiariam a segurança da cidade: “sua quadrilha também estaria por trás da invasão da vila olímpica de Honório Gurgel” e “Playboy também é acusado de invadir um depósito do Detro e roubar 193 motos no dia 31 de dezembro de 2014, na Fazenda Botafogo, Zona Norte”.

Além da ideia de progresso, há ainda outra razão que contribui para a compreensão homogênea dos discursos midiáticos. Imbuído por um virtual ideal igualitário das democracias ocidentais do mundo capitalista contemporâneo, as narrativas desconstruem as diferentes concepções de mundo, como se ao impingir uma versão dominante sobre os fatos eliminasse as diferenças de classes (HOGGART, 1973, p.22). Neste contexto, é possível compreender o fato de o público leitor manifestar apoio ao poder do Estado na prática de atitudes repressivas e violentas em favelas cariocas.

Das semelhanças às diferenças: a inibição da imaginação criadora

Após destacarmos as semelhanças entre a cobertura das duas caçadas, que personificam a violência na figura do traficante e constroem sua narrativa do ponto de vista policial, é preciso demarcar também algumas diferenças entre elas. Embora os dois personagens principais – Playboy e Elias Maluco - estivessem foragidos e fossem apontados como líderes de facções criminosas, é possível perceber uma diferença semântica na descrição de suas ações. Ainda que ambas estejam ancoradas em expor justificativas para a atuação do poder do Estado nas favelas, com a legitimação das ações policiais como uma suposta resposta à violência na cidade, nota-se uma demarcação de classes sociais na construção dos perfis destas duas lideranças do comércio varejista de entorpecentes.

Para melhor compreendermos esta diferença, vamos discutir como são formados, nas interações cotidianas, o que Heller (2000) chamou de “juízos provisorios”. Estes juízos são valores que trazem algumas visões de mundo implícitas e hierarquicamente determinadas, ou seja, tentam antecipar uma verdade futura.

Esta antecipação de verdade não se utiliza da razão e nem de métodos científicos. Desta forma, estes “juízos provisórios” se baseiam em conceitos prévios que podem não vir a ser comprovados (Idem). A partir deste pressuposto, procuramos identificar características de “juízos provisórios” nas representações discursivas que descreveram as caçadas policiais a estes dois traficantes.

De acordo com Heller (2000), alguns destes valores tendem a se cristalizar a tal ponto que o sujeito não é mais capaz de abandoná-los. A reprodução deste processo faz com que estes valores se tornem coletivos e comecem a fazer parte do contexto histórico no qual o sujeito está inserido. Estes juízos passam, então, a ser normalizados pelo cotidiano.

Quando os juízos provisórios, inseridos no contexto histórico, estiverem tão cristalizados a ponto de não permitirem mais a possibilidade de refutá-los, nem com o uso da razão ou de métodos científicos, estes valores se transformam em preconceito (HELLER, 2000). Para a autora, o preconceito é uma condição hierárquica previamente dada que se estabelece nas interações cotidianas, mas também pode funcionar como um estímulo à autonomia, com a criação de espaços de superação que possibilitem, no futuro, condições de transformação social.

Com relação às caçadas discutidas neste artigo, sugerimos que o preconceito se manifesta nas narrativas jornalísticas devido às origens de classes sociais dos traficantes em questão. Enquanto Elias Maluco construiu raízes em favelas e comunidades pobres, Playboy era um jovem de classe média, que estudava em colégios particulares, até passar a integrar uma quadrilha que assaltava residências. Foi preso, fez aliados na prisão e passou a exercer liderança em uma das facções criminosas mais importantes do Rio de Janeiro. Partindo de juízos coletivos e hierárquicos, que pressupõem jovens de classe média como pessoas articuladas e inteligentes, os jornalistas passam a construir o perfil de Playboy como um traficante com capacidade de elaborar ações criminosas estratégicas e audaciosas.

Nas matérias coletadas para este artigo, observa-se que são atribuídas a Playboy ações que requerem perspicácia e inteligência. Seu nome aparece nas narrativas relacionado aos seguintes crimes: tráfico internacional de armas, roubo de caminhões de cargas e assaltos a shoppings centers, entre outros. Ao contrário de Elias Maluco, cujas narrativas de crimes bárbaros pareciam se concentrar no Complexo do Alemão, as matérias de Playboy sugerem um amplo poder de atuação, cujos tentáculos são capazes de se estender a todas as regiões da cidade do Rio de Janeiro. Das 19 reportagens analisadas neste artigo, o nome de Playboy é relacionado a crimes que ocorreram na Zona Norte em 13 reportagens, enquanto quatro matérias se passam na região central da cidade e outra na Zona Oeste. O poder estratégico atribuído a Playboy é ainda capaz de atingir os moradores da Zona Sul, onde estão os imóveis mais valorizados do Rio de Janeiro: “A Polícia Civil já sabe do envolvimento do traficante Celso Pinheiro Pimenta, o Playboy, chefe do tráfico no Morro da Pedreira, em Costa Barros, nos sequestros-relâmpago que ocorreram em shoppings das zonas Sul e Oeste” (PLAYBOY..., 2015, p.10).

Por outro lado, propomos que as ações atribuídas a Elias Pereira da Silva, no *Jornal do Brasil* e em *O Globo*, partem de juízos que remetem a um jovem favelado, de origem pobre e que não estudou em escolas particulares, com uma incapacidade prévia em planejar ações inteligentes e estratégicas. Neste caso, sua audácia em desafiar o poder do Estado só pode se concretizar por meio de ações violentas, o que o faz ser descrito como um bandido com “perfil truculento” (O CV..., 2002, p.C4). A partir de então, os veículos se concentram em descrever detalhes brutais dos assassinatos que teriam sido cometidos por Elias, com amplo destaque ao do jornalista Tim Lopes. A alcunha “Maluco”, que acompanha seu nome, reforça a ideia de um criminoso irracional e violento.

No dia posterior a prisão, *O Globo* destacou o depoimento de Elias Maluco para três juízes criminais. Na reportagem, a narrativa utiliza um tom irônico para realçar, não somente que seriam verdadeiras as acusações imputadas a ele, como também sua pouca capacidade de raciocínio em elaborar versões que pudessem sustentar sua defesa.

Para os três juízes, Elias disse que é pintor de automóveis. Antes de depor, ele ficou dez minutos sozinho conversando com o advogado Paulo Roberto Cuzzuol. Ele afirmou não ter apelido e não pertencer a nenhuma quadrilha de traficantes, apesar de já ter sido preso por tráfico. Elias disse que vive com uma mulher em Vigário Geral, numa casa alugada, mas não soube dizer de quem. Ele afirmou trabalhar numa oficina clandestina, cujo endereço também não soube precisar. O traficante contou que não frequenta o Complexo do Alemão e que passou a ir lá há 5 meses, quando arrumou uma namorada no local. Ele disse não entender por que está sendo acusado e falou que está há sete meses sem trabalho. Elias sobreviveu, segundo seu depoimento, fazendo biscate, mas não soube precisar para quem, onde, nem quando, nem em quê. (...) Cercado por 20 policiais, o traficante disse ao juiz que estava viajando no dia do assassinato de Tim, mas quando perguntado para onde, respondeu que o seu advogado, Paulo Roberto Cuzzuol, é quem poderia dizer (DIANTE..., 2002, p.14).

Percebe-se que a narrativa parece debochar do poder de argumentação de Elias Maluco, já que os valores dados previamente pela sociedade pressupõem que a classe social a que o traficante pertence não o torna capaz de articular respostas bem elaboradas. *O Globo* ainda reforça tal visão com a descrição de atitudes violentas: “Violento e cruel, ele atuaria como um executor dos rivais, o braço armado e mais perigoso da facção” (GOLPE..., 2002, p.20).

Considerações finais

Apesar de definir o preconceito como um conjunto de juízos provisórios que estão cristalizados em determinado contexto histórico, Heller (2000) acredita que as interações cotidianas são capazes de proporcionar espaços de superação. Ao analisarmos a maneira como a figura do traficante varejista de drogas é apropriada pela grande imprensa, vemos como as narrativas jornalísticas reduzem as possibilidades de se criarem esses espaços de superação, já que reiteram preconceitos e legitimam a exclusão.

Afastados da vivência e da experiência dos fatos, os jornalistas acabam reproduzindo os juízos provisórios hierarquicamente determinados, situação que resulta na inibição da práxis e da imaginação criadora. Assim, a perseguição a indivíduos considerados como inimigos do estado, associados a favelas, são justificadas pelos jornais a partir de narrativas que endereçam exclusivamente a responsabilidade pela violência a estes traficantes.

A aproximação com um discurso que se fundamenta somente em fontes oficiais torna as reportagens cada vez mais homogêneas e consensuais. O resultado é a legitimação da atuação das forças policiais, que passam a ser vistas como um bem comum para todas as classes sociais, ainda que sua ação se restrinja a territórios pobres, os únicos identificados com o tráfico. A noção de progresso, associada à incursão em favela e à captura de traficantes pelo Estado, é apresentada como única alternativa decente para garantir a segurança na cidade do Rio de Janeiro.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa*. Brasil – 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BENEVIDES, Maria Victoria. *Violência, povo e polícia*. Violência no noticiário da imprensa. São Paulo: Brasilienses, 1983.

BOORSTIN, Daniel. *The Image: A guide to Pseudo-events in America*. New York: Harper Colophon, 1964.

FELIX, Carla Baiense. *Territórios Proibidos: a representação da favela no noticiário e seus efeitos sociais*. 2012. 242 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura)-Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a História*. 6ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

HOGGART, Richard. *As utilizações da cultura 2: aspectos da vida cultural da classe trabalhadora*. Tradução Maria do Carmo Cary. Lisboa: Presença, 1973.

MATTELART, Armand & NEVEU, Érik. *Introdução aos estudos culturais*. São Paulo: Ed. Parábola, 2004.

MISSE, Michel. *Crime e violência no Brasil contemporâneo*. Estudos de Sociologia do crime e da violência urbana. Rio de Janeiro: Lumen Juris Editora, 2006.

Reportagens

BORGES, Waleska; BOTTARI, Elenice. Playboy é morto durante operação na Pedreira. *O Globo*, Rio de Janeiro, 09 ago. 2015. Rio, p.10.

_____. Bandido tinha pelo menos 16 mandatos de prisão. *O Globo*, Rio de Janeiro, 09 ago. 2015. Rio, p.10.

COSTA, Ana Cláudia. Polícia deixa Elias Maluco sem comida. *O Globo*, Rio de Janeiro, 19 set. 2002. Rio, p.17.

DIANTE do juiz, protestos de inocência. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 set. 2002. Rio, p. 14.

ELIAS Maluco perdeu. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 set. 2002. Rio, p. 14.

GOLPE no poder do Comando Vermelho. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 set. 2002. Rio, p. 20.

O CV está desmontado. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 20 set. 2002. Cidade, p. C4.

PLAYBOY estaria envolvido em crimes em shoppings. *O Globo*, Rio de Janeiro, 10 mar. 2015. Rio, p. 10.

PRISÃO encerra cerco de 50 horas. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 20 set. 2002. Cidade, p. C1.

SILÊNCIO no morro, comemoração no asfalto. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 set. 2002. Rio, p. 16.

Notas

1. Embora o conceito original se refira a uma concepção tautológica, segundo a qual alguém se torna conhecido por ser conhecido, não oferecendo nenhum feito extraordinário para obter tal nível de reconhecimento, consideramos que é possível pensar a superexposição do traficante a partir do conceito de celebridade, na medida em que se torna notório para uma ampla audiência a partir do momento que ganha destaque na imprensa e não o contrário.
2. Outro destes efeitos, nem tão imprevisível, embora logicamente não intencional, era a valorização da vida – ou da morte – dos traficantes junto aos seus algozes. Ventura (1994) relata na sua entrevista com Flávio Negão, traficante que comandava os pontos de venda em Vigário Geral à época da chacina de 1993, o que poderia significar a superexposição midiática para um traficante. Num dos trechos, Negão diz: “Pô, se eles me pegarem eu não valho nada, eles vão me quebrar, porque eu já tou cheio de fama” (VENTURA, op. Cit, 191), referindo-se à prática policial de sequestrar traficantes para extorquir dinheiro do bando. Na lógica deste negócio ilícito, o criminoso já adquiriu tanta notoriedade na mídia que já não tinha valor de barganha, teria que ser morto pela polícia.
3. Esta percepção está de acordo com a leitura da Escola de Chicago, segunda a qual a anomia, que caracterizava a sociedade dos anos 1990, estreitava os horizontes e as possibilidades de ascensão social da população pobre. O mundo do crime, principalmente para uma juventude sem perspectivas, representava uma rota alternativa, embora ilegítima, para ascensão, ainda que num nível local. Neste sentido, as reportagens sobre os feitos espetaculares das facções criminosas ampliavam esta possível identificação entre os jovens e o mundo do crime.
4. Para um estudo detalhado das representações da Baixada Fluminense na imprensa carioca a partir dos anos 1950, ENNE, Ana Lucia Silva. “Lugar, meu amigo, é minha Baixada”: Memória, Representações Sociais e Identidades. Tese de doutoramento em Antropologia Social. Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2002.

5. Além de representar uma segurança para a rendição de criminosos, a presença da imprensa, na figura de Albeniza, tinha um sentido especial: diz-se que ela subia o morro para negociar com os bandidos quando a polícia não conseguia fazê-lo.
6. Depois de dar uma entrevista coletiva a três repórteres dos mais importantes jornais do Rio - *O Globo*, *JB* e *O Dia* -, no morro Dona Marta, em 1996, o traficante Marcio Amaro de Oliveira, o Marcinho VP, foi eleito prioridade número um do Governador Marcelo Allencar. Preso sucessivas vezes e condenado por vários crimes, ganhou biografia do jornalista Caco Barcellos e acabou morto, em 2003, em Bangu III, por companheiros de detenção.
7. Cabe ressaltar que, a partir do ano de 2010, o *Jornal do Brasil* encerrou suas edições impressas e passou a ser publicado exclusivamente no âmbito virtual. Por este motivo, optamos por utilizar apenas o jornal *O Globo*.
8. Para ver a pesquisa completa, com resultados consolidados por ano e década, consulte (FELIX, 2012).