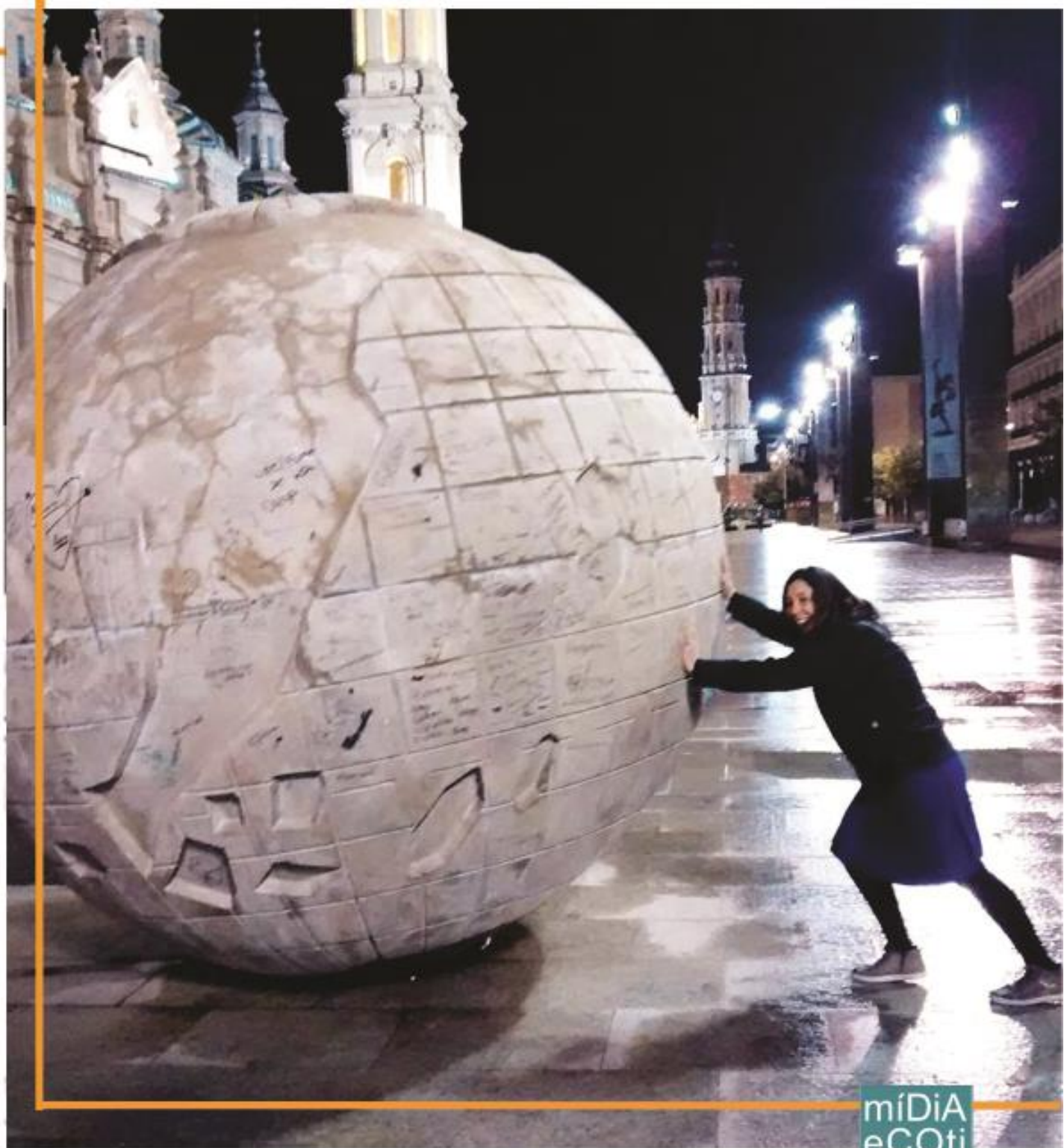


Revista mídia e cotidiano

Do enlase sertanejo-política ao empreendedorismo:
definitivamente, o mundo midiático não é plano!



míDiA
eCOti
DiAno

Volume 15 | número 1 | Janeiro - Abril 2021
ISSN 2178-602X

uff

PPGME
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIAS E COTIDIANO

Revista Mídia e Cotidiano

ISSN: 2178-602X

Universidade Federal Fluminense

Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Revista Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 15, n. 1, jan./abr. 2021.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021

Expediente

Equipe Editorial

EDITORAS

- Denise TAVARES, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Isabella REGA, Bournemouth University, Reino Unido
- Renata TOMAZ, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil

EDITORES ASSISTENTES

- Davi REBOUÇAS – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Diego de Souza COTTA – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Pedro Henrique Conceição dos SANTOS – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Mateus QUEIROZ – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil

CAPA

- Denise TAVARES, Universidade Federal Fluminense - UFF, Brasil
(com projeto gráfico de Vitor Silva CHAGAS).

FOTO CAPA

- Rennato Testa (Zaragoza, capital da região de Aragão, nordeste da Espanha).

Conselho Científico

- Aimée Vega-Montiel, Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM, México
- Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Universidade Federal de Goiás - UFGO, Brasil
- Carlos Alberto Zanotti, Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC-Campinas, Brasil
- Christina Ferraz Musse, Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Brasil
- Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
- Clementina Galera Casquet, Universidad de Extremadura, Espanha
- Dênis de Moraes, Universidade Federal Fluminense - UFF, Brasil
- Denise da Costa Oliveira Siqueira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
- Edson Dalmonte, Universidade Federal da Bahia - UFBA, Brasil

- Francisco Karam, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil
- Gabriela Borges Martins Caravela, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
- Gabriel Kaplún, Universidad de la República Uruguay, Uruguai
- Helena Sousa, Universidade do Minho, Portugal
- Joseph Straubhaar, University of Texas at Austin, Estados Unidos da América do Norte
- Katia Lerner, Fundação Oswaldo Cruz, Brasil
- Liriam Sponholz, Department of Media and Communication, Alemanha
- Lucília de S. Romão, Universidade de São Paulo - USP, Brasil
- Luis Albornoz, Universidad Carlos III de Madrid, Espanha
- Marcius Freire, Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP, Brasil
- Marcos Palácio, Universidade da Beira Interior - UBI, Portugal
- Maria Aparecida Baccega, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil
- Marta Martín Llaguno, Universidad de Alicante - UA, Espanha
- Massimo Canevacci, Università degli Studi di Roma La Sapienza, Itália
- Mauricio Ribeiro da Silva, Universidade Paulista - UNIP/SP, Brasil
- Muniz Sodré, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil
- Nelson Zagalo, Universidade de Aveiro, Portugal
- Nilda A. Jacks, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Brasil
- Nísia Martins do Rosário, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRS, Brasil
- Raquel Paiva, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil
- Salvatore Scifo, Bournemouth University, Reino Unido
- Sandra Fisher, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba
- Tanja Dreher, University of New South Wales, Sydney, Austrália

Data da Publicação: 19 de janeiro de 2021

www.ppgmidiaecotidiano.uff.br
www.periodicos.uff.br/midiaecotidiano
midiaecotidiano.ega@id.uff.br

Sumário

Do enlace sertanejo-política ao empreendedorismo: definitivamente, o mundo midiático não é plano! – EDITORIAL <i>Denise Tavares e Renata Tomaz</i>	1
Universo sertanejo: amor traído e Bolsonaro <i>Vera Veiga França e Vanrochris Helbert Vieira</i>	6
A vitalidade da música na cidade de Rio das Ostras (RJ): transformações, conflitos e negociações sociais <i>Micael Herschmann, Flavia Magalhães Barroso e Cíntia Sanmartin Fernandes</i>	29
Para centralizar o periférico: personagem, raça e classe em Aquarius <i>Luís Henrique Marques Ribeiro e Luiz Antonio Mousinho Magalhães</i>	49
O sexo e o amor sob a ótica de receptoras de telenovelas do horário nobre <i>Sandra Depexe, Laura Roratto Foletto, Gláise Bohrer Palma, Tissiana Nogueira Pereira e Filipe Bordinhão dos Santos</i>	70
<i>Mothers I'd like to fuck</i>: mulheres-mães pornográficas no YouPorn <i>Luiz Felipe Zago e Thanise Guerini Atolini</i>	92
O que adolescentes pensam sobre o compartilhamento de si na internet? <i>Lara Lima Satler e Ana Júlia de Freitas Carrijo</i>	111
O visível e o invisível da imagem em Bavcar: considerações e inversões sobre o visível pictórico e o invisível textual <i>Sérgio Coutinho dos Santos, Daniela do Carmo Kabengele, Walcler de Lima Mendes Júnior e Lorenna Nascimento Monteiro</i>	131
O jogo dos falsos tronos: do arquétipo nobre ao estereótipo esnobe <i>Marcus Vinicius de Paula e Lucas Almeida de Melo</i>	148
Folkcomunicação nas transformações tecnológicas e midiáticas contemporâneas <i>Yuji Gushiken</i>	172
Microempreendedor individual e a noção de cidadania empresarial <i>Julia Salgado</i>	192

Revista Mídia e Cotidiano

ISSN: 2178-602X

Editorial

Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021

**Do enlace sertanejo-política ao empreendedorismo:
definitivamente, o mundo midiático não é plano!**

*From the backcountry-political link to entrepreneurship:
definitely, the media world is not flat!*

*Desde el vínculo sertanejo-política al espíritu empresarial:
¡el mundo de los medios definitivamente no es plano!*

Denise TAVARES¹

Isabella REGA²

Renata TOMAZ³

A circularidade da Terra, posta em questão nos últimos anos, ampliou nossas inquietações quanto às dificuldades gigantescas que a ciência tem em se comunicar com a população. E neste janeiro de 2021, um novo ano que se realiza como continuidade do anterior, em função, claro, da pandemia mundial provocada pela Covid-19, o *link* entre população e comunicação da ciência nunca foi tão necessário. Sob essa perspectiva, construir uma edição na área da Comunicação e Informação reveste-se, também mais do que nunca, de gravidade e alegria. Gravidade no sentido de publicar artigos que contribuam, com largueza, às tensões, discussões e assertivas que desenham, hoje, o nosso território. Afinal, em tempos de negacionismo da ciência, de mentiras plantadas para garantir ganhos políticos, de tratamento dos adversários como inimigos que merecem

¹ Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense e professora e pesquisadora do PPG Mídia e Cotidiano. E-mail: denisetavares51@gmail.com ORCID: 0000-0001-5692-7356.

² Ph.D. em Ciências da Comunicação, com Mestrado Executivo em Comunicação Intercultural. é atualmente Professora Principal em Literacias e Educação Digital no CEMP - Centro de Excelência em Prática de Mídia e membro do Civic Media Hub da Bournemouth University. E-mail: rega.isabella@gmail.com

³ Jornalista e professora, com doutorado e mestrado em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Pós-doutoranda com Bolsa PNPd/Capes no PPG Mídia e Cotidiano/UFF. E-mail: renatactomaz@gmail.com. ORCID: 0000-0003-1054-7934.

desaparecer da face do planeta, entre outras posturas antiéticas, compreender e avaliar o papel da Comunicação tem sido vital para projetarmos quaisquer possibilidades de um mundo menos desigual, menos cruel e mais pautado pelo respeito e direito às diferenças, em seus múltiplos acessos. E alegria, porque, sem dúvida, os textos que temos recebido para publicação confirmam que há hoje um nível de engajamento denso, pleno de vitalidade, questionador e envolvente, de um número muito significativo de pesquisadores da área. O que nos motiva, muito, sem dúvida, a esquecer os recessos de fim de ano e abraçar a “empreitada” de publicar esta edição quando nossa vontade – honestamente falando – seria a de descansar alguns dias.

Assim, neste cenário que focamos tão rapidamente, não podíamos iniciar a apresentação dos artigos sem antes agradecer ao fotógrafo Rennato Testa por nos ceder a foto da capa, tirada em Saragoça (Zaragoza, em espanhol), a capital da região de Aragão, localizada no nordeste da Espanha. Trata-se, como muitos devem saber, de um dos mais famosos locais de peregrinação desse país, onde a presença moura irrigou profunda influência e marcou a arquitetura da cidade. Um ponto do mundo, portanto, onde os embates das culturas e das guerras moldaram o espaço urbano, como ocorre, de diferentes modos, em milhares de lugares nesta redonda Terra que, na foto, é simbolicamente representada em um gesto marcado pela brincadeira que expressa algo inquietante: para onde estamos empurrando esse nosso planeta?

Não há resposta que não pareça redutora diante do caos, desafios e sensação de impotência que temos vivido tão intensamente nos últimos anos da realidade brasileira. Mas, “dentro” do mundo, a proposta é, de certo modo, fazer o movimento a contrapelo da história de destruição que temos vivido. Por isso, é um profundo prazer abrir a edição com o texto “Universo sertanejo: amor traído e Bolsonaro” que procura ampliar as reflexões e contribuições que o enlace entre o universo musical sertanejo e a eleição para presidente do Brasil em 2018, de Jair Messias Bolsonaro, podem indicar. Uma proposta desenvolvida pelos pesquisadores Vera França e Vanrochris Vieira que, ao investigarem esse estilo musical nos últimos anos, localizaram um apoio quase total nesse nicho, ao então candidato Bolsonaro. A justificativa para essa posição, conforme o texto, seria a afirmação da necessidade de ordem no país e da validade do uso de armas. Além disso, o diagnóstico apresentado pelo artigo encontra nas músicas desse “sertanejo” que é sucesso

nacional, as temáticas e afirmações de comportamentos que os autores, apoiados conceitualmente em Zizek, consideram basilares para a compreensão desses elementos aparentemente díspares que envolvem uma “formação discursiva conservadora, delineada por um modelo de masculinidade”, conforme define o *locus* da pesquisa.

Também articulando música e política, o artigo seguinte, “A vitalidade da música na cidade de Rio das Ostras (RJ): transformações, conflitos e negociações sociais”, escrito por Micael Herschmann, Cíntia Sanmartin Fernandes e Flavia Barroso, mostra o quanto esse elo pode contribuir – ou não – com as mudanças e o desenvolvimento dessa cidade balneária. A chave, aqui, é localizar o texto como mais um esforço de delinear as potencialidades que a música propicia, quando observada como uma atividade urbana que pode evidenciar as transformações e embates sociais que permeiam a vida da cidade e região, um lugar marcado pelo turismo e, no caso de Rio das Ostras, por uma candidatura, em 2019, à conquista do selo “Cidade Criativa”, da UNESCO.

Na sequência, o artigo “Para centralizar o periférico: personagem, raça e classe em *Aquarius*” desloca a análise dos processos comunicacionais da música para o cinema, ao tomar como objeto empírico o filme *Aquarius*, de Kleber Mendonça Filho. Interessa ao artigo, escrito por Luís Henrique Marques Ribeiro e Luiz Antonio Mousinho Magalhães, movimentar-se pela hipótese de que, na obra que analisam, o lugar periférico das personagens empregadas domésticas pode, a partir da relação entre elas e a patroa, personagem principal, empurrar para o centro o que os autores chamam de “representações raciais complexas”.

Mantendo o olho na tela, mas agora da televisão, publicamos em seguida o artigo “O sexo e o amor sob a ótica de receptoras de telenovela do horário nobre”, de Sandra Depexe, Laura Roratto Foletto, Glaíse Bohrer Palma, Tissiana Nogueira Pereira e Filipe Bordinhão dos Santos. O texto, que procura apresentar um estudo de recepção como o próprio título revela, entrelaça a relação das mulheres da classe dominante e as representações de relacionamentos amorosos e sexuais que as telenovelas exibem. Para os autores, as tensões cotidianas que essas pessoas do sexo feminino vivenciam nas suas classes sociais, impactam o modo como a maioria das entrevistadas avalia e apreende os papéis de gênero que o produto televisivo apresenta, confirmando, por esta avaliação,

uma significativa distância entre valores reconhecidos e valores vivenciados. O que não é exclusividade, claro, desse grupo, pois quem é a mulher hoje, ou o que é o feminino, integra uma pauta ampla como bem pode ser observado no próximo artigo, “Mothers I’d like to fuck: mulheres-mães pornográficas no YouPorn”, escrito por Luiz Felipe Zago e Thanise Guerini Atolini. Aqui, o objetivo é promover uma análise cultural de três vídeos da plataforma canadense YouPorn, classificados nos gêneros “*milf*” (abreviação de *mother I’d like to fuck*, cuja tradução livre para o português seria “mãe com quem eu gostaria de fazer sexo”) e “*amateur*” (amadora). Entre outras questões contempladas pelo arcabouço de discussões propostas, está um diagnóstico do quanto a pornografia tem sido alimentada por produções não-profissionais de mulheres mais velhas.

A produção de conteúdo em plataformas digitais também figura na construção do objeto de investigação do artigo “O que os adolescentes pensam sobre o compartilhamento de si na internet”, de Lara Lima Satler e Ana Julia de Freitas Carrijo. Ambas realizaram um estudo cartográfico com o objetivo de compreender que sentidos os mais jovens atribuem à prática, cada vez mais comum, de compartilhar conteúdos a respeito de si, particularmente no Instagram. Diferentemente das percepções naturalizadas sobre a relação de adolescentes com a tecnologia, a pesquisa revelou que boa parte dos respondentes, moradores da cidade de Goiânia (GO), abordou criticamente a prática de postar autonarrativas.

Em “O visível e o invisível da imagem em Bavcar: considerações e inversões sobre o visível pictórico e o invisível textual”, os autores se valem da proposta de produção de imagem do fotógrafo cego para problematizar o lugar da imagem em uma cultura “oculocêntrica”. Sérgio Coutinho dos Santos, Daniela do Carmo Kabengele, Walcler de Lima Mendes Júnior e Lorena Nascimento Monteiro rejeitam a ideia da imagem como mera tradução de um suposto real. Como perspectiva teórico-metodológica, argumentam que a imagem é, também, formada por invisibilidades, constituídas de afeto, de história, de memórias que, na percepção de alguém que não vê, aparecem.

A cultura visual retorna no artigo seguinte: “O jogo dos falsos tronos: do arquétipo nobre ao estereótipo esnobe”, de Marcus Vinicius de Paula e Lucas Almeida de Melo. Com base em uma densa exposição sobre a passagem de figuras nobres

arquetípicas a uma estereotípiia esnobe, nas pinturas academicista e histórica, os autores analisam características gráficas e conceituais da ilustração da capa do jogo *The last banquet*. O objetivo é identificar elementos que possam apontar as raízes de uma comunicação visual moderna, no âmbito de uma cultura do consumo, e pensar em que medida o esnobismo do século XIX sobrevive no consumidor do século XXI.

Por fim, dois artigos encerram a edição tomando os processos midiáticos como objeto de investigação. Em “Folkcomunicação nas transformações tecnológicas e midiáticas contemporâneas”, Yuji Gushiken oferece uma reflexão que atualiza os modos de compreender as dinâmicas da cultura popular e os processos de apropriação midiática no contexto da popularização das tecnologias. O texto recupera os marcos fundadores da teoria da folkcomunicação e estabelece diálogos conceituais diante das transformações socioculturais e tecnológicas das últimas décadas. Já Julia Salgado analisa a produção midiática discursiva do empreendedorismo. O artigo “Microempreendedor individual e a noção de cidadania empresarial”, a partir de uma análise crítica das narrativas que constituem a figura do microempreendedor individual, debate o modo como os discursos jornalísticos, particularmente do jornal *Folha de S. Paulo*, sustentam a construção da noção de cidadania empresarial.

Boa leitura!

Denise Tavares, Isabella Rega e Renata Tomaz (Editoras-chefes)

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 21/12/2020
Aprovado em: 04/01/2021

Universo sertanejo: amor traído e Bolsonaro¹

Sertanejo's world: love betrayed and Bolsonaro

Universo sertanejo: amor traicionado y Bolsonaro

Vera Veiga FRANÇA²
Vanrochris Helbert VIEIRA³

Resumo

Este texto buscou encontrar confluências entre dois movimentos percebidos no universo da música sertaneja nos últimos anos: no cenário político, o apoio quase total dos cantores ao candidato Bolsonaro, em nome da ordem e do uso de armas; nas músicas, a temática dos relacionamentos afetivo-sexuais com ênfase no viés da “sofrência”, do eu lírico que sofre a separação, enfrenta relações instáveis e mulheres mais fortes. Zizek, através do conceito (laciano) de *point de capiton*, ajudou-nos a entender a coesão de elementos ideológicos díspares dentro de uma formação discursiva conservadora, delineada por um modelo de masculinidade.

Palavras-chave: Música sertaneja. Bolsonaro. Masculinidade.

Abstract

This text sought to find confluences between two movements perceived in the universe of sertaneja music in the last years: in the political scenario, the almost total support of the singers to the candidate Bolsonaro, in the name of the order and the use of arms; in songs, the theme of affective-sexual relationships with an emphasis on the “suffering” bias, the lyrical ego that undergoes separation, faces unstable relations and stronger women. Zizek, through the (Lacanian) concept of *point de capiton*, helped us to understand the cohesion of disparate ideological elements within a conservative discursive formation delineated by a model of masculinity.

Keywords: Sertaneja music. Bolsonaro. Masculinity.

¹ Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada no GT Comunicação e Sociabilidade, no 28º Encontro Anual da Compós, PUC/RS, junho/2019.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG; pesquisadora do CNPq. E-mail: veravfranca@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0001-6074-4333.

³ Doutorando do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da UFSC e mestre em Comunicação Social pela UFMG. E-mail: vanrochris@gmail.com. ORCID: 0000-0002-0579-9064.

Resumen

Este texto buscó encontrar confluencias entre dos movimientos percibidos en el universo de la música sertaneja en los últimos años: en el escenario político, el apoyo casi total de los cantantes al candidato Bolsonaro, en nombre del orden y el uso de armas; en las canciones, el tema de las relaciones afectivo-sexuales con énfasis en el sesgo del “sufrimiento”, del yo lírico que sufre la separación, enfrenta relaciones inestables y mujeres más fuertes. Zizek, a través del concepto (lacaniano) de *point de capiton*, nos ayudó a comprender la cohesión de elementos ideológicos dispares dentro de una formación discursiva conservadora, perfilada por un modelo de masculinidad.

Palabras clave: Música sertaneja. Bolsonaro. Masculinidad.

Introdução

No contexto das últimas eleições presidenciais no Brasil (2018), assistimos a um fenômeno novo e curioso: a intensa manifestação pública de diversas celebridades em apoio a um ou outro candidato (no caso, Jair Bolsonaro e Fernando Haddad). Em trabalho anterior (FRANÇA, MEDEIROS, ALMEIDA, 2020), e frente à forte polarização política vivida no país, buscamos analisar o posicionamento de um recorte de 49 celebridades. Agrupando-as em categorias, de acordo com sua área de atuação, foi interessante observar tendências diferentes conforme o tipo de celebridade: cantores da MPB, *pop*, *rap*, *funk*, bem como artistas ligados à Rede Globo se manifestaram majoritariamente por Haddad (ou pelo menos contra Bolsonaro). Mas algumas categorias – como cantores sertanejos e esportistas (jogadores de futebol, lutadores) – posicionaram-se quase em sua totalidade pró-Bolsonaro.

No caso dos cantores sertanejos, num total de oito em nossa amostra, apenas uma cantora (Marília Mendonça) havia se declarado adepta do *#EleNão*; tendo sido criticada e ameaçada em suas redes sociais, retirou o apoio e se justificou junto a seus fãs. Os demais não apenas declararam apoio, como gravaram vídeos de adesão e convocação ao posicionamento dos fãs. Após as eleições, foi organizado um almoço dos “sertanejos” no Clube dos Militares em Brasília, no dia 11 de dezembro, de comemoração da vitória, com a presença de cerca de 30 cantores. Que tipo de afinidade poderia aproximar esse setor da produção cultural de uma candidatura de extrema direita, que reuniu interesses políticos heterodoxos e extremamente conservadora no que tange à moral e costumes?

O universo da música sertaneja começa a se desenvolver no Brasil do início do século passado, enraizado no sudeste/centro-oeste do país. Passou por várias fases; a música “caipira” do início, refletindo o cotidiano e os valores do trabalhador rural, se profissionaliza e é absorvida pela indústria fonográfica, assumindo uma face romântica. Em anos recentes, configura uma nova tendência, nomeada de “sertanejo universitário”. Como ela está agora? Quais são os novos rostos da música sertaneja, e o que evocam suas canções? Seria possível perceber alguma interseção entre esse universo cultural e o espectro ideológico traçado pela candidatura de Bolsonaro?

Neste texto, procuramos explorar os veios mais expressivos do campo discursivo dos sertanejos em apoio a Bolsonaro e, paralelamente, das músicas de maior sucesso cantadas por eles em 2018 e anos recentes. Vale registrar, para realçar a importância desse universo cultural, que as dez músicas mais tocadas nas rádios brasileiras em 2018 são sertanejas, e que entre as 100 músicas mais tocadas, 82 são desse gênero musical.⁴ Trata-se, portanto, de um setor altamente presente no campo cultural brasileiro, o que indica a relevância dos valores políticos e culturais que ele expressa. Ao mesmo tempo, e em razão mesmo dessa presença significativa no cenário cultural, pode-se constatar o interesse crescente dos estudos comunicacionais direcionados para a temática da música, da canção popular, das linguagens sonoras⁵ em sua relação com os contextos sociais, culturais, políticos.

“99% dos sertanejos estão com Bolsonaro”

Essa é a opinião de Zezé Di Camargo, um dos cantores mais conhecidos do gênero, da dupla Zezé Di Camargo & Luciano, personagem de uma carreira de sucesso de quase 30 anos, ex-trabalhador rural e hoje proprietário de fazendas no estado de Goiás.

⁴ Dados da Crowley divulgados pela Billboard Brasil, disponíveis em: <https://billboard.uol.com.br/>. Acesso em: 30 jan. 2019.

⁵ A título de exemplo, lembramos a existência de grupos voltados para a temática em dois grandes eventos da área – o GT Som e Música, da Compós, e o GP Rádio e Mídias Sonoras, da Intercom; eventos específicos, como o Congresso de Comunicação & Música e o Musicom (organizado pela Rede de Pesquisadores em Mídia e Música Popular); grupos de pesquisa como o ESCUTAS (Grupo de Pesquisa e Estudos em Sonoridades, Comunicação, Textualidades e Sociabilidade), da UFMG, o MUSILAB (Laboratórios Interdisciplinares de Música e Cultura) e o LABCULT (Laboratório de Pesquisa em Culturas Urbanas e Tecnologias da Comunicação), ambos da UFF, o Laboratório de Análise de Música e Audiovisual, da UFPE, entre outros.

Em um vídeo⁶ de 15 min., veiculado no YouTube, ao lado do então candidato Jair Bolsonaro, Zezé explica as razões de estar, naquele momento, expondo publicamente sua posição de apoio ao candidato.

Tudo começou, ele relata, com a quantidade de críticas e cobranças que recebeu de seus seguidores após postar um vídeo, em suas redes sociais, dizendo que não estaria apoiando ninguém nas eleições presidenciais. Na sequência, ele fala de um show na cidade de Santa Cruz do Sul (SP), quando perguntou ao seu público em quem eles votariam; vários nomes foram vaiados pela audiência, e Bolsonaro foi aplaudido entusiasticamente, com gritos de “mito”.

Ele diz que mudou muita coisa em sua cabeça, e teve “uma vontade imensa de externar aquilo”, de “fazer o que meu coração manda”, acrescentando: “99% dos artistas sertanejos têm vontade de falar o que eles pensam sobre Bolsonaro, mas ao mesmo tempo têm medo, medo de represália por parte dos veículos de comunicação, [pois] a gente precisa não só do público, mas a gente precisa da mídia como um todo”.

Também conta que vem assistindo a debates, vendo “eles batendo em você o tempo todo”, e aí teve vontade de “combater algumas inverdades que a gente sabe que não existe”. “Um cara que tem oito segundos [de tempo na propaganda eleitoral gratuita], não tem nem comitê, não tem gente investindo, trabalha com telefone, ele e a família...”. Então ficou impressionado com essa “capacidade de comunicação”, e quis ir falar com o candidato pessoalmente.

Na conversa com Bolsonaro, ele se diz um cara suprapartidário, que acredita em plataforma e em pessoas; que não quer o militarismo, mas “o povo brasileiro precisa de disciplina, principalmente dentro das escolas”. “Confessa” que já esteve encantado com a proposta do governo (petista), “comida na mesa do trabalhador”, mas depois foi se cansando, “começou a ver por trás daquele paternalismo”. “Tá errado. Tem que colocar regras... não dar esmola. Isto já me incomodou”.

E termina dizendo que temos chance de mudar o Brasil: “a gente [artistas] tá com a vida ganha. Vamos olhar pro Brasil. (...) O Brasil tem que ter no momento uma salvação, um caminho (...) A bandeira do Brasil é verde amarela, não é vermelha não”.

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pKQ7xf18kEk>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

Sua fala expressa questões e motivações que atravessaram grande parte do eleitorado brasileiro nas últimas eleições: adesão ao que seria um sentimento majoritário; empatia com um candidato azarão, solitário, “um simples capitão”; sentimento de uma forte “desordem” no país, acompanhado pelo desejo de um “caminho certo”, associado ao antipetismo e anticomunismo.

Esses últimos elementos e a associação entre desordem e anticomunismo são mais claramente explicitados nas falas de Amado Batista, cuja carreira também começou como filho de agregado rural até se converter em cantor de sucesso e proprietário rural também em Goiás. Em entrevista⁷ a Fábio Porchat, em 2017, Amado (que foi preso e torturado no período da ditadura), não teve constrangimento em elogiar a ditadura militar: “Graças às forças armadas isto aqui não é Cuba. (...) Será que alguém defenderia essa anarquia que está aqui? Eu prefiro a ditadura. Porque a ditadura foi maravilhosa. Ela foi ruim para políticos que queria tomar o país na base das armas”.

Falando para a rádio Cultura AM⁸ de Campo Grande, ainda em 2017, o cantor brega-sertanejo vê em Bolsonaro exatamente a firmeza para combater a “anarquia que está aqui”:

Nós estamos precisando de um presidente de pulso firme, que seja democrático, mas que seja firme. Temos que votar em um cara que realmente tenha credibilidade, que **seja uma pessoa como nós**. O Jair Bolsonaro, por exemplo. (...) Bolsonaro é um cara democrático, que tem pulso firme, e tenho certeza absoluta que você não irá ver nada de corrupção com ele (BATISTA, 2017, grifo nosso).

Firmeza e credibilidade são as qualidades que o cantor evoca em sua cruzada anticomunista, fustigando, de quebra, artistas que “se aproveitam” da Lei Rounet: “Nós vimos informações de um cara que não gosta do nosso país, que adora Fidel Castro, que adora Cuba, mas em compensação ele levou R\$ 13 milhões da Lei Rouanet, que é o Chico Buarque de Holanda” (como beneficiários da Lei Rouanet ele cita ainda Jô Soares, Claudia Leitte, Ivete Sangalo).

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aD8-4ZKiLGg>. Acesso em: 10 jan. 2020.

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=S6nChOzs3f0>. Acesso em: 10 jan. 2020.

Tanto Amado Batista como Zezé Di Camargo pertencem a uma geração mais antiga; o tom dos novos cantores é mais incisivo na evocação das armas e defesa do “cidadão de bem”. Gustavo Lima, número um nas paradas de sucesso, posta vídeo⁹ atirando em uma “tarde em um Clube de Tiro” e faz um chamamento: “O cidadão armado é a primeira linha de defesa de um país. Hoje em dia no Brasil só está desarmado o cidadão de bem. Revogação do Estatuto do desarmamento já! Nossas famílias e nossas casas protegidas!”.

Na mesma linha, Eduardo Costa, em inúmeros vídeos, apoia Bolsonaro, defende a militarização das escolas, tira foto com fuzil e se diz “totalmente favorável também de armar o cidadão de bem. Não o porte de arma, mas dar posse, para você possuir a arma dentro de sua casa, de seu lar, para você defender a integridade da família”¹⁰.

Sérgio Reis pertence à velha geração, mas reforça a mesma posição: “os bandidos andam [armados], por que não podemos? Os jovens estão querendo moralizar. Se ele [Bolsonaro] vier, ele bota a casa em dia. Ele não gosta de falcatura”¹¹.

Zé Neto & Cristiano, após terem recebido o prêmio *Melhores do Ano* do *Domingão do Faustão*, na categoria Música, postaram um vídeo¹² em uma rede social dedicando o prêmio ao “Capitão”. Em outro vídeo¹³, Zé Neto mandou abraço a Eduardo Bolsonaro, “grande parceiro, atirador, cara conhecedor de armas”. Marrone (da dupla Bruno & Marrone), recebendo a visita de Eduardo Bolsonaro, relata que foi a Brasília conhecer Jair Bolsonaro, e elogia “a seriedade, a sinceridade” do então candidato. Diz que “o Brasil inteiro ficou muito comovido com essa história” [a facada], e pontua: “com certeza o melhor presidente que o Brasil vai ter”¹⁴.

Uma síntese dos depoimentos colhidos nos indica que a tônica dessas falas é arma e disciplina. Estão confiantes na pessoa do candidato (tem firmeza, sinceridade, é avesso a falcaturas), e alguns têm proximidade com seus filhos. Há também um sentimento de solidariedade e quase uma vitimização da figura de Bolsonaro: fez

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wWVbARqKHAU>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=V9afMhX5IcY>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n1czudm5u5U>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AjfNDVvG0mo>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7eA1sFHeoK4>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1oCahjJCrBc>. Acesso em: 10 de jan. 2020.

campanha sozinho, está apanhando de todos; é uma pessoa como a gente; foi vítima de uma tentativa de assassinato.

No almoço de confraternização oferecido ao candidato já vitorioso, alguns dias após as eleições, é interessante destacar a presença de vários cantores – Amado Batista, Bruno e Marrone, Gian e Giovani, Leonardo, Milionário, Matogrosso (da dupla com Mathias), George Henrique e Rodrigo, Léo Canhoto e Robertinho. O locutor de rodeio Cuiabano Lima fez um discurso de homenagem citando trechos do hino nacional e depois deu um chapéu para Bolsonaro, que prometeu estar na próxima Festa do Peão, em Barretos.

Sobre os cantores, vale lembrar que eles vêm de Minas, Goiás, interior de São Paulo; quase todos têm origem rural, e muitos são agora proprietários de fazenda. Se os primeiros representantes do gênero falavam para o caboclo do interior e com o trabalhador rural que migrou para os grandes centros, saudosos de sua terra, o núcleo sertanejo contemporâneo revela ligações não com o mundo rural das fazendas tradicionais e com a vida do vaqueiro, mas com o agronegócio e a perspectiva ideológica que vem sendo defendida pelos políticos da área (a conhecida “bancada ruralista”)¹⁵.

O almoço de homenagem a Bolsonaro foi organizado pelo casal Uughton Batista e Simone Batista e pelo empresário Jackson Pomin. O casal Batista mora em Goiânia e é membro da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Em seu Instagram, Uughton se apresenta como “goiano, articulador, pai apaixonado pela família”. Já comandou o PMDB Jovem de Goiás e em 2016 ocupou cargo de confiança na Prefeitura de Goiânia, nomeado por Íris Resende (MDB). É alguém que tem proximidade com a política tradicional de Goiás (é um “articulador”) e com os setores evangélicos. Pomin é apresentado como um empresário de Curitiba. Uma pesquisa na Internet identificou alguns dados de sua biografia: radialista; foi candidato a vereador em 2009 pelo PDT (não foi eleito). Além disto, seu nome aparece no meio de um *fait divers*: em 2016, seu filho, de 15 anos, assassinou a madrasta, de 26 anos, com um tiro na cabeça, utilizando uma arma que o pai guardava em casa. Apesar de sua trágica experiência, apoiou o candidato

¹⁵ A bancada ruralista no Congresso, Frente Parlamentar da Agricultura (FPA), que, então, reunia 261 parlamentares e defende uma pauta controversa (relação com terras indígenas, com meio ambiente), apoiou integralmente a candidatura de Bolsonaro. A presidente da FPA, Tereza Cristina (deputada do DEM-MS), foi depois indicada por Bolsonaro para o Ministério da Agricultura.

que defendia a posse de armas. Dessa maneira, a festa indicou uma estranha parceria entre pessoas que conjugam, além do viés musical sertanejo, interesses políticos e religiosos, com inserção em Goiás, interior de São Paulo e Paraná.

Esse breve “extrato” (que, como dissemos acima, não é exclusivo desse grupo e indica uma certa exemplaridade do contexto mais amplo das eleições), revela traços díspares. Em que medida podemos perceber alguma identidade ideológica entre aspectos como defesa da família, preocupação com segurança, sentimento de desordem no Brasil, valorização da disciplina, armas, anticomunismo? O respeito pela família é um tema amplamente partilhado e está longe de ser exclusivo da direita; a questão da segurança é um problema real no Brasil, e há um consenso de que precisa ser enfrentado. E o sentimento de que o Brasil não vai bem é experimentado pela grande maioria dos brasileiros. Tais elementos não guardam uma equivalência “natural” entre si e tampouco constituem uma pauta exclusiva da direita; eles podem estar inseridos em diferentes construções ideológicas, e a maneira como se articulam em um mesmo discurso é resultado de uma construção.

Zizek (2003), através do conceito laciano de “*point de capiton*” (ponto de capitonê, ou estofa), traz uma contribuição preciosa para tratar dessa questão. “El espacio ideológico está hecho de elementos sin ligar, sin amarrar, ‘significantes flotantes’, cuya identidad está ‘abierta’, sobredeterminada por la articulación de los mismos en una cadena con otros elementos”. (ZIZEK, 2003, p. 125). Esses significantes “flutuantes”, elementos protoideológicos, são estruturados e ganham sentido pela intervenção de um ponto estruturador (*point de capiton*), um elemento que os unifica e impede que deslizem, que dá organicidade a seus significados. O que significa dizer: a ideologia recupera elementos díspares que unifica através de um eixo articulador.

Ora, há alguns anos o Brasil vem vivendo uma crise - e um sentimento de crise, alardeado e fomentado pela imprensa. O desemprego cresceu, a violência das cidades se tornou mais evidente e assustadora, ao lado das deficiências e atrasos no atendimento a setores vitais como saúde e educação, gerando forte descontentamento.

Tais carências (e sentimentos de carência) poderiam ser conduzidas e unificadas em vários discursos. Mas exatamente, “lo que está en juego en la lucha ideológica es cuál de los ‘puntos nodales’, *points de capiton*, totalizará, incluirá en su serie de equivalências

a esos elementos flotantes” (idem, p. 126). O binômio violência-segurança, por exemplo, pode ser articulado discursivamente em prol do fortalecimento de políticas públicas voltadas para a educação e a geração de empregos para a juventude. Ou em um discurso que prega a repressão e diz que “bandido bom é bandido morto”.

O discurso da mídia, nos últimos anos, associou sucesso, corrupção e governo do PT como causa de todos os males; o antipetismo foi o ponto articulador que integrou, numa estrutura de sentido, os problemas e a solução. A extrema direita – e Bolsonaro – apenas tiveram que resgatar essa construção e totalizar o discurso. Saúde, educação, habitação, emprego foram para segundo plano, cobertos pela rubrica “crise”; petismo igualou comunismo (a associação com Venezuela e Cuba foi essencial para alicerçar esse campo semântico), e passou a significar “fonte da crise e dos problemas”. Nessa configuração, a solução estava delineada no “fora PT”. A disciplina e as armas completaram o “estofó” pra conter e conduzir o sentido do problema e da solução delineados. Violência e segurança ganham nova conotação quando alinhadas com armas e cidadão de bem. A expressão “cidadão de bem” torna-se um coletivo homogeneizado pela demonização do outro: os “bandidos”. Um quadro agonístico e o posicionamento dentro dele completaram o modelo de interpretação da realidade.

Neste contexto interpretativo, nada como um líder messiânico (bem ao gosto da tradição brasileira) para o trabalho de salvação; um político de carreira obscura – tão obscura que passou despercebida – soube fazer um ótimo uso das redes sociais para surgir como “novo”, abraçar e dar corpo a essa construção discursiva. Bolsonaro foi o “significante vazio” que pôde acomodar e designar o discurso totalitário de combate ao “mal”. Esse deputado, invisível em sua atuação no Congresso, fazia aparições sensacionalistas em programas televisivos (comandados por Luciana Gimenez, Danilo Gentili, Ratinho) e não trazia nada em sua biografia além de umas poucas frases de efeito e uma *performance* de valentão. Um “significante” adequado para o conteúdo que os setores conservadores (algumas igrejas evangélicas entre eles) vieram constituindo.

Esse trabalho de alinhamento dos *points de capiton* para canalizar a insatisfação veio sendo feito pela mídia hegemônica ao longo dos anos, em perfeita integração com as classes dominantes do país (do qual ela faz parte, aliás).

Mas, e os sertanejos – por que entraram nessa? A explicação é em parte sociológica. Os intérpretes são de origem rural, e da região de fazendas do sudeste-centro oeste do Brasil (São Paulo, Minas e Goiás). O crescimento desse setor (cantores sertanejos) promoveu uma classe de novos ricos, de novos proprietários de fazenda, com grande proximidade com o agronegócio e os empresários rurais. Distante dos antigos trabalhadores rurais (onde tiveram sua origem), a afinidade ideológica agora é dada por essa inserção comum: os cantores participam do mesmo grupo de interesses (os ruralistas), e têm aí seu público privilegiado.

Deve-se lembrar ainda que o imaginário rural sempre valorizou o homem corajoso, valente, que enfrenta os inimigos. Esse quadro comporta inclusive o uso de armas, e o *cowboy* americano da época do velho oeste é um modelo que se vê reproduzido na indumentária dos cantores, no comportamento dos públicos dos rodeios.

Mas resta um outro ponto de incongruência. Se a inserção social dos sertanejos nos permite falar de uma possível afinidade ideológica entre cantores e setores da classe dominante de perfil rural, de que maneira isso se reflete em suas músicas? Seria possível achar alguma interseção entre o posicionamento (ideologia e valores) desse grupo – cantores e seu público – e a música sertaneja contemporânea?

Relações instáveis no universo sertanejo

A música sertaneja está comemorando seu centenário, tendo começado a construir sua história na década de 1920, com a chegada de uma geração pioneira de cantores de música caipira a São Paulo. O nome “música sertaneja” surgiu, então, no momento em que a música caipira inseriu-se no mercado fonográfico; desse modo, o que marca o início desse gênero é a migração de uma cultura rural para o meio urbano. A música caipira¹⁶ perpassa a história da própria construção do Brasil. Conforme Nepomuceno (2005), ela tem origem portuguesa. Seguindo as rotas da mineração do ouro e, posteriormente, do cultivo do café, as “modas de viola” passaram a se enraizar na cultura do interior de São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso e Paraná. Essa música expressava uma forte correlação com o

¹⁶ O termo “caipira” tem origem indígena e quer dizer “cortador de mato”. Faz referência aos brancos que chegavam ao país abrindo caminho pela mata. Posteriormente, acabou se popularizando no centro-sul como forma de denominar a população advinda da miscigenação entre brancos e indígenas.

universo rural e fazia parte da própria vida do sujeito interiorano, marcando suas temporalidades, festividades, costumes. Ao tornar-se sertaneja, ela se desencaixa dessa vivência, tornando-se um produto cultural; Martins (1975) registra o seu desenraizamento enquanto prática cultural e a sua transformação em mercadoria.

À medida em que foi conquistando o mercado fonográfico e sendo cada vez mais executada nas grandes cidades, essa música sofreu diversas influências. O sertanejo caipira (primeiras gerações), através de nomes como Tião Carreiro & Pardinho e Tonico & Tinoco, abordava a saudade da vida no interior, refletindo o êxodo rural desses artistas e também o de grande parte da população naquele momento. Nos anos 1980, surgiu o subgênero *sertanejo romântico*. Ao invés de cantar sobre a vida no interior, esse novo estilo passou a concentrar suas atenções nas relações amorosas. A partir daí, estouraram duplas como Zezé Di Camargo & Luciano e Leandro & Leonardo, que se tornaram superastros, dominando as paradas musicais e ganhando uma legião de fãs. Nessa nova roupagem da música sertaneja, amplificadores e guitarras eletrônicas entraram em cena, transformando também a sonoridade do gênero.

Duas décadas depois, nos anos 2000, surge mais um subgênero, chamado *sertanejo universitário*. Nele, passou-se a cantar sobre temas que permeiam a vida da juventude urbana, como “baladas” – como são chamadas as festas em casas noturnas – e conquistas sexuais. A mistura melódica se tornou ainda mais acentuada, com a aproximação de batidas eletrônicas e do *funk* carioca. Em texto anterior (2015) apontamos que, nas letras das canções de maior sucesso do sertanejo universitário no início da década de 2010, há recorrência de algumas representações, como a valorização de carros enquanto símbolo de poder nas conquistas sexuais. Nesse período, o sucesso de cantores como Michel Teló e Gustavo Lima ganhou proporção internacional. Antunes (2012) destaca a correlação entre a melhoria das condições econômicas e de acesso ao ensino universitário e o surgimento desse subgênero, uma vez que, nesse novo cenário brasileiro, milhares de jovens puderam se deslocar do campo para as cidades levando consigo a tradição da música sertaneja. Nesse movimento, o público da música sertaneja veio se expandindo cada vez mais, ultrapassando a população de origem rural nos grandes centros para atingir a faixa jovem de uma maneira mais horizontal.

Qual o perfil dessa música nos últimos anos, e particularmente no ano de 2018 – período que baliza nosso olhar na presente reflexão? Sem pretender fazer um balanço mais acabado de uma possível nova fase, dedicamo-nos em seguida a olhar para as letras das músicas na tentativa de extrair temas e inferir tendências.

As dez mais tocadas de 2018

Conforme dissemos acima, as músicas sertanejas estão no topo das mais tocadas nas rádios brasileiras em 2018; não apenas ocupam os dez primeiros lugares, como também são a maioria (82) das 100 músicas mais bem posicionadas. Apesar do avanço do chamado “feminejo”, como ficou conhecido o sertanejo interpretado por cantoras nos últimos anos, o gênero dos intérpretes ainda é predominantemente masculino. Entre as músicas sertanejas que fazem parte desse *ranking*, 61 (74%) são cantadas apenas por intérpretes masculinos. Entre as dez músicas mais tocadas, a situação é semelhante: três são de intérpretes femininas, uma tem participação de intérpretes femininas e seis são cantadas exclusivamente por intérpretes masculinos.

Apresentamos abaixo o quadro das dez mais tocadas nas rádios em 2018 (registrando que algumas delas foram lançadas no final de 2017)¹⁷.

Tabela 1 – Músicas mais tocadas nas rádios em 2018

Posição	Intérprete	Música
1	Gusttavo Lima	Apelido Carinhoso
2	Zé Neto & Cristiano	Largado Às Traças
3	Marília Mendonça (Part. Bruno & Marrone)	Transplante
4	Henrique & Juliano	Mais Amor E Menos Drama
5	João Neto & Frederico (Part. Simone & Simaria)	Rapariga Não
6	Eduardo Costa	Olha Ela Aí
7	Maiara & Maraisa	Quem Ensinou Fui Eu
8	Bruno & Marrone	Sua Melhor Versão
9	Marília Mendonça	Ausência
10	Jorge & Mateus	Propaganda

Fonte: Billboard Brasil.

¹⁷ Dados da Crowley divulgados pela Billboard Brasil, disponíveis em: <https://billboard.uol.com.br/>.

Quando promovemos uma leitura da letra dessas dez canções, encontramos grande convergência temática em torno do término de relações, com os sentimentos correspondentes de ciúme, dependência, sensação de perda, sofrimento – tendência que foi apelidada de “sofrência”.

Em *Apelido Carinhoso* (Gusttavo Lima, 2017), o eu lírico passou por um término recente, mas já iniciou um novo relacionamento com uma mulher que está “arrumando” o que sua ex-companheira “revirou”.

Em *Largado às Traças* (Zé Neto & Cristiano, 2018), o eu lírico recorre ao álcool para tentar esquecer sua ex-companheira, adotando um consumo excessivo da bebida. No sofrimento, vive-se a expectativa da volta de sua ex-companheira.

Já o eu lírico de *Transplante* (Marília Mendonça, part. Bruno & Marrone, 2017), acredita que seu ex-companheiro ainda gosta dela, apesar de ele dizer que não. Diz que ele não irá esquecê-la, nem conseguir superar o término, dando a ver, nesse movimento, sua própria dificuldade de lidar com a separação.

Em *Mais Amor e Menos Drama* (Henrique & Juliano, 2018), o eu lírico teve uma decepção amorosa da última vez em que se apaixonou, ao mostrar-se vulnerável para a ex-companheira. Agora, ele está se apaixonando novamente por outra mulher, mas tem medo de que aconteça a mesma coisa.

O eu lírico de *Rapariga Não* (João Neto & Frederico part. Simone & Simaria, 2018), repreende seu interlocutor por não respeitar sua ex-companheira, chamando-a de “rapariga”. A fidelidade é ressaltada como uma virtude da ex-companheira, que “Não é só um corpinho bonito”, mas que “também tem coração”. Tais qualidades excluem-na dessa outra categoria: raparigas.

Em *Olha Ela Aí* (Eduardo Costa, 2018), o eu lírico se vangloria pelo fato de que sua ex-companheira está querendo voltar: “Deu volta no mundo e parou na minha porta”. Tem o orgulho satisfeito, ao sugerir que ela tentou de tudo, e nada mais a fez feliz. Agora se humilha (chora, implora).

É um triângulo amoroso que transparece em *Quem Ensinou Fui Eu* (Maiara & Maraisa, 2018): o eu lírico provoca a atual namorada de seu ex-companheiro, deixando transparecer um sentimento de posse (“Passando na boca que era minha”) e apostando na

não duração do novo romance. A enunciativa não se vê fora da relação (“Pra passar ciúme em mim outra vez”) e diz, orgulhosa, que foi ela quem ensinou as artes do amor a seu ex-companheiro: “Se ele faz a noite inteira / Pede pra falar besteira / Quem ensinou fui eu”.

Em *Sua Melhor Versão* (Bruno & Marrone, 2018), o eu lírico descobre que sua companheira está fazendo sexo com outra pessoa, mas releva, pois acredita que o melhor dela ainda é dele: “O que vale é que aqui na cama / Sua melhor versão tá deitada comigo”.

Já *Ausência* (Marília Mendonça, 2018) trata da dificuldade de superar o término e da esperança de reatarm. No entanto, a não manifestação do ex-companheiro indica o fim, por isso, é melhor esquecer.

Propaganda (Jorge & Mateus, 2018) fecha o *ranking* das mais tocadas nas rádios em 2018 trazendo um eu lírico que sente “pavor” de perder sua companheira para outro homem, demonstrando sentimento de posse e controle. Ele afirma que conta mentiras sobre ela para as outras pessoas “– Só faço isso pra malandro não querer crescer o olho” – pois ela é dele e tem que se prevenir: “É minha, cuidado mesmo, pronto e acabou”.

Numa primeira síntese, é interessante destacar que todas as canções falam sobre relações afetivo-sexuais, mas nenhuma fala de um amor bem-sucedido. Nove falam sobre sofrimento ou crise nos relacionamentos e da dificuldade de superação, dificuldade que transparece no álcool, no medo de se envolver em um novo relacionamento e até na convivência com a “traição”. *Propaganda* não trata de separação, mas do pavor da perda, indicando apropriação e controle.

A prevalência do tema romântico e do sofrimento ligado aos relacionamentos amorosos indica afastamento da temática que predominou no sertanejo universitário no início da década de 2010. Agora, o tema da “sofrência” ganha destaque, marcando uma reaproximação do sertanejo com o estilo romântico anterior. No entanto, aqui, o tema dominante é mais o sentimento da perda do que a paixão. A presença de intérpretes femininas (“feminejo”) no topo das paradas também é uma novidade em relação aos anos

anteriores; no entanto, não se observa uma diferença temática que distancie de forma considerável as músicas cantadas por elas das outras mais tocadas¹⁸.

Intérpretes de sucesso

Buscando ir um pouco além do recorte de 2018, fizemos uma pequena incursão no conjunto de músicas cantadas nos últimos anos por alguns desses intérpretes que apresentam uma grande *performance* no cenário musical brasileiro: Gustavo Lima (primeiro lugar no *ranking*, três músicas no *ranking* de 100) e a dupla Jorge & Mateus (décima música mais tocada; oito músicas no *ranking* de 100)¹⁹.

- Gustavo Lima

Gustavo Lima é o intérprete da música mais tocada nas rádios em 2018, *Apelido Carinhoso* (2017), que fala de um término recente e da tentativa de um novo amor. Além dela, o cantor teve mais cinco músicas no *top 10* da Billboard Brasil nos três anos anteriores (entre 2016 e 2018); todas falam sobre relacionamentos afetivo-sexuais. Em duas delas *Que Pena Que Acabou* (2016) e *Zé da Recaída* (2018), o cantor retrata eu líricos que não conseguem superar o término com suas ex-companheiras.

Três outras músicas tratam de relacionamentos afetivo-sexuais atuais. *Abre o Portão Que Eu Cheguei* (2017) aborda uma relação que está se estabelecendo. Outra música fala de um relacionamento consolidado, porém está passando por uma crise. Em *Eu Vou Te Buscar (Cha la la la la)* (2017), música que tem a participação do *rapper* Hungria Hip Hop, o eu lírico está sentindo falta de sua companheira. Ele afirma que, se ela não voltar por conta própria, ele vai atrás dela para trazê-la de volta, indicando autoritarismo e sentimento de posse: “Seu GPS tá ligado no meu celular / Vai voltar por conta própria, ou eu vou te buscar”.

¹⁸ Nas músicas do chamado “feminejo”, os temas diferem pouco daqueles tratados pelo conjunto das músicas sertanejas. Canções com o eu lírico feminino, no entanto, carregam a potência de trazer o ponto de vista feminino sobre as questões que permeiam o universo sertanejo. Além disso, um outro aspecto a ser enfatizado aqui, como elemento de desequilíbrio, é o próprio feminejo, ou seja, a presença crescente de mulheres num nicho que era predominantemente masculino, e uma presença em posição de força. Esse fenômeno, sem dúvida, suscita uma interessante leitura de gênero, e demandaria um investimento maior, que ultrapassa o espaço e objetivos do presente texto.

¹⁹ Número de músicas incluindo participações.

A última música aborda um relacionamento apresentado como bem-sucedido. *Homem de Família* (2016) retrata um eu lírico que passou por uma transformação ao se apaixonar por sua companheira. Antes dela, ele era um “cachaceiro”, depois se tornou um “homem de família”: “Troquei a noite pelo dia”, “Troquei o bar, agora é só sorveteria”. Ele também “até” tirou o som do carro, indicando um afastamento da vida de baladas e de ostentação de bens de consumo, elementos valorizados no sertanejo universitário no início da década de 2010.

A análise das músicas de Gustavo Lima de 2016 a 2018 mostra a presença do tema da perda (medo, sofrimento) e a insegurança quanto aos interesses da mulher, e aponta para a valorização da família e do casamento. Entretanto, também deixa transparecer autoritarismo e sentimento de posse do homem em relação à mulher. Essas questões demonstram um posicionamento mais conservador e tradicional de suas canções em relação ao seu estilo anterior, presente em suas músicas do início da década.

- Henrique & Juliano

Henrique & Juliano são os intérpretes de *Mais Amor e Menos Drama* (2018), quarto lugar na seleção das dez mais tocadas nas rádios. Como registrado acima, ela relata um eu lírico reticente em se entregar a um novo amor depois de ter vivido uma decepção amorosa. Quatro outras músicas da dupla já haviam ocupado o *top 10* da *Billboard Brasil*.

Três delas falam sobre deixar a vida de balada para trás. Entre essas, uma se aproxima de *Homem de Família* (vista acima), ao abordar um homem que levava um estilo de vida ligado à noite e ao álcool e que é surpreendido pelo amor de uma mulher. Em *Quem Pegou, Pegou* (2018), o eu lírico também está mudando seu estilo de vida por ter se apaixonado: parou de beber e de ir a baladas.

Como é Que a Gente Fica (2016) também fala do distanciamento da vida de balada por causa de um amor. A vida anterior é retratada como “louca”: “Entre uma boca e outra, uma dose e outra / Toda madrugada nessa vida louca”. O surgimento do amor é uma experiência forte, dominante, e o eu lírico ainda não sabe muito bem como agir: “Pensa, explica, como é que a gente fica?”.

Vidinha de Balada (2017), no entanto, refere-se à mudança da mulher: “Eu vim acabar com essa sua vidinha de balada / E dar outro gosto pra essa sua boca de ressaca”.

Ele gostou dela e decidiu que vão ficar juntos: “Tô a fim de você / E se não tiver, cê vai ter que ficar”, “Vai namorar comigo, sim!”. O homem que se apaixonou pela mulher que encontrou na balada se mostra aqui um assediador autoritário.

Por fim, na quarta música de Henrique & Juliano, *Aquela Pessoa* (2017), o eu lírico nos fala que todos nós temos uma pessoa que pode ir embora e voltar quantas vezes quiser de nossas vidas, e vamos aceitá-la novamente e esquecer das demais; que existe “aquela pessoa”.

A letra das músicas contrapõe os dois tipos de vida – a vida de balada e a vida sossegada dentro de um relacionamento, e indica um movimento em direção ao casamento, à vida de família. É interessante registrar que essa transição concerne aos dois: a mulher também é vista como tendo uma vida de balada. E nesse caso, é a autoridade do homem que vai impor a mudança.

Paixão, sofrimento, insegurança

O termo “sofrência” é, de fato, o melhor que temos em mãos para identificar este momento da música sertaneja. Todas as músicas analisadas falam sobre amor, relacionamentos afetivo-sexuais, terminos ou traição, em uma matriz binária, heterossexual e monogâmica. Entretanto, o sofrimento, em grande parte das vezes, advém exatamente por fugir deste ideal.

O tema mais recorrente é o término e a dificuldade de lidar com ele. Em algumas músicas, a separação leva ao álcool, na tentativa de esquecimento. Se em outros contextos e épocas beber muito era tomado como símbolo de masculinidade, aqui o álcool representa a entrega à dor. Os terminos são vividos com muito sofrimento, frequentemente com esperança de reconciliação, e às vezes ocorrem idas e vindas consecutivas. Há uma oposição entre a razão e a emoção, com a razão optando pelo término e intensificando os defeitos da ex-companheira ou ex-companheiro e da relação, e a emoção intensificando a saudade e a falta. A traição é a causa mais comum para os terminos. O sexo e a atração sexual são considerados centrais na maior parte dos relacionamentos e apresentados de forma misturada ao próprio sentimento.

Entretanto, há outros dois conjuntos de músicas que revelam-se muito importantes no momento que estamos vivendo. Em um deles, há uma oposição entre a

vida de solteiro, de álcool, de “pegação”, de balada *versus* a vida de casado, de família e de amor romântico. É a “mulher certa” quem faz o homem mudar de uma vida para outra. Além de apresentar um reforço de valores tradicionais, essa vertente de canções também aponta para um distanciamento das temáticas recorrentes no sertanejo universitário do início da década de 2010, marcadas pela exaltação da balada e troca de mulheres.

Almeida (1999) enfatiza a importância do casamento e da constituição de família, em um determinado momento da vida do homem, como elementos decisivos na definição do estatuto de pessoa responsável:

A condição de casado é vista, entre homens, com uma atitude análoga àquela com que encaram o trabalho: é uma honra, é parte constituinte do prestígio público, mas é um sacrifício da liberdade adolescente e celibatária pré-nupcial e um contrato que implica o risco de desonra através do sempre hipotético adultério da mulher (ALMEIDA, 1996, p. 15).

Outro conjunto de músicas aponta relacionamentos que apresentam elementos de assédio, abuso, autoritarismo ou sentimento de posse (“Seu GPS tá ligado no meu celular / Vai voltar por conta própria, ou eu vou te buscar”; “Eu vim acabar com essa sua vidinha de balada”). Apresentados como românticos, esses relacionamentos trazem de forma latente relações de gênero machistas e até de violência contra a mulher. Esses dois conjuntos se complementam; a valorização da vida em família é acompanhada, em certa medida, por uma relação de subjugação da mulher.

Nenhuma das músicas analisadas por nós problematiza temas políticos ou sociais de forma explícita, mas aquelas que trazem um eu lírico autoritário e possessivo, em especial, guarda proximidades com relações de opressão e discursos contemporâneos a elas relacionados.

Nas músicas interpretadas por um eu lírico masculino, o homem sofredor, em muitas situações, culpa a mulher ou se vê muito inseguro com relação a seu comportamento e à possibilidade de ser abandonado. O casamento é valorizado e desejado, e aparece também como forma de prender a mulher no relacionamento. Trata-se de aspecto a ser melhor investigado, porém as mulheres parecem, nesses discursos,

mais poderosas, e os homens fragilizados frente ao comportamento instável que elas podem assumir (e ao risco de traição).

A sofrência (embora não com este nome) já estava presente nas músicas da fase romântica do sertanejo, como podemos ver em canções como *Fio de Cabelo* (Chitãozinho & Xororó, 1982); *Desculpe, Mas Eu Vou Chorar* (Leandro & Leonardo, 1990); *Saudade Bandida* (Zezé Di Camargo & Luciano, 1993). Essa fase foi sucedida pelo sertanejo universitário que, como dissemos acima, exaltava um outro modelo de vida, trazendo uma juventude descontraída e voltada para o prazer. Nossa análise indicou que a fase atual retoma o romantismo dos anos 1980-1990, agora associado à valorização de uma relação estável (vida de família).

O modelo da masculinidade exclui, como prova de fraqueza, a imagem do homem que expõe seu sofrimento; “as emoções, os sentimentos e sua expressão são tidas como do domínio do feminino”, registra Almeida (1996, p. 15). Mas o autor também registra que é na arte, na poesia que o código social permite que se expresse aquilo que não deve ser mostrado em situações da interação cotidiana. Então esse sofrimento que o homem másculo deve controlar no seu dia a dia tem licença poética para ser cantado.

Essas reflexões destacam as contradições com que lida a música sertaneja contemporânea: a expressão do sofrimento, sem que isto comprometa a masculinidade do eu lírico sofredor; a importância social (mas também os riscos) do casamento para o homem.

Considerações finais: família e armas como ponto de sustentação

O quadro histórico e cultural brasileiro marcou duplamente o imaginário rural com os valores do patriarcalismo e da masculinidade. A ocupação de terras e a produção agrícola no país se deu, ao longo dos séculos, sob a égide do grande proprietário e das relações patrão-empregado, imprimindo muito fortemente a ideologia do “senhor” – que manda, que protege, que determina. Esse modelo patriarcal era exercido tanto nas relações externas – com subalternos e mesmo no âmbito da política – quanto internas, na esfera doméstica. O senhor que mandava em seus domínios e na política do país era também a autoridade absoluta dentro de sua família, fortalecendo na sociedade como um todo os valores machistas e a supremacia da masculinidade (de uma certa masculinidade).

A masculinidade ou, antes, masculinidades, nos lembra Kimmel (1998), são socialmente construídas (e não uma propriedade ou essência, resultado de algum atributo mítico ou biológico), e variam de acordo com a cultura e o período histórico. Analisando a versão hegemônica norte-americana de masculinidade, ele destaca como ela foi constituída na articulação da história do país com versões que surgiam na Europa e no resto do mundo²⁰.

O autor entende que

as masculinidades são construídas simultaneamente em dois campos inter-relacionados de relações de poder – nas relações de homens com mulheres (desigualdade de gênero) e nas relações dos homens com outros homens (desigualdades baseadas em raça, etnicidade, sexualidade, idade etc.) (KIMMEL, 1998, p. 3).

E destaca que existem três padrões básicos de demonstração da masculinidade: o autocontrole e domínio do corpo; o enfrentamento da natureza e de outros homens; a desvalorização de outras formas de masculinidade.

Não é nosso intento aqui discutir e caracterizar os modelos de masculinidade que se constituíram e atuam no cenário brasileiro contemporâneo, mas ressaltar a relação entre masculinidade / poder / controle, destacando que se trata de um campo de disputa de valores morais. Ora, como é muito evidente, a masculinidade é um valor forte em nossa tradição rural, resultado de várias combinações. De um lado temos a figura do patrão/patriarca, que acentua o mando e a supremacia masculina (reproduzidos por seus subalternos no trato com a própria família). Do lado do trabalhador rural, na lida com a terra e os animais, se espera força física, coragem, temeridade. Trata-se de um modelo de masculinidade que valoriza a virilidade e incorpora traços de um comportamento agonístico – o sujeito que enfrenta brigas, que não corre do adversário. Neste cenário, o uso de armas, e arma de fogo, se encaixa perfeitamente.

Voltemos ao nosso tema. Conforme analisamos acima, houve uma mudança, de natureza mais conservadora (um retorno, de certa forma), nas temáticas cantadas pelas

²⁰ Kimmel (1998) aponta dois modelos de masculinidade que coexistiam no final do séc. XVIII nos Estados Unidos: o Patriarca Gentil e o Artesão Heroico, sucedidos, a partir de meados do séc. XIX, por uma nova versão, o Self-Made Man (KIMMEL, 1998, p. 111).

músicas sertanejas dos últimos quatro anos. Essa mudança coincide com a grande reviravolta no cenário político brasileiro (*impeachment* da presidenta Dilma, governo Temer), e com uma onda de conservadorismo que vem atravessando a sociedade, representada sobretudo por certas vertentes evangélicas (neopentecostalismo). Paralelamente, esse cenário assistiu também a uma maior popularização das pautas e do movimento feminista. Importante registrar ainda que a geração de jovens dos nossos dias está vivendo um momento político e social no Brasil bastante distinto da juventude da primeira década dos anos 2000, marcado, agora, por um alto desemprego.

As músicas aqui analisadas falam de amores malsucedidos, de eu líricos que sofrem com a separação, são “revirados” pela perda da mulher amada e precisam ser “arrumados” pela nova companheira. Ao mesmo tempo, há uma insegurança e uma desconfiança no que ainda pode vir a acontecer, e uma valorização do casamento, da vida em família, no contrato que vai “segurar” a mulher. O álcool e as noitadas são trocados pelo recolhimento e pelo comedimento, num autocontrole do corpo e do espírito. Vemos aqui uma masculinidade insegura, enfrentando dificuldades para lidar com a “inconstância” das mulheres, debatendo-se entre dois modelos de mulher: aquelas que devem responder pelo seu sossego e as “insaciáveis” (ALMEIDA, 1996, p. 12).

Os cantores sertanejos que apoiaram Bolsonaro se enquadram bem no modelo de masculinidade apontado acima: defendem o controle, o uso da força, se deixam fotografar com armas e em posição de combate (veja-se fotos de Eduardo Costa; capas de disco de Léo Canhoto & Robertinho), configuram a existência de um quadro agonístico entre bandidos e “pessoas de bem”. Colocam-se em posição de defesa da família (e da propriedade, lembrando que em sua maioria são proprietários rurais), reforçando no mesmo movimento a figura do macho protetor.

Não é o caso de apontar equivalências, mas complementariedade: o modelo de masculinidade hegemônica, ameaçado pelo empoderamento das mulheres, pelo crescimento dos “outros” (“os bandidos”), numa sociedade em crise, encontra na família, no amor bem-sucedido, mas também na ordem, na disciplina e nas armas – e em Bolsonaro – seu ponto de sustentação.

Finalizando, queremos lembrar os desafios trazidos pelos estudos da música na perspectiva da comunicação – pois neste caso não se trata de uma análise musical (como

feita no campo da Música), nem de uma análise das condições de produção, de cunho mais sociológico. Interessa-nos pensar a música enquanto uma fala, inscrita num determinado campo discursivo; interessa-nos identificar as características dos emissores (cantores) e seus públicos, bem como os elementos que atuam criando a adesão.

No estudo mencionado inicialmente, sobre o posicionamento de celebridades nas últimas eleições, chamou-nos atenção o apoio entusiasta dos cantores sertanejos a Bolsonaro; buscamos analisar suas falas (que fatores eles destacaram) e em seguida olhar para as canções de maior sucesso. Zezé de Camargo, no vídeo citado, conta do apoio de seu auditório ao “mito”, o que o levou a se interessar também pela candidatura de Bolsonaro. Vimos então, no que toca ao comportamento político, uma sintonia entre cantores e seus públicos apoiando o capitão. E as características que mais se destacam são firmeza, disciplina, ordem, armas. Olhando para as músicas e para os cantores de maior sucesso, ou seja, para aqueles que alcançam maior adesão de público, nos deparamos com canções que não falam do rural, não falam da natureza, e nem de política, mas de amores mal resolvidos. Homens que sofrem (ou temem) rejeição e almejam uma situação de segurança. Essa segurança viria da constituição de uma família, de um casamento que coloque freio nas mulheres. A sofrência, neste sentido, denota uma masculinidade machucada e que busca se restabelecer, colocar as coisas novamente em ordem - assim como a candidatura de Bolsonaro pode colocar ordem no país e trazer segurança, (simbolizada pelo uso de armas). Homens armados para enfrentar bandidos e para manter suas mulheres em casa e garantir sua fidelidade. Com este movimento entendemos que conseguimos fechar um círculo; não criar relações de causa-efeito, ou buscar equivalências perfeitas, mas perceber sintonias. Cantores, canções e públicos se inserem num mesmo quadro discursivo e de valores – que é o conservadorismo e a defesa (revalorização) da masculinidade.

Referências

ALMEIDA, Miguel Vale. Género, masculinidade e poder. Revendo um caso do Sul de Portugal. *Anuário Antropológico*, Brasília, n. 95, p. 161-190, 1996.

ANTUNES, Edvan. **De caipira a universitário**: a história de sucesso da música sertaneja. São Paulo: Matrix, 2012.

FRANCA, Vera Veiga; VIEIRA, Vanrochris Helbert. Sertanejo universitário: expressão e valores de jovens urbanos no Brasil contemporâneo. **Contemporânea** (UFBA. Online), v. 13, p. 106-122, 2015.

FRANÇA, Vera; MEDEIROS, Fernanda; ALMEIDA, Maria Lúcia. “As celebridades nas eleições 2018: posicionamentos e ênfases discursivas”. In: PRADO, Denise Figueiredo. B.; TAVARES, Frederico M. B.; TAVARES, Michele S. (Orgs.) **Mídia, tempo e interações sociais**: conceitos em circulação. Belo Horizonte: Selo PPGCOM, 2020. (no prelo)

KIMMEL, Michael. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 4, n. 9, p. 103-117, out. 1998.

MARTINS, José de Sousa. **Capitalismo e tradicionalismo**: estudos sobre as contradições da sociedade agrária no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1975.

NEPOMUCENO, Rosa. **Música caipira**: da roça ao rodeio. São Paulo: Ed. 34, 2005.

ZIZEK, Slavoj. **El sublime objeto de la ideologia**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina, 2003.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 14/05/2020
Aprovado em: 24/07/2020

**A vitalidade da música na cidade de Rio das Ostras (RJ):
transformações, conflitos e negociações sociais**

*The vitality of music in the city of Rio das Ostras (RJ):
transformations, conflicts and social negotiations*

*La vitalidad de la música en la ciudad de Rio das Ostras (RJ):
transformaciones, conflictos y negociaciones sociales*

Micael HERSCHMANN¹
Flavia Magalhães BARROSO²
Cíntia SANMARTIN FERNANDES³

Resumo

A partir de observações de campo, entrevistas semiestruturadas realizadas com os atores no cotidiano entre os anos de 2018 e 2019, procurou-se neste artigo dar continuidade às reflexões em torno da trajetória da cidade balneária de Rio das Ostras (que foram iniciadas em 2015) no que tange às potencialidades transformadoras da música em contribuir de forma significativa para desenvolvimento da localidade: inclusive, o governo municipal chegou a encaminhar em 2019 a candidatura dessa urbe como cidade criativa da UNESCO. Buscou-se analisar particularmente as articulações e tensões entre os atores, especialmente nesse momento em que a gestão pública ensaia valorizar a música como vetor de desenvolvimento socioeconômico, apostando na articulação desse tipo de expressão artística com a cadeia do turismo e, de modo geral, do entretenimento.

Palavras-chave: Comunicação. Cultura Urbana. Música.

Abstract

Based on field observations, informal and semi-structured interviews carried out with the actors in the everyday between 2018 and 2019, this article sought to continue reflections on the trajectory of the seaside town of Rio das Ostras (which began in 2015) with regard to the transforming potential of music in contributing significantly to the development of

¹ Professor Titular da ECO/UFRJ e do PPGCOM da UFRJ, onde também dirige o grupo de pesquisa NEPCOM. E-mail: micael.herschmann@eco.ufrj.br. ORCID: 0000-0001-8859-0671.

² Doutoranda do PPGCOM da UERJ e pesquisadora associada do CAC/UERJ. E-mail: flaviamagalhaesbarroso@gmail.com. ORCID: 0000-0003-3750-0968.

³ Professora do FCS/UERJ e do PPGCOM da UERJ, onde também dirige o Grupo de pesquisa CAC. E-mail: cintiasan90@gmail.com. ORCID: 0000-0002-7501-6387.

the locality: in 2019, the municipal government even forwarded the candidacy of this locality as a creative city of UNESCO. We sought to analyze particularly the articulations and tensions between the actors, especially when public management tries to value music as a vector of socioeconomic development, betting on the articulation of this type of artistic expression with the tourism and, in general, entertainment.

Keywords: Communication. Urban Culture. Music.

Resumen

Basado en observaciones de campo, entrevistas semiestructuradas llevadas a cabo con los actores en su vida cotidiana entre los años 2018 y 2019, este artículo buscó continuar las reflexiones sobre la trayectoria de la ciudad de Rio das Ostras (que comenzó en 2015) con respecto al potencial transformador de la música para contribuir significativamente al desarrollo de la localidad: en 2019, el gobierno municipal incluso envió la candidatura de esta ciudad como ciudad creativa de la UNESCO. Analizamos particularmente las articulaciones y tensiones entre los actores, especialmente en este momento cuando la gestión pública trata de valorar la música como un vector de desarrollo socioeconómico, apostando por la articulación de este tipo de expresión artística con la cadena turística y, en general, del entretenimiento.

Palabras clave: Comunicación. Cultura urbana. Música.

Força movente da música

Neste artigo busca-se dar continuidade à cartografia (LATOUR, 2012) e às reflexões que vêm sendo desenvolvidas a respeito da trajetória recente da cidade balneária e fluminense de Rio das Ostras desde 2016⁴, repensando especialmente o papel da música na promoção de “desenvolvimento local”⁵ para esse território. Ou melhor: buscou-se avaliar os desdobramentos da articulação entre a trama comunicacional, o investimento na música como fator relevante de mobilização social (que incrementa o turismo e o dinamismo sociocultural local) e as políticas públicas que vêm sendo implementadas recentemente no cotidiano dessa urbe. Parte-se do pressuposto que a música pode se constituir em um vetor fundamental para a construção de territorialidades significativas,

⁴ Os primeiros resultados parciais desta pesquisa estão registrados no artigo intitulado “Rio das Ostras, cidade do jazz” (HERSCHMANN *et al.*, 2017).

⁵ Vale salientar que o debate efetivamente contemporâneo em torno do desenvolvimento não passa, hoje, por uma perspectiva desenvolvimentista, mas sim pelas discussões associadas ao desenvolvimento local, bem como por aqueles referentes à necessária articulação entre os diversos atores envolvidos no processo de desenvolvimento (mais detalhes, cf. BUARQUE, 2008; COCCO, 2003).

sobretudo no Estado do Rio de Janeiro, conforme vem sendo assinalado em trabalhos publicados nos últimos anos (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014).

Na pesquisa mais recente feita nesta cidade balneária⁶ foi possível atestar processos de continuidades e descontinuidades importantes envolvendo os atores nas suas associações: salienta-se a relevância das controvérsias nas “cenas musicais”⁷ locais, isto é, notadamente as iniciativas que envolvem a música ao vivo vêm colaborando significativamente para converter Rio das Ostras em uma localidade mais democrática (com melhores níveis de inclusão e participação social).

A análise apresentada toma como referência não só as observações de campo que foram realizadas durante o ano de 2019, mas também as entrevistas informais e semiestruturadas elaboradas com frequentadores, músicos, produtores culturais, lideranças locais e empresários. Vale sublinhar ainda que este artigo traz os resultados parciais de uma pesquisa mais ampla que analisa a capacidade da cultura musical – realizada pelos atores nos espaços públicos e privados – de ressignificar quatro cidades do Estado do Rio que estão sendo atualmente investigadas (a saber: Rio das Ostras, Paraty, Conservatória e Rio de Janeiro).

Na continuidade da pesquisa cartográfica nessa macrorregião, foi possível constatar a vitalidade da música: a capacidade dessa atividade urbana e sensível de colocar em evidência transformações, conflitos e negociações sociais. Referencia-se assim enquanto ponto de partida das estratégias metodológicas empregadas, o necessário acompanhamento dos atores e das cenas musicais num contínuo “abrir de caixas pretas” – possibilitado pelo movimento do pesquisador no trabalho de campo – processo

⁶ Expressa-se aqui o agradecimento às agências de fomento do país – CAPES, CNPq e FAPERJ – pelos apoios concedidos para o desenvolvimento desses estudos.

⁷ O termo foi cunhado em 1991 pelo comunicólogo canadense Will Straw na conferência intitulada “The music industry in a changing world” e é bastante empregado nos Estudos de Som e Música realizados no Brasil. O conceito de modo geral designa as alianças e coalizões ativamente criadas e mantidas pelos atores, através das quais são articuladas formas de comunicação que contribuem para delinear territorialidades e fronteiras socioculturais. Ressalta-se que, com frequência, é confundido com o emprego difuso que é feito pelos atores e pelo jornalismo cultural. Sobre a importância desse conceito para o campo de comunicação, conferir Janotti Jr. e Sá (2013).

referenciado pela “Teoria Ator-Rede” (LATOURE, 2012; LEMOS, 2013).⁸ Trata-se de considerar as experiências musicais (especialmente as que gravitam em torno das apresentações ao vivo) – mais ou menos institucionalizadas; e mais ou menos visíveis e perenes na cidade – enquanto práticas expressivas da urbe que sugerem “astúcias e táticas”⁹, “controvérsias” (LATOURE, 2012) e dinâmicas de articulação entre os atores.

A retomada deste estudo tornou-se especialmente relevante tendo em vista a candidatura dessa cidade ao longo de 2019 ao selo de Cidade Criativa da UNESCO (na categoria música). A candidatura dessa urbe vem mobilizando os atores e segue gerando controvérsias: faz com se questione mais intensamente o projeto de constituição de uma cidade criativa. Muitos deles se perguntam que formatos, práticas sociais e experiências musicais legitimariam a concessão de tal título à cidade (os questionamentos aqui apresentados fazem parte de um conjunto de críticas já analisadas em trabalhos anteriores¹⁰). A hipótese que norteia os argumentos desenvolvidos neste artigo é que a candidatura da cidade a esse selo da UNESCO poderia se constituir em uma oportunidade significativa para integrar mais esse território, isto é, seria uma ocasião relevante para os

⁸ A Teoria Ator-Rede (TAR) é uma corrente da pesquisa em teoria social fundada nos anos de 1990, a partir da obra de Michel Callon, Bruno Latour e John Law. Notabilizada no Brasil, especialmente nas Ciências Sociais (e no campo da Comunicação) pelo trabalho de Latour: a TAR valoriza imensamente o empirismo e trabalho de campo (o empenho dos investigadores em rastrear as agregações dos atores) e, ao mesmo tempo, dirige severas críticas à perspectiva “generalizadora” (produtora de sínteses e/ou quadros de referência) da sociologia convencional e da chamada “Sociologia Crítica”. Em linhas gerais, Latour propõe que se migre de uma “Sociologia do Social” para uma “Sociologia das Associações”. Assim, pode-se afirmar que, por um lado, essa teoria desconstrói a sociologia das categorias universais (essa corrente de estudo mais interessada nos momentos em que as dinâmicas de agregação social ocorrem); e, por outro, vale sublinhar que a “Cartografia das Controvérsias” se constituiria na aplicação, isto é, mais precisamente no método de pesquisa da TAR. Dentre esses procedimentos metodológicos poder-se-ia destacar os seguintes: a) deve-se ouvir os envolvidos direta e indiretamente; b); observar vários pontos de vista, empregando inúmeros métodos de análise e de observação; c) procurar fazer uma boa descrição da controvérsia pesquisada; d) e, finalmente, dar peso proporcional aos actantes envolvidos. Mais detalhes, conferir Lemos (2013). Informações disponíveis em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Teoria_ator-rede, acesso em: 15 fev. 2020.

⁹ Em sua obra clássica sobre as “artes do fazer” (cotidianas) Certeau desenvolve uma perspectiva de análise profícua para o estudo de caso das práticas dos atores na cidade de Rio das Ostras, pois ele enfatiza a possibilidade de identificar diferenças e perceber as micro-resistências no dia a dia (astuciosas e táticas) dos atores, as quais são capazes de afetar significativamente as relações de poder e as dinâmicas na localidade (CERTAU, 1994).

¹⁰ Vale destacar a publicação organizada por Fernandes e Herschmann (2018), a qual reúne artigos que se inserem na discussão cidades criativas: artigos reunidos deslocam os argumentos que se centram, em geral, numa discussão sobre potencialidades e limites das economias criativas institucionalizadas dos territórios, em direção a uma reflexão que tenta dar conta de múltiplos aspectos – especialmente políticos e culturais – que envolvem as “cidades musicais”.

atores atuarem mais endogenamente, na qualidade de protagonistas do desenvolvimento local, agenciando direta e indiretamente a música e “cultura como recurso”.¹¹

Há um empenho aqui em apresentar questões vinculadas não só às práticas musicais institucionalizadas (protagonizadas em Rio das Ostras pelo “megaevento”¹², no qual se constitui o festival anual de Jazz & Blues), mas também de considerar as iniciativas musicais espontâneas – que se constituem de forma mais temporária e menos visível – que por vezes participam de forma “astuta e/ou tática” (CERTEAU, 1994) nos processos de (re)construção de imaginários e ritmos do dia a dia da urbe. Buscou-se analisar particularmente as articulações e tensões entre os atores, especialmente no momento em que a gestão pública ensaia valorizar a música como vetor de desenvolvimento socioeconômico, apostando na articulação dessa atividade artística com a cadeia do turismo, gastronomia e, de modo geral, do entretenimento. Assim, com objetivo de construir cartografias sensíveis dessa urbe: seguiu-se as dinâmicas de “reagregação dos atores”, “rastreou-se as controvérsias” presentes nesse território e tentou-se abrir as “caixas pretas”¹³, visando assim uma melhor compreensão das potencialidades e dos desafios enfrentados nessa localidade.

Cidade em trânsito

A partir de uma perspectiva limitada aos dados estatísticos e a motivação econômica da fundação da cidade, Rio das Ostras por vezes é considerada uma “cidade de passagem” que cumpriria apenas a função de acolher por um tempo a mão de obra do

¹¹ Yúdice salienta que hoje no mundo de tendências neoliberais, de modo geral, há uma grande expectativa dos atores de que o campo da cultura dê conta: não só em administrar as tensões políticas presentes no mundo contemporâneo (de tendência multicultural), mas também que se constitua em um vetor capaz de alavancar o desenvolvimento das localidades em função da sua capacidade de incrementar o turismo e o marketing territorial (YÚDICE, 2005).

¹² Sobre o conceito de eventos e megaeventos vale algumas considerações: Contrera e Moro (2008) salientam que as festas (comemorações, eventos e rituais) sempre estiveram presentes na vida social e que os megaeventos surgiram, posteriormente, no século XX, com a emergência da cultura de massa (ou seja, relaciona a condição de megaevento ao contingente de público mobilizado). Já Vargas e Lisboa (2011) destacam a condição temporária e ocasional dos eventos, distanciando esses da rotina do cotidiano.

¹³ Quando o pesquisador e cartógrafo (que emprega a Teoria Ator-Rede) segue os atores, isto é, persegue aquilo que ainda não está estabilizado, ou seja, o que não é ainda propriamente consensual, eventualmente consegue abrir algumas “caixas pretas” em diferentes contextos. Busca-se realizar aqui uma “cartografia das controvérsias” – na medida em que esses são fenômenos ricos a serem observados na vida coletiva – explorando temáticas não consensuais ou polêmicas, ou seja, tópicos que não estão já estabilizados no meio social. Mais detalhes, ver: Lemos (2013).

setor petrolífero, sujeita a flutuações do mercado, sem que seus moradores construíssem propriamente vínculos ou práticas produtivas na cidade.¹⁴ A transitoriedade da população é vista ainda como tendo sido incrementada pela chegada da Universidade Federal Fluminense em 2003, na localidade.¹⁵ A presença de uma população transitória, contudo, deve ser avaliada não só a partir dos parâmetros estatísticos, mas também deve levar em conta as relevantes trocas culturais que se constituem no encontro de diferentes fluxos populacionais tais como caiçaras nativos, trabalhadores do setor de petróleo, profissionais do turismo e estudantes universitários, entre outros. Nesse sentido, Carlos Henrique Pimentel, assessor da Fundação Rio das Ostras de Cultura faz o seguinte comentário:

É equivocado considerar Rio das Ostras como uma “cidade dormitório”(…). Na realidade é uma “cidade em trânsito”, na qual se identifica o encontro de várias trajetórias, culturas e memórias. Aqui há uma diversidade cultural expressiva, e é justamente isso que se constitui em uma riqueza da cidade. Precisamos começar a assumir isso como um aspecto positivo, como uma marca local.¹⁶

É interessante assinalar ainda que, apesar de ser um município jovem e do rótulo de “cidade dormitório”, Rio das Ostras conta com equipamentos culturais importantes, tais como o Centro de Formação Artística (conhecido como ONDA); o Teatro Popular; um Museu dedicado à cultura sambaqui; a Biblioteca Municipal; a Casa de Cultura; a Fundação de Artes e Ofícios; e a Concha Acústica (utilizada para diversos tipos de apresentações culturais). Portanto, é uma cidade que pode ser considerada como sendo razoavelmente bem servida de equipamentos culturais públicos, especialmente quando é comparada com os municípios vizinhos da Região dos Lagos.

Especificamente no âmbito musical podemos destacar: a) as ações institucionalizadas locais como, por exemplo, os cursos de coral e música oferecidos pela

¹⁴ Rio das Ostras é uma pequena cidade fluminense, emancipada de Casimiro de Abreu em 1992. Tem a população estimada em 150 mil pessoas e destaca-se por ter apresentado o maior índice de crescimento populacional do Estado (em média 11% ano até 2010). O crescimento exponencial da população é atribuído principalmente à exploração de petróleo na Bacia de Campos. O *boom* do mercado petrolífero na década de 1980 atraiu trabalhadores diretos e indiretos do setor a residir nessa região.

¹⁵ Ressalta-se que esse balneário recebe estudantes em trânsito de todo o Brasil que passam a residir em Rio das Ostras. Em sua maioria, eles circulam para as suas cidades de origem durante todos os anos de (pós)graduação, retornando para as mesmas no final dos seus cursos.

¹⁶ Entrevista concedida aos autores por Carlos Pimentel, assessor da FROC, em 15/08/2019.

ONDA e por artistas que compõe a orquestra municipal;¹⁷ b) as iniciativas musicais turísticas como o SESC Verão¹⁸, o Festival de Covers¹⁹ e de forma mais destacada, o Festival de Jazz & Blues²⁰; c) iniciativas independentes tais como o tradicional OstraCycle²¹ (que acontece também uma vez por ano); d) as apresentações oferecidas regularmente pelas bandas independentes nos espaços da Taberna da Amendoeira e da Confraria do Jamelão; e) e, finalmente, as práticas culturais que ocupam os espaços públicos, tais como as rodas de Hip Hop e Rima, que acontecem regularmente na Praça dos Três Morrinhos.

A partir do trabalho de campo realizado, foi possível identificar que há inúmeras controvérsias envolvendo os atores locais sobre de que forma melhor empregar a “música como um recurso” (YÚDICE, 2005) e, esse fato inclusive se expressa nas distintas ações do poder público. Conforme foi relatado pela secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico do município, Aurora Siqueira, a música é parte central do projeto turístico local, planejado para os próximos anos pela gestão atual. Para essa autoridade local, a música deverá desempenhar cada vez mais um papel fundamental para o desenvolvimento socioeconômico através do turismo. Na sua perspectiva, “(...) a música como atividade de entretenimento seria capaz de atrair o turismo de alto poder aquisitivo e mesmo fora dos períodos de alta temporada e, portanto, deve ser organizada em uma programação mais eclética e mais familiar”.²²

¹⁷ Estas iniciativas são administradas pela Fundação Rio das Ostras de Cultura (FROC) e tem como objetivo a profissionalização de músicos locais e atender estudantes de escolas públicas locais.

¹⁸ O Festival de Verão atrai diariamente cerca de 5 mil pessoas aos *shows* de cantores e bandas populares associados a variados gêneros musicais. O festival acontece durante a alta temporada e é financiado através de parcerias público-privadas.

¹⁹ O Festival de Covers teve sua primeira edição em 2019 e contou com inscrições de grupos musicais de todo o país. O planejamento para 2020 é que o festival amplie seu tamanho, sendo inclusive reconhecido como o mais importante do país.

²⁰ O Festival de Jazz & Blues é financiado também através de parcerias público-privadas e é considerado a iniciativa institucional musical de mais destaque na cidade em razão não só da sua continuidade (desde 2003 o festival vem sendo regularmente realizado), mas também em função de ser o projeto de música de maior envergadura (isto é, aquele que mobiliza mais mão-de-obra e recursos da prefeitura). Informações mencionadas em entrevista realizada com Aurora Siqueira, Secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Rio das Ostras em 05/12/2019.

²¹ O Ostracycle é um encontro anual de motoqueiros, no qual ocorrem apresentações de espetáculos envolvendo motos, feira de gastronomia e alguns concertos de música ao vivo. O evento é realizado há mais de 25 anos e colabora para fomentar o turismo na baixa temporada da cidade.

²² Entrevista concedida aos autores por Aurora Siqueira, Secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico, em 05/12/2019.

Apesar da tendência de valorização da música hoje, vários autores sublinham em conversas informais (realizadas no trabalho de campo) que há pouco espaço para o “som autoral e independente” nessa urbe, o que termina por forçar muitas vezes a saída desses músicos da região e/ou leva esses artistas a buscarem outras ocupações profissionais. Além disso, os alunos do curso de Produção Cultural (da Universidade Federal Fluminense) com frequência questionam não só o pouco espaço de participação nos projetos culturais da cidade, mas também a constante descontinuidade dos eventos produzidos nesse território.

Levando em conta as vozes dos atores mencionados aqui brevemente, é possível constatar que Rio das Ostras vem tentando desde 2019 construir de forma mais ou menos endógena – seja pela via tendencialmente mais privada ou pública – um projeto de desenvolvimento para a cidade (ainda que com inúmeros impasses, desafios e contradições), ainda que, em alguns momentos, venham se reproduzindo ali estratégias de *city marketing* adotadas em outras urbes de perfil mais turístico (REIS, 2012). Além disso, outra indagação que foi sugerida pelos atores é se a trajetória da cidade – caracterizada pelo constante trânsito de populações de origens variadas e interesses diversos – não poderia com o tempo vir a contribuir de alguma maneira para a conversão de Rio das Ostras em uma “cidade criativa”²³ (VIVANT, 2012; REIS, 2012), isto é, em um território no qual os atores através de práticas associativas conseguiriam articular de forma sinérgica recursos e fluxos culturais heterogêneos, gerando serendipidades,

²³ Vale ressaltar que a tendência da maioria dos técnicos que trabalham em Rio das Ostras é a de considerar as cidades criativas (e musicais) de uma perspectiva mais tradicional: como uma vocação regional e caracterizada por centros de excelência tendencialmente institucionalizados. Inclusive, eles vêm buscando o reconhecimento por parte de organismos internacionais tais como a UNESCO. Aliás, em 2004 a UNESCO a criou Rede de Cidades Criativas para promover a cooperação com e entre as cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. As centenas de cidades que atualmente compõem essa rede da UNESCO têm supostamente um objetivo comum: colocar a criatividade e as indústrias culturais no coração de seus planos de desenvolvimento a nível local e cooperar ativamente a nível internacional (mais detalhes, conferir: <http://en.unesco.org/creative-cities/home>). Valeria a pena ainda sublinhar que um pouco distinto da noção de *cidades musicais* (como modalidade de “cidade criativa”), tal como foi formulada pela UNESCO, emprega-se este conceito aqui para designar localidades que possuem “territorialidades sônico-musicais” significativas que, pela ação ao longo do tempo, promovem expressivas modificações no imaginário e cotidiano urbano). Ou seja, essas “territorialidades sônico-musicais” (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014) – pela recorrência da sua presença, intensidade dos afetos suscitados (que promovem enorme mobilização), pluralidade e pela sua multiplicação em diversas áreas – acabam produzindo efeitos significativos em partes da cidade ou na urbe como um todo.

inovações e adensamentos nesse território, os quais possibilitariam alterar significativamente a qualidade de vida e os patamares de desenvolvimento local.

Relevância e limites do Festival de Jazz & Blues

Esse festival começou a ser realizado em Rio das Ostras em 2003²⁴, ganhando rapidamente grande visibilidade no cenário nacional. O evento é gratuito, aberto e possui atrações locais, nacionais e internacionais, promovendo entretenimento por aproximadamente sete dias de atrações musicais dentro do gênero, distribuídas em palcos pela cidade, sendo eles: Praia de Costa Azul, Praia da Tartaruga, Lagoa do Iriri e Concha acústica. Desde a primeira edição, a duração do evento, bem como a distribuição dos shows nos palcos vem sofrendo algumas alterações, que visam ajustá-lo a dificuldades estruturais, financeiras e até climáticas.

Conforme apresentado no estudo anterior realizado (HERSCHMANN *et al.*, 2017), é inegável que o Festival de Jazz & Blues consolidou-se como uma iniciativa atraente muito relevante para a cidade de Rio das Ostras, no que tange ao seu impacto socioeconômico, especialmente para o setor turístico. Conforme dados levantados, é possível afirmar que o evento vem possibilitando, de forma significativa, a geração de renda e emprego para a população, bem como o incremento da atividade econômica no município há mais de uma década. Em 2019, a secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico relatou que o município injetou R\$ 500 mil no evento, sendo o restante do investimento captado através da participação da iniciativa privada (algo em torno de R\$ 900 mil). Em contrapartida, o retorno econômico no território foi estimado em aproximadamente R\$ 8 milhões por essa mesma técnica da prefeitura.

É importante salientar que esse festival promove não apenas “externalidades positivas”²⁵ para as atividades econômicas, mas também gera benefícios no cotidiano da cidade como: o surgimento de oficinas de música, oportunidades para o comércio formal e informal, incentivos acadêmicos e revitalização de ambientes e equipamentos urbanos

²⁴ Para mais detalhes sobre a trajetória do festival, consultar: Herschmann *et al.* (2017).

²⁵ As externalidades são os efeitos secundários gerados por uma atividade qualquer e podem ser positivas, quando desejadas, ou negativas, quando indesejadas. As externalidades de um território, por exemplo, podem ser a infraestrutura ou as vocações culturais da localidade, os recursos humanos e naturais disponíveis numa localidade, entre outros (COCCO, 2003).

(que antes estavam abandonados ou relegados a um segundo plano pela administração pública local, como é o caso, por exemplo, da Concha Acústica). É interessante notar ainda que o público local é incorporado sistematicamente ao evento: de acordo com dados da Secretaria de Turismo, a participação dos riostrenses durante as atrações principais é da ordem de mais de 70% ao longo das últimas duas décadas.

Em trabalho anteriormente realizado indagou-se se as externalidades positivas identificadas na cidade seriam realmente promovidas pelo Festival de Jazz & Blues. Muitos atores ponderaram com razão que o IDH alcançado na localidade é resultado em grande medida dos royalties do petróleo (proveniente da Bacia de Campos), sem os quais seria impossível fazer investimentos públicos no território (inclusive incentivando as atividades culturais que se desenvolvem ali). Essa ponderação não só se faz necessária, mas fundamental: tendo em vista que, até 2018, grande parte do patrocínio concedido ao Festival de Jazz & Blues tem sua origem nas 40 empresas do setor petrolífero que atuam na região. Levando-se em conta a falta de disposição do comércio local em apoiar esse festival, pode-se afirmar que a viabilidade desse megaevento tem dependido – mesmo nesse contexto de crise – de recursos e apoios oriundos do setor do petróleo.

Em 2019, percebemos que as dificuldades vêm levando os organizadores a tentar buscar diversificar o leque de patrocinadores desse megaevento, o que levou à consolidação de uma parceria com o SESC local. Conforme dados fornecidos pela Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico, essa instituição foi o principal financiador do Festival de Jazz & Blues e é ainda o principal parceiro do Festival de Verão, inclusive rebatizado, em 2019, de SESC Verão.

Temos que entender que as empresas que incentivam a cultura aqui estão ligadas ao petróleo e ao gás e, portanto, temos perdido importantes recursos nos últimos anos com a crise do petróleo. Em 2019, a nossa sorte foi contar com o SESC que abraçou a nossa grade de eventos anuais de entretenimento. Os recursos dos royalties que são poucos e dispomos vêm sendo utilizados para o saneamento e a saúde da cidade. Assim, temos buscado alternativas junto a outros parceiros.²⁶

²⁶ Entrevista concedida aos autores por Aurora Siqueira, Secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico, em 05/12/2019.

Muitos atores entrevistados têm manifestado o seu desconforto com esse quadro de dependência da cidade em relação aos royalties de petróleo, isto é, demonstraram insatisfação em relação às oscilações de mercado, a quanto isso afeta as atividades criativas na região.

Gostaríamos de estar discutindo sobre como incrementar o turismo e a nossa economia criativa. Na nossa avaliação, infelizmente a cidade segue muito dependente dos royalties de petróleo, que aliás é um recurso muito escasso que pode se esgotar naturalmente. Acreditamos que a economia criativa oferece alternativas para a cidade. Talvez possamos construir assim um futuro mais sustentável.²⁷

Ainda sobre os desafios e as controvérsias relacionadas ao Festival de Jazz & Blues, é imprescindível sublinhar as críticas não só à pouca participação de músicos e artistas locais, mas também do baixo aproveitamento dos ex-alunos formados em produção cultural nesse evento. Sobre a pouca incorporação dos músicos locais, é possível tecer alguns comentários relevantes. Esse festival conta como um dos seus “palcos alternativos” a Casa do Jazz, que é administrada pela Fundação de Cultura (com a função de promover espaços para apresentação de artistas independentes). Na Casa do Jazz estão reunidos alguns estandes que divulgam trabalhos de artistas locais como, por exemplo, os desenhos do Coletivo Barteliê e os discos do tradicional Clube do Vinil, bastante conhecido no balneário.

Poderíamos nos perguntar como o Festival de Jazz & Blues de fato afeta positivamente a vida do músico de Rio das Ostras? A Casa do Jazz que é uma proposta bacana, infelizmente, é muito tímida, que pouco colabora com os artistas locais. Infelizmente, as lideranças da cidade não pensam nos músicos quando promovem eventos (...). Já toquei no festival muitas vezes e nunca aconteceu nenhum desdobramento por conta disso.²⁸

Em vários relatos colhidos e nas observações participantes de alguns festivais foi possível identificar algumas das dificuldades que vêm sendo enfrentadas pelos atores que compõem as cenas culturais locais.

²⁷ Entrevista concedida aos autores por Carlos Pimentel, assessor da FROC, em 15/08/2019.

²⁸ Entrevista concedida aos autores por Diogo Spadaro, músico da banda Os Abufelados, em 30/10/2019.

Há uma falta de cuidado evidente com os profissionais da cena musical local. Você constata a diferença de tocar em um palco ou em outros. Infelizmente em um lugar como a Casa do Jazz as coisas não acontecem como nos palcos principais, de forma profissional (...). Se você quiser mostrar o seu trabalho nesse festival, você lamentavelmente já sabe que os poucos que tocam ali o fazem de forma gratuita.²⁹

Pelo que foi apurado até o momento, o estudo de caso de Rio das Ostras indica que o festival – como estratégia deflagradora de amplos processos que podem alavancar de forma mais capilar o desenvolvimento socioeconômico – ainda se constitui em uma iniciativa pontual, que engaja apenas limitadamente os atores locais. Assim, há o risco de se perpetuar como estratégia relevante de *city marketing*, a qual gera inegavelmente alguns resultados positivos, mas que, de modo geral, proporcionou até o momento benefícios diretos e indiretos limitados à população desse território.

Ao mesmo tempo, pode-se afirmar que algumas lideranças vislumbram no horizonte alternativas para a cena local com a “ampliação da estrutura e temporalidade festival”.

Esse festival é maravilhoso para a cidade, mas queremos que num futuro próximo o evento tivesse também outras diretrizes. Gostaríamos que o evento tivesse uma duração mais contínua e não só sazonal. A última edição movimentou mais de R\$ 5 milhões para a cidade em quatro dias. Chegamos à conclusão que seria mais proveitoso se o evento movimentasse menos, mas que acontecesse durante mais dias do ano (...).³⁰

Para 2021, técnicos do município prospectam mudanças: em entrevistas realizadas salientam a relevância de instituições “parceiras” tais como SESC, SENAI e SEBRAE, as quais já teriam inclusive “comprado” a proposta.

Encaminhamos essa proposta para o SESC, SENAI e SEBRAE. Gostaríamos de montar um evento com uma duração ampliada, durante a qual aconteceriam evidentemente concertos, mas também oficinas e cursos destinados a população. A FROC vai entrar com os instrumentos e os professores para os cursos. Portanto, a nossa intenção é fazer um

²⁹ Entrevista concedida aos autores por Cau Barros, músico da banda Os Abufelados, em 30/10/2019.

³⁰ Entrevista concedida aos autores por Renata Cabral, assessora da FROC, em 15/08/2019.

evento mais estendido, totalizando um mês ou mais, especialmente dedicado ao jazz & blues.³¹

Candidatura ao selo “Cidades Criativas” da UNESCO

A candidatura de Rio das Ostras ao selo Cidades Criativas da UNESCO foi conduzida pela Fundação Rio das Ostras de Cultura (FROC) de maneira articulada ao poder público municipal. Nesse sentido, a atual gestão municipal tem feito esforços na tentativa de alinhar as políticas culturais da cidade ao Sistema Nacional de Cultura, de modo a implementar mecanismos viabilizadores da participação cidadã. Inclusive, em 2017, a FROC criou o Plano Municipal de Cultura com metas e diretrizes de cada setor, conforme citado acima, bem como a eleição do conselho de cultura formado por titulares do poder público e nove representantes da sociedade civil³². Para os técnicos da prefeitura, o formato dessa fundação confere a mesma agilidade no estabelecimento de novos marcos legais para a área da cultura.³³

O processo de candidatura ao selo da UNESCO é iniciado a partir do momento em que a cidade ganha o edital promovido pelo Ministério da Cultura que concedia uma consultoria para a confecção do dossiê de candidatura ao selo da UNESCO. A escolha da categoria música foi realizada através de consultoria organizada pela FROC, em função de ser historicamente o setorial cultural que possui iniciativas institucionalizadas e investimentos mais diversificados, tais como: a escola local para a formação de músicos;

³¹ Entrevista concedida aos autores por Aurora Siqueira, Secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico, em 05/12/2019.

³² O Plano Municipal de Cultura, bem como atas e demais documentos referentes ao Conselho Municipal de Cultura estão disponíveis em: <<http://conselhodeculturariodasostasras.blogspot.com>>, último acesso: 04.01.2020.

³³ É relevante destacar certas particularidades sobre essa fundação. A FROC é fundada em 1997 quando a cidade opta por não ter exatamente uma Secretaria Municipal de Cultura dentro da gestão cultural do município, mas sim uma Fundação. A estrutura de fundação possui algumas particularidades, são elas: a) a unidade orçamentária independente. A FROC não possui um percentual orçamentário congelado, como ocorre com as secretarias de saúde e educação da cidade, sendo esta uma das principais reivindicações do setor. Diante disso, a fundação possui uma unidade orçamentária independente, podendo atuar de forma mais ágil e captar recursos externos (para além do próprio orçamento municipal). Na avaliação de técnicos da Fundação, foram citados alguns benefícios deste modelo: a) agilidade nas licitações, contratações e formulações de projetos; b) flexibilidade orçamentária por acelerar as parcerias público-privadas e por conceber a fundação também como uma prestadora de serviços; c) maiores possibilidades de construção de marcos legais, por incorporarem a máquina jurídica, que viriam a promover maior continuidade nas políticas públicas de cultura do município, questão identificada como sendo um dos grandes desafios da Fundação (para mais informações, conferir *idem.*).

a orquestra e coral da cidade em funcionamento há vários anos; o megafestival anualmente dedicado ao Jazz & Blues (em funcionamento há quase duas décadas); os espaços privados dedicados à cena local e independente; as rodas frequentes de hip hop; e, finalmente, a relação histórica da cidade com compositores e músicos renomados do país.

Fizemos uma grande pesquisa e conseguimos construir o dossiê. Isso foi muito importante porque na verdade colocou a gente diante de um “diagnóstico” revelador e muito relevante. Pudemos constatar neste documento onde estão os gargalos e as fragilidades da cidade. Ao mesmo tempo, pudemos vislumbrar como a comunidade vê a gestão musical aqui dentro da cidade, tanto por parte do poder público quanto por parte do setor privado. Através desse dossiê pudemos compreender melhor a relação dos músicos locais com a sociedade de um modo geral. Então esse dossiê vai ser importante para as futuras iniciativas. Nós levantamos dados muito importantes que seguem gerando reflexões.³⁴

Durante o processo de elaboração do dossiê e candidatura, os técnicos e assessores relatam que os moradores locais, de maneira geral, apoiaram essa iniciativa. A categoria dos músicos, contudo, apresentou certa resistência à candidatura, tendo em vista críticas e desafios experienciados por eles no cotidiano. De qualquer modo, de acordo com as entrevistas realizadas, a proposição ao selo da UNESCO promoveu um diagnóstico aprofundado das cenas musicais e das políticas públicas que tinham sido implementadas até aquele momento pela Fundação. Dentre as questões abordadas, poder-se-ia destacar: a) as percepções críticas dos músicos locais em relação ao Festival de Jazz & Blues; b) as dificuldades de absorção do músico profissionalizado na cidade pelo mercado de música local; c) a identificação de desafios específicos na formação de plateia para a música autoral; d) a existência de um mercado de música ainda pouco explorado; e) carência de medidas de proteção ao músico da noite como a garantia da cobrança de cachê; e) e, finalmente, as projeções de que cenas independentes mais consistentes poderiam vir a se desenvolver, mas que essas necessitariam de maior apoio por parte do poder público.

³⁴ Entrevista concedida aos autores por Carlos Pimentel, assessor da FROC, em 15/08/2019.

Técnicos da FROC tecem alguns comentários sobre as críticas que já foram mencionadas aqui e, em sua grande maioria, são direcionadas às limitações da proposta do Festival Jazz & Blues.

No dossiê ficou evidenciado como os músicos, na verdade, enxergam o Jazz & Blues. O fato é que os músicos locais não estão se sentindo empoderados nesse evento, isto é, esses artistas percebem que não tem lugar como protagonistas no festival (...). A condição deles é bem diferente daquela dos músicos de outros países ou de outras cidades do país que vêm tocar aqui.³⁵

Eles comentaram também que os músicos profissionalizados – através dos cursos técnicos oferecidos pelas Fundação – muitas vezes não encontram espaços e oportunidades para transformar este conhecimento em uma fonte de renda no dia a dia.

Apesar de dispormos de uma escola profissionalizante de música, poderíamos nos perguntar: até que ponto esses artistas locais estão realmente preparados para enfrentar esse complicado mercado? Além disso, por mais que tenhamos os espaços da Taberna da Amendoeira e da Confraria do Jamelão lamentavelmente não há muitas outras possibilidades de espaços na cidade. Como alternativa vários músicos acabam produzindo eventos, pois do contrário não tocariam em nenhum outro lugar (...). Infelizmente, muita gente desiste de lutar por uma cena musical local e acaba se mudando para a cidade do Rio de Janeiro.³⁶

A carência de espaços voltados especificamente às apresentações das cenas musicais locais aparece como uma queixa constante nas conversas informais realizadas, inclusive entre os empreendedores locais. Os empresários que atuam no mercado da gastronomia e da noite de Rio das Ostras, de modo geral, apostam no consumo de bebidas e comidas, sem que os concertos ao vivo se constituam em um importante diferencial para os bares e restaurantes.

Se pensarmos que se trata de uma cidade pequena, pode-se dizer que temos um razoável mercado de música da noite. Um percentual dos bares eventualmente paga um músico – em geral isolado – para incrementar um pouco o ambiente. Então o artista que mantém o cliente consumindo pode vir a interessar algum empresário. Contudo, de modo

³⁵ *Idem.*

³⁶ Entrevista concedida aos autores por Renata Cabral, assessora da FROC, em 15/08/2019.

geral, lamentavelmente não se prestigia muito o músico. Os empresários costumam não oferecer em novas atrações para o lugar: ou seja, para esses empreendedores investir em música não faz parte exatamente das estratégias para formação de novos segmentos de público consumidor.³⁷

Apesar disso, algumas exceções na cidade foram identificadas, de empresários que prestigiam esses artistas.

É possível identificar algumas casas noturnas que são emergentes no mercado de música ao vivo. É o caso da Confraria do Jamelão, a Amendoeira, o Trik Trik, que são pontos que já têm outra relação com os músicos. Estão conscientes de que a música contribui para o sucesso do seu negócio. Aliás, são lugares onde há inclusive espaço para a música autoral e para outros estilos que não são só os mais populares.³⁸

É importante salientar que foi mencionado por diferentes atores a necessidade urgente de iniciativas de formação de novos públicos. Para que as iniciativas privadas de espaços musicais se tornem atrativas para o empresariado e sustentáveis para a cidade na absorção desta mão de obra qualificada, é fundamental fomentar também a demanda do público. Nesse sentido, Regina Muniz, proprietária da Taberna da Amendoeira (bar que existe há mais de vinte anos com forte vínculo com apresentações de jazz e de música autoral) argumenta que concertos realizados em espaços públicos poderiam vir a se constituir em um caminho para a ampliação dessa demanda. Ela menciona (ao lado de outros entrevistados) a dificuldade para a realização de eventos de música nas ruas da cidade.

Acho que falta em Rio das Ostras um bom trabalho de formação de público interessado na música local. Realizar música ao vivo no espaço público poderia ter um efeito educativo. Isso é importante pois as pessoas vão se habituando a consumir esses concertos em eventos gratuitos. Há muitas proibições e dificuldades em realizar mesmo pequenos eventos de rua. Lamentavelmente, com frequência se interdita o acesso dos artistas à rua, que querem mostrar seu trabalho e passar o chapéu.³⁹

³⁷ *Idem.*

³⁸ *Ibidem.*

³⁹ Entrevista concedida aos autores por Regina Muniz, proprietária do bar Taberna da Amendoeira, em 18/10/2019.

Nesse sentido, Diogo Spadaro, conhecido músico local, acrescenta ainda que os músicos não se sentem seguros em realizar concertos públicos por não visualizarem um amparo legal com a liberação de alvarás para esses eventos de rua (os atores temem a repressão do aparato policial local).

Infelizmente em Rio das Ostras não possui um circuito de casas noturnas. Há alguns bares que prestigiam a música como a Confraria Jamelão e a Taberna, que são lugares maravilhosos. Cada vez que a gente volta para tocar nesses lugares têm um público maior e mais diversificado (...). Já pensamos em nos organizar e incrementar esse trabalho de formação de público, indo para a rua (...) só que a gente passa por tantas situações complicadas que isso gera muita insegurança. Muitas vezes temos a impressão que podemos fazer um som em algum lugar (...) e até costuma a galera se juntar de forma espontânea (...). O fato é que se a polícia aparecer corre-se o risco de prisão ou de se perder os equipamentos. Apesar das dificuldades, há muito potencial de formação de novos públicos e isso é muito importante para a vida cultural de Rio das Ostras.⁴⁰

Ainda que existam grandes dificuldades em dinamizar as cenas musicais em Rio das Ostras, é preciso reconhecer o esforço recente de setores progressistas que atuam na FROC que buscam não só incrementar os canais de comunicação e as possíveis sinergias entre os diversos segmentos e interesses presentes na cidade,⁴¹ mas também fomentar o dinamismo das iniciativas musicais (e culturais) já existentes na cidade. Os atores em seus depoimentos e no seu diálogo com essa fundação tem crescentemente enfatizado a necessidade de uma maior flexibilidade da regulamentação urbana, visando facilitar especialmente a viabilização das apresentações nos espaços públicos (não apenas aquelas de maior vulto, em geral organizadas pelo poder público, mas as pequenas, espontâneas e quase clandestinas). Para diversos atores entrevistados, esta estratégia poderá vir a ser relevante e capaz de contribuir de forma significativa no necessário processo de “formação de públicos” nessa urbe, ou melhor, esta iniciativa poderá colaborar na construção de cenas musicais mais sustentáveis (no sentido de que incorporaria mais

⁴⁰ Entrevista concedida aos autores por Diogo Spadaro, músico da banda Os Abufelados, em 30/10/2019.

⁴¹ Há uma literatura especializada – especialmente anglo-saxã – que vai considerar o momento de organização e realização dos grandes eventos e festivais de música como sendo um acontecimento que agrega os atores de diferentes segmentos sociais (que poderia produzir sinergias entre grupos mais ou menos organizados, empresários e Estado) e que poderia alavancar o desenvolvimento da localidade (BENNETT *et al.*, 2014).

efetivamente variados segmentos da população local) e mais plurais⁴², em suma, por isso mesmo deveria ser incorporada a futuras políticas públicas locais mais sintonizadas com os interesses coletivos da localidade.

Considerações Finais

Ao longo desse estudo foi possível atestar que a elaboração do dossiê da candidatura ao selo da UNESCO contribuiu para a identificação de problemas e também de potencialidades experienciadas de forma menos visível na cidade e que estão direta e indiretamente relacionadas ao setor musical. Ao preencher o formulário do dossiê, os assessores e técnicos nos relataram que, com certa surpresa e entusiasmo, cenas e coletivos musicais existentes (e de pouca visibilidade na cidade) ajudaram involuntariamente o poder público a cumprir os patamares exigidos pela UNESCO, tais como: parcerias musicais em âmbito internacional em curso; a existência de uma cena de música autoral; projetos musicais que atingem públicos de vulnerabilidade sendo realizados; presença de grupos envolvidos com temas como identidade negra e feminismo; e, finalmente, grupos ativos de troca, venda e colecionadores de artefatos musicais.⁴³ Assim, no processo de elaboração desse documento, esses técnicos salientam ainda que puderam se dar conta que essas pequenas iniciativas cotidianas vêm promovendo uma maior integração dos músicos e artistas com o território (diferente do megafestival de Jazz & Blues que foi considerado pela maioria muito exógeno e desterritorializado).

Pode parecer meio injusto que Rio das Ostras venha a ser considerada hoje uma “cidade criativa” da música (...) muita gente pode ser que venha creditar essa vitória à continuidade do grande Festival de Jazz & Blues (...). A verdade é que esse festival ajuda, mas se articula pouco

⁴² Evidentemente, os atores mencionaram também nas entrevistas a importância de existirem mais programas de rádio dedicados a divulgar os trabalhos dos músicos das cenas locais. Na realidade, de modo geral, eles salientam a importância de: a) utilizar os meios de comunicação tradicionais e a internet (redes sociais) na divulgação do trabalho desses artistas; b) continuar investindo na formação musical dos atores locais; c) articular em iniciativas criativas os jovens que vêm sendo formados nos cursos de produção cultural (Universidade Federal Fluminense) com os coletivos de músicos locais; d) e, finalmente, abrir espaços institucionais para os grupos das cenas locais nas diferentes iniciativas – especialmente na programação de eventos e festivais (de meio e grande porte) – que estão sendo realizadas regularmente na cidade.

⁴³ Entrevista concedida aos autores por Renata Cabral, assessora da FROC, em 15/08/2019.

com a vida da cidade. Existem muitos problemas e desafios que não foram devidamente resolvidos na cidade. Ao mesmo tempo, a nova gestão municipal com esse selo musical da UNESCO [caso venha a ser confirmado] pode vir a conduzir muitos processos positivos que vão certamente afetar a cidade como um todo. Particularmente acredito que a candidatura seja por uma boa causa, mas é tudo muito complexo e é preciso que haja daqui para frente realmente muito diálogo e mais participação da população nas decisões.⁴⁴

A candidatura levou a construção de um diagnóstico interessante da cidade que pode vir a se constituir no ponto de partida para a reconstrução de uma agenda de políticas públicas mais comprometidas com a construção da democracia e da inclusão social na região. A candidatura foi identificada – conforme relatado pelos técnicos e músicos locais – como uma iniciativa significativa que pode vir a gerar no futuro novas sinergias e externalidades positivas relevantes.

O poder público pretende continuar a campanha junto a UNESCO em 2021, caso a resposta esse ano seja negativa. Mesmo que a candidatura não vingue num primeiro momento, a nossa aposta é que estaremos mais maduros na próxima tentativa. A nossa aposta é que essa candidatura nos provoque a estabelecer metas mais audaciosas para futuras políticas públicas. Quem sabe isso venha a se constituir em um importante estímulo para o município desenvolver certas políticas públicas necessárias? Quem sabe em breve os índices da cidade se tornarão ainda mais favoráveis e poderão ser incluídos em um futuro dossiê [enviado a UNESCO] vitorioso?⁴⁵

Se, por um lado, reconhece-se que o selo da UNESCO não resolve os inúmeros problemas da cidade e nem transforma da noite para o dia essa urbe em um “território mais integrado, democrático e criativo”; por outro lado, foi possível atestar que o processo da candidatura deflagrou reflexões relevantes e uma ampliação do diálogo entre os atores locais.

Evidentemente, é notório que nos caminhos que podem levar a novos patamares de desenvolvimento – a partir do fomento de uma cultura musical local – seguem existindo na região algumas controvérsias que saltam aos olhos do observador mais atento e que precisarão necessariamente ser enfrentadas, privilegiando principalmente as

⁴⁴ Entrevista concedida aos autores por Diogo Spadaro, músico da banda Os Abufelados, em 30/10/2019.

⁴⁵ Entrevista concedida aos autores por Carlos Pimentel, assessor da FROC, em 15/08/2019.

riquezas e interesses coletivos do território. Ainda assim, a heterogeneidade de grupos interessados em planejar e atuar no setor musical e do entretenimento (produtores culturais, *players* da iniciativa privada, técnicos de cultura e músicos profissionalizados, entre outros) compõe um possível horizonte democrático e profícuo, caso ocorram incrementos nos processos de associativismo entre os atores.

Referências

- BARBOSA, Luis; ZAMOT, Fuad. Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo. In: BARBOSA, Luiz et al. (orgs.). **Gestão em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2004.
- BENNETT, Andy et al. (eds.) **Festivalization of Culture**. Nova York: Routledge, 2014.
- BUARQUE, Sergio. **Construindo o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, vol. 1, 1994.
- COCCO, Giuseppe et al. (orgs.). **Capitalismo Cognitivo**. Rio de Janeiro, Ed. DP&A, 2003.
- CONTRERA, Malena; MORO, Marcela. Vertigem midiática nos eventos musicais. **E-COMPÓS**. Brasília: COMPÓS, vol. 11, n. 1, p. 1-15, 2008.
- FERNANDES, Cíntia S.; HERSCHMANN, Micael (orgs.) **Cidades Musicais**. Porto Alegre: Sulinas, 2018.
- HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia S. **Música nas ruas do Rio de Janeiro**. São Paulo: Ed. Intercom, 2014.
- HERSCHMANN, Micael et al. Rio das Ostras, cidade do jazz. **RECIIS**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, p. 1-13, 2017.
- JANOTTI JR, Jeder; SÁ, Simone (orgs.). **Cenas Musicais**, Guarema: Editora Anadarco, 2013.
- LATOURE, Bruno. Reagregando o social. Salvador: EDUFBA, 2012.
- LEMONS, André. **Comunicação das Coisas**. São Paulo: Annablume, 2013.
- REIS, Ana C. **Cidades Criativas**. São Paulo, Ed. SESI-SP, 2012.
- VARGAS, Heliana; LISBOA, Virginia. **Dinâmica espaciais dos grandes eventos na cidade**. Cadernos da Metrôpole. São Paulo: Observatório das Metrôpoles, vol. 13, n. 25, p. 1-16, 2011.
- VIVANT, Elza. **O que uma cidade criativa?** São Paulo: SENAC, 2012.
- YÚDICE, George. **A Conveniência da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 20/10/2020
Aprovado em: 25/11/2020

Para centralizar o periférico: personagem, raça e classe em *Aquarius*

Centralizing peripheral: character, race and class in Aquarius

Centralizar lo periférico: personaje, raza y clase en Aquarius

Luís Henrique Marques RIBEIRO¹
Luiz Antonio Mousinho MAGALHÃES²

Resumo

O filme *Aquarius*, de Kleber Mendonça Filho, não tematiza explicitamente a questão racial. Contudo, a forma secundária, descolada do eixo principal da narrativa, parece obter um efeito centralizante para o entendimento de camadas de sentido enquanto obra que pensa a realidade brasileira. As relações que a personagem principal, de sugestivo nome Clara, estabelece com as personagens empregadas domésticas no filme, parece indicar a construção daquilo que pretendemos chamar de *representações raciais complexas* no cinema brasileiro.

Palavras-chave: *Aquarius*. Kleber Mendonça Filho. Racismo.

Abstract

The film *Aquarius*, by Kleber Mendonça Filho, does not explicitly about the racial issue. However, the secondary form, detached from the main axis of the narrative, seems to have a centralizing effect for the understanding of layers of meaning as a work that thinks the Brazilian reality. The relations that the main character, with the suggestive name Clara, establishes with the characters employed in the house in the film seems to indicate the construction of what we intend to call complex racial representations in Brazilian cinema.

Keywords: *Aquarius*. Kleber Mendonça Filho. Racism.

¹ Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense. Mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal da Paraíba. Desenvolve pesquisa sobre representações raciais no cinema brasileiro contemporâneo. E-mail: dizerluis@gmail.com. ORCID: 0000-0002-7227-2027.

² Professor Titular do Departamento de Comunicação, da Pós-graduação em Letras e da Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Desenvolve pesquisa junto ao CNPq (PQ) sobre as relações entre ficção e sociedade. É autor de *Uma escuridão em movimento – relações familiares em Clarice Lispector* (1997) e de *A sombra que me move – ensaios sobre ficção e produção de sentido (cinema, literatura, TV)* (2012), publicados pela EDUFPB. E-mail: luizantoniomousinho@gmail.com. ORCID: 0000-0002-7730-3195.

Resumen

La película *Aquarius*, de Kleber Mendonça Filho, no aborda explícitamente la cuestión racial. Sin embargo, la forma secundaria, desprendida del eje principal de la narrativa, parece tener un efecto centralizador para la comprensión de las capas de sentido como una obra que piensa la realidad brasileña. Las relaciones que el protagonista, del sugerente nombre Clara, establece con los personajes domesticados de la película parecen indicar la construcción de lo que pretendemos llamar representaciones raciales complejas en el cine brasileño.

Palabras clave: *Aquarius*; Kleber Mendonça Filho; Racismo.

Introdução

Embora não haja uma associação direta com a temática racial, *Aquarius* (2016), do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho, percorre sutilmente aspectos fundacionais da sociedade contemporânea brasileira no que diz respeito às relações de classe e raça. O modo secundário, descolado da base central da narrativa, parece obter um efeito centralizante para a possibilidade de analisar a obra enquanto objeto artístico que interpreta a realidade brasileira.

Destacamos o enfoque metodológico em observar as representações sociais no filme como relacionadas ao campo da Comunicação, na medida em que nos leva à investigação de aspectos “da dimensão humana (...) mediatizados por dispositivos técnicos”, para falar com Luiz Martino (MARTINO, 2001, p.31). Trata-se, conforme o autor, de propor “uma leitura do social realizada a partir dos meios de comunicação”. No nosso caso, o cinema.

Podemos dizer também que nossa proposta está inserida nos estudos de mídia, na medida em que encaramos o cinema, de acordo com Cristiane Freitas Gutfreind, como “uma mídia que constrói imaginários narrativos, sonoros e visuais que configuram o conhecimento, a estética, a linguagem e a produção simbólica dos afetos” (GUTFREIND, 2014, p. 266). Como destaca a autora, “eleito como objeto de estudo” o cinema “tornou-se um instrumento documental que tem papel fundamental na construção do saber técnico, na formação de referências teóricas diversas e nas estratégias socioculturais” (GUTFREIND, 2014, p. 266). Gutfreind ressalta ainda que a natureza artística do cinema

“e ao mesmo tempo industrial pode tensionar os sistemas de representação estabelecidos e possibilitar um questionamento do homem sobre o mundo e sobre ele mesmo”.

Nosso intuito metodológico se dá na observância da articulação da linguagem como “repositório objetivo de vastas acumulações de significados e experiências” (BERGER; LUCKMANN, 2001, p.57) e de tomar a mídia cinema como um “meio de pensar sobre a vida social que privilegia a ação, o significado e o poder do simbólico” (SILVERSTONE, 2002, p.134). Por conseguinte, pensamos o discurso cinematográfico como uma construção que envolve sujeito, história e linguagem, que produz sentido “por meio de um insistente retorno de figuras, de sínteses-narrativas, de representações que constituem o imaginário social”, (GREGOLIN, 2003, p.96). O conceito de destaque na análise do artigo será a categoria personagem, no entendimento de que “é a personagem que com mais nitidez torna patente a ficção, e através dela a camada imaginária se adensa e se cristaliza” (CANDIDO, 1992, p.14).

Racismo, classe e personagem

Este artigo é um exercício de atenção sobre o racismo brasileiro, cuja sutileza e o silêncio deixam mais difícil de perceber suas expressões (MUNANGA, 2017). De modo metafórico, é preciso educar nossos ouvidos para todos os sons negros que estão enraizados identitariamente no Brasil e, conseqüentemente, aparecem na díade ausência/presença, nas produções audiovisuais do país.

O enredo do filme, fundamentalmente, entre outros aspectos, se desenvolve em torno de Clara, do prédio Aquarius, e de Diego. Clara é uma jornalista aposentada que resiste às tentativas invasivas da construtora Bonfim, na figura de Diego, neto do dono da empresa, de compra do seu apartamento. A ação se desenvolve em torno dessa tríade. Porém, outras camadas são criadas durante o prosseguimento narrativo, que complexificam a ação principal: o racismo é uma delas.

Dessa maneira, Kleber Mendonça Filho aborda a questão racial como componente de uma realidade mais ampla, que seria a realidade brasileira. Ele traz o dado social do negro e do racismo na sociedade brasileira organizado enquanto o “outro”, o “estranho”, o “não familiar” (FANON, 2008; FREUD, 1976). Estruturalmente, a narrativa organiza-se colocando o negro como esse ser externo, cujas subjetividades não

acessamos. O texto fílmico dos longas do diretor pernambucano traz muitos desses temas, de modo sutil, mas presente.

Isso posto, há uma fusão de dois planos: o filme aborda a questão racial de maneira similar ao seu enquadramento na cultura brasileira, secundariamente. Observar justamente quando a obra traz a questão racial de maneira secundária, tanto em sua temática como em sua estrutura, parece ser um caminho analítico proveitoso para as possibilidades de enquadramento das representações raciais no cinema brasileiro contemporâneo. Ou seja, examinar se a periferia pode adquirir uma importância centralizante para o entendimento analítico do filme alinha-se com aquilo que chamamos de *representações raciais complexas* no cinema brasileiro contemporâneo.

Em *Aquarius*, parece haver uma quebra e/ou tensionamento de estereótipos sobre as subjetividades negras. Isso é costurado ao longo do filme nos momentos em que, no bairro de classe média alta, Boa Viagem, no Recife (PE), o traficante branco de olhos azuis é morador e vende drogas por detrás dos quiosques da orla da praia ou quando garotos negros periféricos sorriem e se divertem na praça do bairro, ao invés de assaltar. Ou ainda, no observar um negro que se formou no curso de direito na universidade pública, em 1969, época em que o ambiente de ensino superior era quase integralmente formado por pessoas brancas. Na historiografia dos personagens negros no cinema (STAM, 2008) e também na telenovela (ARAÚJO, 2000), o movimento destoava do abordado em *Aquarius*.

Se por um lado há uma quebra de estereótipos, o filme também reproduz problemáticas raciais da realidade brasileira que não necessariamente apontam para um caminho de desvio desses estereótipos. Ele dá a ver essas relações, como um recurso de construção de elementos da sociedade que se imbricam na estrutura da obra (CANDIDO, 2006). É o caso da relação de Clara com as empregadas domésticas Ladjane e Juvenita. É pertinente destacar o pensamento de Bragança, Siciliano e Pinto (2019) ao apontar a questão do emprego doméstico, no cinema e na televisão brasileiras, como um “espaço de permanência de práticas coloniais” (p.113). As empregadas “são invisíveis aos olhares desatentos, configurando-se como elementos de uma paisagem cotidiana” (p.111).

“Ladjane! O que é que tem pro almoço?”. Essa é a primeira fala de Clara, a jovem senhora de 65 anos. Clara está na sala e estica o seu corpo, para, em seguida, ir à

praia, enquanto Ladjane, a empregada, está na cozinha, no preparo do almoço. A resposta da pergunta de Clara é interrompida pela porta da cozinha, que bate abruptamente frente à ventania marítima. O corte seco do movimento da porta faz referência a uma atmosfera de suspense/terror característica do estilo de Kleber Mendonça Filho, algo já pontuado em Caetano e Gomes (2020). Essa quebra repentina acresce ao diálogo uma camada de atenção entre a fala de Clara e a fala de Ladjane. O barulho coloca uma voltagem num diálogo cotidianamente repetido. Além de estabelecer o gesto inaugural da natureza da relação entre as duas personagens, que veremos ao longo do filme: uma relação de convívio diário há anos, porém com demarcações não ditas. Também inscreve as delimitações espaciais dos sujeitos: a porta bate também para lembrar as fronteiras de pertença de Ladjane, ou seja, na cozinha, uma vez que chama a atenção para a própria divisão arquitetônica do apartamento multifamiliar da década de 1960, construído numa adaptação da Casa Grande, com os espaços organizados para que as empregadas não se misturem com os outros cômodos da casa. A câmera observa Ladjane abrir a porta, numa perspectiva externa, o que reforça o sentido de que aquele local é o espaço de Ladjane. E, de fato, é o espaço em que a empregada doméstica mais aparece no filme.

Em outra cena, Clara fala que quer mostrar algo para Ladjane. Na varanda, depois de um beijo na bochecha da empregada, Clara dá a sua caneca para ela segurar e vai para a sala, onde toca no piano, desajeitadamente, *Canções de cordialidade* (Manuel Bandeira e Villa-Lobos), como forma de desejar feliz aniversário para Ladjane. A música, ao que parece, era uma tradição de família, uma vez que também foi tocada no aniversário de Tia Lúcia.

“Ela lembrou”, Ladjane fala logo depois do parabéns dado por Clara. Ao que esta fala: “tu sabe que pode contar comigo pra tudo, num sabe?”. É nesse sentido que “se o racismo no estilo americano pode ser um tapa na cara, o racismo no estilo brasileiro pode ser como um abraço que sufoca: no Brasil, o racismo é abafado, camuflado, disfarçado, difícil de se detectar” (STAM, 2008, p. 83). A dificuldade de identificar o racismo não se dá no fato de não haver casos muito bem delineados que, inclusive, ganham agendamento dos jornais de grande circulação. Mas, sim, o obstáculo está numa isonomia dos sujeitos perante o fato. O *outro* é que seria o único que pode e *deve* ser

racista, nunca nós, nem nossas ações cotidianas. A lógica do enunciado seria essa: vejam o quanto *ele* é racista para que o “*meu pequeno racismo*” não receba atenção.

Não sabemos muito sobre a história de Ladjane, a não ser que ela mora próximo a Clara, em Brasília Teimosa, e que seu filho, cujo nome desconhecemos, foi assassinado, de maneira impune, num acidente de trânsito. Embora o filho de Ladjane não seja negro, ao pensar socialmente nos casos de impunidade no Brasil, percebemos que quem é negro e pobre desponta nessas situações como vítima. Um dado que é imagem de uma realidade, assim como é o fato de, no churrasco do aniversário de Ladjane, tomarmos conhecimento que a sua irmã, Lala, trabalha para Letícia, amiga de Clara, que também está na festa.

Se antes, no cinema brasileiro, não havia esse movimento simpático de atravessamento de fronteiras da patroa com a empregada, agora, a patroa vai à favela junto com seu sobrinho e a namorada do sobrinho, no caso Tomás e Júlia. Todas essas relações são ecos de um Brasil escravocrata, cuja abolição não trouxe políticas de inserção social do negro, mas, sim, apontou para uma continuidade de exploração, cujos contornos ficaram mais tênues, difíceis de localizar, porém se fazem presentes. A desigualdade racial aparece dentro desses vínculos de assimetrias dissimuladas. Nesse sentido,

A existência, a intensidade e a intimidade do convívio dos ‘brancos’ com os ‘negros’ não são, por si mesmas, evidências indiscutíveis de ‘igualdade racial’. Todas essas coisas se desenrolaram através da mais completa, rígida e insuperável *desigualdade racial* (FERNANDES, 2008, p. 380, *grifo do autor*).

Ao notarmos que, em nenhum momento, Ladjane emite algum posicionamento ou comentário sobre a venda do apartamento, percebemos que há um isolamento dessa questão voltada apenas para o âmbito familiar e círculos de amizade. Apesar de que Ladjane sempre está ao lado de Clara nos momentos de confronto com Diego, o que nos permite observar a defesa explícita que ela nutre pela patroa.

Contudo, a falta de comunicação entre empregados e patrões acarretada pelo abismo social entre os mundos de ambos é ressaltada no filme. Isso é colocado à medida que as imagens avançam, mostrando a instância narrativa que observa e comenta o fosso entre as classes. Haveria uma artificialidade de discursos, caso existisse um diálogo direto, sobre a venda do apartamento, entre a empregada e a patroa. Caso Ladjane

defendesse a permanência de Clara, como se é subentendido, ficaria explícita a dissonância entre os lugares sociais ocupados por ambas, se adicionaria à narrativa um componente panfletário que, talvez, simplificasse as questões ao espectador.

Em outras palavras, caso Ladjane comentasse sobre o absurdo que seria tirar Clara à força de sua casa (numa aplicação de pesos iguais das suas próprias problemáticas de espaço urbano advindas de Brasília Teimosa), veríamos uma ingenuidade da empregada e do filme, que tornaria mais nítida a questão do privilégio em Clara. A dinâmica em *Aquarius* caminha na direção das sutilezas, dos dados diegéticos que quase podem passar despercebidos, caso o espectador não esteja atento às imagens em movimento. É mostrar o sentimento de ter que sair do seu lar, que pode ser acessado a todo ser humano, mas também observar as complexidades que envolvem cada tipo de lar que vai estar localizado em determinado espaço social e econômico.

À vista disso, o único momento em que se fala explicitamente sobre raça é quando Clara exige explicações de Diego sobre a festa que aconteceu no apartamento acima do seu. Através da fala de Diego, ao utilizar os termos “família de pele mais morena”, que a questão racial é tocada para expor ironicamente o lugar social ocupado por Clara. Destaca-se que a questão racial, neste diálogo entre Clara e Diego, apareceria como consequência dos tensionamentos de classe levantados nas confrontações que o empresário neoliberal Diego erige em torno de Clara, que na cena é posta enquanto uma intelectual tradutora de demandas sociais (RIDENTI, 2000).

A ideia do intelectual de classe média que, consideravelmente nos anos 1960, teve efeito de porta-voz do *povo brasileiro*, colocada na esteira dos discursos políticos, parece encontrar sedimentação na constituição da personagem Clara, cujo papel, nesta cena, bosqueja no desejo de talvez atualizar a discussão dessa figura do imaginário político da cultura brasileira. O Cinema Novo, por exemplo, tomou-se enquanto mensageiro-intérprete dos problemas sociais e econômicos do país. Isso estava articulado ao fato de que,

Numa sociedade na qual os direitos de cidadania não se generalizam para o conjunto da população, em que as classes não se reconhecem enquanto tais, não identificando claramente o seu outro, encontrando dificuldades para fazer-se ouvir, ou mesmo para articular a própria voz,

despontam setores *ventríloquos* nas classes médias, dentre os quais alguns intelectuais, inclusive os artistas, que têm canais diretos para se expressar, na televisão, no rádio, no cinema, no teatro, nos livros, nas artes plásticas, nos jornais etc. (RIDENTI, 2000, p. 55, grifo do autor).

O desenrolar da cena entre a jornalista aposentada e o neto do dono da construtora Bonfim acontece da seguinte forma: Clara critica o lugar de elite ocupado por Diego, utiliza como argumento o dinheiro como elemento estruturante de uma irônica firmeza moral, que, dessa maneira, seria esvaziado de uma educação, cuja existência, na verdade, apareceria na natureza da “gente pobre” – e, aqui, há uma sugestão, na fala de Clara, de idealização da pobreza (a pureza moral que estaria inerente às pessoas de classe baixa). Diego dá continuidade ao argumento financeiro para falar, de maneira sarcástica, das origens familiares de Clara. O uso irônico da meritocracia para explicitar o lugar, também de elite, ocupado por Clara, aparece na demarcação da situação social e econômica de famílias de pele mais morena. A metáfora da família destaca e racializa a noção de grupo. Assim, Diego explicita o fato de Clara não vir de uma família de pele morena e, portanto, não ter “batalhado e dado muito suor para ter o que tem”; além de colocá-la em situação de equivalência com ele, na sugestão de também igualdade do caráter inerente à elite. É por conta da sua favorável situação de classe, econômica e social, que Clara tem o privilégio de reivindicar a permanência no seu lar.

O filme parece destacar a falta da noção do lugar de classe média alta que Clara ocupa. O que é confirmado, em seu discurso, ao estabelecer uma distância com Diego, ao falar da “gente de elite” como pessoas que se acham privilegiadas. O jogo de bom e mau raciocinado por Clara é tensionado na lembrança da mestiçagem como estruturante da constituição de grupos em abismos sociais.

Um dado que é construído do início ao final do filme é o fato de Clara pertencer a uma elite, no sentido de acesso a códigos culturais, sociais e econômicos afastados das camadas pobres. Embora haja uma recusa, pela personagem, de associação ao grupo

social, Clara situa-se no espaço social da elite no Brasil: de pele branca³ e traços finos. Embora não seja o estereótipo caucasiano de loira dos olhos azuis. Porém, a identidade de elite é reforçada no próprio nome da personagem, que faz um contraponto com o adjetivo *escura*, historicamente utilizado em formações discursivas racistas e que organizam socioeconomicamente a representação do lugar do negro no Brasil. Clara é de elite, pois tem um capital simbólico que pode ser demonstrado tanto nas relações com o amigo jornalista que propicia o acesso a informações privilegiadas sobre o dono da construtora Bonfim, como em suas falas com a filha Ana Paula, quando diz que tem dinheiro suficiente pra ajudar qualquer um dos filhos, ou, no início do filme, quando vemos que morava, na década de 1980, auge da expansão urbana na zona da orla no Recife, em um apartamento multifamiliar.

Entretanto, tome-se por outra angulação, e coloquemos outro sentido para a fala de Diego, apenas como maneira de aprofundamento da análise. Se tomássemos que a sua fala não foi irônica, e ele quisesse realmente dizer que Clara veio de uma família de pele mais morena, como forma de diminuí-la, seria, no mínimo, problemático. Clara pode não ser milionária, mas ela compartilha de ferramentas interpretativas do mundo que são comuns a uma fatia da classe média e a elite. Por que Diego acentuaria um argumento que daria embasamento à própria crítica de Clara direcionada a ele? A crítica de que ele “pertence à elite, ou gente que se diz de elite”. Ou seja, se Diego diz que Clara não pertence à elite, então ele concorda com Clara sobre a percepção negativa da classe social a que ele pertence, o que soaria contraditório na construção plana da subjetividade dele enquanto *personagem tipo* (REIS; LOPES, 1988).

Dessa maneira, preferimos admitir a cena pelo viés de tom irônico, que está explícito na voz de Diego, pois entra em sintonia com outros momentos em que o filme

³ É válido informar que a atriz que interpreta Clara, Sônia Braga, estrelou *Gabriela, cravo e canela*, em 1975, a telenovela baseada no romance homônimo de Jorge Amado. Em 1983, ela também protagonizou uma nova versão da obra, desta vez em formato de filme, dirigido por Bruno Barreto. No livro, a personagem é uma negra embranquecida, denotação que remete à categoria de *mulata*, identidade-síntese para a análise do mito da democracia racial brasileira. A caracterização da personagem nas obras audiovisuais destaca e forja intencionalmente os traços estéticos aceitáveis do corpo negro: a pele bronzeada, o cabelo ondulado, mas não crespo, a sexualidade aliada a uma ingenuidade infantil. Em nova versão da história, protagonizada por Juliana Paes, em 2012, a questão da caracterização estética gerou um debate público, pois era notável a mudança de tom da pele da atriz para a interpretação do papel.

expõe as contradições de Clara. Assim, Diego diz que, na verdade, ela veio de uma família que já tinha dinheiro, igual a ele, e, por isso, ela precisaria repensar antes de criticar os modos e usos dos poderes econômicos, pois ela também os faria, como efetivamente o faz no filme, em alguns momentos. É como se ele chamasse a atenção para a estratificação entre os grupos sociais no Brasil, esvaziando as responsabilidades individuais que os integrantes advindos da elite poderiam ter, uma vez que a culpa não seria deles, mas, sim, do fato de as relações de poder nos estratos sociais serem como são desde sempre, pois se estruturam dessa forma e não vão mudar. Esse tipo de visão dialoga com a visão racista que justifica o preconceito e a inércia em sua reversão: se o mundo é racista, então a culpa de eu ser racista é do mundo e não minha, pois eu apenas replico a estrutura.

Dialogamos com a formulação de Lopera (2012, p. 129), ao apontar que “no campo do cinema brasileiro, o negro é e ao mesmo tempo não é povo no Brasil”. O uso de um personagem negro nesse tipo de enquadramento acessório, como maneira de reforçar a tensão acionada no conflito dramático pela venda e saída de Clara do apartamento através da invasão daquele espaço, acaba por recolocar a representação racial em conformidade com o esvaziamento histórico de suas possibilidades no cinema brasileiro.

O álbum de família e as ausências presentes nas fotografias filmadas

Outro momento importante no aparecimento das *representações raciais complexas* em *Aquarius* é uma das cenas de reunião da família, onde fotos do álbum de família são revistas para o casamento do sobrinho de Clara. Nela, parte da família está reunida. Ladjane está na cozinha fazendo o almoço. Em determinado momento, a empregada aparece na sala para servir vinho e mostrar a foto do filho assassinado. Depois que o faz, um silêncio constrangedor é instaurado na sala.

Dentre as muitas fotos dos álbuns, há uma sequência que chama a atenção de Clara: a empregada é negra, aparece em segundo plano, ao lado da família, o marido e a filha brancos, com o rosto/tronco cortado ou não nítido, através do enquadramento de quem tirou as fotos. No diálogo, há um momento em que Clara diz: “acabou que era uma filha da puta, roubou nossas joias, roubou joias da mamãe, lembra? da vó...essa aqui escafedeu-se lá pro Ceará. Nunca mais ninguém viu”. As fotos são um exemplo das

relações patrão-empregada que trazem, em sua gênese, a sutileza de uma violência que tem cor e história negras, mas que é silenciada e atualizada de maneiras sutis. Sob essa lógica, Kleber comenta em entrevista:

Os ecos da escravidão estão totalmente presentes. Quando eu era criança, minha mãe chegou do cabeleireiro e disse que tinha duas mulheres conversando. Uma estava sem empregada. E perguntou à amiga se tinha alguma recomendação. E a outra disse: “Eu tenho uma: ela é preta, mas é limpinha, e pode ser uma boa solução para você”. Em 1982, duas mulheres ainda falarem isso, 90 anos depois do fim da escravidão, de certa forma era compreensível, mas inaceitável em termos históricos. Então, tudo isso, para mim, é fascinante, porque vivemos em uma sociedade ainda muito presa a muita coisa velha, embora a gente esteja na modernidade, em um mundo mais supostamente evoluído. Mas isso vai passando de geração em geração. E aí você coloca no filme, e as pessoas captam, porque é óbvio. Está na vida de todo mundo (MENDONÇA FILHO, 2016, n.p.).

A sequência de fotos do álbum de família mostra cenas cotidianas. O álbum de família é um nó que desvela o Brasil em sua síntese: as relações cordiais e sutis da intersecção da classe e raça. Juvenita é apresentada ao espectador primeiramente por conta das fotos no álbum de Clara. Na história do Brasil, as empregadas preparavam a comida, cuidavam dos filhos, muitas eram abusadas sexualmente, até como rito de iniciação à vida sexual dos adolescentes, algo cansativamente construído na produção de estereótipos em produções audiovisuais brasileiras (novelas e filmes). O corpo negro de Juvenita foi arena de confrontos e imprimiu determinados sentidos materializados em falas e percepções habituais. A figura da mulata e da doméstica é um ponto de convergência dessas experiências. Enquanto a primeira é vista em toda uma manifestação tida como natural de uma sexualidade animalesca, a segunda é vista em ponto de regime de trabalho, mas ainda influenciada pelos sentidos da primeira, a depender da situação. Em texto da antropóloga e feminista negra Lélia Gonzalez (1983), há uma análise desses estereótipos.

Quanto à doméstica, ela nada mais é do que a mucama permitida, a da prestação de bens e serviços, ou seja, o burro de carga que carrega a família e a dos outros nas costas. Daí, ela ser o lado oposto da exaltação; porque está no cotidiano. E é nesse cotidiano que podemos constatar que somos vistas como domésticas. Melhor exemplo disso são os casos

de discriminação de mulheres negras da classe média, cada vez mais crescentes. Não adianta serem “educadas” ou estarem “bem vestidas” (afinal, “boa aparência”, como vemos nos anúncios de emprego é uma categoria “branca”, unicamente atribuível a “brancas” ou “clarinhas”). Os porteiros dos edifícios obrigam-nas a entrar pela porta de serviço, obedecendo instruções dos síndicos brancos (os mesmos que as “comem com os olhos” no carnaval ou nos oba-oba da vida). Afinal, se é preta só pode ser doméstica, logo, entrada de serviço. E, pensando bem, entrada de serviço é algo meio maroto, ambíguo, pois sem querer remete a gente pra outras entradas (não é “seu” síndico?). É por aí que a gente saca que não dá pra fingir que a outra função da mucama tenha sido esquecida. Está aí (GONZALEZ, 1983, p. 230-231).

As empregadas domésticas são personagens presentes na filmografia de Kleber Mendonça Filho, como em *Recife frio* (2009) e *O Som ao Redor* (2012).

Figura 1 – A falta de iluminação, na fotografia filmada e na cena do sonho de Clara, adequada para enxergar o rosto de Juvenita – referência ao efeito Shirley



Fonte: *Aquarius* (MENDONÇA FILHO, 2016).

Em *Aquarius*, para além das representações negras na narrativa advindas do regime de imagens já sedimentado em torno da empregada doméstica na cultura brasileira, há também o comentário sobre como a técnica é resultado de concepções

racistas. As películas “acabam por discriminar pessoas de cor escura: elas são sensíveis a certos tipos de tom de pele e exigem iluminação especial para outros” (SHOHAT; STAM, 2006, p. 273). As fotos das figuras 2, 3, 4 e 5 foram produzidas para o filme. Isso é percebido por causa do aparecimento de Adalberto, marido de Clara, e de Juvenita nas fotografias.

Na figura 1, não conseguimos ver o rosto de Juvenita, é apenas um borrão preto em contraste com o uniforme branco. Esse efeito acontece em função dos filmes de câmera não serem pensados para fotografarem os matizes negros. Os cartões Shirley, da Kodak, eram cartões que guiavam a padronização de cores e tons de pele de impressões fotográficas. Dessa forma era que

No escuro dos laboratórios fotográficos, entre 1940 e o momento presente, versões dessas imagens femininas icônicas apareceram pelo mundo todo, de forma analógica ou digital. Congeladas no tempo e na pose, sua pele clara continua a difundir um padrão normativo subliminar entre técnicos de laboratório e o público em geral. As Shirleys atravessaram décadas e continentes, definindo e balizando de maneira estreita as tonalidades de cor de pele nas imagens fotográficas, e transmitindo uma mensagem social e psicológica sutil sobre a dominância da pele branca e a posição das mulheres na indústria. Representam, ademais, uma beleza e uma estética de gênero euro-ocidental que correspondia, na época em que foram criadas, à noção popular masculina da aparência feminina ideal (ROTH, 2016, n.p.).

Esse padrão percorria o amplo regime de imagens: dos programas de televisão ao cinema e às fotos profissionais e de uso pessoal. É estarrecedor e sintomático saber que apenas

entre 1996 e 1997, a Kodak produziu dois cartões de referência com mulheres negras, brancas e orientais (embora todas tivessem tez bastante pálida), mas levou algum tempo até que eles comessem a circular, provavelmente porque os laboratórios estavam acostumados com suas Shirleys favoritas (ROTH, 2016, n.p.).

É dessa maneira que percebemos como a disposição da terceira e quinta fotos denunciam a inadequação da técnica para mostrar os corpos negros. Um tipo de violência

silenciosa, cujos meios técnicos construía a ausência necessária para a manutenção da falta de representatividade negra na mídia.

Figura 2 – Juvenita, a empregada antiga que ninguém lembra o nome, com o rosto parcialmente à mostra na foto do álbum de família



Fonte: *Aquarius* (MENDONÇA FILHO, 2016).

Figura 3 – Adalberto e Ana Paula, em primeiro plano, enquanto Juvenita aparece como um espírito, por conta do efeito Shirley



Fonte: *Aquarius* (MENDONÇA FILHO, 2016).

Figura 4 – Apesar do ângulo, apenas nesta foto o rosto de Juvenita aparece de maneira nítida – o contraste das peles ilustra o efeito Shirley



Fonte: *Aquarius* (MENDONÇA FILHO, 2016).

Figura 5 – Apesar de posar para foto, Juvenita é decepada no enquadramento



Fonte: *Aquarius* (MENDONÇA FILHO, 2016).

Ladjane é a primeira palavra emitida por Clara no início do tempo diegético presente do filme, depois do prólogo que se passa em 1980. Enquanto Clara e ninguém da família se lembra do nome de uma empregada que não está mais em convivência, o nome de Ladjane aparece evidenciado na *mise-en-scène*, o que denota os locais temporais permitidos para a lembrança dos nomes de empregadas domésticas. Por esse entendimento é que,

Todo dever de memória passa em primeiro lugar pela restituição de nomes próprios. Apagar o nome de uma pessoa de sua memória é negar sua existência; reencontrar o nome de uma vítima é retirá-la do esquecimento, fazê-la renascer e reconhecê-la conferindo-lhe um rosto, uma identidade (CANDAUI, 2011, p. 64).

O filme indica, em sua fatura, interesse em representar a realidade brasileira, construir olhares sobre o país. Contudo, há uma complexidade no tratamento da problemática, pois Clara, em um esforço de memória, se lembra do nome de Juvenita na cena do álbum de família. Seria mais didático caso a narrativa avançasse sem a lembrança do nome, porém, ao organizar daquela forma, há uma abertura para entendermos as sutilezas das relações sociais entre patroas e empregadas. Essa composição é trazida também no diálogo entre Clara e a cunhada Fátima, no indicativo da consciência de exploração dos padrões, feito por Fátima, quando Clara fala que Juvenita roubou as joias da família.

Depois das cenas do álbum de família, mais à frente, Clara sonha com Juvenita. O indicativo de sonho aparece por causa do borrado da imagem. A antiga empregada executa a ação pela qual fora lembrada na reunião: rouba as joias da família. Na verdade, no sonho, Juvenita aparece na cozinha e vai em direção ao quarto da patroa. Abre o guarda-roupas, sem titubear, como quem sabe, talvez por conta da convivência cotidiana e arrumação da casa, o local exato onde há uma caixinha de madeira estampada com coqueiros e praia, cujo conteúdo podemos observar um colar de pérolas e anel de brilhantes, que são manuseados por Juvenita, enquanto está sentada na cama. Até então, o enquadramento da imagem não nos informa da presença de Clara, encostada na cabeceira da cama, a observar toda a cena. Esse ponto é revelado enquanto Juvenita, em primeiro plano, observa o brilho do anel: o que se vê é Clara, vestida de branco, com os cabelos soltos, a olhar fixamente para a mulher negra.

Nesse primeiro momento do sonho, há uma associação espacial de significados das personagens. A mulher negra associada à cozinha, tal como na cena do aniversário de Tia Lúcia, no qual três senhoras negras aparecem na cozinha. Ou seja, os espaços ocupados pelas empregadas da casa. O roteiro do filme ratifica a inflexão em torno das questões de classe ao descrever a cena em termos de “na cozinha calorenta, Clara supervisiona três empregadas suadas, duas delas certamente emprestadas para a festa das

casas de parentes e amigos, todas de costas, cozinhando, lavando, preparando” (MENDONÇA FILHO, 2020, p. 129).

A mulher negra roubou as joias da família de uma mulher branca, depois fugiu, “escafedeu-se pro Ceará”. Juvenita também era a que fazia uma comida muito boa. O que nos remete a um arquétipo amplamente discursivizado na literatura e no cinema: o da mulher negra como cozinheira de “mão cheia”. A personagem de Tia Anastácia, criada por Monteiro Lobato, talvez seja aquela de dimensão mais conhecida. Além de cozinheira, Tia Anastácia também era babá, figura associada, na realidade da escravidão e pós-abolição brasileira, à ama de leite, o que nos desloca para a segunda parte do sonho de Clara.

Depois de observar o anel de brilhante, Juvenita olha para Clara. O enquadramento da câmera muda. Se antes o que o espectador observava eram as duas personagens, uma em primeiro plano, de perfil, e a outra em segundo plano, de frente. Agora, vemos apenas Juvenita, de frente, a olhar para a aresta direita da tela, fora da imagem, ou seja, onde estaria posicionada Clara. Juvenita, com um tom de voz preocupado, porém contido, informa: “a senhora tá sangrando”. Então, observamos Clara, agora com sangue no peito direito, local onde acontecera o câncer de mama, que a protagonista tivera nos anos 1980. Ela leva a mão em direção ao peito, e, antes que a repouse nele, a cena é cortada para a sala do apartamento de Clara, vazia, apenas com três caixas também vazias, restos de jornais e a cômoda que guarda memórias sexuais de Tia Lúcia.

É Juvenita quem informa a Clara que seu peito está sangrando. Outro indício de que estamos em um sonho é justamente pelo fato de não enxergarmos o peito de Clara vermelho quando Clara observa Juvenita, pois, naquele tempo, é a visão de Clara que constrói a imagem; e, como ela ainda não havia percebido que seu peito estava sangrando, notamos, portanto, um peito sem sangramento.

O dado diegético explica a situação a partir do câncer de mama que Clara lutou em sua juventude. Contudo, outra camada de sentido possível pode vir do observar as significações da mama na história escravocrata brasileira. Há uma troca de papéis: se antes, o peito que sangrava era o negro, e, aqui, o peito visto como metonímia para falar do corpo negro e, em específico, da mulher negra, agora, o peito que sangra é o da mulher

branca. Juvenita consegue reconhecer esse sangue, pois o peito dela, num sentido metafórico histórico-social, também já sangrou. Ou seja, ela enfrentou dificuldades financeiras e morais. Por essa via, pode-se colocar em diálogo o processo de inserção do negro na sociedade de classes que estava se formando em São Paulo, pós-abolição, a partir da pesquisa do sociólogo Florestan Fernandes no ponto em que explica sobre o papel fundamental da mulher negra. À vista disso,

A mulher negra avulta, nesse período, qualquer que seja a depravação aparente de seus atos ou a miséria material e moral reinante, como a artífice da sobrevivência dos filhos e até dos maridos ou “companheiros”. Sem a sua cooperação e suas possibilidades de ganho, fornecidas pelos empregos domésticos, boa parte da ‘população de cor’ teria sucumbido ou refluído para outras áreas. Heroína muda e paciente, mais não podia fazer senão resguardar os frutos de suas entranhas: manter com vida aqueles a quem dera a vida! Desamparada, incompreendida e detratada, travou quase sozinha a dura batalha pelo direito de ser mãe e pagou mais que os outros, verdadeiramente “com sangue, suor e lágrimas”, o preço pela desorganização da “família negra”. Nos piores contratempos, ela era o “pão” e o “espírito”, consolava, fornecia o calor do carinho e a luz da esperança. Ninguém pode olhar para essa fase do nosso passado sem se enternecer diante da imensa grandeza humana das humildes ‘domésticas de cor’, agentes a um tempo da propagação e da salvação do seu povo (FERNANDES, 2008, p. 254).

Ao adentrarmos mais nessas teias de sentido, encontramos também a ama de leite. Tanto no espaço ficcional, como dado de uma realidade,

Personagens recorrentes em pinturas, na literatura de ficção e de memórias, as amas de leite foram representadas como símbolos do carinho e devoção a seus senhores no interior de uma escravidão doméstica, idealmente doce e benevolente. No âmbito das vivências cotidianas, a ocupação de ama de leite impactou de maneira singular as experiências de maternidade e as formas de exploração dos corpos dessas mulheres (TELLES, 2018, p. 99).

As amas de leite eram frequentemente violentadas. Havia a crença de que o leite das mulheres escravizadas tinha mais força, em face do mito de que a raça negra era mais resistente (TELLES, 2018). Muitas das amas tinham seus bebês roubados, mortos ou jogados em orfanatos, logo depois de dada à luz, uma vez que ter dedicação exclusiva para a criança branca era um luxo dos senhores, que negavam toda a violência advinda

desse ato. Anúncios de jornais da época registravam a fuga das amas das casas dos senhores. A resistência também se dava nos níveis mais trágicos, do sufocamento das crianças amamentadas, pimenta no bico do peito, surtos coléricos, mordidas etc. Um ponto nevrálgico da história brasileira que ainda ecoa, de maneira sutil e silenciosa, nessa cena analisada.

Na montagem, a partir do momento onde é falado do sangue no peito, Juvenita e Clara passam a aparecer em planos separados, como a dizer que as suas experiências partem de lugares muito diferentes. Aqui, como em outros momentos do filme, as experiências de classe e raça aparecem relacionadas, mas não num movimento de a experiência negra se colocar acima, por conta de tudo que ela representa socialmente, da experiência de Clara.

As formas de violência que a mulher negra sofreu e ainda sofre aparecem em *Aquarius* de uma maneira quase despercebida para quem não é acostumado a ver diretamente o Brasil em seu tilintar racial. Contudo, um desconforto inexplicável permanece, não se sabe exatamente o porquê. Esse desconforto é acentuado pelas sutis camadas de *horror movies* adicionadas na linguagem de *Aquarius*.

Considerações finais

A presença da música *Aquarius* (Galt MacDermot) estava prevista no roteiro (MENDONÇA FILHO, 2020, p. 128), na primeira cena do início do filme, em 1980, quando Clara pede licença para colocar uma música no toca-fitas do carro recém adquirido do irmão. Portanto, parece não ter sido gratuito o fato de o título do filme ser homônimo da mística e auspiciosa canção da película musical *Hair* (Milos Forman, 1979). Lançado no mesmo espaço-temporal do período diegético do início do filme, que se deu em 1980, o alinhamento de semelhanças parece costurar um intertexto irônico. A Era de *Aquarius* onde haverá harmonia, entendimento, libertação verdadeira da mente, onde a paz guiará os planetas e o amor comandará as estrelas parece não ter acontecido no prédio *Aquarius*. A geração de Clara, herdeira direta da contracultura, em seus movimentos juvenis libertários, se viu frustrada diante da promessa de grandes mudanças anunciadas por esses movimentos. A revolução não aconteceu.

Embora a promessa da música não tenha se cumprido, o intertexto implícito parece se associar com a sutileza das representações raciais proposta pelo filme. Uma vez que a Era de Aquarius poderia ser a quebra de todas as opressões e, conseqüentemente, das estereotípias das subjetividades negras no cinema brasileiro, ainda que, atualmente, esteja em estágio tal qual construído pela canção: uma Era do futuro. Mas que *Aquarius*, de Kleber Mendonça Filho, parece esboçar para um dia acontecer.

Referências

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil**: o negro na telenovela brasileira. São Paulo: Editora Senac, 2000.

BRAGANÇA, Maurício de; SICILIANO, Tatiana Oliveira ; PINTO, Licia Marta da Silva. Interdição e invisibilidade nas representações cinematográficas: a geografia doméstica das empregadas em *Que horas ela volta?* e *Aquarius*. **Galáxia**, São Paulo, n. 42, p. 109-121, 2019.

CAETANO, Lucas Procópio; GOMES, Paula. Medos públicos em lugares privados: o horror nos filmes de Kleber Mendonça Filho. **Significação**: Revista de Cultura Audiovisual, v. 47, p. 180-201, 2020.

CANDAU, Joel. **Memória e identidade**. Tradução de Maria Leticia Ferreira. São Paulo: Contexto, 2011.

CANDIDO, Antônio. **Literatura e sociedade**. 9. ed. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2006.

CANDIDO, Antonio *et al.* **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Bahia: Edufba, 2008.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**: o legado da raça branca – vol. 1. São Paulo: Globo, 2008.

FREUD, Sigmund. **O estranho**. In: FREUD, Sigmund. *Uma Neurose Infantil e outros trabalhos*. Tradução de J. Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Ciências Sociais Hoje**, São Paulo, n. 2, p. 223-244, 1983.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos, SP: Claraluz, 2003.

GUTFREIND, Cristiane Freitas. Cinema. In: CITELLI, Adilson *et al.* **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias, autores. São Paulo: Contexto, 2014.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ, Vozes, 2001.

LAPERÁ, Pedro Vinicius Asterito. **Do preto-e-branco ao colorido**: raça e etnicidade no cinema brasileiro dos anos 1950-70. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2012.

MENDONÇA FILHO, Kleber. **Três roteiros**: O som ao redor; Aquarius; Bacurau. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MENDONÇA FILHO, Kleber. **A cidade e sua arquitetura estão indo contra as pessoas**. A Escotilha. 6 set. 2016. Disponível em: <http://www.aescotilha.com.br/cinema-tv/central-de-cinema/kleber-mendonca-a-cidade-e-a-sua-arquitetura-estao-indo-contra-as-pessoas/>. Acesso em: 22 nov. 2019.

MUNANGA, Kabengele. As ambiguidades do racismo à brasileira. In: KON, Noemi Moritz; SILVA, Maria Lúcia da; ABUD, Cristiane Curi (Orgs.). **O Racismo e o negro no Brasil**: questões para a psicanálise. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2017. v. 1. Cap.1, p. 33-44.

REIS, Carlos; LOPES, Ana Cristina. **Dicionário de teoria da narrativa**. São Paulo: Ática, 1988.

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro**: artistas da revolução, do CPC à era da TV. Rio de Janeiro: Record, 2000.

ROTH, Lorna. **Questão de pele**: os cartões Shirley e os padrões raciais que regem a indústria visual. Tradução de Sergio Tellaroli. Revista de Fotografia Zum. 23 jun. 2016. Disponível em: <https://revistazum.com.br/revista-zum-10/questao-de-pele/>. Acesso em: 22 nov. 2019.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica**. Tradução de Marcos Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

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

STAM, Robert. **Multiculturalismo Tropical**: Uma História Comparativa da Raça na Cultura e no Cinema Brasileiros. Tradução Fernando S. Vugman. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

TELLES, Lorena Féres da Silva. Amas de Leite. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz; GOMES, Flávio dos Santos (org.). **Dicionário da escravidão e liberdade**: 50 textos críticos. São Paulo: Companhia das Letras, 2018. p. 99-105.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 23/05/2020
Aprovado em: 28/07/2020

O sexo e o amor sob a ótica de receptoras de telenovelas do horário nobre

Sex and love from the perspective of recipients of telenovelas prime time

El sexo y el amor bajo la mirada de las receptoras de telenovelas del prime time

Sandra DEPEXE¹
Laura Roratto FOLETTO²
Gláise Bohrer PALMA³
Tissiana Nogueira PEREIRA⁴
Filipe Bordinhão dos SANTOS⁵

Resumo

O objetivo deste estudo de recepção é compreender os modos de interpretação das relações de gênero por 24 mulheres da classe dominante de diferentes gerações a partir de telenovelas do horário nobre, no contexto brasileiro. As questões do estudo foram formuladas a partir dos relacionamentos amorosos e sexuais, presentes tanto no conteúdo veiculado quanto nas apropriações das informantes. Com aporte da Teoria das Mediações de Martín-Barbero, analisamos as leituras da telenovela pela audiência feminina a partir de suas experiências (sociabilidade). Os resultados obtidos indicam que a maioria das entrevistadas contesta os papéis tradicionais de gênero, mas tem dificuldade de admitir os comportamentos modernos para si, pois não consegue realizá-los.

Palavras-chave: Gênero. Recepção. Telenovela.

¹ Docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora em Comunicação pela mesma instituição. Pesquisadora do grupo Obitel Brasil/UFSM (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva). E-mail: sandra.depexe@ufsm.br. ORCID: 0000-0001-9536-4285.

² Doutoranda em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Bolsista CAPES/DS. E-mail: laura.roratto@gmail.com. ORCID: 0000-0002-0205-1229.

³ Docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: glaise@ufn.edu.br. ORCID: 0000-0002-6852-1879.

⁴ Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN- ECA/USP) e membro do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel). E-mail: tissianapereira@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0002-1972-1348.

⁵ Docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: filipe.santos@up.edu.br. ORCID: 0000-0002-5393-2923.

Abstract

The aim of this reception study is to understand the interpretation ways of gender relations by 24 dominant class women in different generations according to the primetime telenovelas, in the Brazilian context. The study questions were formulated based on love and sexual relationships, present both in the content aired and in the informers appropriations. From the Mediations Theory by Martín-Barbero, we analyzed the telenovela readings by the female audience from their experiences (sociability). The results show that most of the interviewees contest against traditional gender roles but have difficulty to admit the modern behaviors for themselves because they cannot perform them.

Keywords: Gender. Reception. Telenovela.

Resumen

La finalidad de este estudio de recepción es entender los modos de interpretación de las relaciones de género por parte de 24 mujeres de la clase dominante de distintas generaciones a partir de telenovelas del prime time, em el contexto brasileño. Las preguntas del estudio fueron formuladas en base al amor y las relaciones sexuales, presentes tanto en el contenido transmitido como en las apropiaciones de las informantes. A partir de la Teoría de las Mediaciones de Martín-Barbero, analizamos las lecturas de la telenovela por la audiencia femenina desde sus experiencias (sociabilidad). Los resultados obtenidos apuntan que la mayoría de las entrevistadas están en desacuerdo con los papeles tradicionales de género, pero tienen dificultad de admitir los comportamientos modernos para ellas mismas, porque no lo pueden tenerlos.

Palabras clave: Género. Recepción. Telenovela.

Introdução

O objetivo deste estudo de recepção é investigar as relações de gênero, sobretudo no que diz respeito às representações sobre relacionamentos amorosos e sexuais, a partir do modo como mulheres da classe dominante⁶ interpretam o discurso da telenovela tensionado por suas experiências cotidianas. Narrativa bastante estudada (ALMEIDA, 2003; BORELLI et al, 2009; HAMBURGUER, 2005; JUNQUEIRA, 2009; LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002; LOPES, 2009; RONSINI, 2012), a telenovela “é [um] dos raros textos consumidos por cidadãos pertencentes às mais diversas classes sociais, um repertório privilegiado para medir diferenças” (HAMBURGUER, 2005, p. 73). Este

⁶ Segundo Pierre Bourdieu (2011), a “classe dominante” é composta por pessoas que têm acesso aos recursos escassos e que procuram legitimar a sua cultura através do valor simbólico e do reconhecimento social, o que lhes garante a manutenção da “distinção”.

produto midiático se firmou na sociedade brasileira, criando práticas e fazendo parte da cotidianidade dos telespectadores.

Jesús Martín-Barbero e Germán Rey afirmam que a televisão ocupa um lugar importante “nas dinâmicas da cultura cotidiana das majorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades” (2004, p. 26). O melodrama televisivo, no caso, funciona como “recurso comunicativo” capaz de problematizar temáticas amplas em tramas pontuais, sugerindo a fusão dos domínios do público e do privado (LOPES, 2009). Os dramas pessoais passam a ser interpretados, muitas vezes, pela exploração de temas contemporâneos na ficção, os quais dão visibilidade a determinados assuntos, comportamentos e problemas sociais. “Entretanto, talvez seja na trajetória das personagens femininas, assim como na das representações do amor e da sexualidade, onde se expressa de maneira mais bem acabada essa capacidade de aglutinar experiências públicas e privadas que caracteriza as novelas” (LOPES, 2009, p. 28).

Filiamo-nos à perspectiva de Veneza Ronsini (2012, 2016), calcada na relevância em considerar as articulações entre classe social, consumo de mídia e recepção da telenovela, e vislumbramos o papel da mídia “para a conformação das relações de gênero, ao explorar o corpo feminino para vender produtos e definir padrões de beleza e elegância, disseminar ideias de respeitabilidade moral no plano da sexualidade e dos cuidados com a família” (RONSINI, 2016, p. 47). A partir de Heleieth Saffioti (1992), compreendemos que as relações entre homens e mulheres, base para entendimento das questões de gênero, são permeadas pelo poder e devem captar a trama de relações sociais e suas transformações. Questionamo-nos como a articulação entre público e privado repercute na leitura sobre gênero nas telenovelas: a recepção aprova o ideário de uma mulher moderna ou reforça um modelo de conduta conservador?

Neste trabalho, elegemos como eixo teórico-metodológico a Teoria das Mediações de Martín-Barbero (1987), sobretudo a sociabilidade, que permite tensionar o texto midiático para entender as interpretações dos receptores. A sociabilidade é delimitada à constituição familiar, em que os relacionamentos amorosos e sexuais são utilizados como indicadores empíricos para análise, a qual busca visibilizar a oscilação

entre o tradicional/conservador e o moderno/libertário das interações de gênero dentro e fora da tela.

As leituras sobre as telenovelas veiculadas no horário nobre da Rede Globo - *Fina Estampa* (2011-2012), *Avenida Brasil* (2012), *Salve Jorge* (2012-2013) e *Amor à Vida* (2013-2014) -, são cotejadas com as experiências cotidianas e subjetivas das informantes, com a intenção de compreender o posicionamento destas mulheres no que diz respeito às relações de gênero na narrativa ficcional televisiva brasileira. A amostra qualitativa é composta por 24 mulheres heteronormativas de classe dominante, classificadas de acordo com os critérios propostos por Waldir Quadros e Davi Antunes (2001). Além do pertencimento a duas frações de classes (alta e média alta) e de diferentes gerações (jovem, madura e idosa), as entrevistadas possuem diversas ocupações e estados civis. Inicialmente apresentamos os pontos teóricos que fundam a perspectiva de análise, para, na sequência, dedicarmo-nos a descrever e explorar o empírico.

Sociabilidade: a família como categoria teórica e empírica

Para compreender as interações de gênero, recorreremos à noção de sociabilidade, advinda da corrente dos Estudos Culturais latino-americanos e definida como mediação⁷ a partir da qual se inscreve a família, a escola e o trabalho (RONSINI, 2011). Entretanto, neste texto, abordaremos apenas os aspectos relacionados à família. A mediação sociabilidade é delimitada ainda aos relacionamentos amorosos e sexuais, os quais são utilizados como indicadores empíricos para análise.

Entendemos que a sociabilidade é a “interação social permeada pelas constantes negociações do indivíduo com o poder e com as instituições” (RONSINI, 2011, p. 84) e, ainda, o espaço onde se estabelecem as relações sociais, bem como as subjetividades compostas por estas relações e que interferem no contato dos atores com o mundo social e com a mídia. Tal mediação é um lugar “de ancoragem da *práxis comunicativa* e resulta

⁷ De acordo com José Luiz Braga (2012), o mundo é percebido através de lentes históricas e culturais, formuladas a partir de elementos advindos do meio social e, por isso, as percepções da realidade podem ser as mais diversas. Esses elementos são denominados “mediações”, que podem ser “a linguagem, a história de vida, a inserção de classe, as experiências práticas e o mundo local, o trabalho, a educação formal recebida, os campos sociais” (p. 32), ou outras, dependendo da inserção cultural do receptor. O conjunto das mediações definem as formas como os indivíduos interpretam e compreendem a realidade, bem como as formas como entendem e se apropriam das mensagens midiáticas.

dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra hegemonia) com o poder” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.17). Além disso, contribui para a constituição das identidades e das formas de interação dos sujeitos e seus “referentes individuais, de gênero, etnia e geração que são estruturados a partir de uma posição de classe” (RONSINI, 2011, p. 91).

Pensar a família, tendo como ponto de partida as relações de gênero, requer considerarmos, também, as relações entre homens e mulheres na formação do núcleo familiar. A esse respeito, Saffioti (2004) relembra que, no Brasil, antes da promulgação da Lei 4.121 de 27 de agosto de 1962⁸, conhecida como Estatuto da Mulher Casada, as mulheres eram tuteladas por seus cônjuges e não podiam exercer atividades remuneradas sem o consentimento deles. Cenário que exemplifica o direcionamento da mulher ao mundo privado, do lar, o não reconhecimento da sua incorporação na sociedade e o seu lugar enquanto “posse” de um marido, já que perdia seus direitos civis ao casar-se (PATEMAN, 1993).

Na contemporaneidade, o espaço das mulheres na família avança em prol da igualdade, ao mesmo tempo em que há continuidade de aspectos desiguais. Como antes, há um predomínio do homem na esfera profissional, enquanto a mulher exerce a sua supremacia no espaço familiar em relação às tarefas domésticas e aos cuidados com os filhos. Contudo, apesar de lento e gradual, o avanço em direção à igualdade pode ser percebido pela maior participação feminina no mercado de trabalho, na divisão das decisões importantes do cotidiano familiar, na menor subordinação da mulher ao domínio masculino. Reconhecemos, desse modo, uma trajetória de transformações, a qual se encontra em curso ainda hoje. Com vistas à melhor compreensão do debate sobre gênero na atualidade, investigamos os sentidos dados por mulheres às suas vidas e o modo como organizam suas práticas cotidianas.

⁸ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/1950-1969/L4121.htm. Acesso em: 29 jul. 2020.

Relações de gênero: relacionamentos amorosos e sexuais

Adotamos a abordagem que considera as interações de gênero como um produto histórico, cultural e social. Articuladas na definição dos gêneros, as instituições religiosas, judiciárias, midiáticas, médicas, entre outras, formulam os fundamentos para que os corpos se masculinizem ou se feminilizem. Assim, compreendemos que os gêneros ganham forma através das roupas, dos gestos, dos gostos, ou seja, a partir de práticas que compõem uma norma de conduta social (BENTO, 2008).

A partir do nascimento dos sujeitos, investimentos discursivos são feitos para que se alcance com êxito as expectativas ideais do que é ser mulher ou homem, as quais são construídas na diferença e na oposição. Esse cenário fica claro em relação à cultura amorosa, uma vez que “o amor masculino não é senão uma ocupação entre outras, ao passo que, no feminino, preenche a sua existência” (BYRON *apud* LIPOVETSKY, 1997, p.17). Conforme Mary Del Priore (2006, p. 17-18), o culto ao amor foi trazido ao Brasil junto com os portugueses entre os séculos XVI e XVIII. Para normalizar a organização familiar nos moldes europeus, o controle dos comportamentos sexuais se fez necessário, já que “o instinto sexual não controlado pelas regras do casamento se transformava em luxúria e paixão nas páginas moralistas. Ou em doença grave, nas teorias médicas da época”. Dessa forma, a Igreja incluiu em seus dogmas a moral que designava somente às esposas a tarefa de ser obediente, provedora e recebedora do amor responsável por preservar a ordem familiar.

Anthony Giddens (1993, p. 54) comenta que as histórias românticas podem ter contribuído para a centralidade do amor na vida das mulheres. Publicadas e distribuídas em grande escala no final do século XVIII e início do XIX, nelas era perpetuado o romantismo sentimental feminino, permeado por critérios patriarcais. Lidas especialmente pelas elites, os heróis eram representados como aqueles a quem competia mandar, conquistar, realizar, enquanto que às heroínas cabia cultivar certo pudor, agradecer, ser mãe e dona do lar. Assim, por meio de uma profunda desigualdade nos papéis sociais, direcionava as mulheres para a conquista da satisfação em âmbito privado, enquanto aos homens permaneceu reservada a vida pública.

Em contraponto ao amor romântico, que era essencialmente feminilizado, Giddens (1993) cita o *amourpassion*, caracterizado por uma urgência que colocava os

homens à parte das rotinas da vida familiar. Exclusivamente para os maridos, “as tensões entre o amor romântico e o *amourpassion* eram tratadas separando-se o conforto do ambiente doméstico da sexualidade da amante ou da prostituta” (GIDDENS, 1992, p. 54). O exercício da sexualidade feminina, portanto, foi social e historicamente mais reprimido que a masculina.

Somente a partir do século XX as mulheres começaram a questionar seus próprios direitos. Conforme aponta Gilles Lipovetsky (1997, p. 26), a efervescência na luta feminista, a partir dos anos 1960, fomentou a percepção de que o amor era um instrumento de sujeição e de alienação feminina, pois incitava a dependência da mulher ao homem. Contudo, ainda assim, as mulheres nunca abdicaram da busca pelo parceiro ideal e pelo amor, pois continuam aprendendo a manter “um elo privilegiado com o amor”. A diferença, hoje, é que há possibilidade de que o sexo não seja relacionado apenas ao casamento, portanto, as mulheres podem ter mais de um parceiro antes de firmarem um compromisso.

Além disso, Giddens (1993, p. 196) afirma que a sexualidade, antes classificadora das mulheres em puras ou impuras, dividida entre a de reprodução e a erótica, transformou-se em uma propriedade do indivíduo. Para o autor, “a reivindicação do prazer sexual feminino veio a se transformar em um elemento básico da reconstituição da intimidade. [...] As mulheres tornam-se muito mais sexualmente ‘disponíveis’ aos homens do que jamais o foram”. Surge, então, o *amor confluyente*, que é ativo, contingente e entra em choque com as categorias “para sempre” e “único” do amor romântico. Este, agora, estaria ligado à realização do prazer sexual recíproco, com o erotismo como elemento principal para a manutenção ou a dissolução do relacionamento.

Entretanto, apesar das mudanças, as mulheres se aventuram em muito menos relações sexuais sem estarem apaixonadas, se comparadas aos homens (LIPOVETSKY, 1997, p. 32). Em época de libertação sexual, a posição de gênero ainda define quais devem ser os sentimentos e as posturas diante das relações sexuais: ainda persistem as expectativas sobre o comportamento feminino, que é controlado e reprimido, se comparado ao masculino.

Sexo com amor? Refletindo sobre o empírico

A amostra qualitativa é composta por 24 mulheres heteronormativas de classe dominante, de gerações (jovens, maduras e idosas), estados civis (solteiras, casadas, separadas e viúvas) e profissões distintas, residentes no estado do Rio Grande do Sul. A análise discute os pontos de vista sobre as relações de gênero, através do processo de decodificação da telenovela, no que se refere às temáticas dos relacionamentos sexuais e amorosos – namoro, casamento, divórcio e viuvez. Para isso, analisamos alguns dos dados empíricos coletados entre 2012 e 2013 em um projeto do grupo de pesquisa⁹. A categorização de classe da amostra foi realizada com base na ocupação, seguindo a proposta de Quadros e Antunes (2001), definida a partir do membro familiar melhor situado economicamente¹⁰. No Quadro 1, apresentamos o perfil das entrevistadas. Os nomes das mulheres são fictícios a fim de garantir o anonimato.

Quadro 1 - Perfil resumido das entrevistadas

Geração	Faixa etária	Nome
Jovens	18 - 29 anos	Angela, Carolina, Flavia, Gina, Isis, Lena, Natalia, Tais
Maduras	30 - 59 anos	Camila, Clara, Lara, Luana, Marina, Neusa, Roberta, Rute
Idosas	60 anos em diante	Alda, Cleo, Cora, Elza, Lia, Liliane, Soraia, Telma

Fonte: Elaborado pelos autores.

A técnica de coleta de dados empregada foi a da entrevista em profundidade, composta por perguntas *estruturadas*, com a intenção de garantir a objetividade nas respostas, além de questões *semi-estruturadas*, o que nos permitiu aprofundar os assuntos previamente definidos através de perguntas não contidas no roteiro inicial (DUARTE, 2006). Ao todo foram cinco roteiros de entrevista, os quais abordaram trajetória de vida,

⁹ Projeto “guarda-chuva” *Aprendendo a ser mulher “de classe” com a mídia*, contemplado nos Editais Universal 14/2011 e 14/2012 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), coordenado pela professora doutora Veneza Ronsini, no grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia (CNPq/UFSM).

¹⁰ Na amostra, 33% dos lares são chefiados por mulheres e 67% pelos maridos ou pais das entrevistadas. Estes índices estão em conformidade com os dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), os quais apontam que na região Sul do país, as mulheres são financeiramente responsáveis por 36,9% e os homens por 63,1% das famílias. Segundo o instituto, o número de mulheres que sustentava os lares brasileiros chegava a 40% em 2015. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html Acesso em: 14 jul. 2020.

consumo de mídia, classe e gênero, totalizando 190 questões e 28 tópicos de entrevista biográfica. Depois de transcritas, as entrevistas foram categorizadas com o auxílio do *software* de análise qualitativa NVivo 9.

Entre as idosas, apenas uma tem ensino fundamental incompleto, quatro têm ensino médio completo, uma tem ensino superior incompleto e duas têm pós-graduação. Sete idosas construíram carreiras fora de casa, sendo apenas uma dona de casa. Em relação às funções exercidas, três são professoras aposentadas, duas agropecuaristas, uma artista plástica e uma empresária. Já as maduras, uma tem ensino superior incompleto, quatro têm ensino superior completo, e três têm pós-graduação. Todas trabalham: duas são funcionárias públicas federais, duas empresárias, uma assistente social, uma farmacêutica, uma contadora e uma administradora. No que diz respeito às jovens, seis têm ensino superior incompleto e estão estudando, duas já têm graduação. Uma das entrevistadas, embora tenha formação universitária, está em outro curso superior. Apenas duas trabalham, uma como repórter e outra em uma corretora.

Delimitamos, aqui, a observação empírica da categoria sociabilidade à ordem familiar, deixando de lado as vivências no trabalho, na escola e em outras instituições socializadoras, embora compreendamos que estas vivências também estruturam suas posições sociais dominantes. A ordem familiar, por sua vez, é observada quanto às experiências e valores acerca da sexualidade e das relações amorosas.

A vida das mulheres

Tomamos a família como ponto inicial para pensar as relações de gênero, pois compreendemos que os relacionamentos inscritos em uma ordem heteronormativa são atravessados pelos papéis assumidos por homens e mulheres na estruturação do espaço doméstico. Ao investigarmos as falas das mulheres idosas, maduras e jovens, identificamos que a sociabilidade “é o lugar das práticas sociais, onde as pessoas estão em constante negociação com a ordem vigente” (RONSINI, 2011, p.87-88).

Inicialmente, as entrevistadas foram indagadas sobre o perfil de “homem para casar”. Para 11 delas, dentre diferentes gerações, o marido ideal é aquele que tem boa posição social e estabilidade financeira; apenas uma considera como não sendo

importante o homem ter “*dinheiro, ser rico ou ter posses*”¹¹ (Lena, 20). Oito pesquisadas salientam a questão do respeito, outras destacam a inteligência, a honestidade, o carinho e o companheirismo. Quanto ao caráter dos posicionamentos, compreendemos que existe a crença no amor romântico, o que indica a persistência de posicionamentos mais tradicionais.

As que destoam do ideal do amor romântico, afirmam que as mulheres procuram homens com experiência sexual (Lara, 55) e homens sedutores, os quais, apesar de serem os mais procurados, não são aprovados pela entrevistada, pois eles as tratam como “*objeto*” (Liliane, 72). Ademais, são citados como homens para casar os que colaboram nas atividades do lar (Cora, 68) e os que representam a figura paterna de “*bom pai com os filhos*” (Taís, 24). De modo geral, percebemos que as mulheres das três gerações ora tendem para uma posição mais tradicional, voltada a um ideal de amor romântico, ora mais liberal, já que o homem que realiza tarefas domésticas e cuida dos filhos se aproxima ao amor confluyente, que não está associado à subordinação da mulher ao lar.

Esse cenário vem ao encontro do que as entrevistadas consideram como “mulher para casar”. A maioria acredita que, para os homens, a esposa ideal é respeitável, correta, não é “*vulgar*”, “*vagabunda*” ou “*perigete*” (Lara, 55; Marina, 41; Flávia, 23; Taís, 24; Natália, 21). Os homens almejarium uma pessoa que administrará bem o lar, que será fiel e boa mãe; ademais, procuram aquelas que têm boa aparência, para “*mostrar pros outros que ela é linda, [...] que não seja gorda*” (Lena, 20). As informantes reforçam, dessa forma, que a beleza é primordial na hora da escolha da mulher para casar, o que nos revela perspectivas conservadoras.

Ao mesmo tempo, nas três gerações, os relatos indicam que os homens procuram mulheres mais independentes, decididas e que têm alguma experiência sexual advinda de outros relacionamentos, como demonstra a fala de Liliane (72), para quem os homens buscam alguém “*que seja liberada sexualmente, e não aquela história de ‘Ai, tem que ser virgem*””. No entanto, a liberdade deve ser vivenciada com parcimônia, pois a mulher que “*faz sexo por sexo, essa não é a menina que eles procuram pra casar*” (Neusa, 50).

¹¹ Optamos por apresentar trechos representativos da fala das entrevistadas em itálico e entre aspas, buscando manter, nas transcrições, proximidade com suas expressões orais.

Ao analisarmos as colocações de modo geral, reconhecemos que as diferentes gerações projetam os tradicionais papéis de gênero como ideal de homem e mulher para casar, pois o modelo de homem é o viril e sexualmente mais experiente, enquanto a mulher não é desvinculada do papel de esposa e mãe, no qual o exercício da sexualidade ainda é mais reprimida, mesmo que a virgindade tenha deixado de ser um tabu. O amor romântico proposto por Giddens (1993) e a posição de gênero definidora das posturas diante das relações sexuais ainda está presente, mesmo que algumas entrevistadas se mostrem mais questionadoras e abertas quanto à questão.

Tais respostas convergem com as percepções acerca do número de parceiros que as mulheres podem ter antes do casamento. Todas as gerações concordam que, atualmente, a mulher possui liberdade para ter quantas experiências desejar, a fim de comparar e encontrar o companheiro certo, indicando a prevalência do amor confluyente, em concordância com Giddens (1993, p. 21) que afirma que “os casais recém-casados de hoje são em sua maioria experientes sexualmente”.

Destaca-se, entretanto, o fato de a metade das jovens julgar que a liberdade conquistada pelas mulheres deve ser usufruída moderadamente para que isso não “banalize” as relações, como propõe Ângela (24), ao pontuar que “*a mulher não precisa andar por aí saindo com todo mundo*”. Desse modo, apesar das mudanças comportamentais, inclusive sexuais, serem vistas como positivas, uma parcela das jovens condena as condutas femininas quando estas se aproximam demasiadamente das masculinas. Além disso, parte das maduras e uma idosa complementam que ter vários parceiros antes de casar não deve ser uma regra, pois é possível que a mulher tenha somente um parceiro na vida: o marido, como aponta Rute (42): “*tem gente que só namorou um, casou e é feliz! Acho que o importante é ser feliz, agora se foi com um, com dois ou com três não importa*”. Dentre as idosas, aquelas que se casaram com o primeiro namorado reiteram a importância de a mulher ter outras experiências sexuais. Apenas Alda (79) mantém o pensamento conservador: “*Isso não é necessário, porque se ela vai namorar, não vai namorar pouco tempo, no mínimo um ano pra se conhecer, então ela vai conhecer o marido, não tem porque ela ter experiência de outros*”. Portanto, embora existam traços do amor confluyente, o amor romântico ainda está ancorado nas perspectivas sobre a liberdade sexual feminina.

Esse cenário se repete quando a maioria das entrevistadas, de todas as gerações, reconhecem que fazer sexo sem amor, hoje, é uma prática aceita entre as mulheres, sobretudo, no sentido de ter mais experiência, ter liberdade para namorar e aproveitar a vida. Porém, defendem que é mais importante o sexo com envolvimento. Cléo (67) acredita que “*sempre o amor é o mais importante, porque chega um ponto da vida em que o sexo nem é tão importante assim*”, do mesmo modo que Flávia (23), ao apontar: “*transa de uma noite, eu não concordo com esse tipo de coisa*”. Mesmo com a libertação sexual feminina, as entrevistadas ainda prezam pelo envolvimento amoroso: o sexo sem amor é aceito apenas parcialmente, fato que parece revelar ainda um posicionamento tradicional entre elas.

Em seguida, exploramos como as mulheres percebem as questões de gênero nos seus próprios relacionamentos, questionando-as sobre os aspectos negativos do casamento. A esse respeito, encontramos duas perspectivas. A primeira se refere à desigualdade imposta pelos papéis de gênero desempenhados por homens e mulheres, traduzida no desempenho dos afazeres domésticos, que ainda são de maior responsabilidade da mulher, na submissão das esposas às vontades dos maridos, na perda da privacidade e individualidade no relacionamento, que prejudicam o exercício de decisões autônomas e a afirmação das identidades individuais, especialmente no que concerne à figura feminina, culturalmente direcionada para servir aos interesses masculinos. Nesse sentido, elas ressaltam a necessidade de haver respeito mútuo, de o casal “*se respeitar pra ter uma união*” (Cleó, 67), o que para algumas pode ser difícil quando as mulheres abrem “*mão de muitas coisas mesmo, pra não magoar o marido*” (Soraia, 75). Para jovens e maduras, o respeito é alcançado quando é possível “*pensar diferente*” (Carolina, 23) e manter a individualidade, porque “*tu é dum jeito e o outro é do outro*” (Neusa, 50), mas “*existem pessoas que se envolvem tanto no casamento que esquecem de si próprias, deixam de ser elas mesmas*” (Rute, 42).

A segunda perspectiva se refere à administração da vida amorosa, para que seja satisfatória e, apesar da convivência diária, o casal permaneça unido. Nesse aspecto, citam o esforço para que a rotina seja evitada, por exemplo, através do comparecimento do casal a atividades diversas, como festas e jantares, conforme indica Roberta (30). Para Isis (24),

a relação não pode ser de comodidade, na qual “*as pessoas caem numa inércia*”. Essas são formas de evitar a infidelidade do casal e atenuar a monotonia da convivência diária.

Ao focarmos nas diferenças entre as gerações, é possível perceber que as mulheres idosas e maduras têm posicionamentos com traços modernos, pois reclamam mais dos tradicionais papéis de gênero e dão ênfase aos fatores vinculados à opressão feminina, uma vez que, nos seus casamentos, tiveram que negociar o lugar social imposto à mulher. As mulheres jovens se preocupam ora com a manutenção do relacionamento amoroso ora com os papéis de gênero. Para ilustrar as falas das jovens, Taís (24) afirma que a “*rotina é uma coisa que pode ser prejudicial, mas depende como o companheirismo é levado*”, ao mesmo tempo em que Isis (24) cita que o matrimônio “*não pode ser uma dependência, uma privação e, muitas vezes, é o que acaba acontecendo*”. Gina (23) é a única que teve dificuldades para citar os aspectos negativos do casamento, pois acredita que nele encontrará “*mil maravilhas, [...] um homem lindo, maravilhoso, que vai me trazer alegrias e prazeres*”, manifestando um ideal de amor romântico. Isso nos dá pistas sobre a importância da experiência na formulação dos posicionamentos, uma vez que nenhuma das jovens é casada. Em comparação com as outras gerações, seus posicionamentos apresentam traços mais tradicionais, ainda que manifestem a presença do amor confluyente.

Ao discorrerem sobre seus relacionamentos, percebemos que as idosas relatam problemas, especialmente em relação à falta de companheirismo e a uma exigência do marido para a sua submissão, por exemplo, em relação à gestão das finanças, como aponta Liliane (72). Parte das maduras descrevem seus relacionamentos citando falta de companheirismo e tentativa de controle por parte dos maridos. Contudo, diferente das idosas, elas parecem ser mais combativas quando isso ocorre, fato que ocasiona discussões. Três idosas acreditam viver um bom relacionamento, apesar de uma delas pontuar a falta de diálogo com o marido. Quatro maduras experienciam uma relação de companheirismo e uma jovem afirma haver respeito e cumplicidade na relação com seu namorado. A maioria das jovens não têm relacionamento, por isso não responderam à questão. Portanto, a minoria das entrevistadas declara vivenciar relacionamentos satisfatórios.

A telenovela na vida das mulheres

Para as entrevistadas, a assistência à telenovela constitui um hábito vinculado ao entretenimento e descanso. Os romances, o humor e os dramas que remetem às questões sociais são mencionados como pontos positivos e atrativos das tramas. As idosas e as jovens aludem a uma gramática dramaturga, pois fazem referência, em suas falas, a cenários, figurinos, atuação dos atores e trilha sonora. Dentre os aspectos que desagradam as receptoras das três gerações estão as cenas de sexo, violência e impunidade. As maduras demonstram maior insatisfação com o desenvolvimento de narrativas “lentas” e que se distanciam da realidade. No período de coleta de dados, entre 2012 e 2013, as informantes citaram espontaneamente telenovelas e personagens exibidas no horário nobre da Rede Globo: *Fina Estampa* de Aguinaldo Silva (2011-2012), *Avenida Brasil* de Emmanuel Carneiro (2012), *Salve Jorge* de Glória Perez (2012-2013) e *Amor à Vida* de Walcyr Carrasco (2013-2014), sinalizando acompanhamento e envolvimento à época, com tais produções.

Segundo as informantes, existem vários perfis de mulher nas telenovelas. Contudo, há alguns que se destacam. As mulheres maduras e idosas percebem a contraposição entre personagens fortes, independentes e trabalhadoras, com aquelas em que a exaltação do corpo está em primeiro lugar. Este último perfil, inclusive, é mais recorrente entre as falas das jovens pesquisadas. Desse modo, as três gerações citam a “mulher objeto” (Flávia, 23) como o perfil de gênero feminino usualmente exposto. As jovens, no geral, exemplificam a partir de personagens de mesma faixa etária que a sua, enquanto as maduras e idosas se referem às diferentes gerações.

Dentre as personagens mencionadas, Suélen¹² (Isis Valverde, *Avenida Brasil*), pertencente ao núcleo popular, ganha destaque entre a maioria das jovens. Destas, quatro a definem como “perigete” (Roberta, 30, Angela, 24, Natalia, 21 e Flávia, 23), pois, segundo elas, apresentava comportamento vulgar, insinuando-se para os homens e logrando de uma “liberdade sexual absurda” (Flávia, 23). Por essa razão, demonstram desaprovam o comportamento sexual feminino que foge dos padrões de monogamia

¹² Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/suelen-isis-valverde.html>. Acesso em: 27 fev. 2019.

feminina, culturalmente perpetuados. Para as pesquisadas, Suélen retrata um feminino que subverte a ordem estabelecida, o que causa incômodo nas jovens, revelando os traços tradicionais desta geração. Outra personagem bastante citada foi Carminha¹³ (Adriana Esteves, *Avenida Brasil*), como uma mulher perversa, que se envolve em “golpes” (Cora, 68) e “traições” (Alda, 79, Flávia, 23, Gina, 23, Neusa, 50, Carolina, 23 e Maria, 47), inclusive contra o marido. Pertencia à classe popular, mas ascendeu socialmente casando-se com um jogador de futebol. Em oposição às duas personagens mencionadas, Nina¹⁴ (Débora Falabella, *Avenida Brasil*), que na telenovela fazia parte da elite, é mencionada algumas vezes como exemplo de mulher moderna, culta e atualizada.

Já a maior parte das entrevistadas maduras e uma parcela das idosas identificam a mulher como “objeto” (Flávia, 23, Cléo, 55 e Maria, 47), com características tidas como “vulgares” (Isis, 24, Tais, 24, Marina, 41 e Maria, 47, Gina, 23), com exaltação do corpo e associadas às cenas que exploram a sexualidade, o que reforça a leitura ora tradicional e ora moderna em relação à vivência da liberdade sexual. Fica explícito que ainda existem limites, balizados pelos valores tradicionais e socialmente construídos, sobre o que é correto para a postura feminina, pois há situações que causam estranhamento às pesquisadas.

No que se refere às suas impressões sobre as cenas de sexo na telenovela, a maioria das jovens, maduras e todas as idosas consideram as cenas desnecessárias, vulgares e apelativas, como demonstra Marina (41): “*Eu acho que tá muito banalizado. Acho bonito uma cena bem feita, mas agora tá muita baixaria*”. Algumas citam o constrangimento ao assistirem tais cenas na presença de familiares ou argumentam que são “*um mau exemplo*” (Alda, 79) para as crianças. Apesar disso, para quase todas as informantes, o sexo não deveria ser eliminado das tramas, mas poderia ser implícito sem apelação e vulgaridade. Apenas para uma jovem e uma madura as cenas devem ser assistidas “*com naturalidade*” (Isis, 24 e Rute, 42), já que o sexo faz parte do cotidiano.

¹³ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/carminha-adriana-esteves.html>. Acesso em: 13 mar. 2019.

¹⁴ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/ninarita-debora-falabella.html>. Acesso em: 27 fev. 2019.

A exposição do exercício da sexualidade é um assunto que, embora traga posicionamentos mais flexíveis, ainda causa desconforto e dúvidas quanto à intimidade sexual. Tal posicionamento revela indícios de que o amor romântico - que trata o sexo como algo intrínseco ao relacionamento amoroso, com sentimento e resguardo - é valorizado à medida que grande parte das entrevistadas não apoia a exposição do relacionamento sexual.

Ao serem indagadas sobre o modo como a mulher “liberal” aparece na telenovela, dois perfis se destacam: o de mulher batalhadora e o de mulher com maior liberdade sexual. O primeiro, para parte das jovens, idosas e maduras, é representado nas telenovelas como aquela mulher que trabalha fora de casa, acompanha a evolução dos valores, não tem preconceito, não depende do marido financeiramente ou para tomar decisões. Ser liberal é algo positivo, pois há quebra de regras, o que é, majoritariamente, identificado nas personagens das classes populares. O segundo perfil, percebido como negativo, refere-se àquelas que se envolvem em traições, aceitam a infidelidade do marido, fazem sexo com vários homens e sem compromisso. Esses comportamentos são citados pela maioria das jovens, bem como por uma pequena parcela das idosas e maduras.

Acerca do segundo perfil de mulher liberal, as três gerações citam as mulheres que participavam de relacionamento poligâmico com Cadinho¹⁵ (Alexandre Borges, *Avenida Brasil*), referindo-se a elas de forma semelhante ao que podemos observar nos comentários de Ângela (24): “só por aceitarem aquele vai e volta, já são liberais. Eu jamais ia aceitar aquela enrolação toda de um homem”. Carminha (Adriana Esteves, *Avenida Brasil*) também foi mencionada por jovens e idosas (Elza, 75, Lia, 76, Angela, 24, Tais, 24), tendo em vista as traições ao seu marido.

Algumas entrevistadas maduras, porém, demonstram aceitar certos comportamentos liberais, como Camila (35), ao afirmar: “tem a própria delegada que trabalha com uma homossexual, que é mente aberta. Então o liberal de mente aberta, que tem uma filha que não trabalha em casa, que mora com o namorado”. Com base

¹⁵ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/cadinho-alexandre-borges.html>. Acesso em: 13 mar. 2019.

nisso, inferimos que, para as entrevistadas, a mulher liberal é aquela que não se submete ao poder do marido e é independente. Entretanto, este modelo de independência parece ser aceito apenas parcialmente, sobretudo, refutando o exercício livre da sexualidade.

Ao definirem um modelo de mulher “tradicional” nas telenovelas, a maioria das entrevistadas, de todas as gerações, discorrem sobre aquela que se esforça em prol da manutenção da família. Para as jovens, ser tradicional é se dedicar e ser submissa ao casamento, de forma que essas sejam as suas prioridades na vida. Gina (23) define tal mulher como aquela que na vida somente “cozinha-lava-passa-reproduz”. Para exemplificar, são citadas pelas jovens as personagens Griselda¹⁶ (Lília Cabral, *Fina Estampa*), por ser batalhadora, Muricy¹⁷ (Eliane Giardini, *Avenida Brasil*), pelo esforço para manutenção e união da família, Monalisa¹⁸ (Heloísa Périssé, *Avenida Brasil*), por ser fechada para o amor, Carminha (Adriana Esteves, *Avenida Brasil*) por fazer doações e ir à igreja, embora seja considerada por Lena (20) e Cora (68) uma “falsa conservadora”.

Para as mulheres maduras, ser conservadora diz respeito a depender do marido e não pensar em si própria. As mulheres maduras citaram Lucinda¹⁹ (Vera Holtz, *Avenida Brasil*) por viver uma situação econômica difícil e, mesmo assim, conseguir dar boa educação às crianças do lixão; Verônica²⁰ (Débora Bloch, *Avenida Brasil*), uma das esposas do Cadinho, por tentar manter o casamento apesar da infidelidade do marido, e Antonia²¹ (Letícia Spiller, *Salve Jorge*), por se dedicar ao lar.

As entrevistadas idosas consideram que também são exemplos de mulheres conservadoras aquelas que têm preconceito de classe, que prezam pelos princípios da “moral e bons costumes” (Cora, 68 e Elza, 75) e que cuidam da aparência para agradar o marido. Griselda foi citada, por conta do segredo que não era revelado para manter a

¹⁶ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/fina-estampa/personagem/griselda-da-silva-pereira.html>. Acesso em: 27 fev. 2019.

¹⁷ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/muricy-eliane-giardini.html>. Acesso em: 27 fev. 2019.

¹⁸ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/monalisa-heloisa-perisse.html>. Acesso em: 27 fev. 2019.

¹⁹ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/lucinda-vera-holtz.html>. Acesso em: 5 mar. 2019.

²⁰ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/veronica-debora-bloch.html>. Acesso em: 5 mar. 2019.

²¹ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/salve-jorge/personagem/antonia-leticia-spiller.html>. Acesso em: 5 mar. 2019.

família; Muricy, que tentava conservar a família unida, ainda que sem amor; Ivana²² (Letícia Isnard, *Avenida Brasil*), que, de forma submissa, tentava conquistar o marido; Carminha, que transmitia a imagem de mulher preocupada com a família; Pilar²³ (Suzana Vieira, *Amor à Vida*), que se opôs ao casamento da filha com um rapaz pobre, e Áurea²⁴ (Suzana Faini, *Salve Jorge*), preconceituosa com a nora pelo fato de ela ser da favela. Dessa forma, coexistem posicionamentos flexíveis sobre o comportamento feminino, pois ora prezam pelos valores tradicionais, como a família, o casamento e o amor, ora refutam o modelo de mulher construída somente a partir de tais elementos.

A partir dos dados analisados a respeito da telenovela, podemos inferir que as leituras das relações de gênero transitam entre o moderno e o tradicional. A partir das críticas às personagens mencionadas, percebemos uma dualidade nas decodificações da telenovela, o que pode ser um indicativo de que, na sociedade contemporânea, por mais que se reconheça e valorize a liberdade feminina, isso ocorre apenas parcialmente. Ainda há espaço para a representação de uma mulher tradicional, que se dedica à casa e aos filhos e tem um comportamento sexual que se relaciona ao amor. A independência financeira e o trabalho, vínculo da mulher à esfera pública, são valorizados, mas a independência no âmbito privado de suas relações afetivas é melindrada.

Considerações finais

Compreendemos que as leituras realizadas das telenovelas, assim como a sociabilidade das entrevistadas referentes aos relacionamentos amorosos e sexuais, variam entre e nas diferentes gerações analisadas. Embora os dados tenham sido coletados entre os anos de 2012 e 2013, a atualidade dos achados empíricos é revigorada pelo contexto conservador do cenário político brasileiro e pelas recentes estratégias adotadas pela Rede Globo. A suspensão de gravações provocada pela Covid-19 conduziu à substituição das telenovelas inéditas por reprises na programação. *Fina Estampa*, por

²² Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/personagem/ivana-leticia-isnard.html>. Acesso em: 13 mar. 2019.

²³ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/amor-a-vida/personagem/pilar-khoury.html>. Acesso em: 5 mar. 2019.

²⁴ Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/salve-jorge/personagem/aurea.html>. Acesso em: 27 fev. 2019.

exemplo, voltou ao ar no horário nobre, mantendo índices de audiência relevantes²⁵. Outras novelas, inclusive mencionadas neste texto, passaram a ser disponibilizadas na GloboPlay, tornando-se atrativo de marketing da plataforma de vídeo *on demand*²⁶. Cabe ainda mencionar o canal de TV por assinatura Viva, com grade voltada às produções já exibidas na TV aberta, o qual reforça a importância mercadológica da (re)exibição de telenovelas. Com isso, postulamos que as narrativas não “envelhecem”, mas representam uma oportunidade de leitura da época em que foram produzidas e são consumidas, tal como problematiza Joana Oliveira (2020). Parece-nos salutar apontar que de 2012 a 2020 são diversos os avanços no debate da igualdade de gênero e, em oposição, registra-se o fortalecimento de posições enraizadas no patriarcado.

As entrevistadas idosas manifestam valores tradicionais, especialmente em relação à sexualidade e ao casamento. Isso se confirma tanto no estranhamento em relação à prática do sexo sem amor, como nas leituras da presença de cenas de sexo nas telenovelas. O mesmo posicionamento é encontrado ao abordarem o número de parceiros que as mulheres podem ter antes de casar: apesar de serem modernas ao afirmar que é preciso haver experiência antes da escolha do marido ideal, é essencial que exista amor em todas as relações sexuais. Ademais, são tradicionais acerca do ideal de homem para casar, ao descreverem um perfil romantizado, bem como em relação à esposa ideal, pois essa deve ser uma mulher respeitável, correta e conservadora. O matrimônio, desse modo, ainda é vinculado às idealizações do amor romântico, apesar de serem reflexivas ao criticar a opressão de gênero sofrida em seus próprios casamentos.

A mesma contradição é percebida nas leituras das idosas ao se posicionarem acerca da maneira como a mulher liberal é retratada nas telenovelas, pois aprovam as personagens que são financeiramente independentes e acompanham a evolução dos valores, demonstrando uma tendência moderna e reflexiva. Porém, ao mesmo tempo, se mostram tradicionais ao discorrerem sobre as personagens femininas conservadoras, já

²⁵ Novelas da Globo seguem batendo recorde no Ibope durante quarentena. **Na telinha - UOL**. 20 abr. 2020. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/04/20/novelas-da-globo-seguem-batendo-recorde-no-ibope-durante-quarentena-143945.php>. Acesso em: 5 maio 2020.

²⁶ GloboPlay vai incluir uma novela clássica a cada duas semanas na plataforma. **G1**. 21 maio 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/05/21/globoplay-vai-incluir-uma-novela-classica-a-cada-duas-semanas-na-plataforma.ghtml>. Acesso em: 22 maio 2020.

que se identificam com alguns dos comportamentos exibidos nas tramas, a ponto de agirem da mesma forma em seu cotidiano (como em relação às privações femininas para a manutenção da família). De modo geral, podemos afirmar que as idosas são majoritariamente tradicionais, pois admitem uma certa mudança nas relações de gênero, porém a mulher não pode ser tão ousada a ponto de se desvincular do amor romântico.

Entre as mulheres maduras, percebemos um posicionamento contraditório sobre os relacionamentos amorosos e as leituras das telenovelas, provavelmente fruto de uma modernização das interações de gênero e da herança de uma educação familiar conservadora. Nas questões que tratam dos relacionamentos amorosos são tradicionais, valorizando o amor romântico, ao mesmo tempo em que oscilam entre visões tradicionais e modernas a respeito da liberdade sexual. Embora admitam o direito das mulheres a monogâmias sucessivas, temem ser associadas ao padrão masculino do livre exercício da sexualidade. Essa mesma contradição é percebida nas leituras liberais e tradicionais sobre a representação da mulher e das cenas de sexo nas tramas, quando defendem, por um lado, a independência financeira e a autonomia feminina; por outro, reprimem a liberdade sexual das personagens e a exibição do ato sexual.

As jovens demonstram ser tradicionais em relação aos seus posicionamentos sobre os ideais de homem e mulher para casar, em que indicam uma crença no amor romântico e uma idealização do casamento, embora apontem a falta de liberdade e a rotina como aspectos negativos na relação. Sobre o número de parceiros e sexo sem amor, podemos inferir que as entrevistadas têm posicionamentos que se dividem entre modernos e tradicionais. Metade das informantes defende o livre exercício da sexualidade, enquanto as demais se apegam à moral sexual tradicional que exige o recato feminino. Embora as jovens sejam favoráveis a múltiplas experiências sexuais, não aprovam o relacionamento sexual sem amor, valorizando, mais uma vez, o amor romântico. No que diz respeito aos questionamentos sobre as cenas de sexo na telenovela, as entrevistadas dividem-se entre modernas e tradicionais. São tradicionais no modo como as mulheres são representadas e no entendimento do que é uma mulher “liberal” ou “conservadora” nas telenovelas, por criticarem as personagens de mesma faixa etária, porém de classe popular, que exercem a sua liberdade sexual. Nessa perspectiva, as jovens de classe alta parecem temer o

juízo acerca do exercício de sua sexualidade, pois afirmam que é preciso ter cuidado para não parecerem vulgares.

A diferença entre posicionamento liberal e tradicional é que no liberal há reflexividade, que significa “reconhecimento da escolha” (GIDDENS, 199, p. 103). Tomando isso como base, percebemos que a maioria das entrevistadas contesta os papéis tradicionais de gênero, mas têm dificuldade de admitir os comportamentos liberais para si, pois não conseguem realizá-los. Nossas inferências são baseadas no modo como elas se manifestam a respeito dos comportamentos sexuais e amorosos, nos julgamentos presentes nas falas. As novelas, aqui apresentadas, são menos tradicionais, se posicionam de uma maneira mais liberal do que a experiência vivida pelas entrevistadas. Assim, reforçamos a proposição de Ronsini (2016, p.47): “a particularidade das telenovelas brasileiras é que elas cedem espaço, nas brechas do discurso dominante, para a defesa da liberdade sexual e das múltiplas formas de sexualidade, do respeito às diferenças de gênero”. As receptoras, em parte, aprovam a concepção de uma mulher moderna, sobretudo no que se refere à independência financeira. Em outra, reforçam um modelo conservador vinculado ao ideário do amor romântico e a submissão (ou omissão) de práticas sexuais. A moralidade e o juízo de suas posições de classe ainda as condicionam no âmbito privado e afetivo.

Referências

- ALMEIDA, H. B. **Telenovela, consumo e gênero**: “muito mais coisas”. Bauru, SP: EDUSC, 2003.
- BENTO, B. **O que é transexualidade**. São Paulo: Brasiliense, 2008.
- BORELLI, S. H. S.; et al..Narrativas da juventude e do feminino. In: LOPES, M. I. V. de (org.). **Ficção televisiva no Brasil**: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009, p.65-109.
- BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do juízo. Porto Alegre, RS: Zouk, 2011.
- BRAGA, J. L. **Circuitos versus campos sociais**. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M. Â.; JACKS, N. (Org.). **Mediação e midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p.31-52.
- DEL PRIORE, M. **História do amor no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2006.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006, p.62-83.

GIDDENS, A. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

HAMBURGER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da telenovela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

QUADROS, W.; ANTUNES, D. Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. **Cadernos do CESIT**. Campinas. n. 30, out. 2001.

JUNQUEIRA, L. **Desigualdades sociais e telenovela**: relações ocultas entre ficção e reconhecimento. São Paulo: Annablume, 2009.

LIPOVETSKY, G. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

LOPES, M. I. V de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**. Ano 3, n. 1. ago./dez. 2009, p. 21-47.

LOPES, M. I. V., BORELLI, S. H. S., RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: Mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo, SP: Summus Editorial, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MARTÍN-BARBERO, J. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, v. 2, n. 2, p. 143–162, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Ed. Senac, 2004.

OLIVEIRA, J. Reprise de ‘Fina Estampa’ mostra um Brasil que não se espanta com machismo de seus personagens. 13 abr. 2020. **El País**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2020-04-13/reprise-de-fina-estampa-mostra-um-brasil-que-nao-se-espanta-com-machismo-de-seus-personagens.html>. Acesso em: 5 maio 2020.

PATEMAN, C. **O contrato sexual**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

RONSINI, V. M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: GOMES, I.; JANOTTI JUNIOR, J. (Orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 75-97.

RONSINI, V. M. **A crença no mérito e a desigualdade**: a recepção da telenovela no horário nobre. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RONSINI, V. M. Telenovelas e a questão da feminilidade de classe. **Matrizes**. Ano 10, n. 2. maio/ago. 2016, p. 45-60.

SAFFIOTI, H.I.B. Rearticulando gênero e classe social. In: COSTA, A.; BRUSCHINI, C. (Orgs.) **Uma questão de gênero**. São Paulo: Rosa dos Tempos e Fundação Carlos Chagas, 1992.

SAFFIOTI, H. I. B. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 01/08/2020
Aprovado em: 21/09/2020

Mothers I'd like to fuck: mulheres-mães pornográficas no YouPorn

Mothers I'd like to fuck: pornographic mom-women on YouPorn

Mother I'd like to fuck: las mujeres-madres pornograficas en YouPorn

Luiz Felipe ZAGO¹
Thanise Guerini ATOLINI²

Resumo

O artigo analisa três vídeos pornográficos do *YouPorn* selecionados a partir de buscas por “*milf*” (ou “mães com quem eu gostaria de fazer sexo”) e “*amateur*” (amador). Procede à análise cultural do material, mencionando os sentidos possíveis das marcas culturalmente dispersas de corpo, feminilidade, maternidade e geração para caracterizar a *milf*. Tece considerações sobre aspectos da articulação entre pornografia e internet por meio do estímulo à visibilidade pela comunicação na internet como constituintes do consumo pornográfico *on-line*. Descreve e localiza a emergência da personagem pornográfica *milf* indicando que a personagem mulher, mãe, “mais velha” e “amadora” é uma justaposição particular de elementos mais amplos culturalmente, ligados às feminilidades e à heterossexualidade, articulados provisoriamente no interior da pornocultura midiática.

Palavras-chave: Corpo. Pornografia. Envelhecimento. YouPorn.

Abstract

It analyzes three pornographic videos from *YouPorn* selected from searches for “*milf*” (or “mothers I'd like to fuck”) and “*amateur*”. It proceeds to cultural analysis of the material. It mentions possible meanings of the culturally dispersed marks of body, femininity, motherhood and generation to characterize the *milf*. It makes considerations about aspects of the articulation between pornography and internet by the stimulating visibility through internet communication as constituents of online pornographic consumption. Describes and locates the emergence of the *milf* pornographic character, indicating that the character of woman, mother, “older” and “amateur” is a particular juxtaposition of broader cultural elements, linked to femininities and heterosexuality, provisionally articulated within the mediatic pornoculture.

Keywords: Body. Pornography. Old age. YouPorn.

¹ Pesquisador do Grupo de Estudos em Promoção da Saúde, Faculdade de Enfermagem, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Jornalista, Mestre e Doutor em Educação. E-mail: professorluizfelipezago@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4453-5982.

² Historiadora, Mestre em Educação. E-mail: thaniguerini@gmail.com. ORCID: 0000-0002-4074-3189.

Resumen

Analiza tres videos pornográficos de YouPorn seleccionados de las búsquedas de “milf” (o “madres a las que me gustaría follar”) y “amateur”. Se procede al análisis cultural del material. Menciona posibles significados de las marcas culturalmente dispersas de cuerpo, feminidad, maternidad y generación para caracterizar a la milf. Hace consideraciones sobre aspectos de la articulación entre pornografía e internet mediante la visibilidad a través de la comunicación en internet como componentes del consumo de pornografía en la web. Describe y ubica la emergencia del personaje pornográfico milf, indicando que el carácter de mujer, madre, “más vieja” y “amateur” es una yuxtaposición particular de elementos culturales más amplios, ligados a las feminidades y la heterosexualidad, articulados provisionalmente dentro de la pornocultura mediática.

Palabras clave: Cuerpo. Pornografía. Envejecimiento. YouPorn.

Introdução

Este artigo analisa três vídeos publicados na plataforma de compartilhamento de conteúdos pornográficos estadunidense *YouPorn*³, classificados nos gêneros “*milf*” (abreviação de *mother I’d like to fuck*, cuja tradução livre para o português seria “mãe com quem eu gostaria de fazer sexo”) e “*amateur*” (amador). Entre os vídeos encontrados, foram selecionados aqueles que apresentavam algum elemento explicitamente pedagógico em suas narrativas, como a palavra “*teach*” (“ensinar”) em seus títulos⁴. O gênero amador é composto por produções cotidianas, caseiras, marcadas por uma estética diferente da dos filmes produzidos pela indústria pornográfica, produzidos por usuários que não são celebridades da cultura midiática⁵. Entre esses, nos interessou mais particularmente aqueles vídeos nos quais as protagonistas são mulheres autodeclaradas *milf*. Essas mulheres “mães” têm a característica, nesse gênero pornográfico específico, de terem experiência sexual e corpos que exibem as marcas das suas idades, conforme descreveremos a seguir.

³ Disponível em www.youporn.com. É um dos *sites* que compõem o portal *PornHub*.

⁴ Este é um produto parcial de pesquisa de Mestrado em Educação, mais ampla e abrangente, que procurou articular o conceito de “pedagogias de gênero” e “pornografia”, razão que justifica esse critério (cf. ZAGO; ATOLINI, 2020).

⁵ Não é nosso objetivo discutir as ambiguidades do gênero “amador” na pornografia. Procuramos abordar mais centralmente a personagem pornográfica *milf*. Entretanto, destacamos que, ao estabelecer a categoria *amateur* como um critério de seleção, é impossível afirmar que os vídeos não pertençam à indústria pornográfica, constituindo-se mais em uma linguagem estética do que num gênero definido. Salientamos que são os próprios usuários que classificam e marcam os conteúdos dos vídeos do *YouPorn*, categorizando-os em determinados grupos, incluindo aí o “amador”.

O *YouPorn* é um dos três *sites* que compõem o Portal *PornHub*, junto com o *RedTube* e o *Tube8*. Por meio do *site* é permitido aos usuários produzir, comentar, interagir e avaliar conteúdos publicados. É financiado por meio da publicidade que relaciona às páginas uma infinidade de *links* para outros *sites*, como linhas de bate-papo eróticas, ou para redes que possibilitam encontros eróticos em espaços privados. Todos os dias há o *upload* de milhares de novos vídeos, na sua maioria produzidos pelas próprias usuárias, utilizando ferramentas simples de captura e edição de vídeo, como *smartphones*.

Para as análises, emprega-se a análise cultural (MORAES, 2016) como ferramenta para articular elementos dos vídeos vinculados ao contexto social e histórico no qual emergem: o tempo presente. Arregimenta-se abordagens da pornocultura (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017) em articulação com a comunicação (PARREIRAS, 2015) para circunscrever a emergência da erotização do corpo feminino articuladas aos estudos sobre envelhecimento (DEBERT, 2010), tomando a exibição e pornificação de si (BALTAR; BARRETO, 2014) como baliza teórica. O objetivo é descrever e analisar culturalmente essa personagem da pornografia, a *milf*, a partir dos vídeos selecionados. No que segue, o texto está dividido em cinco seções: apresentação conceitual do processo cultural do envelhecimento feminino; discussão teórica da pornocultura; seleção de notas teóricas sobre pornificação de si; análise dos vídeos selecionados e, finalmente; conclusão.

Mulheres, mães: corpo e envelhecimento

Milf é um dos gêneros pornográficos mais pesquisados nas plataformas pornôns *on-line* segundo o portal canadense de compartilhamento de conteúdos pornográficos *Pornhub*. O Portal anualmente divulga dados produzidos pelo contador estatístico dos vídeos postados e visualizados dos seus *sites* integrantes – entre eles, o *YouPorn*. A mais recente pesquisa⁶ mostra que, em 2019, entre as 39 bilhões de buscas pelos mais variados gêneros pornôns disponibilizados na plataforma em todo o mundo, o gênero “*mature*” (“madura”) está em sexto lugar, no qual se encaixam as *milf*. Já entre os termos mais procurados, *milf* ocupa a quarta posição e “*step mom*” (madrasta), a sétima. Nas

⁶ Disponível em <https://www.pornhub.com/insights/2019-year-in-review>, acesso em 27 de julho de 2020.

estatísticas brasileiras, a palavra *milf* ocupa o sexto lugar entre as mais usadas para encontrar um conteúdo pornô.

May Friedman (2015) aponta que a difusão do termo *milf* aconteceu no fim da década de 1990, com o filme *American Pie – a primeira vez é inesquecível*, lançado em 1999. A *milf* ficou marcada pela interpretação da atriz Jennifer Coolidge, com a personagem Jeanine Stifler, a atraente mãe de Steve Stifler (personagem vivido pelo ator Seann William Scott), desejada pelos amigos do filho, inclusive se relacionando sexualmente com um deles. Nesse âmbito, a expressão *mother I'd like to fuck* surgiu para se referir às mulheres mães que são sexualmente desejáveis, num contexto de sociabilidade heterossexual ocidental como a “mãe gostosa” que desperta a cobiça sexual de adolescentes do sexo masculino.

Segundo Friedman (2015), a *milf* apresenta um perfil singular de mulher sexualizada e é encontrada tanto em contextos pornográficos, quanto em outros espaços da cultura (jornalismo, literatura, publicidade, música pop) nos quais não está pornograficamente explícita, mas ainda assim aparece num contexto sexualizado e erótico. A autora destaca que, de modo geral, a *milf* se refere à mulher ligeiramente “mais velha”, experiente, que possui algum cuidado com o corpo e de quem se espera significativa proeza sexual. A maioria das *milf* é de mulheres brancas, geralmente de classe média alta e apresentadas em contextos marcadamente heterossexuais (FRIEDMAN, 2015). Na mesma direção, Sarah Vannier, Anna Currie e Lucia O’Sullivan (2014) apontam que as atrizes do gênero *milf* aparecem em vídeos pornográficos como personagens mais propensas a iniciar e controlar o ritmo da atividade sexual e apresentam um *status* profissional mais elevado em relação aos atores masculinos com quem contracenam. Para essas pesquisadoras, em consonância com Friedman (2015), o perfil sexual de mulher “mais velha”, sedutora, que possui independência financeira e atitude na relação sexual caracteriza a *milf* (VANNIER; CURRIE; O’SULLIVAN, 2014).

A esta altura, a locução “mais velha” usada para remeter às *milf* demanda uma abordagem teórica sobre o envelhecimento. Guita Debert (2010) salienta que a juventude se transforma num valor que deve ser conquistado e mantido em qualquer idade pela incorporação de determinadas formas de consumo de bens e serviços apropriados. Assim, a juventude não está ligada especificamente a um grupo etário, mas a um estilo de vida,

e a velhice perde a sua acepção cronológica e passa a ser associada a atitudes que negligenciam o corpo ou à falta de motivação para a vida. Há uma disponibilidade variada e constante de técnicas e práticas de renovação do corpo que servem como suporte para encobrir os problemas próprios do envelhecimento, e há um incentivo recorrente para que os sujeitos “corrijam essas falhas” e busquem a juventude como valor (DEBERT, 2010). A autora aponta que ocorreram mudanças sobre os eventuais sentidos da expressão “velhice”, desdobrada hoje em vários outros termos, entre eles “meia idade”, “aposentadoria ativa”, “terceira idade” e “melhor idade”. Destaca que cada uma dessas palavras não representa a velhice como um período de retraimento social e sobriedade: a população “mais velha” é descrita por essas expressões como hábil para satisfação pessoal, retomada de sonhos que foram deixados de lado em outros momentos da vida, exploração de novas formas de autoexpressão e de identidade.

Já Mirela Berger (2012) realizou entrevistas com mulheres “mais velhas”, acima dos 60 anos, sobre temas como a sexualidade, desejo, cuidado de si e envelhecimento. Ela aponta uma mudança de comportamento na contemporaneidade de mulheres “mais velhas”, referente às suas vidas sexuais e cuidados com o corpo: frequentam academias de ginástica, bailes da terceira idade, fazem uso de produtos de *sex shop* e algumas, inclusive, admitem experimentar relacionamentos homossexuais nessa fase da vida. Berger (2012) salienta que essas mulheres estão abertas a conhecer e cuidar de seus corpos e de suas sexualidades. Algumas relatam ter mais “sede de vida” na velhice, vivendo novas paixões, descobrindo mais sobre os prazeres e desejos de seus próprios corpos. Essas mulheres “mais velhas” mostram que o sexo na terceira idade foi uma redescoberta, representando também uma espécie de liberdade para experimentar coisas novas. Após as separações ou viuvez, elas têm se relacionado com homens mais jovens, atendendo às suas fantasias sexuais, que antes não realizavam com seus maridos pela criação católica e certo receio de serem julgadas moralmente.

Abordar as *milf* demanda também tangenciar a maternidade, uma vez que o surgimento do termo esteve, desde o início, relacionado às mães: elas são mães que instigam o desejo sexual – muito embora reconheçamos que a articulação entre maternidade e envelhecimento seja específica da personagem pornográfica *milf*. Neste sentido, Dagmar Meyer (2003) argumenta que há uma redução da noção de mulher às

noções de mãe, como também de cuidadora ideal e qualificada dos membros do núcleo familiar. Sugere que, quando o assunto é a saúde da mulher, este tende a se reduzir à dimensão da saúde do aparelho reprodutor feminino. Meyer (2003) salienta que representações culturais inscrevem no corpo e na “alma” da mulher os sentidos da maternidade, mas que são incapazes de fixar um conjunto definitivo e homogêneo sobre ser mãe, produzindo diferentes marcas e sentidos de maternidade nas mulheres.

Assim, caracterizando as *milf* como mulheres-mães, podemos sugerir que seu surgimento indica um deslocamento dos sentidos do envelhecimento frente à juventude, bem como ressignificam a velhice como momento de vida propício para a experimentação corporal e sexual. Ainda, sua aparição na cultura midiática sugere que a própria maternidade é investida de novos sentidos na contemporaneidade.

Comunicação e pornografia

Para analisar as formas como as atrizes dos filmes selecionados se apresentam, é imprescindível pensar os aspectos históricos e culturais da pornografia. O pornográfico hoje está presente de forma massiva na internet. Contudo, Claudia Attimonelli e Vincenzo Susca (2017) apontam que as diferentes ofertas que envolvem sexo, sexualidade, erotismo vão além da pornografia como apenas um nicho de oferta midiática *on-line* e a colocam como um eixo simbólico do nosso tempo e contexto ocidental: é a pornocultura contemporânea. Attimonelli e Susca (2017) propõem uma espécie de “pornificação” do cotidiano em que a intimidade e a visibilidade compartilhadas na internet compõem um jogo de reversibilidade constante, alterando as noções de privado-público, pessoal-coletivo. Nesse sentido, *sites* como *YouPorn*, *Xtube* e *PornTube*, em parte constituídos de conteúdos produzidos pelas usuárias, dão consistência ao vínculo cada vez mais forte entre pornografia, mídias digitais e as realidades das usuárias das redes.

Nessa direção, Carolina Parreiras (2015) destaca que é notável o modo como o desenvolvimento das manifestações pornográficas esteve associado ao surgimento ou à adoção de novas tecnologias. O cinema, que exibia filmes pornográficos em suas grandes telas, foi rapidamente substituído pelo videocassete entre as décadas de 1970 e 1980, permitindo ao pornô entrar de forma massiva nos ambientes privados de seus consumidores (ABREU, 1996; DÍAZ-BENÍTEZ, 2009). Por sua vez, o videocassete foi

substituído pelo DVD, que oferecia mais qualidade nas imagens e um produto mais compacto – além de discreto, a ser consumido no espaço privado. No Brasil, esse tipo de mídia repercutiu a partir dos anos 2000. Maria Elvira Diaz Benítez (2009) e Nuno Abreu (1996) apontam, desde diferentes perspectivas, que o videocassete contribuiu para a ampliação do consumo cotidiano da pornografia. Porém, nem o videocassete nem o DVD, tampouco o cinema, transformaram tão dramaticamente o consumo pornográfico quanto a internet.

A internet rapidamente se sobrepôs ao cinema, ao videocassete e ao DVD como a forma mais acessível de propagar e consumir conteúdo pornográfico, como mostra Carolina Parreiras (2015). O *cyberporn*, ou seja, qualquer material pornográfico que possa ser acessado no espaço cibernético, foi uma das primeiras atividades relacionadas com a *web*, mesmo que de forma mais reduzida, como determinados *sites*, trocas de imagens eróticas, salas de bate-papo. Nesse sentido, Bilton (2010 *apud* PARREIRAS, 2015) argumenta que a indústria pornográfica foi a pioneira na experimentação de novas tecnologias. Parreiras, citando o autor, sugere que a pornografia é uma espécie de *test drive* das novas mídias e que essa situação fica ainda mais evidente quando se trata de internet. A pornografia aproveitou-se ao máximo das possibilidades decorrentes das transformações tecnológicas da internet, possibilitando novas configurações de comunidades e formação de redes que implicaram, parcialmente, na reconfiguração da díade consumidor – produtor, como aponta Parreiras (2015).

A nova fronteira do pornô se configura pelo caráter (intencional ou não) de tensionamento da pornografia tradicional produzida pela indústria. Diante da abrangência e consumo dos conteúdos pornográficos, Erica Sarmet (2015, p. 62) aponta para o discurso moralista da pornografia tradicional, cujos valores estão preservados por normas que governam “o que é sexo e como ele deve ser feito”, conformando gênero, sexualidade, etnia e todas as outras possibilidades que envolvem a imagem do corpo. A pornografia industrial se direciona para a divisão binária dos gêneros, polarizando ativo e passivo, hiperdramatizando o som do gozo feminino, superiluminando os órgãos sexuais, explicitando quais são os corpos socialmente aceitos como eróticos, excitáveis, consumíveis, atuando na própria estética da prática sexual (SARMET, 2015).

Por sua vez, Parreiras (2015) observou o rápido crescimento e segmentação do mercado pornô *on-line*. Argumenta que é importante diferenciar os conteúdos pornográficos que estão disponíveis na internet: o *porn on the net* e o *netporn*. Entende-se o *porn on the net* como uma reciclagem dos conteúdos pornográficos como vídeos, textos e imagens e sua alocação em determinados *sites*, não sendo a sua produção direcionada visando a internet como suporte específico. São produções cujas marcas características são “a estandardização, a separação clara entre produtores e consumidores e uma lógica marcada por um padrão de corpos, desejos e atos sexuais” (PARREIRAS, 2015, p. 137-138).

Parreiras (2015) descreve *netporn* como um conteúdo que se diferencia por criar uma estética pornográfica própria da internet, como o conteúdo amador sem montagem e despreocupado com enredo, o que acaba por tensionar algumas fronteiras em relação às narrativas audiovisuais da pornografia industrial. É uma pornografia produzida visando a internet e que, muitas vezes, se choca com os limites da indústria pornográfica, pois no *netporn* há o borramento das fronteiras entre produtores e consumidores, tentativa de ressignificação dos corpos, sexualidade, práticas sexuais – principalmente em produções de referencial *queer* e não-normativo. O *netporn* se caracteriza por produções que correspondem a uma estética amadora, integrando a pornografia de um modo mais independente e, a reboque, com estéticas alternativas – algo diferente da simples transposição do material produzido pela indústria pornô para o acesso *on-line* (PARREIRAS, 2015).

Você, pornógrafa! Pornificações de si

Niels Van Doorn (2010) lista três aspectos presentes na mídia e sociedade contemporânea que constituem a análise do hiperconsumo e produção de conteúdo pornográfico, como acontece no *YouPorn*. O primeiro diz respeito à “sexualização da cultura”, conforme Feona Attwood (2006), em que cinema, publicidade e design flertam com a estilística da pornografia, tendo ampla adesão na última década de aspectos desse estilo em diversas peças midiáticas, seja em filmes, anúncios, artigos de moda, novelas, videoclipes etc. O segundo destaca a obsessão com o mundano e a vida cotidiana das “pessoas comuns”, em convergência com Paula Sibilia (2016), fato que concerne também

à aceitação e prestígio dos programas *reality shows*, a valorização das experiências “reais” que integram a cultura do “show da realidade”, que estimula os indivíduos a divulgarem sua vida pessoal e “real”, incluindo também a vida íntima sexual. Por último, o importante crescimento e desenvolvimento das tecnologias da comunicação, principalmente a então chamada *Web. 2.0*, da cultura participativa, em que há uma superexposição da intimidade, a partir da máxima *broadcast yourself*: “transmita-se” (SIBILIA, 2016), seja nas redes sociais *on-line* ou nas variadas ferramentas na internet (VAN DOORN, 2010). Van Doorn (2010) destaca que os três aspectos listados se articulam, sobretudo, em *sites* pornográficos de conteúdo autogerado, como é o caso do *YouPorn*.

Mariana Baltar e Nayara Barreto (2014) salientam que o pornô amador, produzido e compartilhado por pessoas “comuns” – supostamente “reais” – está cada vez mais ganhando centralidade na pornografia contemporânea, em que os próprios usuários produzem e disponibilizam seus conteúdos pornográficos na *web*. Para as autoras, a pornografia amadora articula “as ideias de pornificação de si, empoderamento, prazer e consumo” (BALTAR; BARRETO, 2014, p. 265). A pornificação de si pode ser a reivindicação do desejo como direito. As produções pornográficas industriais formatam corpos desejáveis, excitáveis e sensuais; os corpos pornográficos são enrijecidos na norma de um padrão específico de beleza, que reitera a heterossexualidade, os corpos de pele branca, lisa, musculatura definida, sem gordura. Pornificar-se, em outra direção, caracteriza um direito político de se fazer visível, de ser desejável, unindo política, sexualidade e desejo num espaço que permite a diversidade de corpos desejáveis, corpos pornográficos (BALTAR; BARRETO, 2014)⁷.

A ideia de pornificação de si, de se fazer visível, desejável, levanta outro aspecto no qual as produções pornográficas amadoras estão assentadas: a alocação da sexualidade em uma permanente visibilidade, em que a vida sexual é compartilhada com diversas pessoas na rede por meio de vídeos. Pessoas “comuns”, que não participam da indústria pornográfica, estão cada vez mais optando por compartilhar, por meio de registros imagéticos, suas práticas sexuais.

⁷ Embora não seja nossa intenção tocar na contenda, assinala-se que essa perspectiva tensiona com alguns discursos feministas, que envolvem a controversa ideia de que todo tipo de pornografia envolvendo o corpo feminino é considerada uma forma de objetificação.

Pelo menos dois pontos merecem destaque nesse aspecto da pornificação de si. O primeiro diz respeito às considerações de Sibilia (2016), quando aponta que na virada do século XXI no Ocidente, graças também à internet, a explícita vontade de tornar elementos até então considerados de ordem íntima em manifestações públicas na rede mundial de computadores se aprofundou consideravelmente. A autora destaca que a palavra “íntimo” era outrora usada para nomear arquivos pessoais, diários, afetos e ações que só podiam acontecer no espaço privado, protegidos dos olhares alheios e estranhos; porém, os usos das possibilidades de comunicação da internet davam indícios de que importantes mudanças estavam ocorrendo na relação público-privado: certos usos da exposição de si em redes sociais *on-line* podem ser caracterizados por meio do neologismo extimidade, apontando para uma forma cultural particular entrelaçada à tecnologia (SIBILIA, 2016).

O segundo ponto diz respeito à própria distinção entre o “amador” e o “profissional/industrial” no que tange às produções pornográficas. Embora não seja o objetivo deste artigo investir nessa distinção, apoiamo-nos em Sibilia (2015, p. 355) para sustentar que a vida das pessoas em geral vem se tornando midiaticamente performática, realizando-se em imagens: “ganha consistência ao se produzir com a ajuda de códigos midiáticos e ao se plasmar nas telas que se multiplicam em toda parte” – o que nos permite chamar de “atrizes” as mulheres protagonistas dos vídeos analisados, mesmo que não estejam vinculadas à indústria pornográfica. Assim, a categoria “amador”, na qual estão classificados os vídeos pornográficos aqui analisados, é mais uma linguagem contemporânea, compartilhada, de produção e consumo de imagens pornográficas do que propriamente uma categoria estanque, oposta à profissionalização ou industrialização. Isso porque a convocação midiática à performance da vida em imagens é efeito de transformações culturais mais amplas, atuando como balizadoras dos conteúdos publicados em redes *on-line*, nas quais não basta ser alguém ou fazer algo: “Além disso, o tempo todo, é preciso *performar*: mostrar-se fazendo o que for e ser alguém. E, é claro, também é necessário ser *visto* nessa exibição” (SIBILIA, 2015, p. 358, grifos da autora).

As importantes mudanças históricas e culturais ocorridas em conjunto com o espraiamento do uso da internet, abordadas por Van Doorn (2010), Baltar e Barreto (2014) e Sibilia (2016; 2015), indicam que na contemporaneidade o fluxo de exposição e

visibilidade pode ser articulado à pornocultura, proposta por Attimonelli e Susca (2017). As importantes mudanças tecnológicas que marcam nosso tempo, como a então Web 2.0, têm oferecido outras formas de consumir e produzir conteúdos pornográficos.

Análises: mais perto da *milf*

O critério de seleção dos vídeos analisados foi estabelecido a partir da sua classificação nas categorias “*amateur*” e “*milf*” no *YouPorn*, selecionando materiais que apresentavam no título indícios evidentes de que suas narrativas apresentassem ensinamentos da *milf* sobre práticas sexuais. Assim, conforme mencionado na Introdução, foram selecionados aqueles vídeos que apresentavam algum elemento explicitamente pedagógico em suas narrativas, como a palavra “*teach*” presente em seus títulos. Os três vídeos têm atrizes do perfil *milf*: mulheres “mais velhas”, que compartilham a sua experiência sexual ensinando lições sobre sexo. Procedeu-se à análise cultural (MORAES, 2016) das imagens e diálogos relacionando-as às teorizações sobre corpo, envelhecimento e maternidade. Os vídeos selecionados para as análises estão relacionados na Tabela 1, abaixo, contendo o título, data da postagem, número de visualizações, e duração em minutos.

Tabela 2 - Dados dos vídeos

	Título do vídeo	Link	Data da postagem	Número de visualizações	Duração
Vídeo 1	<i>Son Asks Step Mom To Teach Him How To Fuck</i>	https://www.youporn.com/watch/12824985/son-asks-step-mom-to-teach-him-how-to-fuck/	18/06/2016	465.800	14'00"
Vídeo 2	<i>Mom Teaches Student Sex Lesson</i>	https://www.youporn.com/watch/12153389/mom-teaches-student-sex-lesson/	26/10/2015	184.000	07'00"
Vídeo 3	<i>Teacher Craves Cum - milf teacher pov handjob & oral creampie</i>	https://www.youporn.com/watch/14375455/teacher-craves-cum-milf-teacher-pov-handjob-oral-creampie/	20/02/2018	131.100	10'41"

Fonte: as autoras.

Os vídeos 1 e 2 pertencem ao canal *Wicked Sexy Melanie*⁸ e têm a mesma atriz como protagonista. O vídeo 3 pertence ao canal *Mrs Mischief*⁹. Por disporem de canais próprios no *YouPorn*, é possível sustentar, com base em Sibilía (2015; 2016), que essas mulheres são atrizes porque atuam nos vídeos de modo a se fazerem protagonistas de suas performances pornográficas, cujas produções empregam elementos estéticos considerados “amadores” pelos seus consumidores. Portanto, seus vídeos acionam uma estética do cotidiano compartilhada pela comunidade de consumidores. Ambas as atrizes são mulheres brancas e reforçam alguns padrões estéticos de feminilidade sobre os corpos femininos. São mulheres magras, depiladas, maquiadas e possuem intervenções cirúrgicas como prótese de silicone nos seios. Em especial, a atriz dos vídeos 1 e 2 apresenta algumas mudanças corporais significativas de um vídeo para o outro, sendo uma delas o aumento das mamas pela colocação de prótese de silicone. Remetemos às colocações de Debert (2010) acerca dos investimentos contemporâneos nos corpos envelhecidos, tais que podem apagar ou amenizar as marcas da idade. Esses investimentos, como a colocação de próteses de silicone, podem significar a tentativa de adesão a certa “juventude”. Entretanto, apostamos em outro aspecto: salientamos que essas intervenções corporais podem ser uma característica da própria visibilidade dos corpos das atrizes, que mantêm canais no *YouPorn* e que aderem à valorização dessa parte do corpo em especial: as mamas. Portanto, essas atrizes não são tão explicitamente “velhas” no que diz respeito às suas formas corporais. Elas narram-se como tais, principalmente nas suas performances.

As narrativas dos vídeos 1 e 2 exploram a experiência sexual da personagem *milf* nas produções amadoras. Neles, a personagem *milf* aparece como uma mulher capacitada a ensinar homens “mais novos” sobre relação sexual, prazer e corpo feminino. Em ambos, as cenas acontecem em espaços privados, e a atriz fala diretamente para a câmera; é um homem quem segura a câmera, é a ele que a atriz se dirige como um “aprendiz” e é com ele que pratica sexo. Nos primeiros minutos do vídeo 1, a atriz destaca

⁸ Disponível em <https://www.youporn.com/channel/882541091/wicked-sexy-melanie/>, acesso em 31 de julho de 2020.

⁹ Disponível em <https://www.youporn.com/uservids/8745841/ph-mrsmischief/>, acesso em 31 de julho de 2020.

que a mulher mais velha terá a experiência que ele precisa; evidencia “alguns lugares que são muito gostosos” para tocar nos corpos das mulheres; cita os braços, axilas e mamilos, dizendo que são partes do corpo “muito sensíveis, cheias de nervos” e que “alisar ou às vezes até lambar pode ser muito erótico [...] especialmente numa mulher velha, que provavelmente amamentou bebês antes”. Ela toca seu órgão genital enquanto é filmada, mostrando seu corpo e explicando sobre sua anatomia, sobre onde e como um homem deve tocar o corpo de uma mulher para que ela sinta prazer.

Já no vídeo 2, nos primeiros minutos, a atriz também se dispõe a ensinar práticas sobre sexo a um ator “estudante”. Na sua fala, a atriz destaca que é uma “mulher” e não uma “garota”, e por esse motivo seria mais “desenvolvida” e se vestiria de uma maneira diferente das mulheres “mais novas”. Ela salienta “coisas que uma mulher tem que fazer quando um homem não está por perto”, mostrando um vibrador e como uma mulher poderia se masturbar. A partir dos 2’, a atriz e o homem que segura a câmera começam a praticar sexo. Nos vídeos 1 e 2, depois de fazer a apresentação de seu corpo, a atriz e os atores praticam sexo, e o final é marcado pelo gozo dos homens. Ainda, pelo fato de o homem segurar a câmera, as imagens são tremidas e o enquadramento, foco e iluminação não são característicos da indústria pornô.

As falas da atriz dos vídeos 1 e 2, quando relata os prazeres de tocar os mamilos de uma mulher, especialmente se for “mais velha” e se passou pela experiência da amamentação, colocam em disputa a sexualidade das mulheres-mães. Como já discutido a partir de Meyer (2003), há uma redução da noção de mulher à de mãe. A autora destaca que os diferentes discursos investem na ideia de que cuidar dos filhos é uma tarefa primordial quando se é mãe e que o corpo materno tem como prioridade estar mais preparado para gestar, parir e amamentar um outro ser. Isto é, reduz-se a mulher à mãe, esta última como um corpo sem desejo, unicamente circunscrito ao cuidado da prole. Nesse sentido, a fala da atriz *milf* coloca em disputa alguns sentidos, sugerindo que a mulher que passa pela maternidade não deixa de ter desejos, fantasias, prazeres sexuais em e a partir de seu corpo; ela afirma que a mulher-mãe não necessariamente deve ser “assexuada”. Pelo contrário: é precisamente por ter sido mãe que ela se torna agente de suas práticas sexuais. Portanto, pelas narrativas dos vídeos, é possível inferir que as

atrizes *milf* encarnam personagens que têm iniciativa sexual, experimentam seus corpos e conquistam os homens ativamente.

No vídeo 3, a atriz representa uma professora em sala de aula, explorando a relação entre um ator “aluno” inexperiente e tímido e sua “professora” *milf*. Diversos vídeos do canal *Mrs Mischief* são gravados em um quarto. A construção do ambiente, de acordo com a temática de cada vídeo, é feita através de alguns elementos aparentemente improvisados: especialmente o vídeo 3 representa o ambiente da sala de aula mostrando alguns objetos alusivos ao contexto escolar, como uma classe, cadeira, quadro, cartazes com o alfabeto escritos à mão. Nos primeiros segundos do vídeo, o ator que segura a câmera diz que a cena pode começar, que já está gravando – indicando uma estratégica falta de edição e montagem audiovisual que associa a produção à estética amadora. A atriz não aparece nua em nenhum momento, não usa roupas sensuais ou *lingeries*. Seus trajes enfatizam certa discrição e seriedade, algo culturalmente atrelado à representação da professora. Ela é mulher “mais velha”, tem o cabelo bem curto e algumas rugas no rosto, principalmente na região dos olhos. Veste uma saia até a altura dos joelhos, usando um sapato de salto médio, com uma blusa branca de manga comprida levemente decotada. A narrativa do vídeo 3 explora a experiência sexual da atriz *milf* enquanto uma professora disposta a ensinar os conteúdos iniciais no tema da sexualidade para seu aluno homem, como a perda da timidez incentivada pela experiência de uma mulher apta a ensiná-lo. A atriz pratica sexo oral no ator que segura a câmera enquanto filma as cenas, e o vídeo também termina com o gozo masculino. A não ser nos segundos iniciais, o ator permanece calado até o fim da produção.

Nos três vídeos estão presentes práticas sexuais explícitas que remetem a certo roteiro das produções audiovisuais da indústria pornográfica, nas quais o prazer feminino está diretamente ligado à penetração vaginal e ao gozo masculino. Contudo, nos vídeos 1 e 2 há alguns elementos que escapam a essa padronização de práticas sexuais ao apresentarem em imagens outras opções na relação sexual. A primeira delas é que a atriz, naqueles vídeos, fala sobre aspectos que envolvem a excitação e o prazer da mulher: o corpo da mulher é o protagonista das cenas pornográficas. Em sua fala, algumas regiões corporais são ressaltadas como interessantes para serem tocadas visando excitar as mulheres, como os braços, as axilas, o pescoço. Já a atriz do vídeo 3 aparece totalmente

vestida, o que também é um deslocamento em relação às produções pornográficas industriais, marcadas pela superexposição dos corpos nus.

Conforme destaca Sarmet (2015), o pênis e o prazer dos homens são protagonistas na maioria dessas narrativas pornográficas, e essa característica é verificável no material analisado. A autora ainda destaca que uma das novidades de produções alternativas à pornografia tradicional é o enquadramento de partes do corpo diferentes daquelas necessariamente sexualizadas pela pornografia industrial, o que resulta em outras formas de representar o corpo durante o sexo. Assim, é possível dizer que os três vídeos exploram o corpo da mulher “mais velha” não apenas por meio de imagens explícitas de seus corpos nus ou de suas práticas sexuais, mas, sobretudo, por meio de falas das atrizes sobre seu prazer e suas fantasias.

As atrizes que incorporam as personagens *milf* nos vídeos selecionados demonstram elementos importantes sobre a pornificação dos seus corpos. Elas escapam e, simultaneamente, reforçam padrões corporais sustentados pela indústria pornô sobre os corpos de desejo. São atravessadas pela juventude enquanto valor, por estarem ativas sexualmente, exercerem algum tipo de cuidado com o corpo, participarem da sociabilidade digital. Por outro lado, as personagens *milf* encenam um comportamento sexual ativo que demonstra a maturidade de uma mulher desenvolta com o envelhecimento do corpo. Uma das recorrências nas falas das atrizes *milf* nos vídeos é a ênfase na maturidade como um diferencial em relação às outras mulheres “mais novas”, entendidas como menos experientes. Essas mulheres *milf* se pornificam, isto é, se fazem personagens de narrativas pornô muito mais pelos seus relatos sobre sua vivência e sobre as sensações de seus corpos e menos pela hiperexposição explícita pornográfica. Esse aspecto, presente nos três vídeos analisados, se articula às considerações de Berger (2012) acerca da vivência da velhice como tempo de experimentações até então recusadas pelas mulheres. Trata-se de um lugar, ocupado por uma mulher “mais velha” em relação ao ator com quem contracenava, de sapiência e experiência sexuais sem que seja preciso mostrá-la nua.

Os três vídeos analisados podem não ser totalmente *netporn*, transgressores em relação à pornografia *mainstream*, como define Parreiras (2015). No entanto, é interessante salientar que tampouco são materiais de estúdios pornôs simplesmente

postados em plataformas como o *YouPorn*. Mesmo que não possamos afirmar que as atrizes são amadoras, suas produções empregam uma linguagem audiovisual particular que remete às características do que é considerado “amador”, principalmente pela comunidade que consome os vídeos. Isto é: são vídeos de “mulheres *milf* comuns” não exatamente porque suas atrizes o são, mas porque a comunidade de usuários do *YouPorn* assim os entendem e os classificam. Na pornocultura do presente, conforme indicam Attimonelli e Susca (2017), a linguagem pornô oferece um conjunto de elementos que permitem alocar as produções na categoria “amador”: qualidade da imagem, atuações, enquadramentos, iluminação, edição, montagem. Algo semelhante pode ser dito sobre a definição de *milf*: não são informadas as idades cronológicas das atrizes; sua condição de mulher-mãe-“mais velha” é construída pelo seu entorno, pelos relatos dados pelas atrizes e, sobretudo, pela relação que estabelecem os atores com quem contracenam.

Por fim, é importante sinalizar que não se pode ver integralmente os atores com quem as atrizes *milf* contracenam. Seus corpos aparecem recortados, aos pedaços, e sua presença em cena é condensada na imagem de seus pênis. Pouco se ouve das vozes dos atores nos vídeos. Entretanto, o fato de seus corpos pouco aparecem no quadro e suas vozes não serem audíveis não implica um deslocamento da centralidade masculina nessas narrativas audiovisuais. São os homens que seguram as câmeras, e os vídeos são registros do seu “ponto de vista”, literalmente. Os vídeos terminam, sempre, com o gozo deles. As mulheres aparecem tal como eles as veem: sábias, experientes, conquistadoras, com iniciativa sexual; elas explanam como querem ser tocadas e explicam como sentem prazer se dirigindo aos homens, dando a eles instruções sobre sua performance sexual. Assim, a emergência da *milf* como personagem da pornocultura se faz no e por meio do olhar masculino, no exercício da heterossexualidade.

“Panela velha é que faz comida boa” – Notas finais

Este artigo teve como objetivo descrever e analisar culturalmente a *milf* como personagem da pornocultura a partir de três vídeos buscados na plataforma *YouPorn* por meio das palavras “*milf*” e “*amateur*”, selecionados aqueles que apresentavam algum elemento explicitamente pedagógico em suas narrativas, como a palavra “*teach*” em seu título. Procedeu-se à análise cultural como ferramenta para articular elementos dos vídeos

vinculados à maternidade, geração e envelhecimento enquanto marcas corporais e pornográficas dessa personagem particular: a *milf*.

Nas narrativas audiovisuais dos três vídeos aparecem importantes elementos da erotização da mulher-mãe-“mais velha”, sinalizando para alguns deslocamentos relativos às feminilidades, à maternidade e à velhice na contemporaneidade. Nos vídeos, as mulheres *milf* são valorizadas pela sua experiência sexual, dando informações sobre seus corpos e seus desejos sexuais. A experiência da maternidade é marca constitutiva da sua maturidade. A mulher *milf* aparece como uma personagem que é agente de seu prazer, relatando seu envelhecimento como acúmulo de vivências que a tornam sábia. Esses deslocamentos se devem, em parte, às transformações trazidas pela internet e suas redes, principalmente na possibilidade de produção e compartilhamento de conteúdo pornográfico.

Entretanto, identificamos alguns elementos que talvez relativizem o lugar autônomo da *milf*. Enquanto personagem pornô, a *milf* se forja no interior da fantasia heterossexual masculina, e dentro dela funciona como representação de mulher madura e experiente. A personagem sexualmente sábia e proativa não se constrói *per se*, mas sempre pelo registro audiovisual do homem heterossexual – a quem todas as atrizes se dirigem. Além disso, não é possível desvincular totalmente as produções aqui analisadas da indústria pornográfica tradicional. Isso porque a categoria “amador”, um dos recortes para a seleção dos vídeos, pode ser parte de performance constitutiva da contemporaneidade que adota códigos midiáticos para exibir-se em redes sociais *on-line*.

Ao intitular a seção final deste artigo com um verso da canção “Panela velha”, composta por Celmar Gomes de Moraes e enraizada na cultura popular brasileira por Sérgio Reis, indicamos que a erotização masculina, heterossexual, da mulher “mais velha” não é tão recente e tampouco se manifestou primeiramente na cultura estadunidense. Diz a letra da canção brasileira que “a bonitona já tem mais de trinta anos / é madura / não me interessa se ela é coroa / panela velha é que faz comida boa”. Mais precisamente, sugerimos que a personagem mulher, mãe, “mais velha” e “amadora”, tal como as *milf*, é uma justaposição particular de elementos mais amplos culturalmente, ligados às feminilidades e à heterossexualidade, articulados provisoriamente no interior da pornocultura midiática.

Referências

- ABREU, Nuno C. **O olhar pornô: A representação do obsceno no cinema e no vídeo.** Campinas: Mercado de Letras, 1996.
- ATTIMONELLI, Claudia. SUSCA, Vincenzo. **Pornocultura: viagem ao fundo da carne.** Porto Alegre: Sulina, 2017.
- ATTWOOD, Feona. Sexed up: Theorizing the sexualization of culture. **Sexualities**, v. 9, n. 1, pp. 77–95, 2006.
- BALTAR, Mariana. BARRETO, Nayara M. C. As pornificações de si em Diário da putaria. **Crítica Cultural**, v. 9, n. 2, p. 265-275, 2014.
- BERGER, Mirella. Amor sem sexo é amizade, sexo sem amor é vontade: vida sexual na terceira idade. **Revista Kairós**, v. 15, n. 4, pp. 127-154 2012.
- DEBERT, Guita Grin. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**, v.16, n. 34, pp. 49-70, 2010.
- DÍAZ BENÍTEZ, Maria Elvira. E. **Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro.** Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- DOORN, Niels Van. Keeping it Real: User-Generated Pornography, Gender Reification, and Visual Pleasure. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 16, n. 4, pp. 411–430, 2010.
- FRIEDMAN, May. Unpacking MILF: Exploring motherhood, sexuality and feminism. **Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture and Social Justice**, v. 3, n. 2, pp. 49-60. 2015.
- MEYER, Dagmar E. E. Educação, saúde e modos de inscrever uma forma de maternidade nos corpos femininos. **Movimento**, v. 9, n. 3, pp. 38-52, 2003.
- MORAES, Ana Luiza C. Análise cultural: um método de procedimentos em pesquisa. **Questões transversais – Revista de Epistemologias em Comunicação**, v. 4, n. 7, pp. 28-36, 2016.
- PARREIRAS, Carolina. **Altporn, corpos, categorias, espaços e redes: um estudo etnográfico sobre pornografia online.** 2015. 267 f. Tese. Doutorado em Ciências Sociais - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, São Paulo. 2015.
- PORNHUB. PORNHUB’S 2019 Year in Review. Disponível em: <https://www.pornhub.com/insights/2019-year-in-review>. Acesso em: 28 jul. 2020.
- SARMET, Erica R. **“Sin porno no hay posporno”:** corpo, excesso e ambivalência na América Latina. 2015. 133 f. Dissertação. Mestrado em Comunicação Social - Instituto de Arte e Comunicação Social - Universidade Federal de Fluminense, Rio de Janeiro. 2015.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu – a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.
- SIBILIA, Paula. Autenticidade e *performance*: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 17, n. 3, pp. 353-364. 2015.

VANNIER, Sarah. CURRIE, Anne. B. O’SULLIVAN, Lucia F. School girls and soccer moms: A content analysis of free “teen” and “MILF” online pornography. **Journal of Sex Research**, v. 52, n. 3, pp. 253-264. 2014.

ZAGO, Luiz Felipe. ATOLINI, Thanise Guerini. Pedagogias da sexualidade na pornocultura: notas sobre as *milfs* . **Interfaces Científicas – Educação**, v. 8, pp. 83-97, 2020.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 19/06/2020
Aprovado em: 08/12/2020

O que adolescentes pensam sobre o compartilhamento de si na internet?

What do adolescents think about self-sharing on the internet?

¿Qué piensan los adolescentes acerca de compartirse en Internet?

Lara Lima SATLER¹
Ana Júlia de Freitas CARRIJO²

Resumo

Analisamos neste texto os processos de atribuição de sentido feitos por adolescentes goianos à prática do compartilhamento de si na internet, especialmente na plataforma Instagram. O objetivo é mapear as percepções dos jovens sobre o compartilhar-se, a partir de um tensionamento com as práticas cotidianas de acesso que eles mesmos realizam, à luz de discussões teóricas caras aos Estudos Culturais. Para tanto, utilizamos o método cartográfico com aproximações etnográficas e realizamos entrevistas individuais em profundidade e grupos de discussão. Os resultados dissertam sobre uma postura crítica dos participantes em relação a esse uso e conduzem a análises sobre as percepções de si e do outro, em meio a um contexto de construção subjetiva eferescente na adolescência, mediado pela internet.

Palavras-chave: Compartilhamento de si. Adolescentes. Instagram.

Abstract

We analyze in this text the processes of attribution of meaning made by adolescents from Goiás to the practice of self-sharing, especially on Instagram. The objective is to map the perceptions of these young people about self-sharing, within a tension with the daily access practices that they perform by themselves, in the light of theoretical discussions of Cultural Studies. For this, we use the cartographic method with ethnographic approaches and conduct individual in-depth interviews and discussion groups. The results points a critical posture of the participants in relation to this use and lead to analyzis about the

¹ Bolsista de Produtividade em Pesquisa (PQ-2), CNPq. Professora nos Programas de Pós-graduação em Comunicação e Performances Culturais (PPGCom/PPGPC), Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: lara_lima_satler@ufg.br ORCID: 0000-0002-2509-6278.

² Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Bolsista CAPES. E-mail: anajucarrijo@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8372-1003.

perceptions of themselves and of the other, in a context of subjective construction in adolescence, mediated by the internet.

Keywords: Self-sharing. Adolescents. Instagram.

Resumen

Analizamos en este texto los procesos de atribución de significado que realizan los adolescentes de Goiás a la práctica de compartirse en internet, especialmente en la plataforma Instagram. El objetivo es mapear las percepciones de los jóvenes sobre el compartir, desde una tensión con las prácticas de acceso cotidiano que ellos mismos realizan, a la luz de discusiones teóricas cercanas a los Estudios Culturales. Así, utilizamos el método cartográfico con enfoques etnográficos y realizamos entrevistas individuales en profundidad y grupos de discusión. Los resultados hablan de una postura crítica de los participantes con relación a este uso y conducen a análisis sobre las percepciones de sí mismos y del otro, en el contexto de una construcción subjetiva efervescente en la adolescencia, mediada por internet.

Palabras clave: Autocompartir. Adolescentes. Instagram.

Introdução

O hábito de uso das redes de comunicação na internet nos constitui enquanto sujeitos produtores da cultura contemporânea, já que é também por meio dele que construímos coletivamente referências e símbolos, estabelecemos acordos e valores e consolidamos parâmetros de modos de ser socialmente. Esse é um pressuposto teórico assumido em diálogo com pesquisadoras(es) vinculadas(os) aos Estudos Culturais, especialmente na América Latina, a partir da virada etnográfica e de trabalhos como de Jesús Martín-Barbero (1997). A partir dele, temos desenvolvido uma pesquisa mais ampla, que origina este texto, interessada em entender como os usos que adolescentes fazem da internet podem revelar pistas sobre a sociedade em que vivemos no presente.

Dessa maneira, apresentamos neste artigo um recorte de uma pesquisa qualitativa em Comunicação, a qual se propõe a realizar aproximações metodológicas etnográficas. Uma aproximação etnográfica na Comunicação se faz adequada quando o contato com o outro é indispensável. Porém, especialmente, quando se pretende que esse contato seja mais que um encontro para *coletar* informações. O método, próprio da Antropologia, que tem sido utilizado na Comunicação, desde estímulos mais evidentes dos Estudos Culturais Britânicos e Latino-Americanos (SILVEIRA, 2016), consiste na

realização de uma pesquisa de campo mais prolongada, no intuito que as(os) pesquisadoras(es) possam conhecer melhor os entrevistados, fazer parte do cotidiano desses sujeitos, prezando por uma análise holística da cultura, cujo olhar está voltado às interações significativas da experiência (MATTOS, 2011). Nesse sentido, a pesquisa empírica ganha o potencial de *produzir* dados com os entrevistados, a partir de uma percepção mais sensível e completa da realidade vivida.

Como sustenta o campo das humanidades digitais (MACHADO, 2017, n.p.), “o digital, embora possa ser reduzido ao código binário, será também um espaço de produção de muitas diferenças e pluralidades”, de modo que experiências etnográficas comparadas em diversas regiões do mundo comprovaram mudanças nas percepções e nos usos em diferentes culturas. Por isso, estamos interessadas em considerar os aspectos e usos diversos que surgiram no campo como pistas importantes da construção dos cenários comunicativos atuais.

Sob essa perspectiva, neste artigo, o intuito é analisar em que termos usuários se apropriam, resistem e produzem sentido nos processos comunicativos digitais para buscar pistas sobre as dimensões culturais e sociais de nosso tempo. Para tanto, a Teoria das Mediações, materializada na perspectiva cartográfica (MARTÍN-BARBERO, 1997; 2004), nos conduz para centrar o estudo na perspectiva dos usos sociais, que são um “conjunto de entornos que interage na construção dos significados atribuídos aos meios de comunicação e no modo como sujeito e tecnologia se relacionam” (BRIGNOL, 2010, p. 54). Trata-se dos modos pelos quais as pessoas se apropriam dos meios e da tecnologia e criam modos específicos de incorporá-los ao dia a dia. Por vezes inventivas, essas artes do fazer cotidiano (CERTEAU, 1994) afastam a noção de passividade do sujeito consumidor de conteúdos e associam a ele destrezas para relacionar-se com os meios.

Na lógica da cultura de participação (JENKINS, 2009), quanto mais usuários compartilhando conteúdos, mais atrativos tornam-se os ambientes de navegação. Um dos usos da internet que tem se destacado nesses espaços, especialmente na plataforma Instagram, é o compartilhamento de si mesmo. Nessa prática, em que o sujeito que fala é também o sujeito de quem se fala, os usuários da rede registram momentos do cotidiano, no formato de fotos ou vídeos curtos, e compartilham-nos em uma página pessoal chamada de perfil.

Interessa-nos analisar aqui as percepções de jovens usuários da internet acerca do uso voltado ao compartilhar-se. Buscamos nos aproximar etnograficamente de um grupo de 12 adolescentes entre 15 a 17 anos³ para ouvi-los e conhecer os caminhos envolvidos no processo de atribuição de sentido às práticas comunicativas em que sujeitos comuns tornam-se potenciais conteúdos na internet. Os participantes da pesquisa foram estudantes de um colégio estadual de ensino médio localizado no município de Aparecida de Goiânia, Goiás, e o trabalho foi feito seguindo todas as orientações éticas necessárias. Dos 12 participantes, 7 se identificam com o gênero feminino e 5 com o masculino. Todos moram com familiares, 10 são solteiros e 2 disseram estar namorando. Quanto à raça e cor, 8 se declararam brancos, 2 pretos, 1 pardo e 1 amarela (asiática). Sobre a renda familiar, 9 indicaram ser de 1 a 3 salários mínimos, 2 de 3 a 6 salários mínimos, 1 de 6 a 9 salários mínimos.

A seguir, apresentamos um recorte da análise dos dados produzidos em campo com esses jovens, cujo objetivo é mapear os modos de uso manifestados pelo grupo, problematizando as impressões sobre as dinâmicas contemporâneas do compartilhar-se, a partir de um tensionamento com as práticas efetivas de acesso que eles mesmos realizam. Isso, à luz de discussões teóricas caras aos Estudos Culturais, capazes de promover análises sobre as percepções de si e do outro e ainda sobre os processos de construção subjetiva efervescentes na adolescência, em uma perspectiva relacional/social mediada pelo uso da internet.

Registramos que, em busca de uma escrita etnográfica polifônica, inserimos transcrições das falas dos participantes de forma direta no texto, sempre que possível, e optamos por não numerar os colaboradores, nem criar nomes fictícios, nem revelar seus nomes reais. Desse modo, nossa voz e as vozes dos colaboradores integram-se e constroem, em conjunto, um único texto, tornando a polifonia mais evidente. Apesar disso, utilizamos as aspas para demarcar o início e o fim das aparições dessas outras vozes.

³ Embora no Brasil, o Ministério da Saúde marque a adolescência com a delimitação etária de 10 a 19 anos e a juventude de 15 a 24 anos (HORTA e SENA, 2010), estamos cientes dos debates acerca da noção de "adolescência", vinculada ao panorama estadunidense dos "teenagers" (COIMBRA *et al.*, 2005). Em nosso trabalho, utilizamos os termos adolescência/adolescentes e juventude/jovens, como sinônimos, para nos referirmos aos colaboradores da pesquisa.

Compartilhar-se?

Na dinâmica empírica, principalmente nos primeiros contatos com o grupo, a maioria dos participantes não quiseram falar com profundidade sobre o tema, como se houvesse certo desprezo com relação ao uso da internet para compartilhar-se. O tom crítico revelou um desejo dos adolescentes em apresentar, nos encontros iniciais, uma maturidade de pessoas que não se interessam por “esse tipo de coisa”, como afirmou um deles. Isso é um dado interessante porque revela os adolescentes resistindo a um uso comum da internet, o que vai na contramão de uma ideia geral sobre a atuação dos jovens nas redes sociais – ideia essa que, inclusive, embasou a elaboração do projeto inicial da pesquisa que origina este artigo.

Tanto o discurso institucional dessas plataformas indica o compartilhar-se como uso principal, quanto o grande número de pessoas envolvidas em redes organizadas em torno da publicação de conteúdos pessoais, justificam nosso interesse por essa perspectiva. Nesse sentido, a pesquisa empírica é uma abordagem potente quando o interesse é desviar o percurso cartográfico de uma crítica essencialista do fenômeno tecnológico, a qual instrumentaliza os dispositivos e produz visões generalizantes, desconsiderando os rastros deixados por quem constrói os fatos comunicativos observados (LE MOS, 2015). No âmbito da apropriação e do uso, tais rastros são centrais para a análise.

A noção de apropriação, tal como discutida por Martín-Barbero (1997) e Orozco Gómez (2005), é importante nesse sentido, já que trata dos modos pelos quais os usos das mídias são valorados no processo social, indicando os trilhos sobre os quais os sentidos possíveis serão gerados e ainda (des)considerados, respeitados, criticados. Apropriar-se desse tipo de conteúdo midiático significa não só interpretá-lo, mas tensioná-lo com a rede de comunicação cotidiana de cada sujeito, inquiri-lo a partir dos discursos institucionais que permeiam o universo particular de cada um, inseri-lo no escopo de repertório e ajustá-lo às referências disponíveis. Trata-se de um processo orientado na esfera das competências de recepção, na qual são desenvolvidas as destrezas necessárias para a materialização das dinâmicas de apropriação.

A resistência inicial dos colaboradores ao compartilhar-se é um modo e um exemplo de apropriação desse uso que ocorreu no campo. A postura crítica e o tom

pejorativo dos adolescentes instigou ainda mais nosso labor cartográfico. Quais as razões para que eles tenham se posicionado assim? Compreendemos que essa postura está associada a um amplo discurso cultural que desvaloriza as produções da internet, classificando-as como menores, desimportantes, como um amadorismo chulo. Esse posicionamento pode ser mediado por diversas “comunidades de apropriação” (GÓMEZ, 2005), tais como as instituições família e escola, que podem se mostrar resistentes aos conteúdos produzidos ali e também alguns setores da mídia tradicional, que enfrentam o *boom* de redes sociais e “influenciadores digitais”, denunciando ou menosprezando suas atividades.

Não podemos ignorar também a mediação institucional (MARTÍN-BARBERO, 2004) da escola em que estivemos na pesquisa. Sendo o ambiente de realização dos encontros, toda a estrutura de poder envolvida na dinâmica dos estudantes (coordenação, direção, obrigações, notas) permeou nossos encontros. Prova disso foi o hábito dos estudantes de nos chamar de “professora”, mesmo que tenhamos esclarecido que nossa função ali não era de docente. Além disso, compartilhamos desde o início nosso vínculo com a Universidade, ressaltando que aquela experiência tratava-se de uma pesquisa científica da pós-graduação, devidamente produzida segundo as normas da instituição e do comitê de ética. Como muitos disseram abertamente, essa foi a primeira experiência deles com o universo acadêmico. Logo, o peso social que eles atribuíram ao processo também mediou as respostas e os discursos sustentados sobre eles mesmos.

Considerando tais questões e respeitando a visada crítica lançada pelos adolescentes, buscamos ouvir com atenção o que eles tinham para dizer sobre o compartilhar-se, para além da crítica inicial. Ao longo dos encontros, percebemos que o tom pejorativo não era o único modo de apropriação do compartilhar-se. Descobrir outras camadas com o grupo só foi possível por conta da escolha metodológica de realizar mais de um encontro com os jovens (estivemos com eles por três meses). Nessas oportunidades, realizamos tanto entrevistas individuais (DUARTE, 2010), quanto discussões em grupo (GASKELL, 2002), acessamos juntos materiais disponibilizados no Instagram em perfis que eles costumam acompanhar, conversamos sobre eles, sobre as interações deixadas nas páginas, enfim, criamos possibilidades de diálogo que pudessem aprofundar o debate sobre o uso social em questão. Portanto, os dados que apresentamos

aqui foram produzidos em momentos diferentes, em conversas livres, outras em formato de entrevista, tanto repetindo as mesmas perguntas a todos, quanto ajustando o roteiro de acordo com o entrevistado.

Essa articulação de técnicas expande as potencialidades do trabalho e traz complexidade à análise, como é próprio da perspectiva etnográfica que assumimos. Neste texto, há um compilado de vários momentos vividos em campo, cuja discussão em forma de artigo é um esforço intelectual, inspirado na densidade recomendada por Geertz (1989), de descrever, analisar, tensionar pontos de vista, articular sensibilidades e percepções. Trata-se de uma tentativa de organização da realidade acessada, certamente menos complexa que ela, que pretende apresentar ao leitor e à leitora as percepções cartografadas com os adolescentes. Daí a necessidade de agrupar respostas e opiniões em eixos desenhados na análise, mesmo que elas tenham aparecido de forma mais fluida no campo.

As performances do compartilhar-se

Buscamos entender quais são, na opinião dos entrevistados, as razões que levam as pessoas a compartilharem conteúdos relacionados ao dia a dia na internet. Obtivemos diversas possibilidades argumentativas para sustentar esse uso. Na maioria dos casos, a resposta de uma pessoa apresentou pelo menos duas razões distintas, o que nos fez perceber que eles enxergam o compartilhar-se como uma atividade ampla, praticada de diferentes modos e com objetivos múltiplos – propriamente cultural. Contudo, todas as motivações citadas tiveram um ponto central em comum: a relação com o outro. Agrupamos as opiniões em cinco blocos também a partir dos dados produzidos com os jovens, que vão desde uma valoração positiva até uma crítica mordaz.

O primeiro motivo para as práticas de compartilhamento de si na internet apresentado por eles foi o compartilhar-se como forma de enfrentar a solidão. Segundo eles, pessoas que são mais sozinhas tendem a fazer mais postagens sobre elas mesmas. O uso da internet torna-se, então, um caminho de busca por atenção e diálogos *on-line*. Os adolescentes disseram ser muito comum o hábito de pessoas mais carentes preferirem se expressar pela internet que nas “interações face a face”, nos termos de Thompson (2018). Também nas reflexões sobre a sociedade em rede, Castells (1999) já indicava que a

internet estaria trazendo “algum alívio a pessoas carentes de comunicação e auto-expressão” (CASTELLS, 1999, p. 443). Quem disse isso, entre nossos colaboradores, não pareceu se incomodar com esse uso. Ao contrário, destacou que essa possibilidade de se expressar pelas redes sociais pode auxiliar muita gente que precisa de apoio psicológico.

Uma segunda opinião sobre o que leva as pessoas a falarem sobre sua vida na internet é o desejo de dividir encantos e sucessos com outras pessoas. Trata-se de um desejo de criar um vínculo positivo com os seguidores, compartilhando coisas boas que acontecem na própria vida. Segundo os entrevistados, “as pessoas sentem que as outras pessoas ficam felizes com o sucesso, os avanços delas” e que, “às vezes, acontece um negócio fora do normal e eu fico ‘nossa eu preciso mostrar isso aqui’”. Nessa esfera, foi destacado que deve haver “bom senso” na hora de decidir o que postar, para que somente “aquilo que vale a pena” seja compartilhado. Contudo, essa definição foi imprecisa, já que, como disseram, depende de uma análise específica para cada situação prática.

Uma terceira linha argumentativa apareceu quando uma das entrevistadas mencionou a motivação financeira para justificar desejo de compartilhar-se. A prática daqueles que ela chamou de “anônimos famosos” de sempre postar sobre si para “manter o *status*” é também um “modo de ganhar dinheiro” porque as lógicas de produção dos produtores de conteúdo *on-line* têm se articulado aos circuitos publicitários como uma mídia importante. As empresas se valem da proximidade construída pelo(a) produtor(a) com os seguidores e inserem seu discurso institucional de produtos e serviços na esfera de credibilidade produzida pela atuação no cenário digital.

O quarto grupo de opiniões defendeu que compartilhar-se é um hábito de lazer: “é algo rotineiro, que você faz com um amigo conversando, é muito gostoso de fazer”. Essa motivação destaca o caráter desprezioso e espontâneo que essa prática pode ter e ressalta sua perspectiva relacional, o que vai ao encontro do uso mais recorrente das primeiras formas de serviços de telecomunicação com videotextos, como o Minitel, na França, em 1984, que fez sucesso especialmente a partir da apropriação do povo francês para práticas de expressão pessoal em linhas de mensagem e bate-papo (CASTELLS, 1999).

Os participantes que desenvolveram essa linha argumentativa afirmaram que esse tipo de interação acontece principalmente nos *stories* do Instagram e nos *status* do

WhatsApp (recurso oferecido por essa outra plataforma que se assemelha muito àquele desenvolvido pelo Instagram). Segundo eles, nesses formatos, as produções são mais espontâneas e geram a sensação de “uma pessoa contando alguma coisa para os amigos”. Isso se deve ao número menor de edições (em comparação com o YouTube), à duração limitada de tempo para visualização (24 horas) e ao hábito de instantaneidade desenvolvido pelos usuários, ou seja, o costume de postar exatamente no momento do acontecimento, pois assim “você fala o que vem na sua cabeça”.

Pensando a partir da tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2004), a opinião dos entrevistados indicou que os operadores de percepção envolvidos nesse uso revelam uma intenção de transparência dos produtores, os quais se valem da mediação tecnológica do formato e dos usos sociais consolidados para sustentar a espontaneidade das postagens e criar uma sensação de proximidade com quem assiste. Essa destreza de linguagem desenvolvida junto com os arranjos técnicos parece estar cada vez mais produzindo possibilidades de viabilizar o compartilhar-se enquanto diversão de uma conversa entre amigos. Prova disso é o recurso “melhores amigos” (“*close friends*”, em inglês), criado pelo Instagram em novembro de 2018, que permite ao produtor selecionar uma lista de amigos dentre todos os seguidores de seu perfil para os quais deseja disponibilizar seus *stories*. É o que Suely Fragoso (2012, p. 70) entende como a “possibilidade de compartilhamento em várias escalas”, segundo a qual é possível indicar quem deve e quem não deve ter acesso a determinados conteúdos. Quando um usuário visualiza o *story*⁴ de alguém que o inclui nessa lista restrita, a cor da notificação muda e o canto direito superior da tela indica que ele é um dos melhores amigos daquela pessoa. Nesse caso, os *stories* costumam ser ainda mais espontâneos, como apontaram os entrevistados.

Essa consideração começa a revelar uma pista importante sobre a prática de compartilhar-se, que é o conjunto de ajustes performáticos utilizados em diferentes situações comunicativas. No exemplo dos melhores amigos, a postagem fica “mais ou menos espontânea”, para usar os termos dos entrevistados, de acordo com as pessoas que

⁴ Instagram *Stories* é um recurso disponibilizado em 2016 na plataforma Instagram. Trata-se de uma ferramenta que possibilita a publicação de fotos e vídeos efêmeros, que desaparecem após 24 horas. Cada publicação, chamada de *story*, aparece na tela por um tempo máximo de 15 segundos e pode ser revista sem limites até o prazo das 24 horas.

poderão acessá-la. Isso revela um processo de construção de diferentes versões de si a serem compartilhadas, fenômeno que pode ser elucidado pela teoria de Erving Goffman (2018), especialmente quando o autor discute sobre *A representação do eu na vida cotidiana*. A grande contribuição do sociólogo é indicar que cada ator social constrói diferentes representações de si mesmo, que variam de acordo com as ocasiões e com o público. Essas representações são construídas para que o agente tente controlar as impressões deixadas no outro e consiga construir e “manter narrativas biográficas coerentes” (GIDDENS, 2002, p. 13). Essa habilidade é uma competência social desenvolvida a partir da interação e faz parte de um movimento cultural, cujas matrizes valorizam a destreza de saber portar-se adequadamente em cada situação.

Em um nível analítico mais profundo, representar a si está relacionado ao processo de construção subjetiva, afinal, para contar-se é preciso fazer-se, descobrir-se. É o que discute Silverstone (2002) ao frisar que

a modernidade trouxe consigo [...] a intensificação [de] comportamentos performativos, os quais criam tanto o social como o individual e permitem ao *performer* não só apresentar-se para o outro, mas revelar-se a si mesmo - um ato essencialmente reflexivo (SILVERSTONE, 2002, p. 132-133).

Nesse sentido, Giddens (2002) entende tal movimento como um projeto reflexivo do eu, isto é, um exercício contínuo de pensar a vida pessoal como um processo de construção de autoimagem(ns), feita(s) e refeita(s) a partir de decisões cotidianas.

A necessidade de construir uma autoimagem, ou mais, para relacionar-se com os outros confere ao sujeito contemporâneo múltiplas possibilidades e exige ajustes performáticos específicos para controlar as impressões deixadas. Quando Goffman (2018) discute sobre a representação de si na vida cotidiana pressupõe-se que, para representar a si mesmo, é preciso escolher, dentre as identidades possíveis, aquelas ajustadas aos objetivos de quem representa, isto é, escolher estilos de vida congruentes com a(s) narrativa(s) particular(es) que constrói(em) e é (são) construída(s) pelo sujeito (GIDDENS, 2002). O plural destaca que essas narrativas de si podem ser várias, desenvolvidas em uma “celebração móvel” (HALL, 1997, p. 13) de identidades fluidas e

cambiantes. Desse modo, a construção subjetiva passa a ser um processo constante de elaboração de si mesmo(a) diante de uma infinidade de possíveis modos de ser.

A internet, de forma ampla, configura-se como um dos espaços sociais que ambientam *A aventura de contar-se* (RAGO, 2013). Dentro dela existem várias situações específicas que demandam ajustes na performance de quem participa do circuito de interações. Diversos regimes de tecnicidade medeiam o processo de aprendizado envolvido em saber escolher a plataforma, o recurso e o momento adequado para postar cada tipo de conteúdo. E mais: os operadores de percepção devem ser aguçados para construir com coerência os modos de aparição para os outros. Esse processo de controle sobre as representações transmitidas foi exemplificado por uma das entrevistadas, quando, com muita facilidade, disse que cada plataforma “serve” para momentos específicos: “Facebook é pra postar foto de família, Instagram é mais pra compartilhar o momento e YouTube é pra vídeo com mais qualidade”.

Mônica Machado (2017), afirma que

o que motiva, por exemplo, um jovem a escolher o *Facebook* como plataforma e não o *Instagram* ou o *Snapchat* [...] é um conjunto de variáveis: acesso à infraestrutura, custo, experiências de literacia, empatia, vínculos emocionais, regras de sociabilidade (MACHADO, 2017, n.p.).

A percepção dessas variáveis, em especial das regras de sociabilidade, decorre do uso e da observação do que é socialmente construído em cada cenário da *web*. Destacamos que não só o conteúdo parece ser específico, como também as características das representações em cada plataforma.

O fenômeno é tão complexo que em uma mesma plataforma (o Instagram), dentro de um mesmo recurso (os *stories*), os entrevistados indicaram diferentes tipos de representação, organizadas por eles em graus de espontaneidade. No exemplo citado, os *stories* para os melhores amigos são feitos com representações mais espontâneas de si, porque o público é menor e selecionado de acordo com a proximidade com o(a) produtor(a). Já os *stories* para todos os seguidores são, seguindo a mesma lógica, menos espontâneos. Nessa gradação, o grupo revelou que as postagens do *feed* no Instagram são menos espontâneas ainda porque, diferentemente dos *stories*, que só duram 24 horas, elas

ficam disponíveis para todos os seguidores por tempo indeterminado, até que o(a) administrador(a) as exclua. Desse modo, de acordo com os dados produzidos em campo, quanto maior a proximidade entre produtor e público e quanto menor a duração da disponibilidade da postagem, maior será a espontaneidade da representação de si.

Para seguirmos nesse eixo de discussão, trazemos a quinta justificativa apontada para as motivações de compartilhar-se na internet: a busca por exibir-se. Esse bloco de opiniões é um pouco mais complexo porque apresentou diferentes níveis de crítica à autoexibição, todos eles com um tom pejorativo. Os menos incisivos disseram que essa prática “é só para mostrar mesmo”, que tem “o objetivo de mostrar para os outros” e “querer alguma coisa com isso”. Nessa linha, a crítica foi ficando mais explícita: é “para poder se achar” porque “a pessoa acha que a vida dela é tão incrível que as outras pessoas também têm que ver”. Até chegar nas falas mais categóricas: “é para mostrar... para passar uma imagem de algo que você não é para ninguém”, “isso é querer provar para os outros, mas no fundo querer provar para ela mesma, que ela tem uma vida aceitável, uma vida feliz, uma vida em que o tempo inteiro você é realizada e tá tudo bem o tempo inteiro”.

Tais falas reiteram a discussão sobre performance nas redes sociais, que, há um tempo, tem sido objeto de nossas discussões (CARRIJO; SATLER, 2019). A performance é uma prática de representação de si que pode ser entendida, de acordo com Schechner (2002), como a ação de ser, fazer, mostrar sendo ou mostrar fazendo. Cada ação demanda diferentes ajustes performáticos vinculados ao objetivo de quem performa. A ação de fazer alguma coisa demanda que o agente se preocupe com as normas sociais de comportamento necessárias para que ele possa realizar a ação. Já a ação de *mostrar fazendo* alguma coisa demanda, além disso, os ajustes para que a impressão que o agente deseja ser refletida em sua performance chegue aos observadores. Esse processo de mostrar-se sendo ou fazendo é materializado no uso da internet que estamos estudando: utilizar a câmera do próprio celular para registrar e compartilhar as atividades do dia a dia. Concluímos que as performances do compartilhar-se são exercícios de representação de si para mostrar-se sendo ou fazendo algo, com vistas à apreciação de outras pessoas.

Goffman (2018) define representação como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 2018,

p. 34), logo toda representação tem como referência o olhar do outro. A importância desse valor relacional varia de acordo com o controle que o ator social deseja ter em relação às impressões geradas: quanto mais controle for desejado, maior deverá ser a atenção à perspectiva de quem assiste. Nesse sentido, as performances mais espontâneas (ser/fazer) estabelecem uma relação menos intensa com o julgamento do outro, por isso são mais despreziosas, como os adolescentes apontaram. Já aquelas que visam à visibilidade, estão intrinsecamente relacionadas à apreciação do outro. Portanto, são construídas com maior cuidado para que alcancem o objetivo pretendido: expressar a si mesmo de acordo com o modo pelo qual quer ser percebido socialmente.

Enquanto a primeira opinião do grupo discutida anteriormente (compartilhar-se para dialogar com amigos) visa à performance do ser/fazer, esse segundo bloco de opiniões critica a performance do mostrar-se sendo/mostrar-se fazendo. Este modo de representação do eu gera um incômodo nos entrevistados, o qual pode ser explicado como um descompasso entre “o que mostra e o que é de verdade”⁵, nos termos dos entrevistados, ou entre a fachada e a região de fundo, nos termos de Goffman (2018).

Fachada [é] a parte do desempenho do indivíduo [...] com o fim de definir a situação para os que observam a representação. [...] É o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação (GOFFMAN, 2018, p. 34, grifo nosso).

A partir de Goffman (2018), Thompson (1998), também reflete sobre os processos de interação e mediação articulados à fachada.

Ações e expressões pessoais que se sentem inapropriadas, ou que poderiam desacreditar a imagem que a pessoa está procurando projetar, são suprimidas e reservadas para outros ambientes e encontros - para ambientes que podem ser descritos com ‘regiões de fundo’ com relação à fachada em que a ação acontece (THOMPSON, 1998, p. 82).

⁵ Destacamos que não é intrínseca à discussão aqui construída qualquer indicação de valores positivo ou negativo ao ato de performar, ou de representar a si mesmo nas fachadas. Trata-se apenas de uma reflexão teórica sobre as práticas de comunicação próprias de nossa cultura.

A partir desses conceitos, registramos que a sensação de que algumas pessoas usam a internet para se exibirem, construindo uma imagem delas mesmas que não coaduna com a realidade representa a expressão de uma fachada significativamente diferente da região de fundo. Decorre disso que o uso social das plataformas de comunicação voltado para o compartilhamento de si pode desenhá-las como um espaço social de visibilidade, em que se deve manter uma performance de afirmação de si enquanto sujeito admirável. É o que aparece na discussão travada com um dos participantes reproduzida integralmente a seguir:

Pesquisadora: Você já sentiu vontade de postar algo sobre você na internet?

Entrevistado: Já, já! Quando você começa a fazer academia não tem outra história, né? A gente tem que mostrar que eu não sou sedentário, eu faço alguma coisa da minha vida! Eu sei pendurar na argolinha, eu sei girar! É muito legal!

Pesquisadora: E quando você está treinando, você filma você fazendo os exercícios?

Entrevistado: Não, não... Eu tenho muita vergonha! Eu acho o povo tirando foto na rua muito ridículo... Falo: “gente não vou passar essa vergonha”. Aí eu não vou chegar no meio da academia, todo mundo fazendo exercício, eu pegando celularzinho pra fazer os negócios.

Pesquisadora: E o que você posta pra falar que você tá na academia?

Entrevistado: Ah, sei lá, tem vez que tem tipo um... porque o próprio povo da academia filma né, tipo pra divulgar o Instagram deles... os exercícios e tal. Aí às vezes eu apareço, aí eu publico no meu.

Pesquisadora: Mas você mesmo não registra?

Entrevistado: Não, tem uns que eu consigo fazer em casa, aí eu gravo alguns, mas é bem raro.

Pesquisadora: Foto no espelho?

Entrevistado: Não, eu tenho vergonha... Todo suado, que nojo!

Pesquisadora: Mas por que vergonha? Você quer que as pessoas te vejam no Instagram, mas você não quer que as pessoas te vejam fazendo a foto?

Entrevistado: É! É um tipo de... bom, quero mas não eu, entendeu? Um eu só que não eu mesmo, sabe? É difícil de entender. É tipo um rato borrachudo... ele nunca mostrou o rosto, ele só usa a mascarazinha de rato.

Pesquisadora: É como se no Instagram você não fosse você mesmo?

Entrevistado: Não... é que eu não queria ser eu, mas infelizmente eu sou. Ah, é difícil de entender... Às vezes, você se acha não tão interessante mas você quer publicar alguma coisa interessante. Só que eu, em mim mesmo, não sou tão interessante, mas se eu fizesse alguma coisa de interessante eu queria que não fosse eu. Dá pra entender? Eu

queria me admirar que nem as outras pessoas me admirariam. Queria que o que eu postasse fosse algo que eu gosto, mas que eu também sou. É uma parte de mim, mas eu não quero ser eu porque eu tenho vergonha.

Esse diálogo revela a complexidade do processo de postar sobre si mesmo, especialmente relacionado à visão dos outros. Quando esse adolescente compartilha conosco as preocupações com a imagem que deseja transmitir, ele denota, dentre outras coisas, uma tendência de “oferecer a seus observadores uma impressão que é idealizada”, inclusive por ele, incorporando “valores oficialmente reconhecidos pela sociedade” (GOFFMAN, 2018, p. 47-48), os quais fazem parte de suas referências individuais sobre como se deve ser (ou ser visto). O trecho transcrito anteriormente revela um desejo do adolescente de ser alguém admirável para que suas postagens pudessem revelar aos outros esse lado a ser admirado. Destacamos o conflito do jovem ao dizer que não se acha tão interessante, mas que gostaria de sê-lo para que suas postagens fossem autênticas, ou seja, falassem do que ele é de fato (um sujeito admirável): “queria que o que eu postasse fosse algo que eu gosto, mas que eu também sou”.

Isso nos parece uma busca por construir uma narrativa coerente sobre si em relação ao que se *é de verdade*, presumindo a existência de uma entidade essencial no interior de cada um, que sustenta o que estamos chamando aqui de autenticidade. E mais: presumindo também que essa verdade devesse ser boa o suficiente, isto é, enquadrada no padrão social idealizado, para ser compartilhada. Essa perspectiva intimamente vinculada à noção moderna de sujeito (SANTAELLA, 2004) aparece também em outras falas já discutidas anteriormente, como aquelas que afirmam o compartilhar-se como a exibição de si “para passar uma imagem de algo que você não é”. Essa crítica também parece presumir uma autenticidade que existe, mas não está sendo mostrada – está sendo substituída por uma outra representação de si.

Nesse ponto, precisamos pensar a partir de duas potências do fenômeno analisado: (a) o compartilhar-se é um ato performático de construção de narrativas sobre si; (b) existe uma demanda por autenticidade nas postagens sobre si. Para Sibilia (2015), estaríamos diante de um paradoxo, vivendo ao mesmo tempo a era da performance e a era da autenticidade. Tratar-se-ia de um paradoxo porque “a crença na autenticidade do eu pressupõe uma peculiar relação com a verdade [...] enquanto a performance parece

ênfatizar o artifício e a encenação” (SIBILIA, 2015, p. 358). Compreendemos os desdobramentos dessa afirmação, que conduzem para o estabelecimento de diferentes lugares de edificação da subjetividade, cada vez mais voltados para o exterior do ser que para o seu interior (RIESMAN, 1995). Contudo, nos parece frágil a associação direta da performance a algo pejorativo e vinculado ao oposto da verdade.

Considerações

No intuito de conhecer de perto os usos sociais que adolescentes fazem da internet, pudemos nos aproximar do universo dos jovens entrevistados e perceber caminhos particulares e coletivos de mediação. Eles vieram à tona nos mecanismos de atribuição de sentido a práticas comunicativas cotidianas, especialmente aquelas relacionadas ao compartilhar-se, que é o recorte apresentado aqui. Assim, as entrevistas e todas as discussões que compõem a etnografia fazem parte de um movimento mais amplo de elaboração de opinião, o qual é mediado por diversas instituições (a família aparece com mais força em algumas falas, a escola em outras, a igreja em outras), mas primordialmente sustentado pelo uso das redes sociais digitais, isto é, pela observação dos outros usuários em ação e pela análise da própria atuação enquanto produtores. Por isso, consideramos que as pesquisas empíricas sobre usos sociais dos meios de comunicação, como são amplamente realizadas nos estudos de recepção (SCHMITZ *et al.*, 2015), por exemplo, configuram-se como situações de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2004): momentos de pensar sobre os usos, apropriar-se dos sentidos e compartilhar impressões, sensações, críticas e preferências.

De forma geral, os entrevistados sugeriram pelo menos cinco possíveis motivações distintas para a produção de postagens sobre si mesmos: a) carência e solidão; b) desejo de criar vínculos por meio de atividades positivas; c) busca por dinheiro; d) experiência de lazer; e f) diversão e ainda tentativa de exibir-se. Cada uma dessas possibilidades apresenta mais de uma camada de sentido, o que complexifica o simples hábito de usar o Instagram. O propósito de exibir-se na internet, por exemplo, apareceu vinculado tanto a mecanismos de ostentação, quanto a processos de construção subjetiva repletos de inseguranças. Mostrar-se na rede, segundo os adolescentes, pode ser um exercício de autoconhecimento e posicionamento de si enquanto ser social. Nessa prática,

estão envolvidas dinâmicas e ajustes performáticos intimamente ligados a como cada sujeito quer ser percebido pelos outros e como se percebe também.

O tensionamento entre as noções de autenticidade e performance aparece no debate a partir de uma observação prática de uso em que pessoas aparecem no Instagram com comportamentos distintos ou daqueles que têm fora da internet, ou daqueles desempenhados na rede, mas em outro formato. Essas diferenciações foram feitas pelos entrevistados por graus de espontaneidade. Trata-se de uma maneira particular de compreensão das ações comunicativas na rede, a qual, para ser compreendida demanda uma análise atenta às pequenas impressões advindas do uso da internet e de todo o repertório individual de cada adolescente, que levam ao estabelecimento de acordos sociais. São esses pactos que constroem coletivamente referências e símbolos e consolidam parâmetros de modos de ser socialmente.

A teoria das mediações, materializada na abordagem cartográfica (MARTÍN-BARBERO, 1997; 2004), nos orienta para a percepção de fenômenos culturais e comunicativos de forma mais ampla, evitando polarizações e posturas generalistas. Por isso, com base nos debates com os entrevistados, atribuímos diversos sentidos para a performance de si nas redes sociais contemporâneas, extrapolando a visão denunciata que confere a ela um *status* de falsidade. Isso quer dizer que os modos de performar-se citados pelos adolescentes revelam um exercício processual de localização do sujeito no mundo, de expressão de valores, de significação da existência, enfim, de dinâmicas subjetivas que articulam camadas para além da espetacularização da vida. Assim, a atividade de investigar os limites entre autenticidade e performance, nos termos de realidade e ficção, torna-se restrita diante do desafio de pensar essas noções como instâncias congêneres, que caminham em trilhos afins na tortuosa estrada de atribuição de sentido a si e ao mundo.

Percebemos que o uso cotidiano das plataformas digitais confere aos adolescentes competências de recepção (MARTÍN-BARBERO, 1997) capazes de organizar a percepção sincrônica das lógicas produtivas, por meio do estabelecimento de opiniões e juízos de valor sobre, especialmente, as atividades de outras pessoas na internet. Isto é, eles sentiram-se mais à vontade para falar sobre o que observam no acesso, do que sobre o que eles mesmos produzem. Além disso, constatamos que as percepções

dos entrevistados são construídas a partir de suas próprias experiências de uso. Isso pode ser percebido nos exemplos criados e/ou lembrados nas falas, que trazem referências de uma realidade prática de uso, enunciada com a segurança de quem conhece os caminhos de acesso e acredita dominar com destreza a linguagem da *web*. Notamos a impaciência de muitos entrevistados para explicar, por exemplo, sobre os mecanismos de ação comunicativa usados no YouTube e no Instagram, como se fossem atividades extremamente básicas e corriqueiras – quando, em muitos casos, exigiam um domínio técnico e performático complexo.

Consideramos, por fim, que os modos de compartilhar-se indicam uma tendência contemporânea da exposição da rotina, que é apropriada pelo grupo tanto com resistência e afastamento, quanto com idealização e busca por aceitação social. Sobretudo, o que predominou foi a apresentação de uma opinião crítica sobre as práticas de acesso à internet, usando argumentos que pudessem posicionar os jovens diante de uma questão sociocultural. A maioria sempre tinha respostas e queria expressá-la com segurança, o que pode ser pensado como um sintoma de nosso tempo, no qual parece importante saber falar sobre tudo e conseguir se posicionar diante de qualquer tema. Essa última percepção em específico conduz nossa pesquisa a mais reflexões, que já estão em curso e, em breve, também serão apresentadas publicamente.

Referências

BRIGNOL, Liliane Dutra. **Migrações transnacionais e usos sociais da internet**: identidades e cidadania na diáspora latino-americana. 2010. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2010.

CARRIJO, A. J. F.; SATLER, L. L. Performance na comunicação e mediações culturais. In: SATLER, L. L., et al. (Org.). **Performances, mídia e cinema**. Goiânia: Imprensa Universitária, 2019, p. 306-324.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução por Roneide Venancio Majer e Klaus Brandini Gerhardt. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis, Vozes, 1994.

COIMBRA, C., et al. Subvertendo o conceito de adolescência. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 57, n. 1, p. 2-11, 2005.

- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 62-83.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2003, p. 64-89.
- GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. LTC: Rio de Janeiro, 1989.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 20 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- GÓMEZ, G. O. O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva. **Communicare**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 27-42, 2005.
- HORTA, N. C.; SENA, R. R. Abordagem ao adolescente e ao jovem nas políticas públicas de saúde no Brasil: um estudo de revisão. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 475-495, 2010.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, A. A crítica da crítica essencialista da cibercultura. **Matrizes**. São Paulo, v. 9, n. 1, p. 29-51, 2015.
- MACHADO, M. A teoria da antropologia digital para as humanidades digitais. **Z Cultural**. Rio de Janeiro, ano XII, n. 2, n.p., 2017.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução por Ronald Polito e Sérgio Alcides. 1. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- _____. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. Tradução por Fidelina González e Renata Pallotini. São Paulo: Loyola, 2004.
- MATTOS, C. L. G. A abordagem etnográfica na investigação científica. In: MATTOS, C. L. G., CASTRO, P. A., (Orgs.). **Etnografia e educação: conceitos e usos**. Campina Grande: EDUEPB, 2011, p. 49-83.
- RAGO, M. **A aventura de contar-se**. Campinas, SP: Unicamp, 2013.
- RIESMAN, D. **A multidão solitária**. São Paulo, Perspectiva, 1995.
- SANTAELLA, L. Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço. In: LEÃO, L. (Org.). **Derivas: cartografias do ciberespaço**, São Paulo: Annablume; Senac, 2004.
- SCHECHNER, R. **Performance Studies: an introduction**. Nova Iorque: Routledge, 2002.
- SCHMITZ, D.; et al. Estudos de recepção: estado da questão e os desafios pela frente. **Intercom**. São Paulo, v. 38, p. 109-128, 2015.
- SIBILIA, P. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 353-364, 2015.

SILVEIRA, F. Experiências etnográficas no campo da Comunicação. **Unirevista**, v.1, n. 1, p. 23-31, 2016.

SILVERSTONE, R. Complicity and collusion in the mediation of everyday life. **New Literary History**, v. 33, n. 4. p. 761-780, 2002.

THOMPSON, J. A interação mediada na era digital. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 17-44, 2018.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 25/10/2020
Aprovado em: 10/12/2020

O visível e o invisível da imagem em Bavcar: considerações e inversões sobre o visível pictórico e o invisível textual

The visible and the invisible of image in Bavcar: considerations and inversions about the pictoric visible and the textual invisible

Lo visible y lo invisible de la imagen en Bavcar: consideraciones e inversiones sobre lo pictórico visible y lo textual invisible

Sérgio Coutinho dos SANTOS¹
Daniela do Carmo KABENGELE²
Walcler de Lima MENDES JÚNIOR³
Lorena Nascimento MONTEIRO⁴

Resumo

Esta análise propõe desenvolver o conceito de imagem que apela à problematização dos campos do visível e do invisível. Através da obra do fotógrafo Evgen Bavcar, discute-se as possibilidades de expressão e relação entre imagens e coisas que se apontam no mundo, para além da mera ideia de representação ou de um suposto real que existiria como materialidade pura. O texto segue destacando as intrínsecas possibilidades de relacionamento entre a palavra e a imagem e como abrem-se territórios de comunicação, acolhimento e troca entre percepções de deficientes visuais e percepções oculocêntricas. Trata-se de propor um tipo de comunicação, expressa por uma pós-imagem, em que a deficiência visual seja percebida como possibilidade de abertura para outras leituras de mundo, outras sensibilidades e percepções. Abre-se um modo de inserção do deficiente visual, por trocas e comunicações entre percepções do visível e do invisível.

Palavras-chave: Imagem. Comunicação. Cegueira.

¹ Professor do Centro Universitário CESMAC. Doutorando em Sociedade, Tecnologia e Políticas Públicas no Centro Universitário Tiradentes – Maceió – AL. E-mail: couthosergio@live.com. ORCID: 0000-0001-6152-4922.

² Professora do Programa em Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas do Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Doutora em Antropologia Social. Pela UNICAMP. E-mail: danieladecarmo@gmail.com. ORCID: 0000-0001-7267-0044.

³ Professor do Programa em Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas do Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Doutor em Planejamento Urbano e Regional pelo IPPUR/UFRJ. E-mail: walclerjunior@hotmail.com. ORCID: 0000-0001-5227-1206.

⁴ Mestra pelo Programa em Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas do Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. E-mail: falecomalore@gmail.com. ORCID: 0000-0003-2072-7154.

Abstract

This analysis proposes the development of the concept of image that calls for problematizing the fields of the visible and the invisible. Through the work of photographer Evgen Bavcar, the possibilities of expression and relationship between images and things that are pointed out in the world are discussed, in addition to the mere idea of representation or of a real reality that would exist as pure materiality. The text goes on to highlight the intrinsic possibilities of relationship between the word and the image and how territories of communication, reception and exchange between visually impaired perceptions and oculo-centric perceptions are opened. It is about proposing a type of communication, expressed by a post-image, in which visual impairment is perceived as a possibility of opening up to other world readings, other sensitivities and perceptions. A way of inserting the visually impaired opens up, through exchanges and communications between perceptions of the visible and the invisible.

Keywords: Image. Communication. Blindness.

Resumen

Este análisis propone el desarrollo del concepto de imagen que pide problematizar los campos de lo visible y lo invisible. A través del trabajo del fotógrafo Evgen Bavcar, se discuten las posibilidades de expresión y relación entre imágenes y cosas que se señalan en el mundo, además de la mera idea de representación o de una realidad real que existiría como pura materialidad. A continuación, el texto destaca las posibilidades intrínsecas de relación entre la palabra y la imagen y cómo se abren territorios de comunicación, de recepción e intercambio entre las percepciones deficientes visuales y las percepciones oculo-céntricas. Se trata de proponer un tipo de comunicación, expresado por una postimagen, en el que la discapacidad visual se percibe como una posibilidad de apertura a otras lecturas del mundo, otras sensibilidades y percepciones. Se abre una forma de insertar a los discapacitados visuales, a través de intercambios y comunicaciones entre percepciones de lo visible y lo invisible.

Palabras clave: Imagen. Comunicación. Ceguera.

Introdução

Através de sua obra pictórica, o fotógrafo cego Evgen Bavcar propõe uma fissura na relação direta entre representação e coisa representada. Essa fissura não vai se resolver, visto que a imagem, enquanto potência discursiva, expressa muito além da mera representação daquilo que se aponta como coisa no mundo. A imagem nesses termos se apresenta como um registro de tempo e de memória, contaminado por sua vez pela sobreposição de experiências circunstanciais ao momento da foto, ao tratamento dessa

foto em momento posterior, ao modo como se dá a recepção e interpretação dessa foto pelo observador.

Todas essas questões não estão presentes nem são visíveis no objeto em si, ali representado. Fazem parte de um conjunto de invisibilidades que acompanham a experiência desde a elaboração do método ou estratégia de captação da imagem até sua recepção em diferentes circunstâncias e suportes: emoldurada e pendurada na parede de uma galeria de arte, projetada em uma exposição a céu aberto em fundo branco ou na fachada de prédios, impressa em um livro de arte, acessada em um aparelho digital, etc. Para cada suporte, uma experiência, uma espacialidade, um lugar de corpo, uma emoção que atravessa e ultrapassa o campo visível da foto, sugerindo novas camadas de expressão, possibilidades de interação e interpretação. Para cada circunstância, novas possibilidades de relação entre o corpo da imagem e o corpo do observador, afastando a hipótese de a imagem funcionar como mera tradução virtual de um suposto real preexistente em sua materialidade.

Ao trazer o conceito de imagem, parte-se da ideia de que o que está visível na superfície, proporcionando uma comunicação aparentemente imediata entre emissor e receptor, deveria ser analisado a partir de camadas, que dizem respeito ao contexto, à história e à memória da produção dessa imagem, assim como ao ato da comunicação mediado pela imagem. Essas camadas que se aprofundam em territórios de invisibilidades, à medida que se mergulha nesses três termos, proporcionam outras possibilidades de comunicação. Santaella (2001) e Aumont (1993) propõem que as imagens operam como representações. Seguindo a tradição *peirceana*, ambos entendem que essa representação não se limita aos objetos que se apontam no mundo, mas se estendem ao campo do imaginário, do inconsciente e do simulacro, o que já expressa uma abertura no uso da imagem como ferramenta analítica. Ainda assim, será sob a proposta conceitual de autores influenciados ou pertencentes a correntes pós-estruturalistas que essa problematização do conceito de imagem ganhará novas possibilidades de uso, como ferramenta metodológica. Não se trata mais de pensar uma separação entre a coisa, material ou imaginária, e a imagem que ela dispara, mas entender que seria impossível, inalcançável, insuportável ou insuficiente a convivência com a suposta coisa em si, ou o trauma, ou o desejo, despido do revestimento cenográfico que a imagem proporciona em

um movimento que se aprofunda contaminando camada a camada, memória, história e contexto. Por exemplo, Didi-Huberman entende que a experiência de visitar um campo de concentração seria insuportável, não fosse o aparato imagético/cenográfico que reveste o vazio do horror. Esse aparato, ao mesmo tempo que apaga um suposto Auschwitz real, o reconstrói “como um lugar fictício destinado a lembrar Auschwitz” (DIDI-HUBERMAN, 2017, p.25). Em síntese, a imagem, nesses termos, não se destaca da coisa, nem se expressa em momento posterior à experiência do corpo e da memória. Essa relação de comunicação entre a experiência de ver e sentir, mediada pelo aparato imagético, é o que se propõe problematizar.

A linguagem visual carrega, como toda forma de linguagem, um diálogo entre quem transmite uma informação e quem a recebe. Nessa perspectiva, a câmera funciona como um mediador para que uma dada visão de mundo possa ser transmitida. Bavcar nos propõe expor, a partir de sua condição de cego, uma visão do invisível. As invisibilidades relativas às experiências de memória, de afetos, de métodos de fotografar, de modos de tratar a imagem, a partir da perspectiva de um cego.

A investigação do autor é, ao mesmo tempo, uma prática e um discurso, isto é, carrega uma hipótese: em um mundo oculocêntrico, se torna cada vez menos possível perceber as coisas invisíveis ou a invisibilidade contida nas coisas. Caberia a quem está imerso em um mundo de invisibilidades possibilitar o acesso a esse campo aos que enxergam. Para isto, o autor propõe fugir das “imagens- clichê”, para contaminar de invisibilidades o campo do visível

A literalidade na obra de Bavcar

No documentário *Janela da Alma*, de Walter Carvalho e João Jardim, Evgen Bavcar afirma que não apenas ele, mas todos nós, somos cegos porque “vivemos em um mundo que perdeu a visão”. O autor entende visão como algo mais complexo que a mera percepção ocular do mundo em volta, mas uma dada capacidade de leitura das coisas, entendendo que toda imagem subscreve um texto, uma escritura, um jogo de palavras inteligíveis e ininteligíveis, hieróglifos recém descobertos à espera de seu tradutor. Esse jogo entre perceptível e não perceptível, ou que se permite e não se permite, é o que

Bavcar denomina por analogia como os campos do visível e do invisível que se movimentam dentro de uma imagem.

A leitura desses campos e suas performances que movimentam sem estabilizar efeitos de claro e escuro, zonas cinzentas, penumbras, sombras e cintilâncias ofuscantes que nos cega por excesso de luz, demanda tempo, reflexão. Debruçar-se sobre a imagem, meditar sobre seu contexto, pesquisar as referências e conjunturas que a suscitaram, assim como suas consequências como ferramenta discursiva sendo apropriada em contextos futuros, fora de seu tempo de criação. E isso é válido para um quadro renascentista ou para um logotipo de uma empresa, como Disney ou Microsoft. Refletir sobre que condições permitiram o surgimento desse e não daquele modelo estético. É essa lacuna que o autor chama de cegueira. A cegueira que demanda tempo para ser vencida.

A frequência ininterrupta como somos interceptados por imagens, antes pela televisão, agora, de forma ainda mais intensificada, através dos suportes digitais, torna-se um impedimento para a leitura e reflexão sobre a imagem. O texto, a invisibilidade da imagem ali presente, seria recalcado em nome dessa relação ininterrupta com as imagens. Ficamos impedidos de ler e produzir outras possibilidades de interpretação das imagens, gerando uma cegueira coletiva, por se tratar de uma comunicação, cuja velocidade, frequência e caráter contingencial não permitem relacionar-se nos termos propostos por Bavcar. Apenas a superfície seria permitida ler, visto que, no momento posterior já outra imagem se apresenta, e assim sucessivamente. As profundidades, as zonas obscuras, cinzentas, obscenas, penumbras, escuridões, nada disso estaria ao alcance dos olhos do observador/leitor.

Para mim, linguagem e imagem estão ligadas, isto é, o verbo é cego, mas é o verbo que torna visível. Sendo cego, o verbo torna visível, cria imagens, graças ao verbo, temos as imagens. Atualmente, as imagens se criam por si mesmas, deixaram de ser o resultado do verbo e isso é muito grave. É preciso que haja um equilíbrio entre verbo e imagem. Por exemplo, Michelangelo não viu Moisés! Ele não foi segui-lo no Monte Sinai. Não viu como o Decálogo foi lançado sobre o bezerro de ouro, mas leu o texto (JANELA DA ALMA, 2001).

A princípio, pode-se interpretar a crítica à velocidade e frequência frenética das imagens, como que alimentando um saudosismo anacrônico, propondo um retorno

romântico e impossível, segundo a já clássica dicção da crítica à modernidade desenvolvida por Baudelaire (1996) e Proust (2016), há mais de um século, com graves conotações eurocêntricas e etnocêntricas. Afinal, qual seria mesmo o gosto das *madeleines* proustianas para um Maori em guerra com o europeu invasor? Porém, e deve-se demorar aqui, esse debate abre uma perspectiva também para frente. Uma discussão que antecipa e agrega elementos para a formulação do conceito e da experiência da pós-imagem. O que já se discutiu sobre o termo ou o prefixo “pós”, bastante presente na nomenclatura do pensamento acadêmico atual, via de regra, assume o termo com sentido de ruptura, de esgarçamento do que era presente ou hegemônico no momento anterior.

Outra possibilidade de leitura do termo pós diz respeito a assumi-lo como referente à ideia de contaminação, rasura, isto é, como a identidade anterior se expressa através de continuidades contaminadas por novas circunstâncias: “(...) saber se isso que recobre o prefixo pós possui uma superfície conceitual e formal que modifique de forma particular a identidade da referida entidade prévia. Como o pós se articula com o que ele porta?” (DUBOIS, 2019, p.20).

Uma pós-fotografia, pós-imagem que se articula com os novos suportes para evidenciar o texto, a literatura que a imagem carrega, não mais como mera explicação, análise, deciframento ou codificação, mas como sobre texto que extrapola as possibilidades discursivas para fora do círculo de uma lógica histórica que escapa de Cronos, nem esquecimento, nem saudosismo.

Convém não pensar que existe uma lógica histórica nas práticas pós (pois veremos que existe uma historicidade que é paradoxal) do tipo cronológica quer dizer, de uma temporalidade linear, contínua que induz mecanicamente um efeito de teleologia. O que define do ponto de vista histórico, a lógica temporal das práticas da pós-fotografia ou do pós-cinema não é o fato de virem após (...), mas o que escapa justamente da cronologia evolucionista (DUBOIS, 2019, p.21).

Pós-imagem ou pós-fotografia não seria nem aquela que adere alegremente aos avanços tecnológicos, tomando-os por panaceia para todos os males da civilização, como por exemplo propõe Phillippe Quéau (2001), para quem a velocidade da comunicação digital rompe barreiras físicas para aproximar culturas e levar o conhecimento a todos. Não seria, também, tributária da visão apocalíptica presente, por exemplo em Virilio

(1993) e Baudrillard (1991) para quem, a civilização vai se afundar em um mar de simulacros, sem referência, sem ética e sem história.

Se, nos tempos atuais, tem se fortalecido a ideia de que cada pessoa é uma mídia, capaz de reproduzir para si e repercutir para o mundo sua relação com a imagem, seja padronizada, por exemplo, através do aplicativo chinês “Tik Tok”, seja problematizada através de uma busca estética própria, independentemente de ser produzida em um suporte digital portátil ou em uma câmera profissional com recursos inimagináveis há pouco mais de uma década, nada mais apropriado do que a produção imagética que reflete a experiência de um deficiente visual, cujo impedimento, também expressa uma abertura, que possibilita às pessoas não deficientes acessarem as invisibilidades, os elementos ocultos e fora da cena, que o autor nos permite perscrutar.

A maior contribuição de Bavcar nesse debate diz respeito a não nos permitir ver a imagem por ele produzida em um jogo simples de transparência que ilude o observador como se esse estivesse em contato direto com a coisa representada, tornando-se momentaneamente cego ao meio, suporte, suplemento que intermedia a relação observador observado. Bavcar, dada todas as circunstâncias de sua obra, convidaria, até certo ponto, observador e coisa observada a se relacionarem com o meio, a foto, o método, o texto, o discurso, as invisibilidades da imagem que ele produz. Essa ideia carrega e se sustenta pelo conceito de *hypermediacy* ou mesmo de *remediação*, considerando que os termos do autor repousam sobre uma superfície instável, indecível, ora visível, ora invisível, ora inteligível, ora ininteligível. A percepção do meio em um jogo que revela e omite é o que aproximaria a obra de Bavcar do conceito de pós-fotografia.

[...] *hypermediacy* designa toda representação visual que convida o observador a notar a presença do meio (por exemplo, quando se trata de insistir na tela do pintor ou na presença da película cinematográfica). A questão da remediação é a da visibilidade ou invisibilidade da presença de um meio, em uma perspectiva da genealogia das formas e práticas midiáticas (DUBOIS, 2019, 27).

Pensar a fotografia de Bavcar como pós-fotografia diz respeito a pensar sobre a experiência sensorial ou mesmo sinestésica que o autor nos convida. Ver as imagens de Bavcar é um ato que extrapola o sentido da visão, visto que exige pensar, refletir

mergulhar de forma investigativa e crítica sobre: (1) o método, como foi feito esse enquadramento, que artifícios, estratégias, investigar como quem assiste à aula de um mágico revelando seus truques mais indecifráveis, (2) o texto, como quem decifra os desdobramentos de sentidos das imagens, a rasura do monumento, a torre Eiffel reescrita por reflexos de luz, a modelo nua protegida pela cegueira de seu observador, se desnudando para um olhar não invasivo, não obsceno, ou cuja obscenidade estaria circunscrita ao próprio texto, (3) o suplemento, a relação da imagem com seu invólucro, moldura, página, monitor, visor, tela, a imagem ora subjugada, ora substituída, ora, ao contrário, dominante e privilegiada em uma experiência cujos dispositivos estão no centro da questão, propondo uma “*topologia da experiência receptora*”. Essa experiência não é exclusiva, mas torna-se evidenciada na obra de Bavcar, não apenas pelo impedimento visual do autor, mas como esse impedimento direciona as relações entre autor e obra, obra e observador, observador e autor.

Método de Bavcar

Élida Tessler, estudiosa da obra de Bavcar, também desenvolve suas atividades no entremeio da palavra e da imagem. Tessler propõe que a presença dos aspectos invisíveis na obra de Bavcar operam um jogo de presença e ausência tanto quanto o silêncio na música ou a pausa no cinema. As pausas em registros sonoros, “o branco da página para o poema”, torna-se essencial na música. Bavcar, lembra Tessler, batia com os dedos no caixão da mãe esperando um retorno durante o enterro e a ausência de retorno traduzia a despedida (TESSLER, 1998, p. 82).

Cego por dois acidentes, ainda na infância, Bavcar fez suas primeiras fotos e refletiu, “não vejo as imagens e, contudo, sou capaz de fazê-las” (JANELA DA ALMA, 2001). Isto é, Bavcar é capaz de levar sua visão de invisibilidade para um mundo oculocêntrico. “Si, en mi calidad de fotógrafo, tomo como punto de partida las tinieblas, es gracias a la ceguera transcendental que me permite fotografiar más allá de lo visible” (BAVCAR, 2011, p. 26). O “significante invisível” acompanha a pré-aparência daquilo que é imediatamente capturado. Não se busca o real, mas transmitir como o invisível, expresso pela condição do fotógrafo, se derrama sobre o mundo visível, transmitindo essa invisibilidade para as pessoas que enxergam. Essa invisibilidade diz respeito ao texto, às

memórias e às sobreposições que o fotógrafo expressa em sua técnica, operando elementos aquém e além da imagem, uma pré-imagem da qual se extrai uma pós-imagem, uma “utopia anunciada” (BAVCAR, 2011, p. 27).

Em *Janela da Alma*, alguém descreve a distância a que se encontra do foco da câmera, conversando com o fotógrafo. Ele mede a distância se aproximando da modelo e explica: “Eu a toquei, toquei seu rosto, isso significa que a olhei de perto. Para vocês que enxergam, eu a toquei mas, para mim, que sou cego, eu a olhei de perto” (JANELA DA ALMA, 2001). A única materialidade que o autor busca no mundo é aquela reconhecida pelas mãos, identificando objetos e corpos, medindo distâncias antes de fotografá-los. Em seguida, busca o foco dos rostos levando a câmera até a boca, para ter os rostos enquanto ouve cada modelo falar. Estende a mão esquerda para medir a distância, enquanto fotografa com a direita.

Élida Tessler, acompanhando Bavcar em Porto Alegre em 2001, percebeu a preocupação espacial do fotógrafo (TESSLER, 2003). Nos passeios pela cidade, ele disse precisar levar a cidade em seu corpo, sem pressa, senti-la pelos diversos sentidos e com o corpo em movimento. Mais importante do que insistentemente perguntar aos guias onde estão é questionar continuamente o que estão vendo, captar as percepções daqueles com quem interage à medida que constrói as próprias sensações sobre o espaço e as ações correspondentes.

É desse modo que Bavcar refere-se a diversas cidades brasileiras que visitou. Para se referir ao Rio de Janeiro, chama-lhe a atenção o modo como o guia informa que estão passando pelo Cristo Redentor, enquanto em Brasília o espaço é marcado mais pelas distâncias, em São Paulo prevalecem as memórias de infância marcadas pelo aroma do café, em Belo Horizonte lhe encanta a culinária. Por onde passa, os ritmos musicais e as formas como as pessoas interagem assinalam ora memórias de infância ora a imaginação sobre o que estaria faltando ver.

Certamente, nas favelas eu poderia encontrar verdadeiros proletários do corpo, da economia, do bem-estar (...) Poder-se-ia também defini-los como juventude sacrificada ao capricho da sociedade de consumo que mostra ali suas faces hipocráticas – seu rosto doente e também sua verdade (BAVCAR, 2003a, p. 83).

Bavcar compara a sabedoria silenciada dos oprimidos no Brasil ao canto do assum-preto como expressão de dor engaiolada e pensa em grades e correntes ao sentir a velocidade, para ele agressiva, das danças locais. Continuamente, é uma reflexão guiada pelo espaço, falas e encontros.

Em outra visita, Tessler teve sua atenção detida pela quantidade de espelhos fora da posição em que videntes costumam posicioná-los: “Na parede, em alturas diversas, nas prateleiras de livros, na cabeceira da cama” (TESSLER, 1998, p. 85). O uso de espelhos tem um sentido claro no trabalho de Bavcar, pois costuma pedir para que pessoas se olhem e se enquadrem no reflexo. Do mesmo modo que, ao fotografar, ele pede: “Mostre-me a mulher que você reconhece no espelho!”. Bavcar substitui o termo “olhe-me”, comumente usado por fotógrafos, por “olha-te”. Pedido para um autorreconhecimento no momento da foto (TESSLER, 1998, p. 86).

Em *Janela da Alma*, Bavcar mostra aos diretores fotos da sobrinha que tirou deixando que ela corresse no campo com um sino: “(...) pedi a ela que corresse e dançasse, ela usava um sininho, que eu escutava. Na verdade, fotografei o sininho, mas este não pode ser visto. Trata-se, então, de uma fotografia do invisível”. Na série fotográfica, a despeito do que o próprio fotógrafo afirma, não é apenas o sino que se torna invisível aos olhos. Ao acompanharmos a imagem de uma garota correndo no campo não temos o contexto de onde ela se encontra, se está brincando com alguém fora do ângulo da lente da câmera, se brinca sozinha, se corre, se dança. Ao examinar as séries *Infinito* e *Retratos* de Bavcar, Ana Carolina Sampaio Coelho (2006) mostra como é intencional o jogo entre luz e sombra para trazer aos olhos ausências calculadas. As “zonas escuras” constantes nas fotografias mostram espaços livres para a imaginação e a memória de quem as vê, não apenas do próprio fotógrafo. As páginas escuras com imagens em alto contraste ao centro marcam as diversas séries quando reunidas em *Memórias do Brasil* (2003).

De acordo com a memória afetiva sobre situações semelhantes da própria infância, cada intérprete será um observador distinto construindo uma fotografia autônoma. Não é a imaginação de um artista cego que se localiza além ou aquém da imagem física, mas a superação de um padrão oculocêntrico de modos de ver que convida o observador a se aventurar em territórios caracterizados por elementos invisíveis da imagem. Essa experiência propõe provocar no espectador um conflito sobre o modo como

este, enquanto sujeito, vê o mundo a partir de suas preferências estéticas. A experiência da invisibilidade propõe problematizar o olhar e o visível questionando o que se toma e se naturaliza como padrão estético. Segundo Bavcar: “Não devemos falar a língua dos outros nem utilizar o olhar dos outros, porque, nesse caso existimos através do outro. É preciso tentar existir por si mesmo”. O fotógrafo continua:

A imagem que mais me faz falta é aquela da qual todos carecem, isto é, poder ver a si mesmo com seus próprios olhos. As pessoas acreditam que se vêem com seus próprios olhos mas, assim como eu, precisam de um espelho, a diferença é que, no meu caso, os espelhos são diferentes. Mas isso é uma sorte para mim, porque dessa maneira evito me afogar, tal qual o infeliz Narciso. Sou um Narciso sem espelho e isso é uma sorte (JANELA DA ALMA, 2001).

Há, pois, como percebe Coelho (2006), uma grande importância na intervenção sobre negativos na obra de Bavcar. A sobreposição de imagens e o jogo na pós-produção entre luz e sombras desnudam a superficialidade do elemento visível, não literal, que produz em si a sensação de acessar a coisa representada na foto de forma não mediada, como se no plano da foto, na tela ou impressa, fosse possível tocar a espessura da coisa ali fixada. Como identifica Coelho, “la creatividad propia de quien investiga la realidad con los ojos de la poesia” (2012, p. 4). A negação do verbo presente na imagem levaria à falsa percepção de visão total, captura integral da imagem pelo sentido ocular, presumindo que nada mais haveria para ser visto. Ao contrário, no lugar de uma tentativa de reprodução do real, persiste na obra de Bavcar, um esforço criador que problematiza o que se diz real.

O verbo é cego e as pessoas não o enxergam

Na obra de Bavcar há uma tensão expressa pelo jogo de sombra e luz proposto pelos elementos verbais e imagéticos em suas fotografias e textos filosóficos. Para o autor há um texto constante que acompanha a imagem e que ora a subjuga ora se submete a ela. Fora desse jogo de condições materiais e imateriais, de nada serviriam as fotografias guardadas ou arquivadas se não viessem acompanhadas de um contexto, uma história, uma narrativa espaço-temporal que se atualiza, se contamina de novos passados e presentes, porém estará sempre lá, situando o que significa ter gravado aqueles momentos

que se arremessam para o futuro, em um salto de fé, esperança do não esquecimento. Caso não fosse assim, seriam apenas momentos aleatórios, imagens que nada dizem, sem verbo, sem narrativa, sem memória.

O verbo é cego, porém, sem sua presença, a imagem nada teria a dizer. Não importa se vemos as pirâmides do Egito, ou um álbum de família. Seja o monumental, seja o particular, as imagens só fazem sentido se revestidas de referências narrativas. Para uma tribo isolada do resto da humanidade, a Torre Eiffel pode parecer uma estrutura maligna, aberrante que nada diz sobre modernidade, o próprio signo modernidade, expresso em inúmeras imagens, pode nada dizer. Para a maioria do povo estadunidense a escultura no Monte Rushmore, com as cabeças dos presidentes americanos, expressa orgulho cívico e sentido de nação. Porém, para a tribo Oglala Lakota, aquela escultura é um gesto bárbaro que profana a montanha sagrada de seus antepassados. Assim, a imagem da montanha intacta permanece na memória e nas narrativas do povo indígena. Imagens intactas que desafiam o poder do conquistador. Segundo Bavcar, deve-se entender esse tipo de narrativa como aquilo que doa sentido às imagens que nos rodeiam. Se não houver sentido no que está ao redor, se nada é reconhecível no mundo, isso sim seria a verdadeira cegueira. Se as futuras gerações da tribo local olharem para as montanhas e não mais enxergarem ali o mito de seus antepassados, apenas a escultura ufanista, será quando estarão cegas de si, enquanto povo, cultura e identidade.

A menção constante nas obras de Bavcar a mitos cristãos e gregos expressam a materialidade, a espessura da presença do invisível. Deus que surge em narrativas sagradas como entidade que não tem corpo ou forma definida, mas que depende da narrativa preservada por séculos entre os que compartilham da mesma crença. É, pois, uma expressão invisível do significante: “El significante invisible confirma la no posibilidad de la mirada total, de la plena visión que, a su vez, ya es la ceguera” (BAVCAR, 2011, p. 28)

O jogo de realidade e crença entre mundo material e o sagrado invisível propõe uma “arqueologia da luz”, a reconstituição da realidade expressa entre imagem e verbo.

Uma nova arqueologia da luz nos permitiria encontrar o olhar interior, devido à oposição entre memória psíquica e memória física – até

mesmo tecnológica – mas também encontrar a marca do sujeito, para instaurar as imagens que é capaz de assimilar. De fato não se enxerga nada se não se está em condições de criar uma representação interior relativa às coisas que se percebem, deixando de arruiná-la, neste mesmo ato, por uma iluminação consumidora. Essas obras poderão existir para nós através de aberturas por vezes frágeis de uma memória que se defende ou que se resiste às visões preconcebidas (BAVCAR, 2001, p. 5).

Em outro artigo, a expressão se altera de modo complementar, referindo-se a uma “arqueologia do olhar” (BAVCAR, 2003, p. 19). Trata-se de como e o que conseguimos ver através da descrição do que é visto. Além da narrativa, expressa na descrição das imagens, novas tecnologias expandem e deslocam a centralidade do olho. O olhar deixa de ser o limite entre o visível e o invisível à medida que instrumentos nos mostram, em escala microscópica ou interplanetária, o que ainda falta ser visto, catalogado, analisado.

Para que servem todos os satélites de observação, Argus do espaço, se não sabemos mais olhar além do nosso pequeno cotidiano visível? Até os cientistas mais sérios sabem que a extensão da nossa visão é muito pequena quando comparada com o que as máquinas podem captar do real (BAVCAR, 2003b, p. 139).

O que constitui nosso olhar depende de uma arqueologia própria que converge para si uma memória individual e coletiva. Há representações, emoções, comportamentos que nos acompanham no esforço de dar sentido narrativo ao mundo e à vida de cada um. Memórias que orientam a percepção de tempo e espaço, de pertencimento e de estranhamento, de passado, presente e futuro, convivendo em si, a um só tempo.

O estado de inquietação, frente o que os sentidos apresentam, aponta para a possibilidade de se constituírem visões que não se deixam subjugar pela imagem padrão, estabilizada à superfície dos olhos. Como bem observa Didi-Huberman: “Todo olho traz consigo sua névoa”, pois ver é sempre uma operação que depende dos referenciais de quem vê. Não existe “olho sem sujeito” e toda visão é “uma operação fendida, inquieta, agitada, aberta” (DIDI-HUBERMAN, 2010, p. 77).

Para além de uma arqueologia da luz e do olhar, o documentário defende uma pedagogia do olhar (FURTADO, 2011, p. 200), pois a partir de interações não

programadas que desafiam obstáculos corriqueiros para pessoas com diferentes deficiências visuais, a capacidade acumulada por cada um e o modo como interpreta o cotidiano equivalem à memória necessária para ver imagens quando os olhos estão fechados. Com isto, o olhar “desperta e convoca um pensamento e sua potência reside justamente em sua existência enquanto possibilidade de abertura para a criação, a imaginação e a ação” (FURTADO, 2011, p. 200).

As estéticas das quais nos aproximamos podem contar com a câmera como um meio, mas não um fim em si. Trata-se de apreender sentidos do mundo segundo a interpretação de que captura imagens sob tais circunstâncias, propondo tais objetivos. Deste “entrecruzamento contínuo de apropriações e representações” decorre todo processo possível, individual e coletivo, de aprendizado (FURTADO, 2011, p. 201).

Considerações finais

Evgen Bavcar responde ao totalitarismo do saber iluminista lembrando-nos de que a luz deve necessariamente produzir sombras, espaços obscuros, uma vez que no centro da luz dá-se a cegueira absoluta.

Palavra e imagem, sombra e luz. Bavcar afirma que a palavra e a imagem são inseparáveis como a luz e a sombra. Da mesma forma que a luz não pode existir sem a sombra, a imagem não pode existir sem a palavra. Logo, para narrar o mundo, ou mesmo para percebê-lo, é preciso penetrar na escuridão, na sombra, que a palavra denota. E é preciso estar predisposto à relação de complementaridade estabelecida entre a palavra e a imagem que projetam, respectivamente, sombra e luz sobre o pensamento.

Dessa forma, para o autor, quem narra o mundo é metaforicamente cego, porque, para fazê-lo, necessita penetrar na escuridão do verbo, vasculhar seus espaços de sombra, suas possibilidades metafóricas e interpretativas. A rígida separação entre imagem-luz e palavra-sombra tem seus contornos amolecidos quando o autor sugere que a imagem textualizada ao necessitar de tempo para ser criada e apreciada deve inspirar no observador o desejo de chegar ao invisível, de alcançar a escuridão que a imagem-texto traz gravada em si. Chegar ao invisível denota cruzar fronteira. O autor lembra que para os egípcios a imagem prestava-se à representação de um morto ou de um Deus, a foto de uma pessoa que já morreu é a ilusão da presença dessa pessoa entre nós, como uma forma

de transcendência para além da vida. Por isso a imagem seria representação tanto do desejo quanto da morte, Eros e Tanatos, isto é: desejo de possuir o que não está mais aqui (a não ser cristalizado na moldura ou no monumento) e pulsão de estar lá onde o objeto desejado se encontra – terra distante, mundo encantado dos espíritos.

Imagem e palavra se confundem quando Bavarcar propõe que a imagem é um conceito. E deve ser pensada como tal em seus limites e possibilidades para falar do mundo. A imagem total que fala de tudo e não conhece limites é uma forma de poder absoluto, conceito totalitário, obscenidade do espetáculo que nada diz do homem. As imagens, para o autor, devem ser pensadas como atos mentais que dizem do interior de nossos corpos. Por isso, a imagem, mais que simplesmente um quadro, uma foto ou um vídeo, traduz-se como expressão de nossa presença no mundo. É uma expressão que comunica nossa invisibilidade particular com a invisibilidade do outro. Nosso interior com o interior dos outros. Nossa escuridão com a escuridão do outro.

Insistindo um pouco mais nessa condição do outro da imagem, o autor provoca o mundo oculocêntrico, ao referir a si próprio como um estrangeiro, um exilado nesse mundo. A pessoa menos propícia a fotografar. Sob a condição de quem necessita de um hospedeiro que convidasse, autorizasse a entrada de um cego no mundo ótico, pode-se, em termos pós-estruturalistas, propor uma inversão de papéis entre hóspede e hospedeiro. Um ponto importante sobre essa inversão é que ela não se resume a um gesto condescendente ou benevolente, deve-se considerar também a possibilidade do hóspede, do estrangeiro, do exilado, do materialmente mais fraco ser, para o hospedeiro, seu libertador, emancipando-o de sua lógica, da lógica de seu lugar, de seu ethos, de suas crenças, modos de funcionamento e interação com o mundo. Como explica Derrida:

[...] o hóspede esperado, não é apenas qualquer um a quem se diz 'venha', mas 'entre', entre sem esperar, faça uma parada entre nós sem esperar, venha para dentro, venha a mim, não apenas para mim, mas em mim: ocupa-me, toma lugar em mim, o que também significa tome o meu lugar [...]. Estranha lógica, mas tão esclarecedora, essa de um senhor impaciente que espera seu hóspede como um libertador, seu emancipador (DERRIDA, 2003, p. 107).

O caráter indecível das imagens, sob os termos de um cego que confunde imagem e texto, reinscreve definições, sentidos e significados que não se estabilizam em

uma verdade definitiva. Na condição do “outro”, do que chega de fora do ethos de uma verdade oculocêntrica, a imagem expressa nas premissas de Bavcar inverte o jogo entre hóspede e hospedeiro, ao mesmo tempo em que liberta e afasta seu hospedeiro do pensamento único que determina o modo de fazer e ler imagens.

Referências

- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1993.
- BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- BAVCAR, Evgen. O Brasil no despertar do mundo. In: TESSLER, Élica; BANDEIRA, João (org.). **Memória do Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003, p. 77-85.
- BAVCAR, Evgen. Os enganos do visível. In: NOVAES, A. (Org.). **Ciclo de Seminários, Muito Além do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Maison de France, 2003b.
- BAVCAR, Evgen. A luz e o cego. **Revista Benjamin Constant**, Rio de Janeiro, n. 19, 2001. Disponível em: <http://revista.ibc.gov.br/index.php/BC/article/view/580>. Acesso em: 2 jul. 2020.
- BAVCAR, Evgen. A imagem, vestígio desconhecido da luz. In: NOVAES, Adauto (Org.), **Muito além do espetáculo**. São Paulo: Editora SENAC, 2005, p. 144 – 157.
- BAVCAR, Evgen, Significantes invisibles. Diecisiete, año 1, n. 1, p. 25-30, 2011. Disponível em: <https://diecisiete.org/expediente/significantes-invisibles/>. Acesso em: 2 jul. 2020.
- BAVCAR, Evgen. **Um outro olhar**. Revista Humanidades, UNB, n. 49, janeiro de 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d’água, 1991.
- COELHO, Ana Carolina Sampaio. **José Saramago e Evgen Bavcar: os paradoxos do olhar**. Dissertação (Mestrado em Teoria da Literatura) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
- COELHO, Ana Carolina Sampaio. **Lo fantástico y el sueño en la obra de Evgen Bavcar**. Tese (Doutorado em Comunicação Visual) - Universidad de Salamanca, Salamanca, 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-coelho-lo-fantastico.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2020.
- DERRIDA, Jacques. **Da hospitalidade**. São Paulo: Escuta, 2003.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **Cascas**. São Paulo: Ed. 34, 2017.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: 34, 1998.
- DUBOIS, Philippe. Pós-fotografia, pós-cinema: O desafio do “pós”. In: DUBOIS, Philippe (org.). **Pós-fotografia, pós-cinema: novas configurações das imagens**. São Paulo: Edições Sesc, 2019, pp. 16 – 29.

FURTADO, Rita Márcia Magalhães. A potência pedagógica do olhar no filme Janelas da Alma, de João Jardim e Walter Carvalho. **Atas do VIII Encontro Anual da AIM**. Editado por Daniel Ribas, Manuela Penafria e Sérgio Dias Branco. Lisboa: AIM, 2019. Disponível em: <http://aim.org.pt>. Acesso em: 28 jun. 2020.

JANELA DA ALMA. Direção: João Jardim; Walter Carvalho. Rio de Janeiro: Tambellini Filmes e Produções Audiovisuais, 2001. 1 DVD (73 minutos).

PROUST, Marcel. **Em busca do tempo perdido**. São Paulo: editora Nova Fronteira, 2016. 3 volumes.

QUÉAU, Philippe. Cibercultura e info-ética. In: MORIN, Edgar (Org.). **A religação dos saberes: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. p. 460-480.

SANTAELLA, Lúcia e NÖTH, Winfried. **Imagem** – cognição, semiótica e mídia. São Paulo: Iluminuras, 2001.

TESSLER, Élide. **Evgen Bavcar**: silêncios, cegueiras e alguns paradoxos quase invisíveis. Revista de artes visuais, v. 9. n. 17, p. 79-90, nov. 1998. Disponível em: seer.ufrgs.br. Acesso em: 2 jul. 2020.

TESSLER, Élide. Evgen Bavcar na diagonal. In: TESSLER, Élide; BANDEIRA, João (org.). **Memória do Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003, p. 7-14.

VIRILIO, Paul. **Guerra e cinema**. São Paulo: Editora Página Aberta, 1993.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 29/06/2020
Aprovado em: 20/10/2020

O jogo dos falsos tronos: do arquétipo nobre ao estereótipo esnobe

The game of fake thrones: from the noble archetype to the snobbish stereotype

El juego de los falsos tronos: del arquetipo noble al estereotipo esnob

Marcus Vinicius de PAULA¹

Lucas Almeida de MELO²

Resumo

Trata-se de uma investigação intermidiática que utiliza a teoria iconológica de William Mitchell (1995) para associar as características gráficas e conceituais de um jogo contemporâneo a uma ideologia esnobe e historicista – encontrada em pinturas, romances e folhetins, no século XIX – com o intuito de produzir uma reflexão sobre o consumismo. Questionam-se os fundamentos de uma cultura visual e verbal difusora da necessidade de se adquirir uma identidade aristocrática clichê mascarada por pretensões arquetípicas. O objetivo é entender em que medida esse modelo, aparentemente arcaico, distante e inócuo, pode ainda reverberar na comunicação visual veiculada numa mídia moderna.

Palavras-chave: Iconologia intermidiática. Pintura acadêmica. Design gráfico de jogos. Consumismo.

Abstract

This is an intermediatic investigation that uses William Mitchell's (1995) iconological theory to associate the graphic and conceptual characteristics of a contemporary game with a snobbish and historicist ideology – found in paintings, novels and feuilleton in the 19th century – in order to produce a reflection on consumerism. The fundamentals of a visual and verbal culture spreading the need to acquire a cliché aristocratic identity masked by archetypal pretensions are questioned. The goal is to understand the extent to

¹ Professor do Departamento de História e Crítica da Arte e do Programa de Pós-Graduação em Design da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre em História e Crítica da Arte pela PPGAV-EBA/UFRJ. Doutor em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. E-mail: depaulamarcusvinicius@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4870-9249.

² *Magna Cum Laude* em Licenciatura em Educação Artística - Artes Plásticas, Mestrando em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Atualmente, cursa o bacharelado em História da Arte na mesma instituição e Especialização em Ensino Contemporâneo de Arte pela Faculdade de Educação e Colégio de Aplicação da UFRJ. E-mail: lmelo496@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8518-8839.

which this apparently archaic, distant and innocuous model can still reverberate in the visual communication conveyed by modern media.

Keywords: Intermediatic iconology. Academic painting. Games graphic design. Consumerism.

Resumen

Tratamos de una búsqueda intermedial que utiliza la teoría iconológica del William Mitchell (1995) para la asociación de los rasgos gráficos y conceptuales de un juego contemporáneo a una ideología esnob e historicista – encontrada en las pinturas, novelas y folletines del siglo XIX – con la intención de producir una reflexión sobre el consumismo. Cuestionarse los fundamentos de una cultura visual y verbal difusora de la necesidad de adquirirse una identidad aristocrática cliché enmascarada por pretensions arquetípicas. El objetivo es comprender en qué medida ese modelo, aparentemente arcaico, lejano e inocuo, puede aun reverberar en la comunicación visual vehiculada a media moderna.

Palabras clave: Iconología intermedial. Pintura académica. Diseño gráfico de Juegos. Consumismo.

Introdução: academicismo e comunicação visual

Ao se visitar uma loja especializada em jogos de cartas e tabuleiro (Figura 1) pode-se ter a esdrúxula sensação de estar dentro de uma versão pós-industrial dos salões de pintura acadêmica do século XIX. Ironicamente, todas aquelas ilustrações repletas de referências historicistas, expostas em profusão nas estantes, parecem remeter à tela de François-Joseph Heim (Figura 2), na qual Carlos X entrega condecorações, em um cômodo apinhado de quadros do chão ao teto.

Figura 6 – Detalhe do aspecto geral de uma típica loja de *board games*



Fonte: Google imagens³.

Figura 7 – *Carlos X entregando prêmios no Salão de 1824* (1827), de François-Joseph Heim (173 cm x 256 cm), Museu do Louvre



Fonte: Google imagens⁴.

³ Disponível em: <https://www.tabletopday.com/listings/tabletoys-board-game-store-and-library/>. Acesso em: outubro de 2020.

⁴ Disponível em: <https://pt.wahooart.com/@/8XZGXB-François-Joseph-Heim-Carlos-V-Prêmios-Distribuidoras-aos-artistas-no-encerramento-do-Salão-de-18>. Acesso em: outubro de 2020.

Parece ser um indício de que algumas características estéticas associadas ao academicismo talvez estejam sendo reutilizadas por alguns setores da comunicação visual⁵ moderna, ou seja, mídias⁶ contemporâneas estariam reproduzindo (ou relendo) modelos arcaicos. Gostaríamos de destacar um jogo específico, cuja temática lida com intrigas cortesãs, denominado *The Last Banquet* (projetado, em 2014, por Michael Nietzer, Oliver e Britta Wolf e *design* gráfico de Simon Eckert). No verso da caixa existem explicações sobre o conteúdo composto por cartas, ilustrando os diversos personagens e fichas com brasões e objetos heráldicos que poderiam servir como estímulos para as tais conspirações que fundamentam a mecânica do jogo. Na maior face da tampa da caixa (Figura 3) está retratada uma cena palaciana centrada na figura de um rei coroado, sentado diante de uma mesa de banquete e cercado por elegantes convivas.

A indumentária e os objetos cênicos estão cuidadosamente apresentados e remetem à cultura cortesã europeia de diversas épocas que vão do século XV ao XIX. Hoje relacionaríamos, de modo mais imediato, ao imaginário dos contos de fadas dos longas-metragens da Disney, mas gostaríamos de revolver outras camadas mais profundas do que essa.

⁵ A expressão “comunicação visual”, aqui, possui um sentido muito mais amplo que sua definição modernista tradicional, pois engloba questões associadas à narrativa e à figuração.

⁶ A palavra “mídia” tem sido largamente utilizada para tratar exclusivamente dos meios de comunicação de massas que surgiram após a Revolução Industrial. Entretanto, o termo pode ser empregado num sentido mais amplo que inclui qualquer suporte de difusão de informação capaz de transmitir mensagens. Neste artigo realizaremos uma experiência intermediária que contrapõe uma mídia contemporânea (um jogo moderno produzido em larga escala por meio de técnicas gráficas atuais) e um meio de comunicação visual que teve sua origem numa era pré-industrial (a pintura acadêmica), mas que, no século XIX, foi afetado por transformações que deram origem à cultura de massa.

Figura 8 – Face superior da tampa do jogo *The Last Banquet*



Fonte: Fotografia dos autores.

A cena está cercada por uma suntuosa moldura dourada. A composição e o tema da ilustração central, em certo sentido, remetem ao gosto acadêmico da segunda metade do século XIX, o qual associamos a pintores, como Franz Geyling, Cesare Augusto Detti e Jean-Georges Vibert, para citar apenas alguns. Acima dessa imagem, o título do jogo sobrevoa o grupo como se fosse um luxuoso estandarte escrito com tipografia de inspiração medieval e sustentado por hastes ornamentadas com flores-de-lis. Aquela estética eclética e historicista que enchia os olhos do público do século XIX com objetivo de reviver um passado arqueologicamente opulento (ambientes, vestuário e objetos cênicos) parece ter sido relida pelo *design* gráfico de jogos.

Entretanto, a princípio, a ilustração da tampa de um jogo exposta na prateleira de uma loja no século XXI não desfruta da mesma notoriedade que uma pintura, quando era exibida nos salões do século XIX. Dizemos “a princípio” porque essas obras e artistas

associados ao academicismo foram destronados pela história da arte moderna e perderam esse *status*. Paradoxalmente, o período em que o prestígio acadêmico da pintura histórica⁷ atingiu o ponto máximo na cultura visual ocidental, é também o momento em que começa a ser tachada como veículo de uma retórica excessivamente eloquente e *kitsch*⁸. Pouco a pouco foi transformando-se em uma mídia pretenciosa, na mediada em que continuava a ser exibida com solenidade nos salões, mas vinha sendo considerada, pela crítica moderna, como mero pastiche, composto por uma iconografia clichê.

Portanto, para que possamos comparar o vocabulário da pintura figurativa do século XIX aos ícones estereotipados da cultura de massa no século XXI (como os que vemos em *The Last Banquet*) será preciso, antes, compreender o processo de banalização sofrido pela arte acadêmica.

A banalidade pomposa na pintura de gênero histórico

A pintura de gênero histórico tem sido, algumas vezes, caracterizada, meramente, como o resultado da contaminação da complexa linguagem visual da pintura histórica monumental pela narrativa banal e frívola, típica das pequenas pinturas de gênero. No gênero histórico “os episódios históricos são tratados de modo mais informal”, “um modelo de realismo anedótico”, mais trivial (ALVIM, 2010, p. 90).

Um exemplo evidente disso é a tela *Henrique IV e seus filhos*, pintada por Pierre Révoil em 1817 (Figura 4), que mostra o rei da França, no início do século XVII, sendo surpreendido por um embaixador enquanto brinca com seus filhos como se fosse um pai de família pertencente às classes médias do século XIX. Não se trata, portanto, de um grande evento histórico, mas de um momento qualquer ordinário. A tela cria, então, uma empatia entre aquele personagem – que as tradições europeias conferiram virtude aristocrática – e o espectador comum que, dentro dos parâmetros dessa mesma cultura, não possuiria essa identidade privilegiada.

⁷ A pintura histórica foi uma prática artística que se consolidou dentro do contexto das academias de belas-
artes e pode ser definida como uma modalidade de pintura voltada para a narrativa de temas eruditos
(religiosos, alegórico-mitológicos e extraídos da história da cultura). Para mais esclarecimentos sobre esse
assunto, conferir Lichtenstein (2006).

⁸ Categoria estética que se caracteriza pelo uso excessivo de estereótipos e clichês.

Stephen Bann amplia essa definição restrita e informa que Paul Delaroche em conjunto com a escola de pintores de Lyon (apelidados de “Trovadores”) foram os responsáveis por reformular os códigos heroicos e grandiloquentes definidos por Jacques-Louis David (BANN, 1997, p. 93), rompendo com os arquétipos⁹ iconográficos eruditos e os substituindo por uma tipologia estereotipada, romanesca, e mais próxima de um vocabulário que as massas estavam mais acostumadas. O sensacionalista Delaroche, “pintor da corte de todas as majestades decapitadas” (BANN, 1997, p. 154), teria “entendido muito bem a contribuição precisa que o pintor tinha a oferecer, naquele momento, para o desenvolvimento de uma cultura histórica de massa” (BANN, 1997, p. 106)¹⁰.

Figura 9 – Henrique IV e seus filhos (1817) de Pierre Révoil, Castelo de Pau, França



Fonte: Useum¹¹.

⁹ A noção de “arquétipo” que estamos utilizando aqui se refere a um modelo que alguma tradição determinou como um exemplo singular, ilustre e possuidor de uma qualidade primordial elevada acima das contingências. Portanto, é uma noção contraditória, pois todo o valor essencial que possui é uma invenção histórica.

¹⁰ Seguindo esses interesses, Bann (1997, p. 185) informa que, ao pintar a pequena tela do *Cardeal de Richelieu*, em 1829, Delaroche não estava pintando o fato histórico, mas uma cena inspirada no romance *Cinq-Mars* (publicado em 1826), de Alfred Vigny, o primeiro escritor francês a absorver o estilo folhetinesco de Walter Scott. Norbert Wolf (2012, p. 110-111, 160, 179-180) confirma que esse gênero histórico de pintura assimilou certas estratégias literárias do folhetim.

¹¹ Disponível em: <https://useum.org/artwork/Henri-IV-and-His-Children-Pierre-Revoil-1813>. Acesso em: outubro /2020.

No entanto, ao que tudo indica, o grande divulgador da pintura de gênero histórico parece ter sido Ernest Meissonier. A produção desse artista foi considerada, ainda no século XIX, “estupidez ilimitada de burgueses e novos ricos” (GOTLIEB, 1996, p. 2). Ele foi acusado de ter transformado a pintura em mercadoria que “destruiu a grande tradição do Salão Francês” (GOTLIEB, 1996, p. 10). No entanto, o sucesso de Meissonier residia “precisamente na modéstia de sua ambição [...] estreita [...] evitando temas literários e filosóficos” (GOTLIEB, 1996, p. 14). Suas telas mostravam cenas banais com figuras anônimas com pomposos trajes históricos, mas que podiam ser, também, interpretadas como “atores vestidos com roupas de época” (GOTLIEB, 1996, p. 119).

Entendemos que as majestosas e majestáticas figuras históricas representadas naquelas telas passaram a ser reconhecidas como alter egos das classes burguesas, pois o espectador, pertencente à alta ou à pequena burguesia, diante das telas de gênero histórico, tinha a sensação de que aquelas imagens carregavam uma fórmula mágica que permitiria a aquisição de uma identidade ilustre. No entanto, paradoxalmente essa fórmula se baseava na ausência da mesma identidade que a imagem indicava. A ausência é o fundamento de todo o desejo de consumo, sugere Jean Baudrillard (2004, p. 184-187). É justamente essa carência – que irá fundamentar o espírito esnobe¹² dessas imagens e a relação entre o consumismo e o historicismo no século XIX, conforme trataremos a seguir.

A invenção da história

Norbert Elias sugere que a identidade aristocrática formulada pela nobreza feudal europeia se baseava num abismo entre essa classe social e as classes servis (ELIAS, 2001, p. 198-199). Jacques Le Goff, por sua vez, mostra que a história medieval tem início com a destruição da classe média urbana que existia no Império Romano (LE GOFF, 2005). Por conseguinte, os requintados bens de consumo (manufaturas flamengas e francesas) que, tempos mais tarde, abasteceriam as cortes feudais – a partir do final da

¹² No sentido estrito da palavra que indica a falta de nobreza e a decorrente necessidade incessante de preencher esse vazio.

Idade Média¹³ até o século XVIII¹⁴ – serviriam para ratificar, por meio de códigos visuais (indumentária, joias, objetos de decoração, etc.), a enorme desigualdade que já havia entre as famílias senhoriais e os camponeses. Foi esse hiato, profundo entre as classes, conseguiu fazer com que a nobreza construísse uma imagem altamente ilustre (no sentido de brilhante e notável) e extremamente arrogante e excludente¹⁵.

As burguesias, por sua vez, surgem nesse período como uma nova classe intermediária e, por isso, não possuía identidade, na medida em que ocupava o lugar do hiato que definia a própria diferença entre nobres e servos. Nesse sentido, ser burguês significava não ter um lugar fixo e sedimentado dentro da sociedade feudal. Esta não era considerada uma classe diferenciada, mas uma condição acidental; possuía, portanto, uma falta de identidade ou uma identidade crítica. George Duby (1982) explica de modo detalhado a construção do imaginário feudal francês e a estratificação social em três ordens: o clero, a nobreza e os servos. Dentro desse panorama, a burguesia francesa foi obrigada a se submeter às leis suntuárias e se inserir desconfortavelmente no Terceiro Estado, juntamente com os camponeses. A partir dessas observações, foi possível inferir que a ascensão desse grupo social resulta em estratégias para superar essa falta de identidade.

No século XIX, vários grupos sociais recém-enobrecidos, cujos modelos fundamentais são as elites napoleônicas (BANN, 1994, p. 120-122) e as autoridades estatais da Monarquia de Julho e do Segundo Império, contribuíram para a instituição de uma estética que Stephen Bann (1994, p. 20) denomina como “invenção da história”. O autor explica que é um conceito distinto da “invenção da tradição”, desenvolvido por Eric Hobsbawm em 1983, pois não se trata de uma mera falsidade, mas de perceber que a partir do século XIX toda história será uma reconstituição histórica, um ressuscitar, um reviver

¹³ Segundo Marina Belozerskaya (2012, p. 48-58), a identidade visual ilustre da nobreza foi formulada a partir do período feudal e se consolidou no final da Idade Média, a partir da dinastia Valois, principalmente a corte dos duques da Borgonha que, desejando aparentar maior nobreza que o Rei da França, construiu uma cultura visual totalmente focada nesse interesse.

¹⁴ Estamos nos referindo ao sistema de produção de luxo aristocrático mercantilista que teve origem na era de Luís XIV (DENIS, 2000, p. 22-23).

¹⁵ “(...) na Idade Média, era parte inseparável da existência dos ricos que existissem também camponeses e artesãos trabalhando para eles, e mendigos e aleijados com mãos estendidas. Não há para o nobre nenhuma ameaça nisso nem ele se identifica com eles.” (ELIAS, 2001, p. 196).

(um *revivel*). No entanto, os dois conceitos estão extremamente interligados, na medida em que essa ressurreição histórica foi motivadora de todo o historicismo que produziu, no século XIX, bens de consumo (pinturas, romances, objetos utilitários, edifícios, etc.) revestidos por signos de um falso passado aristocrático. Na sociedade burguesa industrial, as mercadorias estavam hipertrofiadas com ornamentos que remetiam àquela comunicação visual do luxo arrogante, construída pela nobreza europeia desde o final da Idade Média. O epíteto dessa invenção da história ocorria quando algum burguês recebia um título de nobreza, fundamentado nos códigos feudais, e se transformava artificialmente em personalidade histórica¹⁶, do mesmo modo que uma casa moderna era construída com ornamentos medievais.

Por meio de uma alegoria tortuosa, pode-se dizer que *Drácula*, de Bram Soker (publicado em 1897) traduz a crise que envolve essa questão¹⁷. Esse romance neogótico inverte o modelo das novelas históricas – e também das pinturas históricas – que transportam o espectador ou personagens para o passado. O conde Drácula, ao contrário, é um nobre medieval que anacronicamente vive uma aventura monstruosa no presente (no caso, o século XIX). Pode-se dizer que ele é, na verdade, a antítese de um conde, pois sua nobreza foi corrompida e invertida. Portanto, em vez de possuir uma identidade ilustre, diferenciada das classes servis, não possui nenhuma autoimagem. O espelho vazio está diretamente ligado ao fato de não contar com serviçais. O conde é odiado pelos camponeses, que não reconhecem sua superioridade social. Assim, do poder senhorial conferido pelo título de nobreza, restou apenas um castelo em ruínas e o terror. Drácula torna-se um esnobe, por excelência, pois o que o define não é o que ele é, mas o que lhe falta: a nobreza ilustre.

Sem a posse efetiva de uma imagem pessoal, esse vampiro terá de se alimentar vorazmente de outras identidades, consumindo de modo insaciável a essência vital de

¹⁶ O conceito de “história” utilizado aqui é uma noção propositalmente ultrapassada e está diretamente relacionado à história oficial, construída pelas elites europeias. Proust (2002, p. 172) coloca essa questão da relação entre o título de nobreza associado a um indivíduo e a identidade histórica que esse título carrega: “a duquesa de Guermantes se assentara. Seu nome, como era seguido pelo título, ajuntava à pessoa física o seu ducado (...) sentia-me espantado que a semelhança não fosse mais legível no rosto da duquesa (...) as sardas (...) deveriam estar brasonadas” O título de nobreza no século XIX pode ser considerado um ornamento historicista agregado à personalidade do indivíduo.

¹⁷ Inclusive, a teoria de Stephen Bann (2010, p. 8-31) implica num ressuscitar do passado que está associado a animais empalhados, ou seja, cadáveres que mantêm a aparência de vida.

suas vítimas. Em contradição com o simbólico sangue azul da nobreza, Drácula não possui sangue algum. Desse modo, seu título de conde não possui lastro. É um título vazio. Para agravar ainda mais essa situação, grande parte do sangue que consome é dos camponeses plebeus. Porém, é por meio desse consumo incessante, que esse cadáver sem alma consegue resgatar uma pequena porção da aparência do heroico personagem histórico que um dia foi. A crise de identidade desse personagem é um mórbido comentário às avessas sobre o artifício historicista envolvido na construção da autoimagem dos pseudocondes (burgueses recém-enobrecidos)¹⁸.

O que fica também subentendido no texto de Bann (1994), e que está também diretamente relacionado a essa alegoria do conde degenerado, é que essa estética da “invenção da história” se difundiu como um modismo não apenas na pequena e na alta burguesia, mas também, de modo paradoxal na tradicional nobreza de origem feudal europeia¹⁹, ou seja, em todas as camadas de consumidores. Desse modo, mesmo as famílias com passado aristocrático, considerado legítimo, passaram a significar esse passado por meio de signos de uma história inventada²⁰.

Sendo assim, no século XIX, todos se tornaram esnobes. Enquanto príncipes de sangue real e barões banqueiros construía falsos castelos, todas as classes com poder de compra liam novelas de Walter Scott e folhetins ilustrados de Alexandre Dumas pai (WOLF, 2012, p. 96). Além disso, todos se deliciavam nas exposições universais. Nessas grandes feiras, os bens de consumo – novos, mas decorados com ornamentos historicistas pretensiosamente suntuosos – produzidos em larga escala encontravam sua legitimação ideológica na simultaneamente pomposa e banal comunicação visual da pintura de gênero histórico que era exibida dentro desse mesmo contexto.

¹⁸ *O Conde de Monte Cristo*, de Alexandre Dumas, coloca essa mesma questão de outro modo. No romance, um simples marinheiro inventa uma história para assumir a identidade de um conde fictício. Mais de uma vez, Dumas (2008, p. 348-349) compara o protagonista a um vampiro: “se houvesse algum homem que pudesse fazer acreditar na existência dos vampiros era aquele”; “estou vendo que o meu vampiro não passa de um homem que enriqueceu há pouco, que quer que lhe perdoem os seus milhões (...) para não ser confundido com o barão de Rothschild.” (p. 377-378).

¹⁹ A aristocracia do início do século XX vive uma vida tão esnobe e burguesa quanto qualquer novo rico: “seu ódio aos esnobes decorria de seu esnobismo” (PROUST, 2002, p. 417).

²⁰ Vale citar, como exemplo, tanto o Palácio da Pena, em Portugal, quanto o Castelo de Neuschwanstein, na Baviera. Ambos, claramente “histórias inventadas”, foram construídos por iniciativa de membros das famílias reais europeias.

Aquele lugar inadequado, entre as classes menos favorecidas e a aristocracia, que havia sido imposto à burguesia no final da Idade Média foi se transformando numa promessa de ascensão²¹, ou seja, a burguesia construiu, para ela mesma, uma promessa de afastamento das classes servis e aproximação da nobreza. Porém, como no século XIX grande parte da antiga aristocracia feudal havia assumido um modo de vida burguês, a promessa de identidade que a estética da “invenção da história” tinha a oferecer não se apresentava mais como uma possibilidade.

Assim, os consumidores (antigos e novos aristocratas, burgueses e pequenos burgueses) passaram a utilizar seu poder de compra para adquirir uma identidade que não estava disponível no mercado. Por esse motivo, a possibilidade de comprar uma autoimagem não poderia se consumir nem mesmo quando o burguês conseguisse edificar um castelo neogótico, mandasse pintar um retrato aristocrático²², ou adquirir um título de nobreza, simplesmente porque as condições sociais do final da Idade Média e do Antigo Regime não existiam mais²³. Sendo assim, tanto as elites quanto as classes médias, aburguesadas, passaram a habitar aquele antigo hiato e, por esse motivo, todos se tornaram mercado consumidor para histórias inventadas. A partir de então, somente esse consumismo ávido e incessante poderia lhes conferir identidade ilustre²⁴. Sem esse artifício, tal como Drácula, não conseguiriam se enxergar no espelho.

²¹ Sem o feitiço da invenção da história, essa promessa teria sido inviável. No século XVII, *Le Bourgeois Gentilhomme*, segundo Molière, era uma figura ridícula e sem acesso às camadas mais ilustres da sociedade.

²² Norbert Wolf (2012, p. 53) lembra que Alexander Cabanel retratou inúmeras burguesas utilizando os códigos visuais dos retratos da aristocracia e da realeza, fazendo com que essa classe social *nouveaux riches* (como ele chama) emulasse outra identidade.

²³ Certamente, ninguém retrata essa circunstância melhor do que Honoré de Balzac. Segundo Herbert J. Hunt, um dos sentidos das “ilusões perdidas” é o fracasso do processo de enobrecimento de Lucien Chardon (BALZAC, 2016, p. 14, 17, 19). O personagem central se desilude com o cruel esnobismo da aristocracia rural e urbana.

²⁴ Nada melhor para exemplificar essa suposição do que a compulsão por antiguidades que se apossou do barão James de Rothschild, como relata Derek Wilson (1994, p. 109): “for James, collecting was an obsession (...) all manner of antiques and objets d’art, he continued to buy – continuously and compulsively.”

Entre o arquétipo nobre e o estereótipo esnobe

A partir dessa discussão sobre a identidade aristocrática, caberia agora perguntar se o rei de *The Last Banquet*, (que não é rei de coisa alguma, porque não é relativo ou regional, mas absoluto), deve ser entendido como um arquétipo de nobreza, ou seja, modelo ideal singular e superior a todos os casos particulares de reis, ou meramente um estereótipo popular e banal de nobre (modelo simplificado baseado em casos particulares mais complexos)?

Para responder a essa questão é preciso que compreendamos, com maior profundidade, o processo de consolidação do *status* arquetípico assumido pela nobreza europeia e a crise que se instaura no século XIX. Peter Burke (2009, p. 16) relata com detalhes a eficiente construção da imagem do Rei Sol (e sua corte) num tempo em que a noção cínica de propaganda ainda não existia e, por isso, era possível estabelecer um modelo ilustre e ideal de um rei absoluto (e não relativo) que derramava sua aura arrogante e arquetípica sobre toda a nobreza que o cercava²⁵.

Em *Em Busca do Tempo Perdido* (PROUST, 2002), de Marcel Proust, a situação é outra. Trata-se de uma obra que pode ser considerada como uma desconstrução do romance histórico no qual a coerência da reconstituição do passado, que em Walter Scott assumia uma linearidade de causa e efeito, se torna uma narrativa desconexa e irre recuperável. Mesmo no último volume – *O Tempo Recuperado* o que se encontra é um baile de fantasmas no qual todos os personagens envelhecidos e irreconhecíveis aguardam a morte (não somente a finitude de suas existências físicas, mas também de suas identidades históricas). Após a Primeira Grande Guerra, período em que se desenrola esse último episódio, a invenção do passado não servirá mais para comprar uma identidade ilustre.

Esse baile final pode ser comparado a outro baile (à fantasia), citado *No Caminho de Guermantes*, que se passa no final do século XIX, quando o duque de Guermantes se veste de Luís XI e a duquesa, de Isabel da Baviera (PROUST, 2002, p. 473), indicando uma coerência entre o personagem contemporâneo e o histórico (que se encaixam como

²⁵ Peter Burke (2009, p. 18) afirma que Luís XIV era “constantemente comparado com deuses e heróis da mitologia clássica” e isso transformava-o num personagem arquetípico.

identidades arquetípicas para a nobreza dos duques). Tanto Luís XI quanto Isabel da Baviera reinaram no período final da Idade Média, ou seja, no momento em que a nobreza francesa formulou toda uma comunicação visual ilustre por meio do luxo. Portanto, deduz-se que seriam fantasias faustosas.

É, entretanto, importante constatar que, na época em que Proust escreveu seu livro, Luís XI era reconhecido pelas multidões como vilão de *Quentin Durward*, um famoso romance de Walter Scott, publicado em 1823. Isabel da Baviera, por sua vez, fora personagem-título de um folhetim escrito por Alexandre Dumas pai, em 1835, ou seja, ambos já eram clichês da cultura de massa. Subitamente, os gloriosos arquétipos se revelam como meros estereótipos. Toda a coerência, que parecia unir a vida dos personagens às sólidas narrativas históricas²⁶, apresenta-se como um tolo artifício incapaz de impedir a decrepitude de todos esses mesmos personagens no último baile. Proust nos induz a perceber que mesmo os indivíduos da aristocracia com seus nomes e títulos hereditários, aparentemente tão plenos de identidade arquetípica, enfrentam uma crise de autorreconhecimento na Modernidade.

Com o intuito de trazer a discussão para o âmbito da comunicação visual, tomemos a pequena tela de Cesare Auguste Detti²⁷, de gênero histórico, pintada em 1895 e denominada *O Casamento do Príncipe* (Figura 5).

²⁶ Semelhante à associação que Luís XIV fazia, por exemplo, entre sua identidade arquetípica, de Rei Sol, e a de Alexandre Magno (BURKE, 2009, p. 80).

²⁷ Segundo Janet Whitmore (2016), o ilustrador de livros de Walter Scott e pintor de gênero histórico, Cesare Augusti Detti (1847-1914), foi contratado pelo famoso marchand Adolph Goupil (1806-1893), em 1876, para pintar telas pequenas que valorizavam intrincados figurinos de época. Essas imagens eram também transformadas em gravuras acessíveis à classe média.

Figura 10 – The Marriage of the Prince (1895) de Cesare Auguste Detti (167 x 138 cm).

Coleção particular



Fonte: artrenewal.org²⁸.

Ambientada no final do século XVI, a cena reproduz com precisão os luxuosos figurinos de época de uma corte fictícia. Não se trata de um fato histórico, mas meramente de uma cerimônia principesca indefinida. Que paralelo podemos, então, estabelecer entre esse príncipe, as fantasias dos duques de Guermantes e, também, com o rei, a duquesa e o barão de *The Last Banquet*? O que estamos tentando entender é se esses príncipes, duquesas, condes ou baronesas devem ser entendidos como representação de estereótipos banais ou de arquétipos ideais? A resposta para essa última pergunta é, provavelmente, “tanto faz”. Acreditamos que antes da ascensão da cultura burguesa industrial e da cultura

²⁸ Disponível em: <https://www.artrenewal.org/artworks/the-marriage-of-the-prince/cesare-auguste-detti/61520>. Acesso em: outubro /2020.

de massa, todo estereótipo era considerado arquetípico²⁹, mas, no século XIX, ocorreu uma inversão e todos os arquétipos foram desmascarados e revelam-se como meros clichês. No entanto, essa inversão não é tão simples, pois o príncipe de Detti ainda oscila entre as duas mentalidades. A cena pomposa cria um invólucro ilustre para o príncipe estereotipado, fazendo-o adquirir a arrogância de um arquétipo. Porém, tudo não passa de uma invenção histórica. Significa que a pintura acadêmica converteu-se em uma mercadoria tão esnobe quanto seus espectadores e passou a veicular uma mensagem visual que utiliza os códigos populares da cultura de massa, mas adornada com ornamentos históricos faustosos e ilustres que dissimulam sua banalidade.

Pretendemos, agora, a partir da análise de uma pintura de gênero histórico autorreflexiva, demonstrar como seus ridículos estereótipos esnobes – travestidos de arrogantes arquétipos de nobreza – fundamentam a retórica consumista do século XIX, e de que modo continuam a modelar a comunicação visual contemporânea.

A dimensão crítica da pintura de gênero histórico

Quando Jacques-Louis David pintou *A Coroação de Napoleão* (de 1807), subverteu muitos códigos que ele mesmo havia construído ou “reerguido”. Esse modelo fundamentava-se em citações eruditas, com intuito de construir uma imagem ética. Desse modo, os temas ambientados no passado clássico transpiravam uma ideologia republicana (NÖEL, 1989, p. 8). Em *A Coroação*, no entanto, ele construiu um documento contundente que legitimava grande parte da cultura visual esnobe que caracterizaria o século XIX. A partir dessa monumental pintura histórica, David transformou o presente em história (a obra foi concluída em 1807, mas foi encomendada antes da coroação, em 1804). “Temas históricos podiam agora ser encontrados no tempo presente” (NÖEL,

²⁹ De acordo com Peter Burke (2009, p. 31), “ao contrário dos espectadores pós-românticos, que rejeitam o clichê como uma ofensa à espontaneidade, o público do século XVII não tinha, ao que parece nenhuma objeção aos lugares-comuns e às fórmulas”. Tudo indica que antes da indústria gráfica e dos jornais populares, os modelos podiam ser ingenuamente considerados ideais singulares e dignos de serem imitados. Burke acrescenta que até o século XVII, ainda existe no Ocidente, uma “mentalidade mística” (p. 139) que permite sacralizar certos modelos, mas na “transição do feudalismo para o capitalismo” (p. 140) essa mentalidade desapareceu. O simbolismo perdeu o poder de magia. Podemos deduzir que isso inviabilizou a construção cultural dos arquétipos, pois foram expostos à sua condição de clichê.

1989, p. 38). David teria dito: “nós não temos mais que procurar na história dos povos antigos temas para exercitar os nossos pincéis” (NÖEL, 1989, p. 38).

Poucos soberanos europeus haviam ousado representar-se em tamanha glória. Porém, essa apoteose de todas as coroações cristãs é uma anticoroação. Não apenas no sentido de que todo o grandioso espetáculo foi armado para tornar evidente e histórica a recusa de Napoleão de ser sagrado (ele teria se autocoroado), mas também porque é uma coroação, diante dos valores feudais, considerada esnobe (sem nobreza). Contudo, paradoxalmente, talvez fosse a maior imagem de uma coroação até então e, além disso, foi exposta no Louvre e apreciada pelas multidões, transformando-se no principal modelo iconográfico de coroação. Carlos X, na restauração do absolutismo, por exemplo, fez-se representar segundo esses mesmos códigos. Outro exemplo interessante é a *Coroação de D. Pedro I*, pintada por Jean-Baptiste Debret, em 1828. Desse modo, reis e imperadores de tradição feudal se fizeram retratar segundo um modelo esnobe.

A *Coroação*, de David, desperta uma dimensão crítica sobre a questão aqui levantada, pois mostra que as pinturas de gênero histórico não eram meras cenas esnobes e estereotipadas em contraponto às nobres e arquetípicas³⁰ pinturas históricas. Tal como a nobreza europeia havia se aburguesado, a grandiosa pintura histórica também havia se tornado uma mídia esnobe.

É preciso, então, lançar mão de uma última tela que nos ajude a penetrar ainda mais nesta questão. Trata-se de uma obra de Jean-Georges Vibert, pintada por volta de 1900³¹, denominada *Planejando a Coroação de Napoleão* (Figura 6). Podemos caracterizá-la como uma imagem teórica, no sentido utilizado por W. J. T. Mitchell (1995, p. 35-82), na medida em que é uma imagem que reflete sobre sua própria condição e contribui para o aprofundamento da teoria iconológica intermediária que estamos traçando.

³⁰ Com “nobres e arquetípicas” não queremos dizer que a pintura histórica anterior ao século XIX fosse melhor, apenas não era uma mídia voltada para espectadores esnobes. Eram pinturas feitas para uma cultura erudita extremamente elitista e povoadas por figuras arquetípicas alheias aos estereótipos populares que a cultura de massa iria formular.

³¹ Existem outras duas versões da obra, praticamente idênticas a essa, uma com 100 x 141 cm e outra com 40 x 56,8 cm.

Figura 11 – *Planejando a Coroação*, de Jean-Georges Vibert (cerca de 1900)



Fonte: Google Imagens³².

A tela mostra o mestre de cerimônias do grandioso evento, Jean-Baptiste Isabey (1767-1855), manipulando bonecos, vestidos de acordo com os personagens da *Coroação*, de Jacques-Louis David, sobre a planta da Catedral de Notre-Dame, em Paris (que lembra o tabuleiro de um jogo). Trata-se de uma cena íntima e jocosa³³ a respeito de outra cena solene e pública. Contudo, aqui o que mais nos interessa são os bonecos vestidos e perfilados de acordo com a tela de David.

Na tela de Vibert os protagonistas da *Coroação*, de David, aparecem representados tanto num momento privado e descontraído (os bastidores da coroação), típico do gênero histórico, quanto como peças que retratam personagens de um momento grandioso, formal, oficial e histórico, típico da pintura histórica, mas transformados em peças num jogo de tabuleiro. A solenidade histórica ganha o aspecto de entretenimento, na medida em que todas as peças foram retiradas de um baú, que se assemelha a uma

³² Disponível em: <https://bit.ly/3qBRecn>. Acesso em: out. 2020.

³³ Na tela de Vibert, Napoleão, sentado ao lado do Papa Pio VII, afasta com um bastão os bonecos que representam os dois cardeais que estão atrás, olhando assustados.

caixa de brinquedos. Desse modo, as figuras aristocráticas passam a possuir um fundamento arquetípico de outra ordem, ou melhor, de outra escala, equivalente à personagem da Rainha Vermelha, de Lewis Carrol³⁴.

Portanto, a grandiloquência da anti-*Coroação* esnobe de David, que forjou seu *status* arquetípico (de modelo exemplar, singular e ilustre), imitado tanto por Carlos X e D. Pedro I, foi triplamente rebaixada pela tela de Vibert. Primeiramente, a tela de Vibert é muito menor. Além disso, os personagens foram retratados com descontração burguesa e, por último, a formalidade elegante das poses históricas converteu-se em miniaturas tão patéticas quanto à Rainha Vermelha, de Lewis Carrol. Porém, essas bonecas, tão menores que os personagens reais que as observam, representam, contraditoriamente, suas identidades históricas privilegiadas, mas reduzidas a peças de jogo de tabuleiro.

O consumidor burguês que adquirisse a pequena tela de Vibert levaria para o interior de seu lar uma imagem que dialoga com a presença desses personagens na monumental pintura histórica de David, exposta no Louvre. O comprador se identifica com Napoleão aburguesado da tela de Vibert e, por conseguinte, acaba se identificando com o imperador, pintado por David. De modo simplista, pode parecer que esses arquétipos públicos preenchem o estereótipo doméstico. Entretanto, a tela de Vibert mostra que esse preenchimento é um artifício tão frágil como assumir a personalidade de uma peça durante uma partida de um jogo de tabuleiro. A mensagem que uma pintura de gênero histórico comunica é uma promessa esnobe que só pode se realizar plenamente dentro dos limites lúdicos de uma brincadeira. O que este artigo questiona, então, é se esse seria um dos fundamentos da comunicação visual no século XIX?

O que podemos dizer, no momento, é que a comunicação visual, naquela época – em mídias como cartazes ou pinturas de gênero histórico – visava despertar o desejo de consumo por meio de uma mentalidade *parvenu*³⁵. Comunicava aquilo que faltava. E o que mais fazia falta a essa sociedade esnobe era a nobreza, que não estava disponível justamente porque era uma sociedade burguesa *sine nobilitate*. A tela de Vibert, no entanto, não parece ser uma obra passiva diante desse paradoxo, pois expõe essa crise da

³⁴ Isso ocorre quando, no final de *Alice através do espelho*, a Rainha Vermelha “reduzira-se subitamente ao tamanho de uma bonequinha” (CARROL, 2002, p. 257, 259), afinal era uma mera peça de xadrez.

³⁵ Termo pejorativo utilizado para caracterizar burgueses novos ricos no século XIX.

ausência e consegue mostrar de modo irônico que em vez de comprar uma pintura de gênero histórico com a finalidade de consumir figuras comuns, emulando personagens ilustres, basta comprar uma caixa com brinquedos estereotipados que remetam aos grandes arquétipos da tradição histórica. Significa que comprar um jogo para poder assumir a personalidade de um rei ou de um barão, durante uma partida, transformará o consumidor em um nobre, tanto quanto adquirir ou portar um título de nobreza em uma sociedade esnobe.

Considerações finais

Antes de finalizar, é preciso refletir sobre em que medida o esnobismo do século XIX sobrevive no consumidor do século XXI.

Vimos que a pintura de Vibert – na virada do século XIX para o XX – mostra a pulsação entre o arquétipo e o clichê que pontuou o surgimento da pintura de gênero histórico e a estética da invenção da história. O quadro mostra que dentro daquela cultura burguesa, o príncipe de Detti (Figura 5) era, contraditoriamente, ao mesmo tempo, um modelo ideal, assim como um simulacro.

Em *The Last Banquet*, por sua vez, essa pulsação talvez não seja mais uma questão. Vivemos em uma cultura pós-Kafka, em que adquirimos a consciência de que o conde, senhor d’*O Castelo*, é o outro ou o poder opressor da nobreza de um tempo que já passou. Desse modo, encaramos *The Last Banquet* como um jogo banal, cujos participantes assumirão as alteridades momentâneas e esdrúxulas de reis, duquesas ou barões de coisa alguma, sem nenhuma preocupação esnobe. Isso ocorre não porque o consumidor contemporâneo conseguiu resolver esse vazio, mas simplesmente porque os estereótipos se afastaram dos pomposos arquétipos e ganharam outras configurações menos arrogantes. É difícil pensar em pessoas, além de crianças de sete anos de idade, construindo suas identidades de vorazes consumidoras mirins através do arquétipo-clichê das princesas da Disney. Desse modo, jogar *The Last Banquet* é um passatempo

historicista que só consegue afetar a identidade adulta de imaginativos *nerds*³⁶, pois, para a maioria dos jogadores, provavelmente, funcionará como mero entretenimento sem maior importância.

Por outro lado, o potencial metalinguístico da pintura de Vibert consegue, também, estabelecer um diálogo entre a gigantesca pintura de David e o pequeno jogo de cartas do último banquete, pois as miniaturas sobre a planta da Catedral de Notre-Dame remetem tanto a uma pintura histórica esnobe, quanto a um brinquedo. Coloca-nos diante da analogia entre o burguês, do século XIX, que adquiria um título de nobreza e o jogador contemporâneo, que assume a personalidade de um duque, em *The Last Banquet*, e nos faz pensar se aquela comunicação visual (composta por estereótipos travestidos de arquétipos), motivada por uma ideologia obsessivamente esnobe ainda sobrevive.

Portanto, jogar *The Last Banquet* pode também servir como uma atitude reflexiva complementar à tela de Vibert, pois nos coloca em um papel evidentemente bufo (uma das opções é o papel de bobo da corte), de ter comprado um jogo que nos autoriza ser, por algumas horas, um ilustre arquétipo contundentemente estereotipado. Não se trata mais de uma atitude claramente esnobe, na mediada em que não desejamos realmente assumir aquelas identidades burlescas além dos limites lúdicos do jogo. No entanto, as ilustrações das cartas comicamente pedantes da duquesa-megera ou do maquiavélico barão (Figura 7) não são somente uma iconografia caricata do desejo de consumo fundamentalmente excludente do século XIX, que vimos na pintura de gênero histórico. São também, caricaturas risíveis dos modelos veiculados pela publicidade moderna³⁷.

³⁶ São um tipo de consumidor diferenciado que possui uma imaginação fértil, capaz de produzir uma fantasmagoria tão densa que supera efetivamente a sensação de ausência, despertada pelo desejo de consumo, na medida em que conseguem vivenciar plenamente a história inventada por *O Senhor dos Anéis*, *Game of Thrones*, *Guerra nas Estrelas*, entre outras.

³⁷ Umberto Eco (1976) identifica na publicidade do século XX o uso de estereótipos ilustres que funcionam de modo semelhante ao modelo aristocrático do século XIX. Ao analisar um anúncio de sabonete, afirma que os personagens remetem às elites europeias e que passam a seguinte mensagem para a classe média: “pessoas de classe devem ser imitadas – se os que pertencem à alta sociedade agem assim, porque não devem vocês fazer o mesmo?” (p. 167-168).

Figura 12 – Barão e Duquesa (cartas do jogo The Last Banquet)



Fonte: Fotografia dos autores.

Jogar *The Last Banquet* é, de maneira crítica mais óbvia, assumir momentaneamente a identidade de um cortesão patético e reconhecer como eram *kitsch* e tolos os indivíduos *parvenus* do século XIX, perseguindo uma autoimagem tão fantasiosa e irreal que, para nós, é como um conto de fadas. O fetiche historicista, irresistível no século XIX, adquiriu uma aparência de sedução infantil. Porém, jogar *The Last Banquet* é também, olhar-se no espelho (as cartas) e ver que nós, consumidores modernos, persistimos em perseguir uma ausência. Continuamos a ser almas ocas e sedentas, tal como Drácula. Desejamos, ardentemente, embriagar-nos do sangue dos bens de consumo banais e desnecessários com a finalidade de legitimar identidades igualmente excludentes³⁸ (dos que possuem mais do que precisam), que continuam a ser forjadas por meio de histórias inventadas por narrativas veiculadas pelas novas mídias de comunicação de massa.

³⁸ Jean Baudrillard (2004, p. 191-193) explica que a ideologia do consumo se baseia no sonho de adquirir “objetos que distinguirão você dos outros” e que “queremos ainda o que os outros não têm”, mas contraditoriamente esse objeto é um modelo padronizado (estereotipado) oferecido a todos que puderem comprar.

Referências

ALVIM, Pedro de Andrade. O arquivo e a busca de visibilidade – pinturas de “gênero histórico” nos álbuns fotográficos dos Salões de Paris. **Revista Arte & Ensaios**, nº 20, ano XVII, p. 86-93, jul. 2010.

BALZAC, Honoré. **Iusões perdidas**. São Paulo: Cia. das Letras, 2016.

BANN, Stephen. **As invenções da história**: ensaios sobre a representação do passado. São Paulo: UNESP Editora, 1994.

_____. **Paul Delaroche**: history painted. London: Reaktion Books Ltda, 1997.

_____. **The Clothing of Clio**: a study of the representation of history in nineteenth-century Britain and France. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BELOZERSKAYA, Marina. **Rethinking the Reaissance**: burgundian arts across Europe. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

BURKE, Peter. **A fabricação do rei, a construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

CARROL, Lewis. **Alice**. Edição comentada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

CERQUEIRA LEITE, Beatriz Westin de. **A Arte como Expressão da Glória**: Napoleao Bonaparte. São Paulo: Editorial Altamira, 2011.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Ed. Edgard Blücher, 2000.

DUBY, Georges. **As Três Ordens ou o imaginário do feudalismo**. Lisboa: Editorial estampa, 1982.

DUMAS PAI, Alexandre. **O Conde de Monte Cristo**. São Paulo: Martin Claret, 2008. v. 1.

ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

GOTLIEB, Marc. **The plight of emulation**: Ernest Meissonier and french salon painting. New Jersey: Princeton University Press, 1996.

HIBBERT, Christopher. **Ascensão e queda da casa dos Medici**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

LICHTENSTEIN, Jacqueline (org.). **A pintura**: os gêneros pictóricos. São Paulo: Editora 34, 2006. v. 10.

- LE GOFF, Jacques. **A civilização do ocidente medieval**. Bauru: Editora EDUSC, 2005.
- MARKOV, Walter. **Grand Empire: virtue and vice in the napoleonic era**. Leipzig: Edition Leipzig, 1990.
- MITCHELL, W. J. T. Metapictures. In: MITCHELL, W. J. T. **Picture theory**. Chicago: The University of Chicago Press, 1995.
- NÖEL, Bernard. **David**. New York: Crown Publishers, 1989.
- PROUST, Marcel. **O caminho de Guermantes**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.
- WHITMORE, Janet. **Cesare Auguste Detti, The Marriage of the Prince**. Disponível em: <http://www.tuttartpitturasculturapoesiamusica.com/2014/08/Cesare-Augusto-Detti.html>. Acesso em: 12 dez. 2016.
- WILSON, Derek. **Rothschild: a story of wealth and power**. London: WSOY, 1994.
- WOLF, Norbert. **The art of the salon: the triumph of 19th century painting**. London: Prestel Verlag, 2012.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 27/10/2020
Aprovado em: 04/12/2020

Folkcomunicação nas transformações tecnológicas e midiáticas contemporâneas

Folkcommunication in contemporary technological and mediatic transformations

Folkcomunicación en las transformaciones tecnológicas y mediáticas contemporâneas

Yuji GUSHIKEN¹

Resumo

A emergência e a afirmação da folkcomunicação como perspectiva teórica na pesquisa em Comunicação atenta para reinvenção de práticas midiáticas e comunicacionais no âmbito das manifestações tradicionais e da cultura popular brasileira. A singularidade da folkcomunicação é sua configuração teórica numa insistente situação de tática das manifestações tradicionais e populares hoje enredadas pelas transformações tecnológicas e midiáticas. Esta condição difusa promovida pelas convergências do popular com o tecnológico equivale, na experiência da vida urbana, às aproximações entre as insistentes precariedades da vida social e o consumo de novas tecnologias. No plano metodológico, o artigo se desenvolve com base em pesquisa bibliográfica, na perspectiva maior da comunicação como cultura, num diálogo com as ciências sociais.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Transformações tecnológicas. Mídias digitais. Capitalismo tardio.

Abstract

The emergency and affirmation of folkcommunication as a theoretical perspective in the communication research attempt to the reinvention of media and communication practices in the scope of traditional manifestations and Brazilian popular culture. The singularity of folkcommunication is its theoretical configuration in an insistent tactic situation from traditional and popular manifestations nowadays evolved by technological and media transformations. This diffuse condition promoted by the convergences of the popular and the technological equals to, in urban life experience, the proximities between

¹ Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/Cuiabá). Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cidade (Citicom-UFMT/CNPq). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC) (2020-2021). E-mail: yug@uol.com.br. ORCID: 0000-0002-6620-3375.

the insistent precariousness of social life and the use of new technologies. In a methodological plan, this article is developed by taking the bibliographic research as a basis, in a larger perspective of communication as culture, in a dialogue with social sciences.

Keywords: Folkcommunication. Technological transformations. Digital media. Late capitalism.

Resumen

El surgimiento y afirmación de la comunicación popular como perspectiva teórica en la investigación en Comunicación atenta a la reinención de los medios y prácticas comunicacionales en el ámbito de las manifestaciones tradicionales y la cultura popular brasileña. La singularidad de la comunicación popular es su configuración teórica en una situación táctica insistente de las manifestaciones tradicionales y populares que actualmente se encuentran enredadas por las transformaciones tecnológicas y mediáticas. Esta condición difusa promovida por la convergencia de lo popular con lo tecnológico equivale, en la experiencia de la vida urbana, a las aproximaciones entre la precariedad insistente de la vida social y el consumo de nuevas tecnologías. A nivel metodológico, el artículo se desarrolla a partir de la investigación bibliográfica, en la perspectiva más amplia de la comunicación como cultura, en diálogo con las ciencias sociales.

Palabras clave: Folkcomunicación. Transformaciones tecnológicas. Medios digitales. Capitalismo tardío.

Introdução

A folkcomunicação, perspectiva teórica desenvolvida pelo jornalista, professor e pesquisador brasileiro Luiz Beltrão, foi concebida historicamente nas Ciências da Comunicação, refletindo a condição de ampla desigualdade econômica e intensas diferenciações culturais existentes no Brasil. Beltrão concebe e desenvolve a perspectiva teórica a partir do momento em que interpreta, na coexistência de mundos simbólicos distintos no vasto território nacional, o modo como as camadas socialmente marginalizadas inventam e desenvolvem processos comunicacionais. Para amplas faixas da população brasileira, os processos cognitivos e os múltiplos manuseios das memórias coletivas, no âmbito do folclore e das culturas populares, tornaram-se condição epistêmica e motivo de produção simbólica e, portanto, de processos de produção de sentido (BELTRÃO, 1980; 2001; 2004).

As dinâmicas comunicacionais nas práticas culturais constituem empiricamente e caracterizam teoricamente a folkcomunicação como perspectiva historicamente

construída para estudos do fenômeno comunicacional na conflituosa e heterogênea experiência de modernização brasileira. Na produção dessa perspectiva teórica, interessam a observação e a interpretação dos processos de produção de sentido nas práticas do folclore e sua transformação no âmbito das culturas populares, e, no mais das vezes, no popular urbano. As transformações culturais, no entanto, se processam, na experiência moderna, em meio às transformações tecnológicas, que sugerem, como consequência, contínua revisão nos modelos teóricos da pesquisa em comunicação.

Em outras palavras, trata-se da dimensão comunicacional relacionada às manifestações culturais na experiência de modernização brasileira, incluindo a modernização midiática, que arrasta as práticas sociais de comunidades tradicionais para uma condição de cultura popular urbana. Considera-se a atualidade do pensamento comunicacional desenvolvido por Luiz Beltrão, localizando a contribuição de seus estudos, originários da década de 1960 e atualizados, nas primeiras décadas do século XXI, entre pesquisadores de sua obra (SCHMIDT, 2006; SCHMIDT, 2007; MELO, 2008; MACIEL; MELO; LIMA, 2011; MELO; FERNANDES, 2013) e na amplitude dos debates epistemológicos sobre o desenvolvimento da pesquisa em Comunicação (PRADO, 2002; LOPES, 2003; MARTINO; BERG; CRAIG, 2007; MELO, 1998; WEBER; BENTZ; HOHLFELDT, 2002).

Um dos debates em atualização sobre o campo da comunicação, no Brasil, refere-se à categoria *mídia*, cujo fundamento no processo comunicacional gerou um embate epistemológico polêmico na perspectiva folkcomunicacional, que tende a tornar-se cada vez mais complexa por dois motivos:

1. Na perspectiva da folkcomunicação, a categoria *mídia*, não se resumindo à moderna e hegemônica *mídia* de massa e a qualquer suporte físico, demanda atenção às práticas culturais, não necessariamente midiáticas. Essas práticas configuram-se como categoria empírica que compreende as práticas sociais como práticas de produção de sentido, no folclore e nas culturas populares, fazendo da questão comunicacional a busca por uma expressividade possível. Ou seja, a perspectiva folkcomunicacional considera a *mídia* como processo, mas não se restringe à centralidade epistêmica da tecnologia midiática que se instituiu em modelos de pesquisa para os quais

comunicação tornou-se sinônimo de modernização ou de relações necessariamente midiáticas;

2. Ao mesmo tempo, a folkcomunicação apresenta-se contemporânea de uma experiência de modernização que força a emergência de constantes transformações tecnológicas, nas quais as tradições culturais ganham novas dimensões simbólicas, quando registradas e difundidas através de novas práticas midiáticas no âmbito de uma sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1995), em especial consumo de novas tecnologias digitais que vieram estruturalmente condicionando a mídia de massa a outros contornos operacionais e funcionais.

A perspectiva teórica da folkcomunicação se desenvolve nas Ciências da Comunicação, considerando as transformações tecnológicas advindas de uma experiência de modernização que se atualiza, em condições brasileiras, pela ampliação sempre crescente dos mercados consumidores de novas ferramentas midiáticas, impondo a necessidade de vigilância em nível epistemológico (LOPES, 2003) ao campo da comunicação. Essas condições históricas demandam a atualização da folkcomunicação como perspectiva teórica produzida no emergente ambiente acadêmico brasileiro na segunda metade do século XX. Como operação metodológica, pondera-se o lugar da folkcomunicação no quadro de referência mais amplo da modernização tecnológica como ideologia (PINTO, 2005), nos processos de consumo no capitalismo tardio (MANDEL, 1985) e na emergência da cultura das mídias (SANTAELLA, 1996) e da cibercultura (LÉVY, 1999; LEMOS; 2004) como modelos comunicacionais paradigmáticos a partir da década de 1990.

Folkcomunicação: variáveis históricas e condições de emergência de um pensamento comunicacional

Convém destacar a inovação dos estudos teóricos de Luiz Beltrão a partir do momento em que ele ensaia o conceito de folkcomunicação, ao ter como pano-de-fundo histórico as condições socioeconômicas, políticas e culturais vividas pela população brasileira na segunda metade do século XX. Beltrão, em sua experiência como jornalista, toma como ponto de partida de suas investigações teóricas as práticas folclóricas em sua

transição para a cultura popular e suas condições de marginalidade simbólica, tendo como lugar original de observação a realidade de Pernambuco, seu estado natal.

Numa entrevista a pesquisadores, realizada em 1986, Beltrão faz duas declarações, entre outras, que nos permitem inferir variáveis acadêmicas e políticas que constituem sua concepção de folkcomunicação. Na primeira declaração, sobre sua experiência como sindicalista, ele se declara *Social Democrata*, “um homem de ideias sociais democráticas”, mas alertando aos entrevistadores para não confundirem com o antigo Partido Social Democrático (PSD) e nem como democrata social relacionado ao antigo Partido Democrático Social (PDS). Ele defende, diante das injustiças:

Do ponto de vista político, eu não posso deixar de considerar a profunda injustiça da sociedade atual, que beneficia uns demasiadamente e deixa a grande maioria em situação de penúria intelectual, cultural, social, econômica e moral. É necessário que haja uma abertura socializante. Atenção, é necessário uma abertura socializante, não socialista exatamente, mas socializante, a fim de que essas classes possam participar e ter os benefícios do desenvolvimento. Este é o meu pensamento político não extremado, pois não sou homem de extremos (BELTRÃO, 2004, p. 110).

A segunda declaração de Beltrão refere-se à leitura que ele faz da obra do etnógrafo e folclorista de formação marxista Edison Carneiro, “o único homem que percebeu que o folclore não era estático, o folclore não era uma coisa parada no tempo, mas uma coisa dinâmica” (BELTRÃO, 2004, p. 114). A partir dessa leitura, Beltrão verifica que “qualquer manifestação popular estava ligada ao povo, porque o povo não tinha meios, ele utilizava os meios que lhes davam” (BELTRÃO, 2004, p. 115).

Os meios construídos nas dinâmicas do folclore e do cotidiano são recursos culturais que as camadas populares usam para se entreter, se promover e se educar. Essas habilidades, desconstruindo a idealização do povo na imagem do *brasileiro bonzinho*, ganham em atualidade na “mensagem do bravo, do valente lutando capoeira às vezes com a navalha e a peixeira para defender as suas reivindicações” (BELTRÃO, 2004, p. 115).

No plano epistemológico, a contribuição dos estudos de Beltrão consistiu em ir além do funcionalismo sociológico como paradigma teórico nas Ciências Sociais que marcou o pensamento comunicacional num país industrializado e, então, em processo de

modernização como os EUA, para relativizar essa herança teórica e realocá-la na experiência singular de modernização, muito distinta, e evidentemente precária, da sociedade brasileira.

Para Luiz Beltrão, a relação entre folclore e cultura popular o inspirou a designar, por analogia, um modo dissidente de transmissão de notícias e expressão do pensamento e das reivindicações coletivas: “Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p. 79). No campo comunicacional, a folkcomunicação evidencia a paisagem cultural que se institui na relação, bastante evidente no Brasil, entre desigualdades econômicas, diferenças socioculturais e as constantes transformações tecnológicas e midiáticas.

Essas três variáveis históricas produzem desafios epistemológicos na medida em que desigualdades, diferenças e transformações, consideradas em sua simultaneidade, mas não necessariamente em movimentos sincrônicos, supõem barreiras quando se trata da relação entre produção/consumo de bens simbólicos e processos cognitivos como parte do processo de produção de sentido em comum que, ao menos em tese, caracteriza o que se entende por comunicação.

Dois momentos precisam ser considerados na abordagem da folkcomunicação: 1) as expressões populares se produzem na medida em que são mediadas e reinterpretadas a partir de sua relação, entre convergente e tensa, com a difusão da comunicação de massa como fenômeno sociotécnico no século XX (BELTRÃO, 1980, p. 27) e 2) a ênfase na manifestação artesanal, de difusão horizontal e interpessoal do agente comunicador, considera que mensagens são “elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência”. (BELTRÃO, 1980, p. 28)

Nesses dois momentos registra-se o processo de inovação de Luiz Beltrão na pesquisa em comunicação, cujos parâmetros teórico-metodológicos eram hegemonicamente fornecidos, na década de 1960, pela *mass communication research* (pesquisa em comunicação de massa) americana, produzida na perspectiva da comunicação como ciência do comportamento. Nos dias de hoje, com os debates epistemológicos, a noção de mídia na folkcomunicação se aproxima da concepção de artefatos da cultura como condição de expressão e veiculadoras de informação.

Beltrão, ao atentar-se para a produção de sentido nas práticas sociais cotidianas, considera a potencialidade comunicacional a partir das manifestações folclóricas e da cultura popular. As angústias psicológicas da prática dos *ex-votos* no catolicismo popular, a crítica social explicitada na sátira política da malhação-do-judas, as táticas expressivas em linguagem sonora, oral e visual dos não-letrados, entre outras expressividades, sugerem que, nas culturas tradicionais e na sua difusa transição para o popular urbano, as expressões culturais constituem não o processo comunicacional eficiente, em termos sistêmicos ou na modernidade dos letrados, mas a busca de uma expressividade possível.

A expressividade possível torna-se uma demanda na medida em que os modernos modelos de comunicação – via linguagem verbal escrita/falada e uso de tecnologias midiáticas – não necessariamente constituem o cotidiano ou contemplam gratificações de produção e consumo de informações por parte de amplas faixas da população em suas diferenças de classe e distinções culturais. Saber usar as coisas e as instituições onde se nasce constitui um modo de se produzir a sobrevivência no que Agnes Heller designa por *vida cotidiana* (HELLER, 1997, p. 22).

A interface entre comunicação e cultura torna-se tênue na medida em que a abordagem da folkcomunicação coloca em questão a tipologia classificatória da categoria *mídia*, que compreende, de modo reducionista, os artefatos impressos e eletrônicos como fundamento do processo comunicacional que pressiona epistemologicamente o campo da comunicação a uma concepção enfaticamente modernizadora no plano do consumo tecnológico.

Historicamente, a centralidade midiática tem sido uma referência hegemônica nos estudos em comunicação, a partir da *communication research* como modelo teórico alçado à condição de paradigma científico no século XX. Mesmo estudos de abordagem crítica, via estudos da comunicação como ciência da linguagem ou como ciência crítica (LIMA, 2005), têm colaborado para a consolidação desse conceito de mídia relacionado enfaticamente, quando não apenas, à mídia como moderna ferramenta tecnológica.

Na modernização brasileira, marcada pela precariedade econômica, é preciso considerar os processos de transformação do ambiente sociotécnico no espaço urbano nacional. Nos processos de transformações socioeconômicas, políticas e culturais na virada de milênio, certamente que as culturas tradicionais, genericamente vinculadas às

camadas pobres, em muito acentuou suas transformações em culturas populares urbanas, considerando principalmente as experiências históricas dos fluxos migratórios das áreas rurais para as cidades e o processo de modernização que se atualiza na sociedade brasileira. Nessa condição histórica evidenciam-se os usos da cultura como modos de expressão popular, até o ponto em que a cultura se torna a mediação onde se inventam processos de produção de sentido como processos de comunicação.

Nem letrado nem formal, nem culto nem erudito, o sistema da cultura popular dota-se de seus próprios meios de expressão (BELTRÃO, 2001). O ambiente cultural torna-se condição de expressão, a partir de distintos procedimentos de cognição e aprendizado na lida com variadas linguagens (musicais, gestuais, visuais etc.), que podem ser reapropriadas nos processos de consumo cotidianos de mídias industriais massivas ou no acesso, em geral rarefeito, aos ambientes eruditos.

Nessa perspectiva, o campo cultural ganha uma condição estruturante dos ambientes comunicacionais. A folkcomunicação, ao constituir-se tendo como foco as narrativas populares que medeiam a circulação das informações dos meios de massa e dos setores eruditos, concebe-se numa dinâmica socioeconômica e cultural em constante transformação, considerando a complexidade social no que se refere aos fluxos de informações e de produção de sentido.

Transformações tecnológicas e usos populares das mídias digitais

Na passagem de século XX ao século XXI, distintos grupos sociais ligados a setores do folclore e das culturas populares urbanas passaram a relacionar-se não mais apenas com as mensagens dos meios de comunicação de massa. Nos dias de hoje, passaram mais precisamente a fazer uso das novas tecnologias digitais de comunicação, constituindo, para além das categorias profissionais da *comunicação social*, diversas e difusas práticas midiáticas nos então emergentes modelos sociotécnicos da cultura das mídias, caracterizada pela “capacidade de trânsito da informação de uma mídia a outra” (SANTAELLA, 1996, p. 36), e da cibercultura, caracterizada pelas “mutações no universo digital após os anos 2000” (LÉVY, 1999, p. 21) e pela “lógica da apropriação tecnológica” (LEMOS, 2004, p. 238).

Essas práticas midiáticas, nas transformações tecnológicas, vêm tornando ainda mais difuso o conceito de mídia e, como consequência, a comunicação como campo do saber, dadas as práticas de comunicação amadoras como afirmação de marcas de distinção no âmbito popular, nos termos do sociólogo Pierre Bourdieu (2004, p.109), evidenciando a categoria de usos midiáticos (GUSHIKEN, 2008), que argumenta as práticas de consumo como condição estruturante das práticas comunicacionais. O uso de novas tecnologias inclui, entre outras práticas sociais, a produção de audiovisual com que, de forma bastante evidente, indivíduos e grupos sociais ligados ao folclore e às culturas populares urbanas vêm construindo narrativas de si mesmos, reinventando modos de se autorrepresentar através de práticas midiáticas no cotidiano (BENJAMIN, 2007).

Um vídeo em suporte DVD, de modesta produção técnica, registra e divulga a música e a dança do Boi da Maioba, grupo folclórico que atua na região metropolitana de São Luís, no Maranhão. A produção do vídeo, com direção de fotografia aparentemente de apenas uma câmera e edição sem corte de imagens, indica a astúcia de “modos de fazer”, em nada relacionado à estética da indústria do entretenimento ligada aos conglomerados produtores de audiovisual. O modesto vídeo, em sua caracterização caseira e amadora, torna-se, afirmativamente, uma ferramenta do grupo folclórico para registrar e divulgar suas próprias atividades culturais, deixando no campo audiovisual um registro possível de suas práticas.

Em Canindé, no Ceará, outro vídeo em DVD, também de caracterização caseira e amadora, apresenta registros sobre arquitetura das igrejas, procissões e outras manifestações de fé no catolicismo popular na cidade, que recebe romeiros do Ceará e de várias partes do país. O vídeo, com poucos cortes e edição linear, evidencia igualmente as condições da produção audiovisual no âmbito da religiosidade popular praticada no interior cearense.

Os usos de mídia digital e produção de vídeos caseiros tornaram-se possíveis com câmeras portáteis, à venda no comércio informal, o popular “camelô”. Esses equipamentos tornaram-se de mais fácil acesso a um número crescente de consumidores das classes C e D. Os produtos audiovisuais do folguedo popular e da religiosidade católica, vendidos a preços acessíveis no comércio popular de São Luís e de Canindé,

permitem registrar e divulgar, ainda que de modo precário, as práticas culturais relacionadas ao popular urbano em distintas localidades no país.

O uso de novas tecnologias digitais pelas camadas populares, no entanto, ainda tende a enfrentar, no imaginário social, o julgamento moralista do preconceito de classe de que aos trabalhadores, em geral, e aos mais pobres, de forma específica, caberia não mais que o sustento das necessidades básicas dos direitos sociais: alimentação, saúde, habitação e lazer. As práticas midiáticas das camadas populares, a partir do consumo de equipamentos audiovisuais, seriam uma espécie de excedente, no âmbito de um consumo supostamente supérfluo e em meio à precariedade socioeconômica.

Os índices de precariedade social no Brasil, registrados no século XX, persistem no século XXI, evidenciando ainda sua expansão numérica e quantitativa, principalmente nas periferias das cidades. Desemprego de jovens, nutrição apenas razoável, falta de escolas e habitação em favelas eram notificados no Brasil em pesquisas sociológicas já na década de 1970 (QUEIROZ, 1978). Nos dias de hoje, as periferias e demais áreas de baixa renda nas cidades brasileiras impõem um estilo de vida urbano marcado por índices de precariedade material, mas com a presença simultânea de tecnologias midiáticas de entretenimento, o que inclui antenas parabólicas, computadores com internet de banda larga, sistemas de TV a cabo, equipamentos de audiovisual os mais diversos, embora de acesso ainda muito restrito.

Entre a sofisticação tecnológica oriunda dos países desenvolvidos e a precariedade social brasileira, os usos midiáticos vêm redefinindo a existência simbólica através de experiências de produção de linguagem e narrativas de si, ao mesmo tempo em que constituem potencialmente a existência econômica e material em meio às constantes crises econômicas típicas de países em desenvolvimento (GUSHIKEN, 2008).

Entre euforia e ceticismo, as condições paradoxais de consumo de bens materiais condicionam a produção de bens simbólicos, considerados no mundo de hoje como recursos econômicos. No processo de consumo tecnológico, o uso dos dispositivos midiáticos redefine, numa condição de tática de sobrevivência, até mesmo a produção econômica de parte da população das periferias através do chamado trabalho imaterial (NEGRI; LAZZARATO, 2001), que necessariamente se relaciona com a produção, a circulação e o consumo de informações no atual estágio de modernização brasileira.

Na urbanização incipiente e na emergência da mídia de massa, a cultura popular se resumia ou se confundia com as culturas tradicionais, cujas manifestações concentravam-se principalmente nas áreas rurais. A população rural no Brasil, a partir dos processos de modernização do país, migrou de forma massiva para as cidades, no processo simultâneo de urbanização ao longo do século XX. Boa parte dessa massa populacional vive no trânsito entre as zonas rurais e urbanas, reinventando nas cidades, não raro nas periferias, novas condições de existência econômica e simbólica.

A problemática urbanização brasileira constitui estruturalmente o campo simbólico das culturas populares urbanas, interface que incide na pesquisa em comunicação, na medida em que indica a dinâmica das transformações socioeconômicas e culturais operadas pela forçada experiência de modernização e ocidentalização dos costumes na contemporaneidade.

A experiência urbana, em sua dimensão social e econômica, sugere e demanda uma atualização do conceito de folkcomunicação como comunicação em sua relação com o folclore e, portanto, comunicação no âmbito das culturas populares em sua característica urbana. Convém anotar que a categoria *cultura popular* refere-se propriamente à noção de transformação (ORTIZ, 2006, p. 71), embora o folclore também já fosse considerado como processo dinâmico, relacionado diretamente às demandas de mobilidade social (CARNEIRO, 2008).

As nuances entre folclore e cultura popular, portanto, tornam-se relevantes na medida em que se testemunha o atravessamento do capitalismo na América Latina e as mudanças culturais processadas no Brasil em sua própria experiência de modernização. As constantes transformações da categoria do popular se referem especificamente aos dados culturais, mas deve-se considerar que as transformações culturais encontram-se ligadas, em diferentes intensidades, com as transformações socioeconômicas e políticas.

Nessa perspectiva, a folkcomunicação sugere repensar as culturas tradicionais em meio ao processo de consumo de tecnologias midiáticas no desenvolvimento do capitalismo. Se as categorias de folclore e de cultura popular tornam-se nuançadas pela distinção entre tradição e mudança, as categorias de mediações (MARTÍN-BARBERO, 1997), culturas híbridas (CANCLINI, 1998) e sincretismos (CANEVACCI, 1996)

sugerem também a lida com as condições transitivas do campo cultural na contemporaneidade.

No Brasil, a tradição estudada pelos folcloristas, pelas Ciências Sociais, pelos Estudos Culturais e pela Comunicação se relaciona muito fortemente com as práticas sociais e culturais dos setores populares. Não por acaso, o popular se relaciona de modo muito próximo com a já conhecida condição de precariedade socioeconômica de amplas faixas da população brasileira.

Aponta-se, no início do século XXI, no Brasil, a emergência do que a sociologia do consumo vem chamando de *identidade de classe média*, na medida em que as classes C e D passaram a alterar o perfil socioeconômico da sociedade brasileira a partir do acesso a créditos financeiros, emitidos pelo sistema bancário internacional, e maior acesso a bens antes restritos às classes A e B. Telefones móveis (celulares), computadores e acesso à banda larga são itens que passaram a constar dos processos de consumo da classe média baixa (C) aos padrões de consumo da classe média alta. (SOUZA; LAMOUNIER, 2010, p. 43).

Sofisticação tecnológica e precariedade social configuram as condições históricas de produção, circulação e consumo de linguagens, mensagens e informações na abordagem da folkcomunicação, considerando-a uma original contribuição brasileira para as Ciências da Comunicação na segunda metade do século XX (MELO, 2004). Desigualdades sociais (do ponto de vista econômico) e diferenças culturais (do ponto de vista simbólico), em suas fricções históricas, ganham aquela condição em que o simbólico tende a direcionar o econômico a outras questões: a) considerar o consumo de tecnologias midiáticas como condição material de produção simbólica; e b) considerar o processo transitivo das memórias populares, na medida em que o popular se enreda ou é enredado pelo desenvolvimento do capitalismo em escala global.

Folkcomunicação e consumo tecnológico no capitalismo tardio

O consumo de novas tecnologias digitais hoje encontra-se em fase de expansão desde a virada de século em países de baixa renda *per capita* e de insistentes índices de pobreza como o Brasil, num processo evidente de avanço do capitalismo para regiões potencialmente identificadas como mercados consumidores. A expansão geográfica do

capitalismo, dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento, atualiza-se, portanto, num movimento político dos países centrais para os países enquadrados na periferia da produção econômica. Nessas condições históricas, os países de economia periférica se inserem no sistema capitalista a partir, principalmente, da segunda metade do século XX, na condição de reprodutores comerciais através de processos de consumo. Trata-se do momento histórico que o economista belga Ernest Mandel denomina *capitalismo tardio* (MANDEL, 1985).

Na medida em que a produção de informações tem relações diretas com o consumo de equipamentos digitais, o uso das novas tecnologias midiáticas atualiza a idéia pioneira da escola latino-americana da comunicação de que o polo ou campo da recepção demanda tornar-se simultaneamente fonte produtora de informações (GUSHIKEN, 2006) e também os modos como as práticas comunicacionais ganham nova dinâmica nas condições tecnológicas da cibercultura (SCHMIDT, 2007).

Essa nova condição de produção de informações ganha em atualidade na medida em que amplas faixas da população nos países em desenvolvimento passam a ter acesso a tecnologias destinadas, na abertura de novos mercados, a públicos em nichos de consumo muito específicos, como é o caso do mercado brasileiro. Trata-se do espraiamento da lógica do capital, em que a busca incessante de novos mercados força o próprio capitalismo a estender seu raio de ação, ampliando-se de forma contínua como sistema social (WALLERSTEIN, 2001).

Nas transformações tecnológicas do audiovisual, uma câmera filmadora portátil de uma marca japonesa, de atuação transnacional, era anunciada numa revista semanal brasileira, dirigida às classes A, B e C, oferecendo a possibilidade de três modelos, cada qual com seus apetrechos e sofisticações tecnológicas. O slogan – *prática e fácil de usar* – enfatizava os artifícios e as vantagens que os *designers* chamam de *interface amigável* nas constantes mutações tecnológicas em equipamentos de uso doméstico. O apelo mercadológico centrava-se no fato de o usuário, diante da novidade tecnológica sem mistérios para manuseio, fazer ajustes e regulagens na tela sensível ao toque. Entre os recursos técnicos, a câmera oferecia *zoom* óptico (aproximação de imagem em 40x com *software* embutido no equipamento); recurso técnico para fotografar e filmar ao mesmo tempo (*dual rec*), sistema desenvolvido para localizar o rosto das pessoas e fazer ajustes

de vários parâmetros automáticos (*face detection*), microfone *zoom* (que ajusta o *zoom* do áudio ao *zoom* da lente), além de permitir a gravação de vídeo em formato DVD (VEJA, 2008).

Num outro segmento de mercado, a massificação do consumo de equipamentos digitais, câmeras de vídeo portáteis, embora menos sofisticadas em recursos tecnológicos, passaram a ser oferecidas também em programas de tele vendas em canais de TV aberta no Brasil² a um público consumidor em condições de pagar cerca de R\$ 900 em dez prestações mensais de R\$ 49,90 e outras quatro trimestrais de R\$ 98,00. O investimento em tecnologia móvel, pagável em parcelas mensais no cartão de crédito ou através de boleto bancário, hoje em dia tornou os equipamentos midiáticos mais acessíveis às grandes massas populacionais que se tornam públicos consumidores, uma vez que, como dizia o filósofo francês Gilles Deleuze (1992, p. 224), somos não mais assalariados, mas sujeitos endividados na *sociedade de controle*.

O processo contínuo de massificação dos usos midiáticos se atualiza nas regiões de alta renda *per capita* no planeta e também em cidades brasileiras que mal passam pela experiência de industrialização ou desenvolvimento da economia de serviços. No Brasil, o *camelódromo* é o espaço comercial onde tecnologias produzidas nos países industrializados passam a circular depois de sua reprodução em países de economia emergente. Câmeras de vídeo, câmeras fotográficas, tocadores de MP4 (e seus desdobramentos inovadores), tocadores de DVD portáteis, equipamentos de som, telefones celulares, CDs piratas: há uma forma de consumo de produtos tecnológicos que evidencia uma inclusão digital própria do capitalismo tardio, centrado na reinvenção constante dos processos de consumo em amplas regiões do planeta, mas que certamente transforma também os modos de produção e reprodução cultural através das práticas midiáticas.

Na história das teorias da comunicação, o processo de consumo de tecnologias digitais neste século XXI reforça a ideia de o receptor tornar-se produtor e gestor de

² Dados relativos a agosto de 2008, período em que as câmeras de vídeo portáteis tornaram-se mais acessíveis ao consumo popular, tendência que se acentuou em anos posteriores; em janeiro de 2013, câmeras de vídeo estavam presentes em aparelhos celulares vendidos a preços mais acessíveis no comércio formal e informal nas cidades brasileiras.

informações, o que era uma utopia no paradigma, hoje em processo de desgaste e de ampla crise, da comunicação de massa como modelo hegemônico. Este debate se atualiza na medida em que, conforme os processos de consumo, as tecnologias digitais passam a fazer parte do cotidiano dos segmentos populares praticamente ao modo de quinquilharias incorporadas ao mais banal dia-a-dia da população.

As transformações tecnológicas sugerem reconsiderar e reavaliar a noção de *impacto* da mídia não apenas no comportamento, mas também nos modos de a massa populacional produzir e fazer circular bens culturais. Produção de *sites* e *blogs* na internet, documentários com produção afirmativamente amadora, veiculação de imagens de vídeos a partir de telefones celulares, a convergência cada vez mais evidente de internet com telefonia celular nas últimas décadas.

Estas são transformações nos usos midiáticos que incidem em novas virtualidades nas quais as culturas tradicionais e populares tendem a ganhar, de forma cada vez mais acentuada, diferentes formas de representação e, de modo mais preciso, autorrepresentação, o que altera a natureza da produção cultural e comunicacional. Nessas condições de atualização tecnológica, uma questão se apresenta: o consumo de tecnologias midiáticas supõe uma concepção de desenvolvimento socioeconômico numa perspectiva de modernização das práticas sociais, o que inclui a orientação para práticas de consumo.

Historicamente, consumo é uma categoria que ganhou relevância nos campos econômico e científico apenas após o fim da Segunda Guerra Mundial, numa hipotética situação de paz mundial e ambiente propício ao desenvolvimento de mercados transnacionais. Consumo, portanto, relaciona-se diretamente com os interesses na formação de mercados globais. Esta interface entre desenvolvimento e cidadania reflete a tensão relacionada às desigualdades econômicas, que dedutivamente incidem sobre as diferenças socioculturais.

A abordagem folkcomunicacional, portanto, enuncia um imaginário social que remete aos aspectos paradoxalmente críticos e lúdicos da cultura popular brasileira, num momento do desenvolvimento do capitalismo em que as expressões folclóricas e populares dotam-se de valor simbólico, mas também de valor econômico (o tornar-se mercadoria), na medida em que se enredam sistematicamente na sociedade de consumo.

No entanto, ao invés de sugerir uma percepção cândida da realidade social, as manifestações culturais das camadas populares não raro têm enfatizado um imaginário de conflito, constituído nas tramas das linguagens que se reinventam nas práticas sociais e midiáticas.

Nas contradições do capitalismo, nota-se o seguinte aspecto: da cultura científica e tecnológica produzida nos países desenvolvidos passam a depender, em boa parte, as condições de reprodução midiática da cultura popular em países em desenvolvimento, como o Brasil. A cultura popular, e seu equivalente de precariedade socioeconômica, indica uma condição contemporânea: para além dessa perspectiva modernizadora, a cultura se reproduz nas mais adversas condições, de forma multilinear. A comunicação, ao contrário, torna-se refém do axioma técnico-midiático de uma experiência de modernização que tende a condicionar a veiculação e a visibilidade ou não das mais diversas formas culturais.

Na comunicação midiática, a condição tecnológica da produção e reprodução cultural pode ser percebida pelo menos em dois momentos históricos relevantes na virada de século XX ao XXI: 1) na comunicação de massa, quando a visibilidade social dependia do filtro organizador produzido pela racionalidade do agendamento midiático (*agenda-setting*, como ficou conhecida a hipótese na pesquisa em comunicação de massa); e 2) mesmo no paradigma da cibercultura, que sugere um virtual declínio da comunicação de massa como modelo comunicacional hegemônico, o princípio de visibilidade e reprodução das mais distintas manifestações culturais passa, ainda nos dias de hoje, pelo registro e pela veiculação nos mais diversos suportes de mídias digitais e depende da construção de uma habilidade como prática social.

A folkcomunicação, na virtualidade de produzir interfaces cada vez mais intensas com práticas da cultura das mídias e da cibercultura, atualiza-se como modelo teórico que emerge no final da década de 1960 e se desenvolve até as primeiras décadas do século XXI, considerando a conflituosa experiência de modernização brasileira. Portanto, folkcomunicação enfatiza o valor simbólico da produção cultural e as táticas populares quando se trata de produzir e fazer circular informações de novas narrativas.

Considerações finais

A cultura contemporânea tem se configurado enfaticamente como uma cultura comunicacional. A comunicação de massa – que ascendeu como fenômeno técnico, econômico e social ao longo do século XX – suscitou uma pretensa universalidade na qual necessariamente desembocariam as representações de todas as formas culturais. Ou seja, todas as formas culturais tenderiam, nessa dimensão totalizante, a serem reduzidas à espessura da abordagem comunicacional de massa.

A midiática das culturas em geral responde, portanto, a essa redução da cultura às práticas e aos modelos comunicacionais vigentes num determinado momento histórico. Assim, as práticas comunicacionais passaram a modular a visibilidade e a difusão – e em certa medida a existência simbólica – das mais variadas manifestações culturais, incluindo o folclore como manifestação tradicional e a cultura popular em sua noção de transformação social. A cultura, nesse sentido, torna-se refém das práticas comunicacionais, na medida em que uma certa noção de cultura só ganha evidência conforme se torna uma cultura midiaticizada.

A relação entre comunicação e cultura sugere considerar pelo menos duas questões nas Ciências da Comunicação. Primeiro: o fato de que as práticas comunicacionais, nos dias de hoje, necessariamente precisam ser concebidas nos aparatos tecnológicos produzidos no processo de modernização do capitalismo como projeto globalizador. Segundo: se a moderna comunicação midiática se atualiza nos dispositivos tecnológicos desenvolvidos no modo de produção capitalista, a cultura, agora conseqüentemente e enfaticamente midiaticizada, torna-se uma espécie de categoria dependente dos processos comunicacionais.

Assim, o campo comunicacional tende a acompanhar com mais intensidade a dinâmica das transformações técnicas e socioeconômicas do que o campo cultural compreendido num sentido mais amplo. Se o folclore, no mais das vezes, nas Ciências Sociais, é considerado *resíduo* cultural no bojo do intenso processo de modernização e ocidentalização do mundo, a folkcomunicação também se insinua como abordagem teórico-metodológica que se transforma no processo de modernização quando considera a contínua busca de produção de sentido como demanda social, seja ela midiaticizada ou não.

Aponta-se, portanto, o fato de que as manifestações folclóricas e populares, cada vez mais mediadas pelos usos das novas tecnologias digitais, evidenciam, no capitalismo contemporâneo, distintos modos como o antigo se confunde com o novo, a produção de sentido se confunde com a produção de valor (simbólico e econômico) e as mediações reinventam-se em meio às constantes inovações da tecnologia, até mesmo em situações de precariedade socioeconômica como é o caso da sociedade brasileira. Tais evidências possivelmente podem ser estendidas à realidade da América Latina e demais regiões geográficas, onde uma ideia de desenvolvimento, caracterizada pelos processos de ocidentalização e modernização, ainda sugere produção constante das desigualdades materiais e das diferenças simbólicas.

Na interface entre comunicação e cultura, talvez seja esta uma das características da contemporaneidade sugerida pela abordagem folkcomunicação: os modos como as memórias do passado resistem ou insistem em se projetar para o futuro (o folclore ou o antigo passando à condição de cultura popular urbana e como novidade da modernização), a partir das tensões sociopolíticas e econômicas que constituem o tempo presente.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez Editora, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
- BENJAMIN, Roberto. A folkcomunicação no contexto da sociedade midiaticizada: A folkcomunicação e novas tecnologias. In: MELO, José Marques de; TRIGUEIRO, Osvaldo. (org.). **Luiz Beltrão: pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: Editora UFPB, 2007, p. 227-232.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Ana Regina Lessa; Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: Edusp, 1998.

CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

CARNEIRO, Edison. **A sabedoria popular**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.

DELEUZE, Gilles. **Conversações 1972-1990**. São Paulo: Editora 34, 1992.

GUSHIKEN, Yuji. Dialogismo: emergência do pensamento latino-americano em comunicação. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 3, n. 8, nov. 2006. DOI: <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v3i8.81>.

GUSHIKEN, Yuji. Usos midiáticos na constituição de circuitos culturais e comunicacionais populares urbanos. **E-Compós**, Brasília, v. 11, n. 1, 10 dez. 2008. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.244>.

HELLER, Agnes. **Sociología de la vida cotidiana**. Barcelona: Ediciones Península, 1997.

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

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

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MACIEL, Betânia; MELO, José Marques de; LIMA, Maria Érica de Oliveira (org.). **Territórios da Folkcomunicação**. Natal: Departamento de Comunicação Social, 2011.

MANDEL, Ernest. **Capitalismo Tardio**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MARTINO, Luis Claudio; BERGER, Charles. R.; CRAIG, Robert T. **Teorias da comunicação: muitas ou poucas?** Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

MELO, José Marques de. Introdução à Folkcomunicação: Gênese, paradigmas e tendências. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004, p. 11-24.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxonomia e metodologia de pesquisa**. São Paulo: Paulus, 2008.

MELO, José Marques de. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MELO, José Marques de. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

- MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme (org.). **Metamorfoses da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae, 2013.
- NEGRI, Antonio.; LAZARATTO, Maurizzio. **Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia Vol. 1**. Rio de Janeiro: Contraponto. 2005.
- PRADO, José Luis Aidar (org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Cultura, sociedade rural e sociedade urbana no Brasil (Ensaio)**. São Paulo: LTC/Edusp, 1978.
- SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.
- SCHMIDT, Cristina. A reprodutibilidade digital na folkcomunicação: A construção de novas linguagens ou o fim do popular. **Comunicação & Sociedade**, ano 28, no. 47, 1º sem, 2007.
- SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na Arena Global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.
- SOUZA, Amauri de; LAMOUNIER, Bolivar. **A classe média brasileira**: ambições, valores e projetos de sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- VEJA 2.058, ano 41, n. 17. 20, abril 2008.
- WALLERSTEIN, Immuel. **Capitalismo histórico & civilização capitalista**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.
- WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione.; HOHLFELDT, Antonio (org.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 15, Número 1, jan./abr. de 2021
Submetido em: 25/09/2020
Aprovado em: 25/11/2020

Microempreendedor individual e a noção de cidadania empresarial

Individual microentrepreneur and the concept of corporate citizenship

Microempendedor individual y el concepto de ciudadanía empresarial

Julia SALGADO¹

Resumo

Neste artigo, realizo uma análise de discursos midiáticos e institucionais sobre o microempreendedor individual (MEI) com o objetivo de pensar no conceito de cidadania empresarial, constantemente usado na promoção desta figura. Recorrendo a um referencial teórico proveniente sobretudo das ciências sociais e dos estudos culturais, reflito sobre as transformações do conceito de cidadania em um cenário neoliberal. Distanciando-se de uma concepção tradicional, segundo a qual a cidadania é pensada em termos coletivos e inclusivos, sugiro que a noção de cidadania empresarial se fundamenta sobre valores individualistas, recorrendo à noção de mérito para justificar seu restrito acesso.

Palavras-chave: MEI. Cidadania empresarial. Discursos midiáticos. Subjetividade. Mérito.

Abstract

In this article, I carry out an analysis of media and institutional discourses about the individual microentrepreneur (MEI) with the objective of thinking about the concept of corporate citizenship, constantly used in the promotion of this Figura. Using a theoretical framework derived mainly from sociology and cultural studies, I reflect on the transformations of the concept of citizenship in a neoliberal scenario. Moving away from a traditional conception, according to which citizenship is thought in collective and inclusive terms, I suggest that the notion of corporate citizenship is based on individualistic values, using the notion of merit to justify its restricted access.

Keywords: MEI. Corporate citizenship. Media discourse. Subjectivity. Merit.

Resumen

En este artículo realizo un análisis de los discursos mediáticos e institucionales sobre el microempresario individual (MEI) con el objetivo de reflexionar sobre el concepto de

¹ Pós-doutoranda no PPGCOM-UFRJ, com auxílio FAPERJ. E-mail: prof.juliasalgado@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8852-1289.

ciudadanía corporativa, utilizado constantemente en la promoción de esta figura. Utilizando un marco teórico derivado principalmente de la sociología y los estudios culturales, reflexiono sobre las transformaciones del concepto de ciudadanía en un escenario neoliberal. Alejándonos de una concepción tradicional, según la cual la ciudadanía se piensa en términos colectivos e inclusivos, sugiero que la noción de ciudadanía corporativa se basa en valores individualistas, utilizando la noción de mérito para justificar su acceso restringido.

Palabras clave: MEI. Ciudadanía corporativa. Discurso de los medios. Subjetividad. Mérito.

Introdução

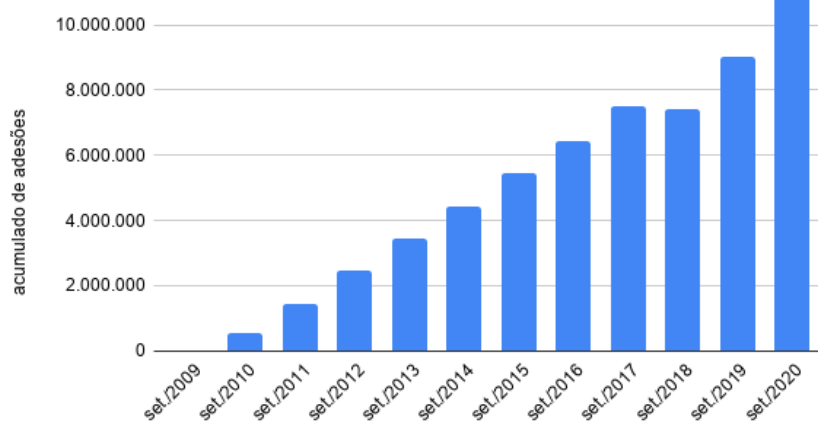
Em meados de setembro de 2020, matéria da seção Economia do Portal G1 atesta: "País ganhou quase 1 milhão de MEIs desde o início da pandemia"². Na reportagem, testemunhos de novos microempreendedores individuais embasam o argumento central do texto: com "o aumento do desemprego e maior flexibilização das relações de trabalho, muitos brasileiros têm sido empurrados para o chamado 'empreendedorismo por necessidade' como uma forma de sobrevivência". De acordo com dados do IBGE, trazidos pela própria matéria, 1,092 milhão de empregos formais foram perdidos desde o início da pandemia, o que, de certa maneira, explicaria tamanha procura pelo MEI no país.

Uma análise mais detalhada nos dados de adesão ao MEI, no entanto, nos mostra que, embora o alto desemprego gerado pela pandemia tenha intensificado a formalização de microempreendedores ao longo de 2020, a grande procura pela categoria segue uma tendência crescente desde sua criação, em 2009 (ver Gráfico 1)³. Portanto, o que assistimos hoje pode ser visto como uma intensificação, no contexto da pandemia, de uma tendência já estabelecida na sociedade brasileira de valorização e engajamento à cultura do empreendedorismo.

² Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/09/19/pais-ganhou-quase-1-milhao-de-meis-desde-o-inicio-da-pandemia-veja-relatos.ghtml>. Acesso em: 30 out.2020.

³ Com a exceção do ano de 2008, em que a taxa de adesão sofreu uma retração de 2%, as adesões ao MEI seguem uma tendência de constante crescimento, com taxa média de 20% ao ano nos últimos 12 anos.

Gráfico 1 – Crescimento MEI entre 2009 e 2020



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do Portal do Empreendedor.

Mas como, e sob quais condições, foi possível que o empreendedor, figura fortemente relacionada à cultura e à mentalidade anglo saxônica e protestante, se tornasse tão popular em um país como o Brasil? Este questionamento norteou algumas de minhas pesquisas mais recentes, dando, entre outros, origem a este artigo. Através da análise de discursos midiáticos e institucionais, busquei compreender os sentidos e significados atribuídos, ao longo desse período, a esta figura e percebi que a figura do empreendedor vai progressivamente se diversificando.

Se, até a virada do século XXI, os modos de ser empreendedor estavam fortemente associados à figura masculina, de meia idade, que desenvolve uma atividade empresarial e pertence majoritariamente a uma classe média-alta; com o passar dos anos tais formas vão se multiplicando, passando a incluir também figuras femininas, jovens (e mesmo crianças), que pertencem a diversas classes sociais e desenvolvem variadas atividades econômicas, não necessariamente ligadas a uma atividade empresarial. Como profetizara Michel Foucault no final da década de 1970, “ser empreendedor” se torna mais do que uma atividade econômica: é um modo de ser e estar no mundo, uma característica subjetiva cada vez mais positivada e requerida. E isto também seria (cada vez mais) válido para o cenário brasileiro.

Sintoma dos tempos, a disseminação de múltiplos modos de ser empreendedor hoje reflete uma mudança mais ampla e estrutural no mercado laboral, que não se baseia

mais essencialmente no trabalho estável e assalariado, mas confere cada vez mais importância e espaço ao trabalho autônomo e sem vínculo empregatício. Numa autotransformação necessária à sua perpetuação e disseminação, o empreendedorismo, enquanto modelo de atuação econômica, diversifica-se para conseguir dar conta de todo contingente de trabalhadores que passaria a englobar.

Aqui, trago reflexões sobre um dos modos atuais de ser empreendedor: o microempreendedor individual, ou o MEI, como é mais conhecido hoje no país. A figura jurídica foi criada pelo governo brasileiro em 2009, com o objetivo de formalizar cerca de 10 milhões de trabalhadores informais. A meta foi alcançada em pouco mais de dez anos, em Abril de 2020. No Portal do Empreendedor, plataforma de informação sobre a categoria e de onde o processo de formalização é realizado, chama a atenção a frase ao lado do link que imperativamente conclama: “Formalize-se”. Ali, lê-se: “Ao abrir sua empresa, você MEI terá *cidadania empresarial* [grifos meus]: CNPJ, direitos e benefícios”⁴.

Sendo a figura jurídica de uma nova – e mais baixa – faixa de tributação do país, os trabalhadores autônomos que atuam em quase quinhentas atividades podem formalizar seu negócio e, pagando atualmente (2020) cerca de 58 reais ao mês, obter benefícios previdenciários e mercadológicos. Com a nítida finalidade de trazer à legalidade (e, conseqüentemente, à tributação) milhões de pessoas que estão no mercado submerso, o MEI vem sendo descrito não apenas como uma inovação jurídico-tributária, mas também como um passaporte de acesso a produtos e serviços intangíveis a esse público, como concessões de crédito, cobertura previdenciária, apoio técnico e mesmo cidadania.

O processo de formalização é apresentado em termos de facilidade: todo feito *online* através do Portal do Empreendedor, é possível se tornar um MEI em alguns instantes, após o preenchimento das informações solicitadas. As condições de tal legalização são que o novo empresário tenha um faturamento anual de no máximo 81 mil reais; não tenha participação em nenhum outro empreendimento como sócio e tenha no máximo um empregado contratado com o salário mínimo. Os benefícios são: possuir um CNPJ, o que facilitaria a abertura de contas bancárias, pedidos de empréstimos e a

⁴ Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>. Acesso em: 26 dez. 2019.

emissão de notas fiscais; isenção de tributos federais e contribuição reduzida ao INSS, o que garante ao MEI acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença e aposentadoria, entre outros.

No livro “5 anos: Microempreendedor Individual – MEI: um fenômeno de inclusão produtiva” (SEBRAE, 2015), que trata o MEI como um “fenômeno de inclusão produtiva”, somos informados de que 27% do PIB brasileiro é gerado por pequenos negócios, o que faz com que o estímulo a programas como o MEI seja essencial por contribuir para a economia nacional. Ao contrário da progressiva diminuição de postos de trabalhos nas médias e grandes empresas, especialmente no setor industrial, o texto alerta que os pequenos negócios do país respondem “pela maioria dos empregos com carteira assinada abertos nos 10 anos mais recentes. Em 2014, foram registradas 717 mil vagas nos pequenos negócios frente a um saldo negativo de aproximadamente 45 mil nas empresas maiores” (SEBRAE, 2015, p. 7). Nesse contexto, a participação do novato MEI não seria nada desprezível na visão dos autores do livro:

O Brasil levou praticamente 514 anos para ter hoje 9,5 milhões de empresas de todos os portes. Em apenas cinco anos, os microempreendedores individuais, os chamados MEIs, já atingiram 4,7 milhões. Um fenômeno de inclusão produtiva jamais registrado no País, e provavelmente no mundo (*Ibid.*, p. 11).

Representando, então, praticamente metade das empresas registradas no país, o MEI pode ser pensado como a materialização mais elementar do *homo oeconomicus* neoliberal estudado por Foucault (2008a): sob a égide do capitalismo pós-industrial, o trabalhador se transformaria necessariamente em uma empresa. Possivelmente, ao propor suas ideias no final da década de 1970, o filósofo francês não imaginava que a capilarização da empresa até o nível mais unitário da sociedade – o indivíduo – se daria do modo formal como acontece com o MEI, ou seja, pela transformação legal da pessoa física em pessoa jurídica. Foucault pensava na empresarização dos indivíduos em termos de lógica norteadora: se, com a proeminência da Teoria do Capital Humano, o indivíduo passa a ser entendido como seu próprio produtor, seu próprio investidor, sua própria fonte de renda; então nada mais razoável do que pensar nesse sujeito como sendo ele mesmo uma empresa. Tal visão abrangente nos modos a partir dos quais o homem ocidental é

instado a encarar seu comportamento e seu modo de ser e estar no mundo a partir da segunda metade do século XX – como o solitário investidor dele mesmo, sua empresa individual – ganha, com o MEI, sua mais objetiva materialização.

Se, como objeto de estudo, o empreendedor é mais comumente encontrado em áreas como a Administração e a Economia, não deveria causar espanto que tal objeto se torne privilegiado também na Comunicação. Isso porque, enquanto campo de estudo, nos cabe atentar para as transformações nos modos através dos quais os sujeitos são instados a se subjetivar, se socializar e a produzir e consumir novas estéticas e retóricas. Com a crescente preponderância da mentalidade neoliberal em nossa sociedade, especialmente nas duas últimas décadas, assistimos ao proliferar do empreendedor como subjetividade privilegiada, ou “o homem ideal” como afirmou Sennett (2010) no fim do milênio passado. Neste milênio, não apenas ideal, o empreendedor se torna subjetividade normativa, que se diversifica em seus formatos e ganha crescente destaque na mídia (SALGADO, 2020).

Atentos a este crescente destaque midiático conferido à figura do empreendedor, diversos pesquisadores do campo da Comunicação se debruçaram sobre o tema. Vander Casaqui problematiza o ainda turvo conceito de empreendedor social, “um ator relativamente recente, que representa a lógica cultural do capitalismo contemporâneo” (CASAQUI, 2013a, p. 868) e que promoveria uma prática paradoxal à medida que concilia a busca pelo bem comum e, ao mesmo tempo, o culto por uma performance lastreada no individualismo, na eficácia e na concorrência (CASAQUI, 2013b). O autor, inclusive, coordenou por vários anos o GT “Cultura Empreendedora e Trabalho”, no Congresso Internacional Comunicação e Consumo, da ESPM, que se tornou um espaço fecundo para pesquisadores interessados no tema. Dentre eles destaque, somente a título de menção, os trabalhos de Rafael Grohmann (entre outros, ver ROXO & GROHMANN, 2015) sobre a influência do empreendedorismo no âmbito da atuação profissional jornalística, marcada pela flexibilização e precarização; de Marianna Ferreira Jorge (entre outros, ver SALGADO & JORGE, 2019) sobre os desdobramentos do espírito empresarial na sociedade contemporânea; e Patrícia Matos (entre outros, ver MATOS, 2016), sobre trabalho móvel, juventude e o ethos empreendedor.

A partir de um olhar atento a este objeto, intenciono discutir algumas transformações contemporâneas no conceito de cidadania, realçando as conexões entre a emergência de uma figura como a do MEI (e seu correlato conceito de “cidadania empresarial”) e a crescente preponderância de uma racionalidade neoliberal e individualista. Em outras palavras, este trabalho tem como objetivo pensar de que maneira a criação de um novo “tipo de pessoa” (HACKING, 1985), afinado à mentalidade capitalista contemporânea, pode contribuir para a transformação do senso comum sobre os significados de um conceito tão caro à democracia, como o de cidadania. E como essa transformação pode representar novas formas de desigualdade que atualmente se revestem sob o discurso da “meritocracia”.

Para buscar responder essa questão, examino aqui discursos sobre o MEI encontrados na Folha de S. Paulo entre 2009 e 2015, além de discursos institucionais retirados de materiais do Sebrae, principal entidade de promoção da categoria. Sugiro ser possível, através da análise de discurso, depreender alguns dos sentidos e significados que lhe são associados, assim como também as resistências a esses processos de significação. É estruturante para este trabalho o arcabouço teórico e conceitual proveniente do trabalho de Michel Foucault, seja em termos metodológicos - a partir da perspectiva da análise de discurso (2019) -, seja nas suas contribuições conceituais sobre o neoliberalismo e o *homo oeconomicus* contemporâneo como o “empreendedor de si mesmo” (2008a).

Os discursos sobre o microempreendedor individual

A primeira percepção ao analisar as diversas matérias e colunas opinativas sobre o MEI na Folha de S. Paulo é a racionalidade instrumental presente nos discursos, traduzida em dados numéricos e estatísticos. Em praticamente todas as aparições do termo faz-se recurso aos números para justificar a importância do MEI na atualidade e para demonstrar seu crescimento e seu sucesso. Em coluna opinativa assinada em setembro de 2009 pelo então ministro da Previdência Social, José Pimentel, a nova figura é apresentada em termos quantitativos: “Onze milhões de homens e mulheres que trabalham por conta própria no comércio, na indústria e na prestação de serviços começam a ter as suas atividades formalizadas em todo o país graças ao Programa do

Empreendedor Individual” (PIMENTEL, 2009, p. A3). Após expor as características da modalidade e as vantagens de adesão, o político recorre novamente à precisão dos dados numéricos para atestar a importância do programa: "Para ter uma ideia da importância dos empreendedores individuais, as micro e pequenas empresas geraram mais de 450 mil empregos em todo o Brasil somente no primeiro semestre de 2009. Os dados são do Ministério do Trabalho e Emprego." (*Ibid.*)

Alguns anos depois, os números são novamente acionados, agora para comprovar o sucesso do programa, que partiu de 49 mil inscrições em 2009 e chegou a 2,1 milhões em 2012. O crescimento exponencial continuaria, segundo estudo do Sebrae: “Hoje, o Brasil tem 2,1 milhões de MEI, mas deve chegar a 4,3 milhões em 2014, quando as MPE serão 4,2 milhões” (GOMES, 2012, p. B6). O “fetiche dos números”, que revela o “espírito (quantitativo) da [nossa] época” (SOUZA, 2009, p. 16), reaparece em praticamente todas as menções ao MEI na Folha. Para Jessé Souza (2009), a valorização de dados numéricos e de estatísticas reflete uma visão de mundo economicista e redutora, segundo a qual se crê que cifras seriam capazes de traduzir a realidade social. Jérôme Gautié, cientista social e economista, compartilha da mesma opinião – ainda que através de argumentos mais pragmáticos. Segundo ele, embora as abordagens que privilegiam as estatísticas macrossociais tenham sido importantes no passado, por permitirem ao Estado formar “os instrumentos de uma boa intervenção pública” (GAUTIÉ, 1998, p. 67), atualmente tais enfoques seriam inadequados ao entendimento de uma realidade social cada vez mais complexa e impregnada de múltiplas individualidades – o que faz com que as estatísticas sejam abstrações totalizadoras e distantes do indivíduo.

Nas poucas vezes em que o “economicismo” compartilha espaço com um tratamento mais “humanizado” do tema, trazendo, para além dos números, o testemunho de indivíduos que se tornaram MEIs, percebe-se o privilégio em relatar casos de sucesso, geralmente de indivíduos de classe média (ainda que média-baixa). Assim, os exemplos de insucesso do MEI são silenciados ou minimizados, como no Caderno Negócios de 19/08/2012, que promete contar as receitas de MEIs que elevaram seu faturamento após registro formal. A reportagem especial traz os relatos dos dez primeiros cadastrados no MEI, que “revelam os desafios e benefícios da categoria” (GUTIERREZ, 2012). Três deles teriam prosperado tanto que mudaram de faixa empresarial, deixando de ser MEIs

e se tornando microempresas. Outros cinco falam de “benefícios” do programa, como o acesso ao crédito e a formas de pagamento como o cartão de crédito; a possibilidade de emitir notas fiscais e de conquistar novos mercados.

Os principais obstáculos do programa (apresentados não como “malefícios” em contraponto aos “benefícios”, mas sim “desafios” a serem superados) seriam o baixo teto de faturamento e a impossibilidade de contratar mais de um funcionário, fatores que teriam, inclusive, levado três deles a virar microempresas. Dos dez exemplos, apenas dois não teriam prosperado: a cozinheira Elaine Souza, que ao final de um ano desistiu de ser MEI quando percebeu que as despesas eram maiores do que as receitas. E o cabeleireiro David Soares, que não conseguiu empréstimos em bancos e, com isso, não atingiu sua expectativa de crescimento. Ao contrário dos exemplos bem-sucedidos, destacados na matéria com fotos e posição no alto da página, Elaine e David ocuparam a parte de baixo da página, sem grandes destaques.

A valorização, pela Folha, dos casos de MEIs bem-sucedidos traz um outro dado importante: em geral os testemunhos são de indivíduos cuja opção pelo empreendedorismo não se dá tanto em termos de necessidade, mas sim de oportunidade. Em dezembro de 2015 o Caderno Negócios apresenta dicas para profissionais autônomos, modalidade que graças ao MEI prosperava no Brasil. Títulos como “Independente S.A.” e “Carreira solo” sintomaticamente apresentam a guinada individualista do mercado de trabalho, no qual,

Seja por opção ou por necessidade, o trabalho autônomo vem crescendo no Brasil. Entre dezembro de 2014 e de 2015, o número de microempreendedores individuais (MEIs) aumentou 21,3%. Independência profissional e flexibilidade de horários são as principais vantagens apontadas por quem trabalha nessa modalidade. A autonomia, porém, traz consigo alguns problemas. Definir o preço do serviço oferecido e fazer o controle financeiro são algumas das dificuldades que a modalidade impõe (PERRIN, 2015, p. F54).

Apesar de mencionar a necessidade como possível fator na decisão de ser autônomo, os exemplos dados na matéria são todos de pessoas que optaram, de forma voluntária, por sair de seus empregos – para ter mais tempo, mais flexibilidade, menos estresse: “Eu estava estressado e descontente. Busquei qualidade de vida. Hoje tenho

uma remuneração que entendo como ideal para mim trabalhando menos’, afirma o engenheiro ambiental Raoni Santos”; “‘Nenhum benefício paga o fato de ter tempo’, afirma a maquiadora Bárbara Zacarias” (*Ibid.*). Ou seja, o ponto de vista escolhido pelo jornal para abordar o crescimento do trabalho autônomo – sendo o MEI a sua grande exemplificação – privilegiou um perfil profissional com mais recursos e menos necessidade materiais, de onde decorre que os “problemas” enfrentados são de ordem operacional (precificação e controle financeiro, por exemplo), e não estrutural (como insegurança e precariedade econômicas ou falta de entrada no mercado).

Enquanto a Folha, em suas reportagens, prioriza uma representação do MEI através de personagens que decidiram livremente pelo empreendedorismo, sem grandes constrangimentos socioeconômicos, o discurso de autoridades no jornal (como ministros, deputados e gestores de autarquias e confederações) apresenta o MEI como sendo uma ferramenta de inclusão socioeconômica e, portanto, eminentemente destinada àqueles em estado de exclusão. É o caso de Guilherme Afif Domingos, que junho de 2015 assina coluna na seção Opinião intitulada “Batalhadores do Brasil”. Com clara referência ao livro organizado por Jessé Souza, *Os batalhadores brasileiros* (2012), Domingos anuncia, em tons comemorativos, a marca de “cinco milhões de brasileiros formalizados, que passaram a contar com a segurança do Estado e o acesso a direitos previdenciários”, o que constituiria “uma vitória da classe batalhadora de nosso país” (DOMINGOS, 2015, p A3). O MEI é apresentado como política pública inovadora e grandiosa, capaz de tirar da marginalidade mais de 10 milhões de pessoas que, apesar de terem sempre procurado “garantir sua sobrevivência por meio de muito trabalho e de criatividade” (*idem*), ainda eram privadas do status de cidadania.

O MEI é hoje, no mundo, o maior programa de inclusão econômica e social. Quando levamos a ideia do projeto para o presidente Lula, em 2003, falávamos em *dar cidadania* a mais de dez milhões de trabalhadores informais. Em seis anos de trabalho (2009-2015), chegamos aos cinco milhões – e vamos formalizar o restante nos próximos cinco anos. Estamos falando de *cidadania* e formalização que tiraram cidadãos da marginalização, da informalidade, garantindo a eles o acesso a benefícios sociais que todo brasileiro deve ter. Acreditando na importância dessa inclusão, batizamos o carnê enviado ao MEI de *Carnê da Cidadania* (*Ibid.*, grifos meus).

Os benefícios aos quais o então ministro se refere são: o direito à Previdência Social; o registro formal do empreendimento, com a obtenção de CNPJ, o que possibilita emitir notas fiscais e ampliar o acesso a mercados (inclusive o mercado governamental) e a possibilidade de pleitear crédito subsidiado em instituições bancárias. O acesso a esses benefícios, que se dá por meio do registro (a “formalização”), chegaria mesmo àquela parcela da população mais carente, como os cadastrados no maior programa de redistribuição de renda do país, o Bolsa Família: “Um fato importante é que cerca de 500 mil pessoas cadastradas no Bolsa Família fizeram do MEI a alternativa para buscar o seu sustento” (*Ibid.*). Longe, portanto, de representar apenas aqueles com absoluto livre-arbítrio na decisão pelo seu destino profissional, o MEI abarcaria também indivíduos situados na posição mais baixa da pirâmide social.

De acordo com Afif Domingos, o denominador comum a todos os cadastrados no MEI, independentemente de sua situação socioeconômica, seria o famoso sonho do negócio próprio: “O sonho do brasileiro de trabalhar por conta própria tem no MEI a sua maior expressão – e o seu ponto de partida para a autossustentação. Todos sonham em crescer” (*Ibid.*). Destacando a prática empreendedora como um desejo comum a todos os brasileiros, algo que agora estaria ao alcance de qualquer um através da figura do MEI, percebemos no discurso uma dupla naturalização: de um lado, a crença de que o empreendedorismo é a mais eficaz (ou mesmo a única) arma de combate à falta de renda e ao pauperismo; do outro, um senso comum, cada vez mais disseminado, de que todos os brasileiros têm um “espírito empreendedor” ou uma “vocação natural a empreender”. O texto escrito por Domingos traz certo número de elementos sobre os quais podemos refletir e que aparecem na maioria dos textos sobre o MEI assinados por autoridades públicas e institucionais, como demonstro a seguir.

A primeira marca significativa é a implícita “redenção” do Estado. Na coluna de Domingos, mas também em muitos outros textos opinativos sobre o MEI, o Estado brasileiro, que sempre foi acusado pela sua ineficiência, burocracia e indevida apropriação da renda nacional (SALGADO, 2020), é exaltado pela capacidade de ter se modernizado e criado leis mais eficazes e que libertam os empreendedores de amarras burocráticas e tributárias. Enquanto em 2006 o próprio Afif Domingos acusava, na Folha, o Estado de distribuir “benesses à custa de enormes déficits públicos e da estagnação das

empresas e da iniciativa privada”, e duvidava da sua aptidão em “assegurar o bem-estar de todos” (2006, p. A3 apud SALGADO, 2020, pg. 86), a partir de agora o Estado seria aquele que provê segurança e acesso a direitos aos “Batalhadores do Brasil”.

Os avanços socioeconômicos promovidos por uma figura como a do MEI são algumas vezes equiparados àqueles conquistados com a legislação trabalhista instituída por Getúlio Vargas, o que não deixa de ser ao mesmo tempo um dado irônico e bastante sintomático de cada momento histórico: se, no início do século XX, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) espelhava as demandas e a estrutura do mercado laboral daquele período; menos de cem anos depois tal modelo mostra seu declínio, sendo o trabalho autônomo e empreendedor seu mais cotado sucessor. A ambiguidade contida na figura do MEI – que podemos entender como transitória entre o “trabalhador CLT” e aquele totalmente autônomo – está numa certa tentativa de assegurar um mínimo de garantias conquistadas pelos trabalhadores (como aposentadoria, auxílios maternidade e doença, entre outros) em uma nova atuação mercadológica, não mais marcada pelo assalariamento. Tal busca pela conciliação de segurança e autonomia reflete, de certa maneira, a ambiguidade nos anseios individuais contemporâneos. Se, como afirmam diversos discursos da mídia, existe o difuso sonho do negócio próprio; não se pode ignorar a ânsia por segurança, refletida na busca pela carreira de serviço público. Dessa maneira, falas que atestam a ubiquidade do “sonho de ser o próprio chefe” operam uma naturalização seletiva e totalizante, que se presta a justificar o empreendedorismo como a única alternativa possível.

A inclusão econômica e social possibilitada pelo acesso a serviços e direitos que transformam o sujeito marginalizado em *cidadão formalizado* se faz através de um cadastramento, uma visibilidade formal do indivíduo perante o Estado. Ora, tal registro nada mais é do que uma tecnologia de poder governamental, capaz de gerar um saber (informações, dados, estatísticas) sobre uma população determinada (trabalhadores autônomos). Sabemos, com Foucault (2008a), que a racionalização de um saber ligado a uma população é justamente o que o autor chamou de biopolítica. O MEI, portanto, deve ser visto como uma biopolítica que visa organizar, cultivar, proteger e fazer multiplicar sujeitos empreendedores.

O interessante, no entanto, é perceber que a racionalização sobre tal população empreendedora não é apenas desenvolvida pelo Estado, mas de forma crescente por outro importante agente social: as instituições financeiras. Através da ideia de “cidadania empresarial”, algo que compreenderia o acesso a serviços financeiros como contas bancárias, máquinas de cartão e acesso a crédito, entre outros, cria-se progressivamente uma massa de informações sobre indivíduos cada vez mais dependentes (e em dívida) com o sistema financeiro. Mais adiante, refletiremos sobre a atual dominação financeira dos mercados e os discursos sobre o MEI, que incessantemente valorizam o acesso ao crédito como um dos grandes benefícios da categoria. Antes, porém, é preciso entender como foi possível que a ideia de cidadania tenha sido despedaçada e hoje se fale em uma “cidadania empresarial”.

Neoliberalismo e “cidadania empresarial”

Assim como grande parte dos conceitos da Sociologia, *cidadania* não tem uma definição única e estanque, invariável ao longo do tempo. Certamente, não poderia ser diferente: como seria possível solidificar a noção de cidadania, se a própria sociedade sobre a qual ela se baseia mudou (e muda) com o passar dos anos? Aqui, apresentaremos as conceituações mais correntes a seu respeito, fornecendo o referencial básico que nos permita refletir sobre a atual proposição de uma “cidadania empresarial”.

Segundo o sociólogo britânico TH Marshall (1967, p. 62), a cidadania seria um processo através do qual uma determinada sociedade atingiria uma igualdade qualitativa e substantiva entre seus indivíduos, que seriam “admitidos como membros completos da sociedade, isto é, como cidadãos”. Progressivamente, a associação dos indivíduos na comunidade teria possibilitado formas de participação e conquistas de direitos que partiria das noções modernas de propriedade privada e liberdades individuais (cidadania civil), passando pelo avanço no exercício do poder através do voto (cidadania política) e chegando à aquisição coletiva de bem-estar e seguridade (cidadania social). Fazendo parte do projeto de sociedade moderna e industrial, a noção de cidadania como igualdade de direitos civis, políticos e sociais entre os cidadãos compensaria uma inevitável desigualdade econômica entre eles, algo entendido como inerente ao sistema capitalista. Assim, “a desigualdade do sistema de classes sociais pode ser aceitável desde que a

igualdade de cidadania seja reconhecida” (*Ibid.*). O reconhecimento de tal cidadania caberia ao Estado, de modo que, dentro do pensamento moderno (ou liberal) apresentado por Marshall, a cidadania lhe está intrinsecamente associada. Ou seja, o Estado seria a instância competente na comunhão dos indivíduos a partir de valores comuns e no reconhecimento de seu status de cidadãos, permitindo o acesso a determinados direitos concebidos *a priori* – direitos estes regulados e gerenciados pelo Estado.

Esse, claramente, é o caso do direito à Previdência Social acessível ao MEI. Trata-se de um direito social definido *a priori*, que busca proporcionar “um mínimo de bem-estar econômico e segurança” ao cidadão, possibilitando-o “participar, por completo, na herança social e levar a lida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade” (*Ibid.*, p. 63-64). O direito a um CNPJ também pode ser pensado em termos de uma cidadania tradicional se o enquadrarmos como um direito civil, “necessário à liberdade individual” para, entre outras coisas, “concluir contratos válidos” e defender sua propriedade (*Ibid.*, p. 63). Ambos os direitos são permitidos única e exclusivamente pelo Estado, instituição com poder de conferir benefícios aos indivíduos e criar um número (o CNPJ) que assume identidade e poderes mercadológicos.

Por outro lado, numa concepção mais contemporânea da cidadania (HOLSTON & APPADURAI, 1996; CANCLINI, 2006; PORTILHO, 2010), a relação dual e hierárquica entre Estado e indivíduos seria questionada, dando margem para que outros atores (como segmentos da sociedade civil, empresas do 2º setor, organizações do 3º setor e grupos de mídia) façam parte do processo de constituição e reconhecimento de novos direitos, não mais determinados *a priori* pelo Estado, mas construídos cotidianamente em práticas e discursos que se referem às particularidades, crenças e necessidades de cada indivíduo. Para Canclini (2006), com a modernidade tardia e a globalização emergiria uma nova relação entre indivíduos, Estados e comunidades, mudando, portanto, a noção de cidadania, que deixa de estar restrita exclusivamente a um campo jurídico de direitos à igualdade civil e política, passando também a comportar aspectos culturais e sociais que clamam pelo direito à diferença e pela possibilidade de participação na construção daquilo que, para cada um, representa ser cidadão. Em resumo, seria a passagem de uma noção pré-estabelecida de cidadania, que tinha a pretensão de englobar a todos sob a grande crença de se construir uma sociedade igualitária e justa, para a possibilidade de se ter (e

aceitar) múltiplas formas de exercício de cidadania, como “uma cidadania cultural, e também uma cidadania racial, outra de gênero, outra ecológica, e assim podemos continuar despedaçando a cidadania em uma multiplicidade infinita de reivindicações” (*Ibid.*, p. 37). Nessa passagem, o valor referencial antes exercido pelo Estado migraria para o mercado, atual instituição modelar de regulação das condutas individuais.

É possível perceber um claro deslocamento entre os projetos tradicional e contemporâneo de cidadania. Dentro da concepção moderna, a cidadania foi idealizada como devendo ser homogênea entre os sujeitos, já que baseada nos princípios morais da igualdade. Seu propósito era produzir cidadãos dóceis, produtivos e incluídos no sistema capitalista através da noção de participação. No atual contexto neoliberal é possível pensar que a racionalidade imperativa é aquela mercadológica, a partir da qual a participação cidadã passa a ser segmentada em diversos nichos de consumo e quando o que vale é o mérito individual e não mais a igualdade social. O bom cidadão é aquele capaz de consumir e ser reconhecido pelas suas conquistas. Isso permite que alguns dos atuais “direitos de cidadania” sejam seletivamente distribuídos, não estando ao alcance de todos. Refiro-me, particularmente, ao acesso ao crédito e aos novos mercados, recorrentemente mencionado nos discursos sobre o MEI como vantagem de uma “cidadania empresarial” conquistada por essa nova figura jurídica.

Mas, afinal, o que seria uma “cidadania empresarial”? No círculo administrativo (seja acadêmico ou corporativo) a ideia de uma “cidadania empresarial” vem sendo pensada como “um conjunto de princípios e sistemas de gestão [na empresa] destinados à criação ou preservação de valor para a sociedade” (ALVES, 2001, p. 81). Trata-se da noção de que uma empresa, enquanto participante da sociedade, deve ter seus direitos reconhecidos (como liberdade de expressão ou reconhecimento social) e tem deveres a cumprir, sendo estes últimos ligados à responsabilidade ética e socioambiental.

Esta, no entanto, está longe de ser a concepção de “cidadania empresarial” utilizada nas matérias da mídia e nos materiais oficiais que tratam do MEI. O recorrente uso desta expressão a relaciona ao processo através do qual o trabalhador autônomo, antes irregular, formaliza-se e entra no mercado, podendo “usufruir de todas as vantagens do mundo formal”, entre as quais estão “a possibilidade de participar das compras governamentais” e “a possibilidade de obter linhas de crédito em instituições financeiras

privadas e públicas de forma mais facilitada” (SEBRAE, 2009). Trata-se, como se percebe, de *possibilidades* que se abrem a partir do momento em que o indivíduo pessoa física é transformado em empresa, e não exatamente de direitos garantidos, uma vez que tal “cidadania empresarial” se inscreve nas lógicas concorrenciais do mercado, e não numa lógica de igualdade de direitos em processo de extinção. Se, como vimos, os benefícios da Previdência Social e do registro empresarial (CNPJ) são assegurados pelo Estado através da adesão ao programa; os benefícios do crédito e de entrada nos mercados não são colocados em termos de *direitos garantidos*, mas sim de *possibilidade de acesso*. O MEI, devidamente regularizado, seria o sujeito autorizado a participar de um mercado que se baseia na “justa competição” (EHRENBERG, 2010), o que não pressupõe a conquista obrigatória de determinados benefícios como crédito ou novos clientes, mas apenas sua colocação como postulante, como concorrente. A captação de mercados dependeria do aval de empresas e governos, potenciais fregueses de um MEI, enquanto a decisão sobre a cessão ou não do crédito cabe a uma das mais poderosas instituições hodiernas, a bancária. Dessa forma, o sucesso em transformar um potencial benefício em direito efetivo dependeria do próprio indivíduo, da sua eficiência em modos de agir tipicamente empresariais.

Este parece ser o pressuposto da já mencionada matéria “Primeiras receitas”, que relata histórias de sucesso dos primeiros MEIs inscritos no programa. Dentre os que prosperaram, destaca-se a história do vendedor de bijuterias Adalberto Oliveira dos Santos, uma espécie de celebridade do universo MEI por ter sido o primeiro inscrito na categoria. Descrevendo-se dentro daquilo que Ehrenberg (2010) chama de “aventura empreendedora” do “indivíduo-trajetória”, o acreano de origem simples que realizou a “façanha de tornar-se alguém” (*Ibid.*, p. 172) afirma que “Ser desbravador tem vantagens (...) Dei mais de 500 entrevistas” (GUTIERREZ, 2012, p. EM 21). Sua “receita de sucesso” seria um misto de trabalho duro e sorte, já que o acesso a empréstimos que lhe possibilitaram prosperar não é uma garantia para todos: “Santos afirma que aderir ao programa o ajudou a conseguir empréstimos. Depois de honrar os pagamentos como pessoa jurídica, conseguiu crédito para comprar um apartamento.” (*Ibid.*). Dos mais de 15 amigos e colegas de Adalberto que se tornaram MEI, nenhum conseguiu acesso a crédito.

A constante menção à sorte (ou falta dela) na obtenção de crédito atesta uma visão seletiva e excludente do acesso a esse benefício, tão propalado pelos diversos discursos sobre o MEI como uma de suas vantagens. Assim, o crédito, mais novo item de uma noção de cidadania mercantilizada, disponível em teoria a todos que pagarem em dia o “Carnê da Cidadania”, é na prática acessível somente a uma pequena parcela de indivíduos com destreza empresarial e sorte.

A “cidadania empresarial” dos MEIs pode, nesse sentido, ser pensada seguindo o raciocínio visto em Canclini (2006): trata-se de um fragmento de cidadania que confere sentido de pertencimento àqueles que a conquistam, satisfazendo-lhes certas necessidades (mercadológicas). Longe de ser igualitária e acessível a todos, a “cidadania empresarial” seria excludente não apenas por existir para alguns como objeto de consumo e para muitos como espetáculo (conforme atestam os discursos sobre o MEI), mas principalmente por deixar os indivíduos fora do processo decisório sobre o que efetivamente deveria ser uma cidadania empresarial, seus termos, condições e alcances... Ou seja, ao contrário de sua versão moderna, quando a cidadania supostamente significava um caminho democrático de participar nas tomadas de decisão da comunidade em que se está inserido, a atual versão empresarial da cidadania é duplamente excludente: para aqueles que não são capazes de ter acesso a ela e também para os que têm acesso, mas não podem deliberar sobre seu conteúdo ou condições. Ou alguém acredita que um MEI que toma um empréstimo tem alguma voz para opinar sobre os juros ou tarifas bancárias cobrados? Não nos esqueçamos que, ao falar em acesso ao crédito, estamos nos referindo necessariamente ao complexo bancário-financeiro, um dos mais poderosos mecanismos do sistema capitalista e, de acordo com muitos economistas, o principal responsável pela crescente desigualdade social que o mundo enfrenta hoje (DOWBOR, 2017; PIKETTY, 2014).

O capitalismo, porém, é engenhoso em seus argumentos de justificação e legitimação de valores. O alarmante abismo entre os mais ricos e os mais pobres, fato que hoje se manifesta em praticamente todos os países capitalistas do mundo, atualmente se reveste sob os discursos (midiáticos, institucionais, sociais) da “meritocracia”. No atual contexto neoliberal, em que estruturas de protecção social criadas a partir do século XIX e legitimadas no século XX desmoronam, vemos prevalecer uma mentalidade que

privilegia a performance individual e a concorrência interpessoal. Tal perspectiva endossa a meritocracia como um conjunto de valores que refuta privilégios hereditários ou corporativos e que avalia os indivíduos “independentemente de suas trajetórias e biografias sociais” (BARBOSA, 2003, p. 22). Para a antropóloga brasileira Livia Barbosa, tal modo de pensar vem servindo de base à democracia desde a Revolução Francesa. No entanto, há nesse conceito um aspecto perverso, muitas vezes invisível nas análises mais superficiais: desconsidera-se as condições sociais objetivas enfrentadas pelos sujeitos em prol da apreciação da capacidade subjetiva de se destacar dos demais. Dessa forma, segundo Barbosa, o problema não é a avaliação de desempenho por si própria, mas sim a discordância sobre os critérios que mensuram os atributos individuais. Com isso, a meritocracia perde a sua eficiência enquanto mecanismo de combate à discriminação social inquestionável, passando a ser um critério de diferenciação, classificação e exclusão.

Diversos estudos atuais (FREIRE FILHO, 2010, 2011; CASTELLANO, 2018; JORGE, 2020) demonstram como os imaginários contemporâneos de sucesso e de alta performance estão profundamente associados à lógica meritocrática, ou seja, a um conjunto de valores segundo os quais as posições sociais e os ganhos dos mais variados sujeitos devem ser consequências de seus méritos e esforços individuais. Assim como outros objetos anteriormente analisados e que vêm progressivamente sucumbindo à lógica da performance e do mérito, sugiro estarmos diante de mais um caso: o MEI. Trata-se do indivíduo habilitado a performar como empreendedor e que, com mérito e resiliência, tem chances de prosperar, ainda que suas condições objetivas e subjetivas lhes sejam desfavoráveis ao combate mercadológico. Essa versão solitária e capilarizada do empreendedorismo contemporâneo reforça a construção de uma sociedade cada vez mais individualista, na qual até a noção de cidadania se “empresariza”...

Conclusão

O exame de alguns discursos institucionais e midiáticos permitiu perceber que a subjetividade do MEI ali construída está longe de ser específica. Ao contrário, engloba desde os mais excluídos dos brasileiros (como aqueles que dependem do auxílio do Bolsa Família), passando por “batalhadores” que garantem “sua sobrevivência por meio de

muito trabalho e de criatividade” e chegando até os integrantes de uma classe média instruída e com amplo potencial para decidir sobre seus destinos profissionais. Em comum, tais brasileiros teriam, segundo os discursos, o sonho de “tomar as rédeas da vida” e ter o próprio negócio, algo que se torna acessível à grande parte da população com uma nova legislação, através da qual o Estado brasileiro expurga parte de seus pecados e se redime aos olhos do mercado.

Há, no entanto, uma outra característica comum entre os MEIs que não é destacada pelos discursos midiáticos ou institucionais. Trata-se de uma nítida associação desta figura à racionalidade neoliberal, que prevê a privatização das relações e uma guinada individualista na sociedade, valorizando conquistas particulares através do discurso do mérito. Assim, para além de uma inédita faixa tributária e uma nova categoria de atuação mercadológica, o MEI promove e populariza uma renovada acepção de cidadania, a “cidadania empresarial”. Lastreada no fundamento da livre concorrência, a cidadania empresarial – entendida no caso do MEI *não como direitos, mas como possibilidade de acesso* – se torna efetiva apenas para aqueles indivíduos adequados à lógica empresarial, ou seja, para os sujeitos ajustados, corpórea e mentalmente, à racionalidade empreendedora.

Debruçar-nos, ainda que brevemente, sobre algumas diferentes conceituações é um exercício fértil para refletir sobre as moralidades e normatividades que nos regem em cada momento histórico. A versão hodierna da cidadania, ajustada à lógica empresarial, nos indica com bastante clareza a primazia da racionalidade neoliberal e individualista sobre nossos modos de pensar e conceber a nós mesmos enquanto sujeitos. Não se trata de determinar qual “versão da cidadania” é melhor ou pior, nem mesmo de entrar num discurso saudosista, visto que mesmo em sua versão tradicional a cidadania guardava seus problemas. Trata-se de refletir sobre as atuais condições para poder, como afirma Portilho, “participar efetivamente da própria definição desse sistema e [realizar nosso] direito de definir aquilo no qual queremos ser incluídos” (PORTILHO, 2010, 192).

Referências

- ALVES, Lauro Eduardo. Governança e cidadania empresarial. **RAE**, 41(4), 78-86, 2001.
- BARBOSA, Lívia. **Igualdade e meritocracia**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- CASAQUI, Vander. Questões metodológicas para o estudo das vidas narrativizadas: aplicação às narrativas de empreendedores sociais. **Famecos**, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 866-883, 2013a.
- _____. Incorporações e sentidos do consumo em projetos de empreendimentos sociais portugueses: construção de marcas e publicização do espírito do tempo. Livro **Café Intercom**. UFPE, 2013b.
- CASTELLANO, Mayka. **Vencedores e Fracassados: O imperativo do sucesso na cultura da autoajuda**. Curitiba: Editora Appris, 2018.
- DOMINGOS, Guilherme Afif. Batalhadores do Brasil. **Folha de S. Paulo**, p. A3. Recuperado em <https://acervo.folha.com.br/>. Publicado em 17 de junho de 2015.
- DOWBOR, Landislau. **A era do capital improdutivo: Por que oito famílias têm mais riqueza do que metade da população do mundo?**. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.
- EHRENBERG, Alain. **O culto da performance: Da aventura empreendedora à depressão nervosa**. São Paulo: Ideias & Letras, 2010.
- FOUCAULT, Michel. **O nascimento da biopolítica**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008a.
- _____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2008b.
- _____. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2019.
- FREIRE FILHO, João, COELHO, Maria das Graças. (Orgs). **A promoção do capital humano: Mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- FREIRE FILHO, João. (Org.). **Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- GAUTIÉ, Jérôme. Da invenção do desemprego à sua desconstrução. **Revista MANA: Estudos de Antropologia Social**. 4 (2), 67-83, 1998.
- GOMES, Helton Simões. Empreendedor individual supera micro e pequenas em dois anos. **Folha de S. Paulo**, p. B6. Recuperado em <https://acervo.folha.com.br/>. Publicado em 03 de agosto de 2012.
- GUTIERREZ, Felipe. Primeiras receitas. **Folha de S. Paulo**, p. EM18 - EM22. Recuperado em <https://acervo.folha.com.br/>. Publicado em 19 de agosto de 2012.
- HACKING, Ian. Making Up People. In: T.L. Heller et al. (Org). **Reconstructing Individualism**. Stanford: Stanford University Press, 1985.
- HOLSTON, James, APPADURAI, Arjun. Cities and Citizenship. **Public Culture**, 8, p. 187-204, 1996.
- JORGE, Marianna Ferreira. **Desempenho tarja preta: Medicalização da vida e espírito empresarial na sociedade contemporânea**. Niterói, RJ: Eduff, 2020.

- MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- MATOS, Patrícia. Férias sem fim ou o fim das férias?: capitalismo flexível, empreendedorismo e o estilo de vida nômade digital. In: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ESPM, 2016.
- PERRIN, Fernanda. Carreira solo. **Folha de S. Paulo**, p. F54-F55. Recuperado em <https://acervo.folha.com.br/>. Publicado em 13 de dezembro de 2015.
- PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.
- PIMENTEL, José. Novo tempo com o Empreendedor Individual. **Folha de S. Paulo**, p. A3. Recuperado em <https://acervo.folha.com.br/>. Publicado em 08 de setembro de 2009.
- PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2010.
- ROXO, Marco; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **Líbero (FACASPER)**, v. 18, p. 123-131, 2015.
- SALGADO, Julia. **Entre solitários e solidários: o empreendedor como trabalhador ideal**. Curitiba: Appris, 2020.
- SALGADO, Julia; JORGE, Marianna Ferreira. “Mãe empreendedora”: entre a promessa de uma subjetividade emergente e a frustração performática. **E-COMPÓS**, Brasília, v. 22, p. 1-19, 2019.
- SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- SEBRAE. **5 anos: Microempreendedor Individual – MEI: um fenômeno de inclusão produtiva**. Brasília, DF: Sebrae, 2015.
- SEBRAE. Caderno do Empreendedor - Informe publicitário. **Folha de S. Paulo**, pp. 1-6. Recuperado em <https://acervo.folha.com.br/>. Publicado em 23 de dezembro de 2009.
- SOUZA, Jessé. **Ralé brasileira: Quem é e como vive**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- _____. **Os batalhadores brasileiros: Nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

Autoras e Autores desta edição

Ana Júlia de Freitas Carrijo
Cíntia Sanmartin Fernandes
Daniela do Carmo Kabengele
Filipe Bordinhão dos Santos
Flavia Magalhães Barroso
Glaíse Bohrer Palma
Julia Salgado
Lara Lima Satler
Laura Roratto Foletto
Lorena Nascimento Monteiro
Lucas Almeida De Melo
Luís Henrique Marques Ribeiro
Luiz Antonio Mousinho Magalhães
Luiz Felipe Zago
Marcus Vinicius de Paula
Micael Herschmann
Sandra Depexe
Sérgio Coutinho dos Santos
Thanise Guerini Atolini
Tissiana Nogueira Pereira
Vanrochris Helbert Vieira
Vera Veiga França
Walcler de Lima Mendes Júnior
Yuji Gushiken



ISSN: 2178-602X

Universidade Federal Fluminense

Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Revista Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 15, n. 1, jan./abr. 2021
