

NOVO SOLH ARES

REVISTA DE ESTUDOS SOBRE PRÁTICAS DE RECEPÇÃO A PRODUTOS MIDIÁTICOS



Volume 2 N. 2

Novos Olhares - ISSN 2238-7714

Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos
Publicação semestral on line do Programa de Pós Graduação em Meios e Processos
Audiovisuais (PPGMPA) da ECA/USP

Vol.2 , n. 2 (2o Semestre de 2013)

Revista surgida em 1997 como publicação impressa com o ISSN 1516-5981. O formato eletrônico e a edição em volume anual com dois números foram adotados em 2012, ano em que a numeração da revista foi reiniciada.

Expediente



Revista de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos: publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais e do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP.

ISSN 2238-7714

Volume 2 – número 2 – 2º semestre de 2013

Editores

Eduardo Vicente – Universidade de São Paulo
Mauro Wilton de Sousa – Universidade de São Paulo

Conselho Científico

Salwa Castelo-Branco – Universidade Nova de Lisboa
Elizabeth Saad – Universidade de São Paulo
Leonardo De Marchi – Universidade Federal do Rio de Janeiro
Marília Franco – Universidade de São Paulo
Mayra Gomes – Universidade de São Paulo
Regina Gomes – Universidade Federal da Bahia
Irineu Guerrini Jr. – Faculdade Cásper Líbero
Claudia Lago – Universidade Anhembi Morumbi
Eduardo Morettin – Universidade de São Paulo
Gilberto Prado – Universidade de São Paulo
Fernando Resende – Universidade Federal Fluminense
Luiz Signates – Universidade Federal de Goiás
Rosana Soares – Universidade de São Paulo
Rafael Venancio – Universidade Federal de Uberlândia

Comissão Editorial

Daniel Gambaro
Evaldo Piccini
Nivaldo Ferraz

Revisão

Mariane Murakami

Editoração Eletrônica e Projeto Gráfico

Lucas Siqueira Cesar

Normas para publicação e condições para o envio de colaborações poderão ser encontradas no site da revista (www.eca.usp.br/novosolhares), que se reserva o direito de aceitar ou não as colaborações enviadas. As opiniões emitidas nessa publicação não expressam necessariamente a posição da revista.

Revista Novos Olhares
Departamento de Cinema, Rádio e TV - ECA
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, prédio 4
Cidade Universitária, São Paulo-SP
CEP: 05508-900
e-mail: novosolhares@usp.br

Sumário

Apresentação

5

A política e a estética em *Lixo Extraordinário*: dano, dissenso e desidentificação

*Angela Cristina Salgueiro Marques
e Gustavo Senna*

6

Aceleração e Transformações: Marcas da Tecnologia Digital para Além da Imagem Cinematográfica

*Liana Gross Furini,
Roberto Tietzmann
e Vanessa Valiati*

18

O Folhetim e a Canção: A Representação do Negro e das Identidades Periféricas na Televisão Brasileira

*Eduardo Vicente
e Rosana Soares*

28

Construindo um conceito neodesenvolvimentista de economia criativa no Brasil: Política cultural na era do novo MinC

Leonardo De Marchi

37

Sites de Redes Sociais e Jornalismo: Explorando a Percepção dos Usuários sobre a Circulação Jornalística no *Twitter* e no *Facebook*

Gabriela da Silva Zago

49

Transmídiação como Ferramenta Estratégica: *Cheias de Charme* Explora uma Nova Forma de Fazer Telenovela

Patricia Biegging

60

Alfred Schütz e a Comunicação: Contribuições Epistemológicas e Conceituais para o Estudo das Interações Sociais

Thales Vilela Lelo

e Lorena Rúbia Pereira Caminhas

72

Lugar Aberto Para os Amigos: A Música Como Construção de Uma Identidade Cultural na Visão do Documentário L.A.P.A (2007)

Pâmela de Bortoli Machado

82

A Construção da Visualidade da Revista *Sesinho*: Codificação e Decodificação em Seis Décadas de História

Silvio Ricardo Demétrio

e Marlene Ferreira Royer

94

O Novo Oeste Americano: As Reconfigurações do *Western* a Partir do Seriado Televisivo *Breaking Bad*

João Eduardo Silva de Araújo

104

Apresentação

O número atual da Novos Olhares - Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos é o quarto de sua nova fase como revista digital e demarca mais uma etapa importante nessa retomada de atividades. Agora hospedada no Portal de Periódicos da USP, a revista teve sua classificação elevada de B3 para B2 na última avaliação Qualis. Como editores da revista, gostaríamos de uma vez mais agradecer o apoio de nosso Conselho Científico, recentemente ampliado, o empenho de nossos pareceristas, o cuidado e dedicação de nossa equipe editorial e, é claro, a confiança e generosidade dos autores aqui publicados.

Temáticas relacionadas ao audiovisual são predominantes em nossa edição atual. Patrícia Biegging discute as bem sucedidas estratégias transmidiáticas utilizadas pelos produtores da telenovela *Cheias de Charme*, da Rede Globo e que ajudaram a garantir o seu enorme sucesso. Também voltados para as telenovelas, Rosana Soares e Eduardo Vicente discutem as formas de representação do negro nessas produções a partir da relação entre suas tramas e as trilhas musicais que as acompanham. João Eduardo Silva de Araújo apresenta a forma pela qual, segundo sua visão, o *western* enquanto gênero ficcional é reconfigurado no seriado televisivo *Breaking Bad*. Angela Marques e Gustavo Senna oferecem, a partir das reflexões do filósofo francês Jacques Rancière, uma análise do documentário *Lixo Extraordinário* (Lucy Walker, 2010). Pamela de Bortoli Machado discute a possibilidade da construção de uma identidade cultural pela música no documentário L.A.P.A (Emílio Domingos e Cavi Borges, 2007), enquanto Tietzmann, Furini e Valiati oferecem uma reflexão sobre as mudanças na produção e no consumo cinematográfico proporcionadas pela digitalidade.

Dedicando-se à discussão das políticas culturais do país, Leonardo de Marchi busca compreender o que há de novo na proposta de fomento da economia criativa formulada recentemente pelo Ministério da Cultura (MinC). E enquanto Thales Vilela Lelo e Lorena Pereira Caminhas discutem as contribuições do filósofo e sociólogo austríaco Alfred Schütz (1899-1959) para os estudos em Comunicação, Gabriela da Silva Zago propõe uma discussão acerca da percepção dos usuários sobre o uso de sites de redes sociais para a circulação jornalística. Já Silvio Ricardo Demétrio e Marlene Ferreira Royer analisam as capas da revista de história em quadrinhos Sesinho e a construção da sua visualidade em épocas distintas.

Um boa leitura a todos.

Os Editores.

A política e a estética em *Lixo Extraordinário*: dano, dissenso e desidentificação¹

Angela Cristina Salgueiro

Marques

Doutora em Comunicação Social pela UFMG. Professora do Programa de Pós-graduação dessa mesma instituição. Pesquisadora do CNPq.

Gustavo Senna

Estudante de Iniciação Científica e graduando do Curso de Comunicação Social da UFMG.

¹ Este trabalho foi realizado com o apoio da Fapemig, do CNPq e da Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais.

Resumo: Este artigo pretende, a partir das reflexões do filósofo Jacques Rancière, construir uma análise para o documentário *Lixo Extraordinário*. Busca-se entender as bases estéticas do conceito de política e percebê-las no documentário. Nosso principal objetivo é ver como se constituem “cenas de dissenso” a partir de algumas ações das personagens, destacando o modo como a criação de cenas polêmicas irrompem em um mundo comum estabelecido, desestabilizando-o. Acreditamos ser possível relacionar a figura dos “sem-parte” com as ações dos catadores de lixo, localizando-os como seres marginalizados capazes de produzir discursos e de iniciar um processo de subjetivação política ao não se identificarem com aquilo que representa ser um catador de lixo. Nesse movimento, explicita-se um dano e procura-se apreender os movimentos dos personagens na busca de uma ruptura com o lugar e nome que lhes foi discursivamente imposto.

Palavras-chave: política; estética; dissenso; catadores; documentário.

Abstract: The aim of this article is to analyze the documentary *Lixo Extraordinário* (Waste Land) using the concepts provided by Jacques Rancière concerning politics and aesthetics. We search to understand the aesthetic basis of the concept of politics and perceive them in the documentary. Our main goal is to show how some actions of the characters can produce "scenes of dissent" highlighting the way the creation of polemical scenes erupt within a common world already established and provoke its destabilization. We believe its possible to relate the concept of "sans part" with the garbage collectors' actions for they are depicted as marginalized people that are capable of produce speeches and give birth to a process of political subjetification. They are political subjects when they cease to identify themselves with the pejorative image associated with the garbage collectors. In this movement, a wrong becomes visible and we try to identify the characters actions that point to a rupture to the name and place imputed on them by discursive means.

Keywords: politics; aesthetics; dissensus; garbage collectors; documentary.

O filósofo francês Jacques Rancière apresenta estudos que apontam uma discussão entre os seres excluídos, seus discursos e o modo como se movimentam e são localizados na comunidade. Em grande parte de sua reflexão, somos apresentados a duas ordens sociais, simbólicas e discursivas antagônicas: a polícia e a política, utilizadas sempre em tensão de forma a nos colocar diante de uma nova forma de ver o mundo, a comunidade e os acontecimentos que nos rodeiam.

A polícia é por ele caracterizada como uma ordem impositiva e hierárquica que estabelece os lugares, normas que prescrevem a nossa realidade, estruturando o que é permitido ou não é, fixando as pessoas em certas posições e definindo o que está ou não à nossa disposição numa determinada situação, no campo da própria percepção (RANCIÈRE, 2010: 82). A ordem da polícia estabelece aqueles que têm parte, que tomam decisões e aqueles que não têm parte, e são subordinados pelos outros. A polícia, enquanto modo consensual de partilha do sensível, define “um corpo coletivo com seus lugares e funções alocados de acordo com competências específicas de grupos e indivíduos” (MARQUES, 2013:128). É a ordem que designa os modos de ser e de dizer, quem faz isto ou aquilo, que define que esta palavra tenha importância e que a outra nem seja percebida. É preciso deixar claro que a polícia não é uma ordem repressora e violenta (nem pode ser confundida com a instituição policial), nos moldes de Michel Foucault, mas ela existe como ordem presente no mundo, como um modo de divisão do sensível, ou seja, do que se pode ver, dizer e fazer.

A ordem da polícia atribui indivíduos a determinadas posições na sociedade e assume que a sua maneira de se comportar e pensar vai seguir a partir de sua posição: de acordo com a ordem policial, a sociedade é composta por grupos dedicados aos modos de ação específicos, de lugares onde estas ocupações são exercidas, de modos de ser correspondentes a essas ocupações e esses lugares (DAVIES, 2010: 82)

Quando Rancière trata da política ele a relaciona com o conceito de estética que, em sua obra, possui uma acepção ligada à criação de cenas de dissenso (ou de desentendimento), nas quais se coloca em jogo a reinvenção de modos de ver, dizer e sentir. Rancière afirma que a política possui uma base estética, que se expressa como recorte ou divisão de tempos, espaços e corpos. A política de base estética lidaria com as definições que estabelecem o que pode ser visto ou não, o que pode ser ouvido ou não – distinguindo entre a palavra e o ruído, além de apontar aquele que pode e aquele que não pode ocupar um lugar no jogo da política vista como forma de experiência (RANCIÈRE, 2009: 16).

Uma forma de romper com a ordem policial, segundo Rancière, é o ato político. A política declara sua existência nas rupturas que provoca em uma situação definida e controlada pela ordem policial e pelo consenso. A política não existe sem a polícia, ambas são faces da mesma moeda e não representam um simples binarismo dicotômico. Para Rancière (2011), a política é vista quando ocorre a reconfiguração do comum por meio do dissenso. Dito de outro modo, a política é uma forma de questionar o consensual, o tido como dado, o inquestionável: ela irrompe diante de olhos acostumados à normalidade (e à normalização) e promove rupturas e transformações. Assim, a política se vale pelo novo, pela quebra de conceitos estabelecidos, de cenas naturais ou comuns, por um questionamento das disposições em que são colocados os sujeitos. A ordem da polícia é desafiada por um momento quando uma perturbação acontece no consenso por ela promovido e alimentado. Na reflexão de Rancière, o gesto político associa-se à ação de “tomar a palavra” desempenhada por aqueles que naturalmente não tem voz, vez e visibilidade; associa-se também ao gesto de promover a constituição do sujeito político através de diferentes modos, ao fazer com que aqueles que são condenados, marginalizados e oprimidos se distanciem do lugar, da imagem e da ocupação que lhes foi imposta. Tais sujeitos são convidados a tornar perceptível sua presença por meio do conflito, do dissenso, do questionamento de uma igualdade pretensamente universal e assegurada por direitos. Segundo o próprio Rancière, “o dissenso é uma divisão inserida no senso comum: uma disputa sobre o que é dado e sobre o enquadramento segundo o qual vemos algo que é dado” (2010: 35). Na política, aquilo que não era sequer ouvido com importância, o barulho e o ruído daqueles que não estão incluídos na comunidade política, passam a receber atenção. Destacam-se nessa ordem a ação política dos oprimidos e excluídos, uma

vez que ela oferece oportunidades comunicativas e expressivas nas quais esses sujeitos têm mais chance de tomar a palavra e de serem considerados. Trata-se, nas palavras de Rancière (1995: 53), de realizar uma partilha do sensível, ou seja, “dar a ver aquilo que não encontrava um lugar para ser visto e permitir escutar como discurso aquilo que só era percebido como ruído”.

A partilha do sensível relaciona-se à existência de um comum e os recortes que definem lugares e partes exclusivas que envolvem espaços, tempos e ocupações, de forma a determinar como, no comum, dá-se a participação de uns e de outros (RANCIÈRE, 2009: 15). O espaço do comum “deve ser pensada em termos de distribuição: distribuição de lugares, de limites, do que está dentro ou fora, do que é central ou periférico, visível ou invisível.” (RANCIÈRE, 2011: 6). Podemos encontrar no pensamento de Rancière duas formas da partilha do sensível que são as já mencionadas polícia e política. A polícia, como vimos, determina os que tomam parte no comum de uma comunidade (RANCIÈRE, 2009: 16). Ou seja, as atividades que cada um exerce definem o que/ou aquele pode se tornar visível ou não, as competências ou incompetências para o comum. A política torna-se concreta quando questiona e reconfigura essa definição de partes, quando desafia

a forma por meio da qual as formas abstratas e arbitrárias de simbolização da hierarquia são concretizadas como percepções dadas, nas quais a destinação social é antecipada pela evidência de um universo perceptivo, por um modo de ser, dizer e ver. Essa distribuição é um certo enquadramento do tempo e do espaço. Ela não diz de representações, mas da experiência sensória, uma forma de partilha do que é perceptível (RANCIÈRE, 2011: 7).

Uma analogia didática pode ser feita tomando o estudo que Rancière realiza sobre os operários franceses na década de 1980. Eles têm posições e funções estabelecidas e tomam parte do comum partilhado de acordo com as características que definem o uso de seu tempo. Trabalham o dia inteiro e supostamente, como indica o regime policial, dedicam-se somente a este fim. Contudo, Rancière revela que os operários transformam o período noturno em um campo de produção ligado à arte, à poesia, à leitura e à escrita. A estética e a política se fazem presentes nessas circunstâncias quando estes trabalhadores se revelam como seres de razão, de discurso e de criatividade. Sua ação política acontece quando esses operários produzem ideias, textos, poemas, discursos, objetos artísticos, etc. fora do âmbito do trabalho, quando se mostram críticos da cidade, das condições de trabalho, quando tomam a palavra, quando causam polêmica (GUIMARÃES, 2013).

No caso citado, a política configura-se como ação do proletariado para demonstrar a sua capacidade de existir para além das definições impostas pela ordem policial. A política faz com que o pretense barulho desses operários seja ouvido como um discurso. Para Truls Lie (2010: 85), a política ocorre quando “aqueles que não estão incluídos, aqueles que não estão autorizados a participar das tomadas de decisões (...) rompem com o sistema consensual da ordem policial e se impõem como visíveis e falantes.” O operário, em ato político, intervém nas cenas comuns e traz à luz o sujeito imprevisível, promovendo a aproximação – sempre tensa – entre mundos e indivíduos em comunidade. “A natureza estética da política não se relaciona à política como um único mundo específico, mas como um mundo conflitivo: não um mundo de interesses ou de valores que competem entre si, mas um mundo de mundos que se enfrentam” (RANCIÈRE, 2011:7).

Podemos ver exemplos dessa configuração estética da política em variados objetos, como na fotografia e no documentário, desde que esses objetos expressem um gesto de ruptura, de questionamento do consensual e de afirmação de uma cena polêmica como bases para a interpretação de acontecimentos concretos. Nesse sentido, o principal objetivo deste texto é promover uma articulação entre a

abordagem estética da política em Rancière e o documentário *Lixo Extraordinário*, de modo a buscar respostas às seguintes questões: as narrativas audiovisuais também são capazes de fazer emergir a política? Em que circunstâncias? Quais as características que podem ser destacadas no documentário como aquelas que auxiliam na configuração de cenas de dissenso e de processos de desidentificação?

Lixo Extraordinário é um documentário dirigido por Lucy Walker e codirigido por João Jardim e Karen Harley. Foi lançado em 2010 e recebeu muitas premiações. Retrata o trabalho do artista plástico Vik Muniz em um dos maiores aterros sanitários do mundo: Jardim Gramacho, no Rio de Janeiro. Durante dois anos (de 2007 a 2009) a produção do documentário acompanha a relação do artista com os catadores de lixo. Em Jardim Gramacho, ele fotografa um grupo de catadores de materiais recicláveis, com o objetivo de retratá-los em obras de arte que se servem do próprio material coletado pelo grupo. A narrativa nos insere em um mundo estranho, distante, por meio da apresentação desses indivíduos, suas angústias, esperanças e ideias. Dessa relação entre artista e catadores resulta a série de obras “Retratos do Lixo”. O documentário revela a capacidade transformadora da arte na vida dessas personagens. Os catadores de lixo que têm importante papel no desdobrar da narrativa são Tião, Suellen, Magna, Zumbi, Isis, Irmã e Valter. São também eles que se tornam responsáveis por ajudar a desconstruir a imagem pejorativa que lhes é atribuída.

Vik, logo no início do filme, afirma que seu desejo nos seus próximos trabalhos é mudar a vida de um grupo de pessoas utilizando o mesmo material com o qual que elas lidam todos os dias. Resta saber se transformar sujeitos subalternos em sujeitos políticos é algo que pode ser obtido por meio de ações pontuais ou se é um processo que a arte ajuda a construir e desdobrar na medida em que esses sujeitos se distanciam do lugar e do registro que lhes é imposto no seio de uma comunidade. Arte, política e experiência devem ser conjugadas em comum para quebrar/romper com a partilha do tempo que sustenta a sujeição social conduzindo a processos de emancipação e de reconfiguração de um estado de coisas, marcado pela opressão e pelo assujeitamento.

Um olhar para o lixo no documentário

Nos dias de hoje, o lixo apresenta-se como um problema social que adquire forma em discussões, seminários, fóruns nacionais e internacionais. Os resíduos sólidos tornaram-se tema de uma agenda, que coloca em evidência a necessidade de soluções para esse “mal” que hoje ameaça a vida humana. A quantidade cada vez mais crescente de lixo produzido pelo homem faz com que se discuta mundialmente possibilidades de solução, tendo em vista os desdobramentos negativos e as mazelas causadas à sociedade, como doenças, aumento da poluição e ausência de controle no processo de descartagem e coleta dos detritos.

Os aterros pelo Brasil já foram cenário de muitas histórias cinematográficas sobre a relação entre o lixo e sujeitos excluídos. Os documentários *Boca de Lixo* (1994), *Estamira* (2004) e *Lixo Extraordinário* (2010) se utilizaram dessa temática e são notavelmente reconhecidos. Estes documentários mostram a vida de catadores, suas falas e a relação que possuem com os resíduos sólidos, como destacam Santos e Fux, o que caracteriza as subjetividades desses seres é “o lixo, que se faz vestimenta, alimento, casa e filosofia de vida.” (2011: 130). Além disso, esses documentários nacionais, ao conferirem visibilidade a rostos anônimos que se escondem e rejeitam a representação contumaz (a da reportagem de denúncia, por exemplo, em que são reduzidos a vítimas ou a um estigma), fazem com que homens e mulheres que trabalham no lixo sejam alçados a sujeitos de sua experiência e de seu discurso, no campo do documentário (MESQUITA, 2003).

Segundo Mesquita e Saraiva (2012), na negociação entre quem filma e quem é filmado para que haja documentário, o que se negocia, na arena pública instaurada pela câmera, é a própria identidade dos personagens. Os documentários acima citados apresentam as imagens produzidas a seus “donos”, como forma não só de desafiar a lógica da mídia tradicional (que captura as imagens através das lentes estereotipadas e perpetuam narrativas estigmatizantes), mas sobretudo de revelar que as pessoas filmadas não são “unas”, iguais a si mesmas, prontas para o retrato: elas possuem múltiplos nomes, imagens e lugares de fala.

Diante disso, é possível afirmar que o documentário é um tipo de cinema que se dedica ao “real”, a um espaço-tempo que corresponde a ações existentes da sociedade. O documentário, como cita Rancière (2009: 58) “joga com a combinação de diferentes tipos de rastros (entrevistas, rostos significativos, documentos de arquivo, etc.) para propor possibilidades de pensar essa história”. Ele é uma narrativa audiovisual que se utiliza de vestígios que ajudam a construir a relação entre imagem e memória. É uma espécie de filme que faz um “recorte do real”, pois apresenta uma parte da realidade que compõe um fato. Segundo Migliorin (2010), faz-se um documentário porque:

O real está sendo inventado, com imaginação e ficção, porque podemos muito mais do que existe, porque certas palavras ainda circulam sem fazer diferença no mundo, porque os recortes do que é visível e do que é dizível dependem da nossa força de imaginação e de invenção do real. Porque diante da dor do outro não há retake. (MIGLIORIN, 2010: 20).

Em *Lixo Extraordinário* o que está presente é a percepção de Vik Muniz da relação que ele constrói com os catadores. O que ele vê são as mudanças provocadas pelos processos artísticos de criação a partir do lixo. As ações dos catadores no documentário afirmam essas modificações e apontam para a possibilidade de oportunidades de formação de sujeitos políticos.

O documentário tem, segundo Migliorin (2010: 10) “um interesse pelo humano”. Ele se constrói com perspectivas acerca do homem, suas transformações, a mobilização pela palavra, a afirmação da inteligência, entre outros aspectos. No caso estudado, vemos homens comuns, catadores de lixo que tomam parte de alterações no seu cotidiano por meio da arte e se expressam sob o registro da política. Ao abordar o mundo, o documentário tem como atributo um trabalho a contrapelo via quebra de expectativas, já que algo pode se atualizar, um sujeito ordinário se transformar, uma palavra fazer a diferença. Como afirma Migliorin (2010: 17), “o papel do documentário é recolocar esses sujeitos na política, o que não se faz sem escritura, sem tensão e dissenso”. Com o documentário, podemos perceber as rupturas feitas pelo sujeito marginalizado na ordem policial, com novas formas de dizer, ser e ver que criam uma cena polêmica.

Com *Lixo Extraordinário*, pretendemos ver como as habilidades dos catadores de lixo são produtoras da diferença, como os desconhecidos surgem como sujeitos “interessantes”. Conforme percebido por Souza (2006: 31) “ocorre na vida atual uma hierarquização social, em que pessoas são classificadas como mais ou menos, como dignas de nosso apreço ou nosso desprezo”. Os catadores são inferiorizados nessa hierarquização, característica da ordem policial. Contudo, nesse documentário podemos ver como as noções e práticas estabelecidas são quebradas e desafiadas várias vezes por essas personagens.

Dano e Cenas de Dissenso

A formulação de política proposta por Rancière implica que uma cena de dissenso (palco de surgimento da política) é originada da palavra questionadora de indivíduos que, por não terem sido nomeados como parte de uma comunidade,

nomeiam o dano que sofreram e implicam a necessidade de tratá-lo. O dano fundamental/original expressa a falha da ordem social policial em reconhecer a igualdade que deveria existir em todas as partes da comunidade. Esse dano revela que existem partes, parcelas de sujeitos que não são contados ou considerados como pertencentes à comunidade – o que Rancière nomeia de “sem-parte”. Um dano não é uma injúria cometida pontualmente contra um sujeito ou grupo que posteriormente demanda providências ou soluções de reparação. O dano não pode ser reparado, sob pena de exigir a própria extinção da polícia: ele somente pode ser tratado por modos de subjetivação política que reconfiguram o campo da experiência. É importante destacar que o tratamento do dano coloca em movimento o processo de subjetivação política, ou seja, de transformação dos sujeitos em interlocutores dignos de serem considerados, ouvidos e vistos por meio tanto de argumentos lógicos, quanto de formas estético-expressivas que reconfiguram a palavra e a contagem dos sujeitos que importam, que questionam a repartição das partes e o devido reconhecimento das parcelas (RANCIÈRE, 1996).

A figura dos “sem-parte” expressa, então, um modo de subjetivação no qual a verificação de igualdade adquire figura política (RANCIÈRE, 1996: 63). Assim, o conceito de “sem-parte” não designa uma categoria social inferior, uma coleção de membros da comunidade ou mesmo as classes trabalhadoras da população. São menos grupos sociais (negros, pobres, mulheres ou trabalhadores) e mais formas de inscrição que dão a perceber uma conta dos que não são contados. É certo dizer que os grupos sociais nomeiam um dano e articulam ações políticas. Contudo, eles não são os sem-parte. O que eles fazem é, por meio de suas ações, evidenciar que seu modo de pertencimento ao comum de uma comunidade não se produz em condições igualitárias e paritárias, mas aponta para a existência de uma contagem mal feita, que não admitia sujeitos que se colocam fora dos espaços a eles destinados, que inventam e criam outros espaços de ação e que, além disso, existem na fronteira entre esses dois espaços: institucionais e experienciais.

Quem nomeia um dano são os seres considerados desnecessários à atividade política, pois são estes que questionam sua ausência de espaço e de palavra na ordem policial. O tratamento do dano não implica sua resolução, mas que os “sem-parte” tomarão a palavra e ocuparão a cena de visibilidade para colocar em causa a igualdade que pretensamente é assegurada a todos pelos direitos em uma democracia. O tratamento do dano traz de volta o dissenso, colocando em conflito explícito a lógica policial e a ação de verificação da igualdade. Os “sem-parte”, metáfora para os atos que dão a ver aqueles que não são contados como participantes da vida política da comunidade, são comumente associados àqueles que nada têm a oferecer à sociedade. Vimos, contudo, que os “sem-parte” dizem menos dos sujeitos em si e mais das operações simbólicas e das práticas políticas que dão a ver a existência de lógicas que contam as partes e parcelas da comunidade de formas diferentes.

Diante desse horizonte teórico, ao nos colocarmos diante de algumas cenas de *Lixo Extraordinário*, perguntamo-nos sobre a capacidade desse documentário em produzir cenas de dissenso. Empreendemos, então, um movimento de identificação de sujeitos e suas ações, uma vez que essas cenas se constituem à medida que os sujeitos também se constituem como agentes políticos. Temos em uma cena, logo no início do filme, um protesto dos catadores em frente ao prédio do governo municipal de Duque de Caxias. Nessa ocasião, aparece um importante personagem do documentário: Tião Santos, o coordenador da Associação de Catadores Metropolitana de Jardim Gramacho. Nessa cena, o que percebemos é o “barulho” dessas pessoas, uma tentativa de relembrar à prefeitura a existência dessa “ralé” (SOUZA, 2009)² e a necessidade de mudanças e de instituição de direitos para os catadores. Logo em seguida, voltamos a Gramacho numa conversa

² Segundo Souza, fazem parte da ralé aquelas pessoas que “não possuem, em nenhuma dimensão, conhecimento incorporado ao corpo, oferecendo ao mercado o próprio corpo enquanto mero dispêndio de energia muscular” (2009: 161).

entre Tião e Vik. O catador desde o início apresenta-se como um líder da classe e revela-se certo dos objetivos de suas mobilizações. Ele quer mostrar que é possível superar o “não vai dar em nada” e mudar o rumo da história dos catadores. Aqui, é possível ver a encenação do dano fundamental. Os catadores constituem uma “parcela dos sem-parcela” e muitos de seus direitos não são garantidos ou sequer considerados pela ordem policial. O “barulho” dos catadores em frente à prefeitura existe para demonstrar que há uma necessidade de rever a contagem, de promover rupturas em consensos, de promover uma verificação do “estado de coisas” que abrange a vida desses sujeitos. Entendemos que a mobilização dos catadores é uma busca pela verificação de igualdade presumida pelas normas, pela universalidade da lei, mas nunca de fato comprovada.

Nas cenas de dissenso coloca-se em questão a igualdade universal, sendo a política a responsável por criar uma situação comunicativa para construção de novas subjetividades, novas configurações de enunciação e convivência. A política desfigura, faz pensar sobre outras possibilidades de cenário de interlocução, uma vez que é no momento que atores agem, que tomam a palavra e com ela performam mudanças, que um novo contexto é criado, colocando em destaque funções, comunicações e palavras desses que configuram uma ordem de inscrição dissensual chamada de parte dos “sem-parcela”.

De acordo com Guimarães (2010), o sujeito subalterno é representado pelos meios de comunicação predominantemente mostrando “violência espetacularizada e as condições difíceis nas quais os moradores desenvolvem suas táticas de sobrevivência, sem falar dos acontecimentos trágicos a que sucumbem tantas vezes”(GUIMARÃES, 2010: 182). E *Lixo Extraordinário* não foge dessa percepção, pois neste documentário é apresentada a vida miserável dos catadores, a pobreza de suas casas, a sujeira do ambiente de trabalho, os quais tomados juntos com o silenciamento de seus anseios e dores e a invisibilidade de seus corpos e gestos, evidenciam o dano que marca esses que não têm parcela na comunidade.

Desidentificação do catador

A subjetivação política proposta por Rancière diz respeito a um processo em que o “sem-parcela” cria uma cena de dissenso, capaz de romper com uma identidade fixada pelo consenso policial. É a construção de uma identificação transformada que caminha junto com a reconfiguração do campo da experiência, da ação política (RANCIÈRE, 1996).

A lógica da subjetivação política não é jamais a simples afirmação de uma identidade, ela é sempre, ao mesmo tempo, a negação de uma identidade imposta por um outro, fixada pela lógica policial. A polícia deseja nomes exatos, que marquem para as pessoas o lugar que ocupam e o trabalho que devem desempenhar, a política, por sua vez, diz nomes impróprios que apontam uma falha e manifestam um dano (RANCIÈRE, 2004:121).

A subjetivação política desdobra-se em três ações interligadas: 1) demonstração do dano na cena de dissenso; 2) encenação criativa capaz de revelar a natureza poética da política; 3) a ruptura com a identidade fixada pela lógica policial. Podemos perceber essa subjetivação quando Zumbi, outro catador, revela-se como amante dos livros e diz pretender montar uma biblioteca comunitária na favela de Jardim Gramacho com os exemplares descartados pela população. Não é de se esperar que o conhecimento seja literalmente jogado fora, como questiona Tião, mas os livros que vão para o aterro mudam a percepção dos catadores e do que era tratado como comum. Ocorre uma ruptura da imagem que se tinha acerca dos catadores, a percepção de Vik ao tratá-los *a priori* como “rudes” não se sustenta. Percebemos seres instruídos e que são capazes de articular seus pontos

de vista e demandas em discursos. Ver o catador como possível intelectual não seria percebido a princípio como algo possível.

O ato político está presente quando os “sem-parte” alcançam o reconhecimento, quando rompem com as representações usuais que definem espaços, o enunciável, o visível e o discurso inteligível. Ocorre, assim, a produção de “cenas de dissenso”, que são as cenas polêmicas capazes de modificar nossa percepção e nossas atitudes com relação ao ambiente coletivo (MARQUES, 2013). Quando Tião faz um discurso sobre grandes escritores e pintores, quando diz que gosta de Maquiavel, que lê Nietzsche, etc., vemos a política despontar. A dimensão do catador apaga-se por um momento, e mergulhamos na dimensão intelectual do “mundo vivido” de Tião.

Em um momento do filme, começa a ser posto em prática o projeto de Vik Muniz: Tião Santos percebido pelo olhar do artista é um sujeito intelectual e, como tal, o “ser” catador se transforma em uma representação da pintura de David. Tião caracteriza-se como o revolucionário Jean Paul-Marat, utilizando recursos encontrados no próprio aterro, para ser fotografado numa reprodução do quadro *A morte de Marat*.

A cena polêmica está criada. Um ser desconhecido torna-se uma representação de uma importante obra do Neoclassicismo. E assim como Marat, Tião possui um espírito de liderança. No original, as pinceladas dão forma a uma banheira, tecidos e papéis. Na cena sugerida pela conversa entre Tião e Vik, um monte de lixo aparece ao fundo, sacos plásticos tomam o lugar dos papéis e um catador assume o status de personagem principal. Ao assumir, metaforicamente, o lugar do revolucionário Marat, podemos dizer que é posta em prática uma subjetivação política, já que está expressa uma manifestação de afastamento das identidades já dadas de modo a problematizar o próprio lugar que o sujeito ocupa na sociedade. Na composição dessa cena ocorre um deslocamento do catador como dedicado ao lixo, ao desprezível, e vemos uma proximidade do catador com um famoso intelectual. Apesar de Vik Muniz propor a Tião a imitação do quadro, logo depois do artista explicar ao catador quem foi Marat, Tião Santos revela: “Ah! já parece comigo”. O fato de Tião ser intelectual, ler autores que ninguém gosta, como próprio diz, mostra que essa identificação de Tião com o intelectual Marat leva a uma discussão da lógica policial, de seu caráter inquestionável e consensual. “Toda subjetivação é uma desidentificação, o arrancar à naturalidade de um lugar, a abertura de um espaço de sujeito onde qualquer um pode contar-se porque é o espaço de uma contagem dos incontados, do relacionamento entre uma parcela e uma ausência de parcela” (RANCIÈRE, 1996: 48). O fato de Tião identificar-se com Marat conduz a um questionamento do que foi constituído pela polícia, a nova roupagem com a qual Tião se identifica é a manifestação de um afastamento do que era fixado e imposto como natural ou “normal”.

Lixo Extraordinário apresenta-nos outra personagem: Magna, mulher firme que se mostra disposta a falar e a dialogar com Vik. Ela cita situações de sua vida e coloca em questão o significado do trabalho digno. Como ela própria menciona, as pessoas na rua sentem-se incomodadas com seu cheiro após trabalhar, porém ela afirma com convicção que é melhor essa situação do que se “prostituir em Copacabana”. “É um trabalho honesto, sem venda do corpo”. As outras catadoras juntam-se a ela em concordância com esse discurso ao relatarem que seu trabalho é digno, ao não se envolverem com o tráfico de drogas ou com a prostituição. Magna é também a responsável por sustentar um discurso feminista ao dizer que ela, mulher, não está submissa ao homem. Pode-se perceber que as catadoras criam uma desidentificação, por meio da qual expressam uma subjetivação política. Elas produzem uma enunciação que não era percebida ou considerada na lógica policial. Quando usam a linguagem para argumentar, produzem discurso e impelem a reconfiguração do campo da experiência. “Toda subjetivação política é a manifestação de um afastamento” (RANCIÈRE, 1996: 48).

A imagem do catador de lixo no universo policial é caracterizada como inferior, e a voz das catadoras no filme parece quebrar as relações das ordens de palavras e de corpos que colocavam cada um em um lugar. A tomada da palavra pelas catadoras revela que são também detentoras da capacidade de produzir pensamentos racionalmente organizados, de denunciar, de criticar. O interessante é que aqui temos a junção de dois seres, a mulher e o catador de lixo, seres que muitas vezes são cristalizados em um lugar de inferioridade. Na cena, o “duplo sujeito excluído” transforma em argumentos questionáveis toda a definição de funções e parcelas da comunidade feita pela lógica policial. Nesse momento, percebemos que as catadoras “descobrem-se, ao modo da transgressão, como seres falantes, dotados de uma palavra que não exprime simplesmente a necessidade, o sofrimento e o furor, mas manifesta a inteligência.” (RANCIÈRE, 1996: 38). As mulheres catadoras do filme manifestam uma voz, uma parte que se mostra diferente do que geralmente é identificado pela comunidade. Em certas cenas, elas fogem do caráter frágil da mulher: são fortes, trabalham, carregam baldes de lixo. Em outras cenas, vemos essas mulheres como pessoas que têm consciência do modo de vida que possuem, mas que se mostram batalhadoras e que preferem aquela condição a viver de profissões consideradas por elas como indignas.

Em determinado momento de “Lixo Extraordinário”, ocorre uma divisão da narrativa. Do início até a metade do documentário somos apresentados aos personagens, aos catadores, seus modos de ser, viver, suas palavras, seus discursos. Quando Vik Muniz os leva para o atelier, outro momento se instaura, que é a construção das obras com o lixo de Jardim Gramacho. As fotografias que Vik fez dos catadores são projetadas e ampliadas no chão, onde serão dispostos os materiais e posteriormente novamente fotografados. Os catadores contribuem na evolução das obras, distribuindo o lixo e configurando um outro momento de ação dos catadores, que se afastam cada vez mais do nome que lhes é atribuído. O catador torna-se um artista, um contribuinte na elaboração das obras de arte, um parceiro, um cidadão.

O objetivo de Vik Muniz com o projeto é que algo seja revertido para os catadores, algum dinheiro seja devolvido a eles por meio das obras que ajudaram a construir. Que o lixo continue sendo fonte de renda deles, mas de outra forma, em outra cena. Por meio da arte, que imergiu os catadores em um novo ambiente e também os emocionou com suas representações artísticas daquilo que é sua principal fonte de renda, o lixo.

Após contribuírem para a produção das obras de Vik, os catadores já se sentiam envolvidos naquele novo mundo, Isis chega a relatar que “não se vê mais no lixo” e que não quer “voltar para o lixo”, enquanto chora em seu depoimento, desesperada, pediu aos organizadores do projeto para continuar ali, fazendo arte, e até recebendo pouco. Mas o projeto de Vik Muniz tinha um propósito e não pretendia ficar ali por grande tempo. No término, os catadores voltariam para a antiga vida no lixo. Vik e seus colaboradores (não os catadores) chegam a discutir a situação a que estão expostos, “eles esqueceram totalmente de Gramacho. Não querem voltar” como afirma Fábio. As obras de arte de Vik foram responsáveis por apresentar aos catadores um novo estilo de vida e fazer com que se perguntassem até onde toda essa transformação devia ir. Vik é entusiasta ao afirmar que a mudança para os catadores é necessária para ver outra realidade, contribuir para mudar as suas formas de pensar. Vemos uma afirmação política no discurso de Vik, quando expressa a necessidade de provocar uma interrupção, uma ruptura na ordem policial.

Considerações finais

Vimos que Rancière apresenta-nos duas lógicas para enxergar as relações que compõem nosso mundo. Uma ordem que prega o consenso na comunidade e cria dificuldades para ação polêmica, pois possui hierarquias com regras, normas

e leis, e estabelece uma pressuposta igualdade entre os seres. Chamada de polícia, a ordem social que coloca cada um em seu lugar, sem oportunidades de transformações. Porém, o autor também cita uma outra ordem, a política que faz o questionamento desses lugares, das hierarquias e opressões existentes. Uma ordem que surge das brechas das normas policiais. É provocadora, cria o dissenso, e a igualdade é questionada. Para demonstrar todo o movimento político de uma ação, Rancière relaciona os conceitos de dissenso, cena, dano e subjetivação política. A ação política acontece com base nesses conceitos.

Quando Vik, em sua visita a Jardim Gramacho logo no início do filme, afirma que “as pessoas (catadores) batem papo. Não vejo gente deprimida. Parecem orgulhosos do que fazem”. Uma fala que objeta ao que ele diz no início do filme. Ele imaginou pessoas de uma forma e encontrou outra realidade. Tanto que considera que quando está perto dessa realidade o “fator humano é belo” como afirma Fabio. Nessas considerações de Vik Muniz, percebemos que a imagem que se tinha dos catadores era dada pela lógica policial. Mas no momento em que o artista se envolve com os catadores, ele compreende que a noção que tinha não era como imaginava. A ação dos catadores, em sorrir enquanto trabalham, a capacidade de falarem, de se organizarem, contribui para essa abertura em que se mostram como sujeitos que também podem ser contados, que podem ir além. A percepção de Vik Muniz sobre os catadores de lixo modifica-se ao longo do filme, os catadores “sem-parte” contribuem na alteração dessa visão dos mundos. Vik, no começo de seus trabalhos, desejava que o dinheiro que conseguiria com as obras vendidas seria revertido para os catadores de forma a ajudá-los de alguma forma, mas, além disso, o que ocorre é uma transformação nos conceitos que se tinha dos catadores, a mudança ocorre, mas fica evidenciado uma mudança de como eles eram percebidos, com a interação do artista e catadores, foi possível compreender muito mais do mundo onde eles viviam, de seus interesses, de suas subjetividades.

Durante a exibição de *Lixo Extraordinário* somos várias vezes postos a ver o lixo, os caminhões descarregando, o chorume, as labaredas à noite devido ao metano, somos confrontados com o descartável, o dispensável, a matéria, a fonte da arte do projeto. São criadas situações opostas, quando frequentemente vemos imagens do lixão, que desconforta, que impressiona, mas também vemos a arte, a beleza que igualmente impressiona e provoca surpresa. É aquele mesmo lixo desconfortável anterior que é transformado no lixo belo após a conclusão da obra. Da mesma forma, aquelas pessoas excluídas pela lógica policial foram capazes de transformar a sua imagem. Ao mostrarem um dano, podem ser chamadas de sujeitos políticos, pois foram capazes de enunciar injustiças e reconfigurar funções, foram capazes de compor uma identificação que “recompõe as relações entre os modos de fazer, os modos de ser e os modos do dizer que definem a organização sensível da comunidade” (RANCIÈRE, 1996: 52).

Nos minutos iniciais do documentário, Vik Muniz é o entrevistado no *Programa do Jô*, *talk-show* da Rede Globo, mas quando chega o final de *Lixo Extraordinário* é o catador Tião Santos o entrevistado do programa. O sucesso de seu quadro, em um leilão em Londres, é o motivo de sua presença. O artista antes do processo era a “estrela” do programa, mas quando Tião se envolve com Vik, se declara líder da Associação de Catadores de Jardim Gramacho, e precisamente se mostra dono de um discurso, ele se afirma como sujeito político. É um ser desconhecido que está tendo seu momento de “estrela” na cena. É Tião o aplaudido pelo público no final do filme.

A política em *Lixo Extraordinário* está caracterizada pela ação e pela palavra desses catadores de lixo, que revelaram ser capazes de encenar um dano, de colocar em questão a igualdade na lógica da polícia, criando uma cena de dissenso, que instaura a polêmica e a poética, como quando Tião se apresenta como Marat

na obra de arte de Vik Muniz ou quando os catadores colaboram para realizar as montagens. Assim, esse movimento poético e político dos catadores contribui para tornar possível a percepção, no documentário *Lixo Extraordinário*, do dano, da cena de dissenso e da desidentificação que ajudam a formar a reconfiguração do comum desses “sem-parte”. A política fez-se presente no documentário menos pela construção de discursos de denúncia e reivindicação por justiça, e mais por meio dos jogos de cena, da revelação dos momentos em que os catadores se descolam do serviço inferior que lhes é dado e tomam a palavra, rompem com definições estabelecidas, e mostram-se também competentes a fazer arte.

No documentário, Vik Muniz é um agente que motiva as mudanças nas vidas dos catadores, mas eles próprios revelam-se além daquilo que era “esperado”: não foi somente participar da elaboração de uma obra de arte que os fez descobrirem-se como sujeitos políticos, mas também a sua intelectualidade, suas palavras e sonhos, foram determinantes para alterar imaginários, fabricar novas lentes para olharem para si mesmos e para tornar concretas formas de emancipação e de autonomia. Sabemos que um documentário pode não mudar uma conjuntura desigual e injusta, mas reconfigura a cena da política a partir da experiência particular, inensificando a reflexividade do sujeito filmado e endereçando ao público novos ordenamentos do visível e do dizível. O silêncio nomeado que anteriormente existia se torna ruidoso por um momento, para nos mostrar um devir possível dos catadores, para revelar que ainda que os catadores continuem vivendo em condições semelhantes após o documentário - e que a ordem policial não acate de pronto as irrupções da política, muitas vezes cooptando-as e reduzindo-as a manifestações esporádicas – seus modos de agir, ser e dizer são transformados pela dinâmica intensa de conexões e desconexões entre os nomes e lugares que os definem como sujeitos.

Referências Bibliográficas

GUIMARÃES, Vitor. *A intermitência política no documentário: figurações do hip hop no cinema brasileiro contemporâneo*. n 175. Dissertação- FAFICH, UFMG, Belo Horizonte, 2013.

LIE, Truls. Nossa ordem policial: O que pode ser dito, visto e feito. *Revista Urdimento*. Santa Catarina, v.1, n.15, p.81-90, Outubro de 2010.

WALKER, Lucy; HARLEY, Karen; JARDIM, João. *Lixo Extraordinário*. Reino Unido/Brasil, 2010, 99 min, cor.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Três bases estéticas e comunicacionais da política: cenas de dissenso, criação do comum e modos de resistência. *Revista Contracampo*, v. 26, n.1, ed. Abril, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2012, p.126-145.

_____. Reconfigurações do “comum” e criação de comunidades de partilha: estética e política em Cinco Vezes Favela – agora por nós mesmos. In: *Revista Ipotesi*, Juiz de Fora v.15, n.2, p. 139-150, jul./dez. 2011.

MIGLIORION, César (org). *Ensaio no real: O documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2010.

RANCIÈRE, Jacques. *O desentendimento-política e filosofia*. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: Editora 34, 2009.

_____. *Dissensus: on politics and aesthetics*. Edited and translated by Steven Corcoran. London : Continuum, 2010.

SOUZA, Jessé. *Ralé brasileira: Quem é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

Aceleração e Transformações: Marcas da Tecnologia Digital para Além da Imagem Cinematográfica¹

Liana Gross Furini

Mestranda do PPGCOM da Famescos/PUCRS, mesma universidade em que se formou em Publicidade e Propaganda. Sua pesquisa é na área de pirataria e divulgação *online*.

Roberto Tietzmann

Professor do programa de pós-graduação em comunicação social da PUCRS e orientador das pesquisas. Pesquisa interfaces entre efeitos visuais, montagem, *design* e narrativa cinematográfica.

Vanessa Valiati

Mestranda do programa de pós-graduação em comunicação social da PUCRS e especialista em Economia da Cultura, pela UFRGS. Pesquisa financiamento coletivo de obras audiovisuais.

Resumo: Neste artigo, problematizamos a presença de marcas de mudanças no fazer e consumir cinematográfico proporcionadas pela digitalidade. Discutiremos estas marcas a partir de três pontos da realização cinematográfica: o levantamento de recursos com ênfase no financiamento coletivo de obras por *crowdfunding* que favorece obras à margem dos padrões comerciais; as transformações da digitalidade em imagens na captação e na pós-produção que flexibilizam a mescla de imagens; e a circulação de obras por meios oficiais e extraoficiais que dinamizam o consumo.

Palavras-chave: cinema; tecnologias digitais; internet; *crowdfunding*.

Abstract: In this article, we question the presence of indexes of changes in film making and consumption provided by digital technologies. We will discuss these indexes from three points of film production: fundraising with emphasis on collective financing of contents by crowdfunding that favors movies on the fringe of mainstream patterns; transformations provoked by digitality in images in capture and post-production that facilitate the blending and manipulation of images, and the circulation official and unofficial means that accelerate consumption.

Keywords: cinema; digital technologies; internet; crowdfunding.

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Podemos situar o primeiro movimento do cinema relacionado a características industriais o fato de tanto os irmãos Lumière serem herdeiros de uma próspera empresa de material fotográfico, como pontua Mannoni (2003), quanto Edison ser um multifacetado inventor e empresário norte-americano com mais de duas décadas de inventos incluindo melhorias no telégrafo e o fonógrafo, conforme Musser (1994).

Introdução

Tradicionalmente o cinema se afirmou como um meio que negociou contradições; entre seus aspectos industriais² e aspirações artísticas; entre o uso da tela como janela para um cotidiano ou como a expressão do surreal e do fantástico; a mimese da natureza e a síntese da fantasia. Situada entre todas estas fronteiras residia a película fotossensível, principal diferencial tecnológico da captação, edição e distribuição de imagens em movimento nas primeiras décadas do meio. A ideia que a arte e o negócio do cinema seriam vinculados exclusivamente a este suporte entra em crise a partir da consolidação da televisão na década de 1950 e chega a um ponto crítico com a percepção da crescente digitalização das imagens, meios e suas ferramentas pelas plateias, críticos e acadêmicos nos últimos vinte anos.

Segundo Negroponte (1995) o conceito sumário de digitalização é a tradução de átomos para *bits*, ou seja, o deslocamento de registros feitos em um suporte material para espaços imateriais de informação. Santaella (2007: 301) define *bit* como "o menor elemento atômico no DNA da informação", uma dupla metáfora que recupera a noção de que há um conceito indivisível (análogo ao átomo) e estruturante (como o DNA). Como consequência da desmaterialização dos suportes de informação é facilitada a manipulação dos conteúdos assim registrados, uma

ideia amparada por Lessig (2008) e Santaella (2007), entre outros. Usamos neste texto o termo "digitalidade" para denominar de maneira ampla as modificações provocadas pelo uso destas tecnologias no cotidiano de realização e análise de cinema.

³ As primeiras imagens digitais foram amplamente difundidas a partir de meados da década de 1960, vinculadas à transmissão de dados de sondas espaciais conforme de acordo com Gaskell (2003), ferramentas para fazer o *replay* de trechos de eventos esportivos conforme Owens (2007).

⁴ A partir de meados da década de 1960 já surgiram diversas animações experimentais de caráter não figurativo como pontua Youngblood (1970).

⁵ A história do cinema enquanto negócio sempre dependeu de apostas em filmes que resultassem em risco financeiro e retorno espetacular é traçada por Block & Wilson (2010) e se estende dos primeiros dias aos meados do século XXI.

Embora a entrada de tecnologias digitais nas imagens em movimento tenha se originado às margens³ do circuito de produção e de exibição do cinema, elas são percebidas em filmes de longa-metragem⁴ a partir do princípio da década de 1970 como suporte a efeitos visuais, primeiro em títulos de ficção científica como *Westworld - Onde Ninguém tem Alma* (Crichton, 1973) e *Guerra Nas Estrelas* (Lucas, 1977). Desde o princípio, portanto, a digitalidade nas telas é percebida a partir de um binômio que sugere, de um lado, a presença de ferramentas distintas das convencionais e, de outro, mudanças sensíveis naquilo que a imagem oferece ao espectador.

Embora o alinhamento entre capital, tecnologia e espetáculo continue vigente no cinema de grande orçamento contemporâneo⁵, neste artigo questionamos a presença mais ampla de transformações proporcionadas pela digitalidade no fazer e no consumir cinematográfico em um panorama tensionado e potencializado pelas redes sociais em meios digitais. Entendemos aqui que conceitos como a inteligência coletiva de Lévy (1998) e o caráter massivo sublinhado por Surowiecki (2006), Jenkins (2009) e Braet e Spek (2010) apontam para a descentralização e a dissociação das estruturas tradicionais de realização de obras cinematográficas de forma complementar às práticas já existentes.

Discutiremos as marcas desta digitalidade de maneira não exaustiva a partir de três ângulos situados em diferentes momentos da realização cinematográfica: o levantamento de recursos para um filme com ênfase no financiamento coletivo de obras por *crowdfunding*; as transformações da digitalidade em imagens na captação e na pós-produção; e a circulação de obras por meios oficiais e extraoficiais, costumeiramente rotulados de pirataria. Como objeto, escolhemos obras realizadas na última década, em que estas práticas inovadoras dialogam com os espaços tradicionais evidenciando tanto a ruptura quanto a continuidade.

Crowdfunding: financiamento coletivo e descentralização da produção

No que diz respeito ao financiamento, a consolidação da digitalidade trouxe complementações significativas para a produção cinematográfica⁶. Braet e Spek (2010) apontam quatro principais características da cadeia produtiva do cinema tradicional que são desconstruídas com a inovação trazida pelas redes digitais: custo elevado, que evita a participação dos não-profissionais; conteúdo entregue de forma cronológica, ao lado de uma cadeia de distribuição vertical; o consumo em pontos específicos (TV, cinema, DVD); e o conteúdo vendido em pacotes únicos (não se pode optar por diferentes filmes simultaneamente).

Ao invés da dependência de uma estrutura rígida, vinculada a produtoras estabelecidas, cujo financiamento era proveniente de grandes patrocinadores e de leis de incentivo, é possível detectar um movimento em prol da produção independente com a participação da audiência. O fato, por si só, não configura um fenômeno inédito – sempre houve cineastas à margem das grandes produções e orçamentos – mas sim, novos modos de produção facilitados pela inclusão tecnológica e pelo crescimento das redes conectadas.

O financiamento coletivo, ou *crowdfunding*, está inserido neste contexto de ruptura e transformação e tem sido uma alternativa viável para o financiamento de produtos culturais. Filmes, séries, vídeos, shows e uma variada lista de produtos são financiados com o apoio da multidão. Na prática, o sistema funciona da seguinte maneira: o realizador define o projeto, estipula o valor, as contrapartidas (recompensas aos doadores), o prazo limite, cadastra em um

⁶ Entendemos produção como a atividade de planejamento e gestão do filme e seus diversos recursos.

site específico e fica responsável pela divulgação entre a sua rede de possíveis colaboradores. Caso o valor não seja atingido no prazo estipulado, o projeto não é financiado e o dinheiro retorna aos colaboradores. Se atingir ou ultrapassar a meta, o inheiro é repassado e o projeto realizado. Os sites mantêm-se com a cobrança de uma porcentagem sobre o valor total do projeto.

O modelo consolidou-se a partir de 2009, quando a plataforma *Kickstarter* foi lançada nos Estados Unidos. Atualmente, a plataforma tornou-se a referência mundial no assunto e já movimentou mais de US\$ 600 milhões. Na área audiovisual, ajudou a captar recursos para 14 filmes⁷ que foram exibidos no *Sundance Festival*. Recentemente, o curta-metragem *Inocente*, financiado por meio do site foi ganhador do Oscar na categoria documentário de curta-metragem⁸.

⁷ A relação dos filmes disponível em: <<http://www.kickstarter.com/blog/kickstarter-at-sundance-2010-14-films-and-counting>>. Acesso em 10 out. 2012.

⁸ O curta-metragem está disponível em: <<http://inocentedoc.com>>. Acesso em 26 mai. 2013.

O projeto do *Kickstarter* que obteve a maior arrecadação (mais de US\$ 5 milhões) foi *Veronica Mars Movie Project*, filme baseado em uma série americana cancelada depois de três temporadas e que deixou muitos fãs à espera de um final. Depois do sucesso alcançado via *crowdfunding*, a Warner Bros resolveu apoiar o projeto, garantindo sua execução. Outro filme que consta dentre os maiores arrecadadores (US\$ 3 milhões) é o *Wish I was here*, em que o ator Zach Braff estreia como diretor.

Roteiros inusitados, que não encontrariam espaço nas *majors* também se beneficiam com o modelo. Como é o caso do filme *Iron Sky*, coprodução finlandesa, australiana e alemã, dirigida por Timo Vuorensola, uma ficção científica sobre nazistas escondidos no lado oculto da lua que buscam vingança décadas após o final da Segunda Guerra Mundial. A ficção científica destaca-se por aliar o uso do *crowdfunding* em várias plataformas a outras formas de financiamento, como fundos de apoio tradicionais, investidores privados (*crowd invest*) e *merchandising* de produtos vinculados ao filme, arrecadando mais de € 6 milhões.

⁹ Disponível em <www.catarse.me>. Acesso em 1 abr. 2012.

¹⁰ Disponível em <<http://catarse.me/pt/projects/459-belo-monte-anuncio-de-uma-guerra>>. Acesso em 17 ago. 2012.

¹¹ Disponível em <<http://catarse.me/pt/dominiopublico#about>>. Acesso em 02 dez. 2012.

Inspirado na iniciativa do americano *Kickstarter*, a plataforma brasileira Catarse⁹ também tem impulsionado o financiamento de filmes, em sua maioria de baixo orçamento. Em 2011, o documentário *Belo Monte - Anúncio de uma Guerra*¹⁰, do diretor Andre D`Elia, sobre a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, gerou mais de R\$ 140 mil em dois meses, revertidos para a sua finalização. Outra iniciativa que podemos inserir no mesmo contexto é o projeto *Domínio Público*¹¹. O filme está sendo realizado há cerca de um ano e pretende investigar para onde está indo o dinheiro investido para a Copa do Mundo e Olimpíadas do Rio de Janeiro, além de mostrar, como uma das consequências da corrupção, a remoção dos moradores de favelas pacificadas, agora consideradas áreas de interesse imobiliário, para zonas afastadas e sob domínio de milícias. O documentário baseia-se também em depoimentos dos deputados Marcelo Freixo e Romário. O valor solicitado por meio de *crowdfunding* foi de mais R\$ 90 mil e o arrecadado atingiu mais de R\$ 106 mil.

Pode-se perceber que os processos abordados até aqui valem-se de mecanismos coletivos amparados por uma rede de colaboração que, de acordo com Benkler (2006), é fundamentada na produção da informação (finanças, *softwares*, ciência), cultura (filmes, música) e manipulação de símbolos (publicidade, marcas), e permite uma maior participação do consumidor.

No entanto, Felinto (2012) ressalta os problemas estruturais que afligem as plataformas de financiamento colaborativo, como a falta de transparência ou os percentuais cobrados pelo serviço a cada doação, mas lembra que isso não invalida a aplicação de uma lógica do compartilhamento para as ideias que não têm apoio do grande capital. “De todo modo, o *crowdfunding* corresponde àquilo que parece ser um legítimo anseio de um público que já não parece se contentar com o simples consumo de produtos midiáticos sobre os quais ele não possui nenhuma ingerência” (FELINTO, 2012: 137).

Sorensen (2012) conclui, em estudo comparativo entre os documentários financiados pela televisão pública no Reino Unido e os financiados por meio do *crowdfunding*, que apesar das inovações, a mídia tradicional ainda tem grande influência sobre os projetos realizados. O nome, marcas de referência, a distribuição nos canais de TV e festivais ainda determinam o que vai ser produzido. É o que se pode perceber nos casos de maior arrecadação de valor supracitados. A série, o filme dirigido por um autor conhecido ou ainda, no caso brasileiro, o contexto no qual as campanhas são lançadas têm grande influência sobre a decisão dos doadores, ou seja "o capital cultural de produtores e usuários também contribui para a manutenção de velhas hegemonias e hierarquias de gosto" (SORENSEN, 2012: 730).

Portanto, como explicam Braet e Spek (2010), é importante considerar a relação do contexto geral e as características de cada filme em particular. A internet alterou a cadeia produtiva do cinema, que antes era linear e agora é modular, de modo que o conteúdo passa a ser consumido em dispositivos variados, sem o controle dos proprietários e distribuidores. Os autores ressaltam que ainda assim, no caso dos cineastas independentes, que empregam inúmeras estratégias combinadas para obter os recursos necessários, a atenção dispensada pelos críticos e a participação em festivais ainda são imprescindíveis para o sucesso. No caso do *crowdfunding* especificamente, Braet e Spek (2010) apontam para o seu uso no cinema como forma de financiamento secundário, um critério para medir a popularidade do projeto em seleções de projetos para prêmios ou incentivos culturais.

Digitalidade na superfície da imagem: as sínteses e o transbordamento do cotidiano

Abordar a presença da digitalidade na superfície de imagens audiovisuais é algo complexo, dada a variedade de ocasiões em que esta relação se estabelece. Aqui destacamos três linhas para a discussão, relacionadas à captação, à pós-produção e à participação em massa de produtores contemporâneos. É constante a ideia de substituição de ferramentas e processos ao longo de todas as instâncias, uma marca trazida ao cinema por sua base industrial e tecnológica no qual uma parte do processo – as máquinas – pode ser modificada por necessidade ou por desejo; no entanto, o fator humano, aqui relacionado com a expressividade criativa e a ambição artística, não opera da mesma maneira.

É possível falar de tecnologias digitais no cinema primeiro considerando um conceito simples: estariam em lugar de ferramentas e rotinas de trabalho já existentes. Nesta linha, situa-se o digital como uma tecnologia de registro da imagem que substitui alguma convenção técnica pregressa. A discussão desta linha corre o risco de permanecer no óbvio de uma cronologia de especificações técnicas dos equipamentos e costuma ser pautada por comparações centradas no custo-benefício, em que o gasto agregado da realização em película é comparado com a maior agilidade no set de câmeras digitais, o que resulta em menos despesas e uma maior viabilidade de execução dos filmes¹². Frente às afirmativas do custo-benefício que estão alinhadas com as ideias de razão tecnológica de Marcuse (1998), ater-se à película fora do cinema de grande orçamento revela-se apenas uma afirmação de resistência de nicho alinhada à cultura retrô mapeada por Guffey (2006).

A maioria dos projetos de *crowdfunding* citados no segmento anterior deste texto viabilizam-se também por conta desta relação positiva de custo-benefício, favorável ao pequeno realizador. O questionamento neste caso se deslocaria: quais marcas esta imagem financiada coletivamente e digital traz? Para qual cotidiano é aberta essa janela? Em uma observação preliminar é possível afirmar que projetos de documentário predominam no cenário brasileiro, um movimento que destaca o valor cultural presente fora da ideia de produção ficcional tradicional em estúdio.

¹² O uso de ferramentas digitais é amplamente recomendado em manuais ou guias de produção dedicado a realizadores como Clark e Spohr (2002), Clevé (1999), Honthamer (2001) pelos mesmos motivos: menores custos e maior agilidade, o que abriria mais espaço para filmes que corresse mais riscos criativos, uma ideia legitimada perante o senso comum a partir de movimentos como o Dogma 95.

Uma segunda linha do diálogo entre cinema e digitalidade a aponta como um facilitador da manipulação da imagem para processamento com caráter expressivo, estético ou de efeitos visuais. Embora esta linha se sobreponha à primeira no caráter de substituição, traz algo essencialmente novo: considerar o digital como capaz de potencializar a pós-produção para além do que fora formulado com as reflexões sobre a montagem de Eisenstein (2002) que fundamentam a compreensão sobre o tema na área. Nesta linha, a pós-produção pode ser entendida como algo criativo não apenas no tensionamento provocado pelo choque ou pela continuidade entre os planos e em sua relação com a trilha musical – como afirmava o pensamento tradicional da montagem –, mas também como uma prática criadora interna ao quadro capaz de borrar os limites ontológicos dados pela origem das imagens em que a captação com câmeras seja mesclada com elementos gráficos e animações de maneiras não convencionais¹³.

¹³ Entendemos como *convencional* aqui a mescla de imagens ontologicamente distintas (captadas com câmera e elenco, ilustrações, animações, etc.) que busca se passar despercebida, o discurso fundamental dos efeitos visuais. Além desta convenção está a mescla onde é possível perceber as emendas e as diferenças entre os elementos reunidos na imagem.

Um exemplo desta apropriação digital que expande um repertório de linguagem audiovisual pode ser observado no renovado uso de *split screen* (tela dividida) como uma forma de diagramação expressiva, como em *The Tracey Fragments* (McDonald, 2007), em que a perturbação mental da protagonista é proporcional ao número de janelas irregulares abertas na tela — tentando dar conta de um mundo complexo e contraditório onde apenas uma imagem única não mais o representa. Outro exemplo são as vinhetas internas ao filme *OSS 117 – Rio Ne Répond Plus* (Hazanavicius, 2009) em que o fracionamento da tela em dezenas de pequenas janelas seria inviável com ferramentas pré-digitais, por conta da deterioração da imagem que o processo traria.

Uma crítica às duas primeiras linhas é que elas podem operar apenas como uma aceleração dos processos já constituídos previamente no cinema. Câmeras que permitem fazer filmes mais rapidamente e com menos riscos financeiros para seus produtores estão presentes desde a difusão da bitola de 16mm, a partir de sua apropriação por cinejornalismo na década de 1930. Uma manipulação mais intensa das imagens em pós-produção permitiria uma tradução mais fiel do imaginário dos realizadores para as telas, mas é difícil afirmar que os pioneiros dos efeitos visuais como Georges Méliès não tivessem alcançado este objetivo no início do século XX. É fácil perder de vista a capacidade de disrupção dos processos que é trazida pela digitalidade e apenas se conformar com sua dinamização.

A disrupção das práticas anteriores surge em uma terceira linha, caracterizada pela ubiquidade de câmeras digitais nas mãos de incontáveis indivíduos que as apontam para seu cotidiano de forma pouco sistematizada e em grande parte por fora das convenções de bem fazer cinematográfico, um movimento explorado entre outros por Tietzmann e Rossini (2012). Marcados pela brevidade e pela denotação de uma experiência a partir do registro da imagem, vídeos publicados *online* têm surgido em abundância e desafiado as classificações de gênero e de gosto previamente estabelecidas, um problema de análise expressado em uma postagem no *blog* brasileiro do *YouTube*:

Hoje 72 horas de vídeo são subidas no site por minuto. Como tantas crianças de 7 anos ao redor do mundo, nós estamos crescendo tão rápido! Em outras palavras, a cada minuto vocês agora fazem o upload do equivalente a três dias inteiros em vídeo, em vez de dois (YOUTUBE, 2012)¹⁴.

¹⁴ Disponível em <<http://youtubebrblog.blogspot.com.br/2012/05/o-youtube-esta-fazendo-7-anos-e-voces.html>>. Acesso em 05 Jul. 2013.

Este movimento guarda contornos de *multidão*, dialoga com os fatores elencados por Braet e Spek (2010) e está à margem do cinema como o conhecemos, embora em muitos sentidos seu conteúdo releia as convenções dos primeiros anos do meio em que o registro do cotidiano e a busca em espaços privados por algo que possa receber atenção pública mobiliza os realizadores improvisados de maneira desapegada de um domínio da representação ou da busca de uma qualidade técnica da imagem.

É possível identificar uma linha de continuidade entre a *Saída da fábrica* ou o *Desjejum do bebê* dos irmãos Lumière com tais vídeos postados *online*. Tanto em Lyon nos finais do século XIX quanto *online* hoje há uma ideia de *preparar-se para ser filmado*. Vídeos familiares com mais de 530 milhões de visualizações desde 2007 como *Charlie bit my finger – again!*¹⁵ – no qual os irmãos ingleses Charlie e Harry estão sentados e durante um plano sem cortes o bebê morde o dedo do irmão mais velho – sublinham a face do audiovisual feito pela multidão: emana do cotidiano, redescobrimo uma ideia de realismo da imagem na simplicidade da captação. Embora tais vídeos de bebês, cães e gatos não sejam idênticos ao cinema narrativo quanto à sua constituição, são contaminados por ele nas transformações dos códigos de representação do que seria realidade nas telas.

O volume de material em vídeo produzido, postado e circulado *online* também destaca a ubiquidade de computadores pessoais, de dispositivos móveis e de conexão em rede, nos quais a linha que separa produtor de consumidor é borrada, o que favorece a esta multidão tanto fazer circular uma produção quanto consumir conteúdos alheios, tema do próximo segmento deste texto.

Circulação do cinema para além dos meios tradicionais

Inseridas em um panorama pré-existente em que filmes já eram entregues aos seus espectadores por diversos meios como o cinema em sala, a televisão aberta, por assinatura e o vídeo doméstico, as tecnologias digitais ampliaram o acesso à produção cinematográfica. Segundo Barone (2008: 06), essas tecnologias "estão possibilitando a ampliação da circulação, inclusive comercial, do produto cinematográfico em outros suportes". Em paralelo aos canais oficiais também tem se tornado evidente com a digitalidade a presença da pirataria, a apropriação não autorizada de produtos ou serviços que estejam sob resguardo de direitos autorais. No contexto cinematográfico, é definida por Segrave (2003) como o uso ou a reprodução e distribuição não autorizada de um filme.

No panorama de distribuição e exibição anterior às tecnologias digitais, consolidara-se uma hierarquia de janelas de exibição, usualmente reservando a estreia para as salas de cinema e o final do processo nas reprises da televisão aberta e no vídeo doméstico. Este trajeto era análogo à resolução de imagem oferecida em cada meio, sendo a exibição em sala com uma película 35mm o *standard* profissional entendido como referência do meio, enquanto a entrega doméstica era considerada sua versão mais pobre. Depois da consolidação da indústria cinematográfica nas primeiras décadas do século XX¹⁶, a circulação de cópias piratas de filmes foi reduzida significativamente.

As cópias não autorizadas tornaram-se uma questão presente a partir da consolidação do vídeo doméstico com a bitola VHS, primeiro suporte de vídeo usado para a revenda de filmes a partir de 1977, segundo Wasser (2001). A possibilidade de gravar programas da televisão e de duplicar filmes pré-gravados semeou a noção de que estas cópias não seriam pirataria – uma palavra investida de conotações negativas e jurídicas –, mas uma possibilidade de diálogo e trocas não-comerciais entre indivíduos, grupos e fãs. Essencialmente, essas práticas de duplicação analógica poderiam ser entendidas como um direito de uso, um movimento encarado como perda de receitas pelas empresas do ramo. Esse debate só aumentou com a difusão dos computadores pessoais na década de 1980 que, a partir da década seguinte, passaram a ter sua capacidade de armazenamento e de processamento de conteúdos multimídia constantemente melhorados. Para completar o cenário, a penetração de internet em banda larga, ao longo da primeira década do século XXI, criou condições para a aceitação de plataformas de vídeo *online*.

Atualmente, no Brasil são mais de 80 milhões de internautas (AGUIARI, 2012), um número que cresceu 1.484,9% de 2000 a 2011 (INTERNET WORLD STATS,

¹⁵ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=_OBlgSz8sSM&feature=youtu.be>. Acesso em: 05 Jul. 2013.

¹⁶ Cópias não autorizadas foram responsáveis indiretas pela preservação de versões de filmes como *Viagem à Lua* (do original *Voyage Dans La Lune*), filme de 1902 de Georges Méliès, quando companhias concorrentes duplicavam sem licença as cópias (DECHERNEY, 2012). O catálogo dos mais de 500 filmes de Méliès só foi sendo preenchido à medida que seus filmes, que haviam sido pirateados, foram encontrados.

2012). Estes usuários, conforme Aguiari (2012), em sua maioria (45%) tem acesso à rede em velocidades que variam de 512 Kbps a 2 Mbps, seguidos por 2 a 8 Mbps (27% dos usuários), um limiar de velocidade que pode não oferecer a experiência para consumo de vídeo *online* que tornaria esses usuários capazes de substituir a televisão por completo, mas que dá a eles acesso a um vasto universo de produtos audiovisuais *online*. Esses dados nos mostram que a circulação de material por meios paralelos, mesmo que não substitua completamente a circulação por meios tradicionais, levanta a possibilidade de muitas pessoas terem acesso às obras.

A internet possibilitou o aumento desse leque de exibição oficial, como canais de aluguel de filme, tais como *Blockbuster*, *Netflix*, *Sunday TV*, *Globo TV+*, e canais de exibição de vídeos, como o *Vimeo* e o *YouTube*¹⁷. A internet possibilitou também o aumento das vendas diretas de mídia física, através da possibilidade do *e-commerce*.

Além desses canais, que complementam a comercialização dos filmes, existem também muitos outros que ampliam a circulação dessas obras, todavia, de forma não oficial. Dentre estes, podemos citar a venda de videocassete, DVD e *Blu-Ray* piratas, *download* através de sites de *torrent*, sites de *download* direto ou *blogs* que fazem curadoria desses conteúdos e sites de visualização de vídeos. A subversão do digital constrói-se justamente em suas capacidades de ser um grande meio de armazenamento, tradução, transmissão e transformação de praticamente qualquer informação passível de ser registrada. De acordo com Lessig (2008) e Castells (2003), a internet foi desenvolvida através de uma estrutura aberta e de livre acesso, estimulando a colaboração entre os usuários e interpretando qualquer tipo de censura como obstáculo técnico.

Tomamos como exemplo de circulação que foi estendida através da digitalidade o filme *The Croods* (2013), dos diretores Kirk de Micco e Chris Sanders. O filme foi escolhido por estar entre os que tiveram mais legendas baixadas no site *Open Subtitles*¹⁸. A animação foi produzida pela *DreamWorks Animation* e, segundo o *Internet Movie Database - IMDB* (2013), chegou aos cinemas americanos em 22 de março de 2013. Durante a sua primeira semana de exibição, o filme esteve em 4.046 salas de cinema dos Estados Unidos. Já na última semana cadastrada no site *IMDB* – de 30 de junho a 06 de julho do decorrente ano – o filme esteve em 307 salas no mesmo país, diminuindo consideravelmente o número de espectadores.

O fato de estar sendo exibido em menos salas dificulta o acesso das pessoas ao filme, o que conseqüentemente, leva a uma grande diminuição do número de espectadores. Em contrapartida, o filme tem a possibilidade de continuar em circulação por tempo indeterminado através dos canais de circulação citados anteriormente.

Em uma busca pelo filme através dos canais não-oficiais de distribuição na internet, encontramos vários resultados. No site *Torrentz.eu*, obtivemos 118 resultados para o filme, sendo que o primeiro foi publicado há três meses, ou seja, bem próximo ao lançamento do filme nos cinemas. Já no site *The Pirate Bay* encontramos 89 resultados, sendo o primeiro publicado em 23 de março de 2013, apenas um dia depois do seu lançamento nos cinemas. Essas datas e o grande número de resultados é um grande indício de que o filme foi bastante exibido nas primeiras semanas do lançamento e nos mostra que a obra tem muitas chances de continuar em circulação através da internet mesmo depois de sair dos cinemas.

Considerações finais

Os autores deste texto entendem que ainda não há uma compreensão ampla das marcas da digitalidade em todo o escopo da realização audiovisual específica ao cinema. Elas seguramente são mais profundas e multifacetadas do que esta breve reflexão consegue dar conta. De maneira geral, há marcas da digitalidade

¹⁷ Em 2009, o *YouTube* anunciou que começaria a exibir filmes e programas de televisão, disponibilizados pelas próprias emissoras e produtoras (*YouTube Official Blog*, 2009).

¹⁸ Disponível em <<http://www.opensubtitles.org>>. Acesso em 08 Jul. 2013.

na aceleração e qualificação de processos pela substituição de equipamentos. Essas mudanças em si não provocam transformações automáticas nos conteúdos, uma vez que é possível acoplar tecnologias digitais a rotinas já estabelecidas. Assim, defendemos que a mudança não está dada a partir da tecnologia, mas vem da apropriação criativa feita pelos usuários ao negociarem possibilidades percebidas que ainda não foram sistematizadas em convenções de gosto e estilo e que frequentemente são pautadas por relações que se situam à margem do comércio.

Autores como Negroponte (1995) e Lessig (2008) questionam os modelos tradicionais de produção e de distribuição ao afirmarem que a possibilidade de replicação sem perda qualidade a cada geração de cópia corrói o monopólio das estruturas de distribuição previamente estabelecidas. Novos modelos de negócios se adaptam a este panorama, como os serviços de *streaming* de vídeo cujo maior representante é o *Netflix*. Em contrapartida, o aumento do número de canais e de oportunidades para consumir conteúdo audiovisual coloca em xeque os modelos tradicionais de financiamento e de escolha de prioridades por parte das empresas, um vácuo que tende a ser atendido pela pirataria e pela multidão de realizadores improvisados ou em estágios iniciais de profissionalização que ocupam os espaços *online* e desequilibram noções de gosto e questionam a ideia da narrativa como a grande força de atração do audiovisual.

Enfim, o cinema ainda guarda residualmente uma lembrança das práticas e tecnologias que lhe deram forma. Mais do que o cotidiano da realização e pesquisa sobre a área tais memórias se tornaram também imateriais, operando como uma identidade da área em contínua transformação.

Referências Bibliográficas

BARONE, João Guilherme. *Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro*. Porto Alegre: Sessões do Imaginário, 2008.

BLOCK, Alexis Ben; WILSON, Lucy Aubrey. *George Lucas's Blockbusting: A Decade-by-Decade Survey of Timeless Movies Including Untold Secrets of Their Financial and Cultural Success*. New York: It Books, 2010.

BENKLER, Yochai. *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.

BRAET, Olivier; SPEK, Sander. *Crowdfunding the Movies: A Business Analysis to Support Moviemaking in Small Markets*. Proceedings of the 8th international interactive conference on Interactive TV & Video. New York: ACM, 221-228. 2010

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Por uma outra comunicação*. Record: Rio de Janeiro, 2003.

CLARK, Barbara ; SPOHR, Susan J. *Guide to Postproduction for TV and Film: Managing the Process*. Burlington: Focal Press, 2002.

CLEVÉ, Bastian. *Film Production Management*. Boston: Focal Press, 1999.

DECHERNEY, Peter. *Hollywood's Copyright Wars*. New York: Columbia University Press, 2012.

EISENSTEIN, Sergei M. *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

FELINTO, Erick. *Crowdfunding: entre as multidões e as corporações*. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. Ano 9. Vol. 9 n. 26. ESPM. São Paulo. P. 137-150. Nov. 2012.

- GASKELL, Ed. *The Complete Guide to Digital Video*. London: Cengage Learning, 2003.
- GUFFEY, Elizabeth E. *Retro: The Culture of Revival*. Londres: Reaktion Books, 2006.
- HONTHANER, Eve Light. *The Complete Film Production Handbook*. Boston: Focal Press, 2001.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- LESSIG, Lawrence. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: The Penguin Press, 2008.
- LÉVY, Pierre. *A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.
- MANNONI, Laurent. *A Grande Arte da Luz e da Sombra*. São Paulo: Editora Senac & Editora UNESP, 2003.
- MARCUSE, Herbert. Some Social Implications of Modern Technology. In: *Collected Papers of Herbert Marcuse: Technology, War and Fascism, Volume 1*. Londres: Routledge, 1998.
- NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- OWENS, Jim. *Television Sports Production*. Nova Iorque: Focal Press, 2007.
- SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.
- SEGRAVE, Kerry. *Piracy in the Motion Picture Industry*. North Carolina: McFarland, 2003.
- SELONK, Aletéia Patrícia de Almeida. *Distribuição Cinematográfica no Brasil e suas Repercussões Políticas e Sociais – um estudo comparado da distribuição cinematográfica nacional e estrangeira*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- SORENSEN, Inge. *Crowdsourcing and outsourcing: the impact of online funding and distribution on the documentary film industry in the UK*. *Media, Culture & Society*, v..34, n.6. P. 726-743. 2012.
- SUROWIECKI, James. *A sabedoria das multidões*. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- TIETZMANN, Roberto; ROSSINI, Miriam de Souza. De Volta Para o Passado: o audiovisual de acontecimento contemporâneo. In: BENEVENUTO, Álvaro; STEFFEN, César (Orgs.). *Tecnologia, pra quê? Os Impactos dos Dispositivos Tecnológicos no Campo da Comunicação*. Porto Alegre: Armazém Digital, 2012.
- WASSER, Frederick. *Veni, Vidi, Video: The Hollywood Empire and the VCR*. Austin: Texas film and media studies series, 2001.
- YOUNGBLOOD, Gene. *Expanded Cinema*. Nova Iorque: P. Dutton & Co. Inc., 1970.

Referências eletrônicas

- AGUIARI, Vinicius. PNBL e 3G fazem número de brasileiros online chegar a 79,9 milhões. In: *Revista Info*. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-fecha-2011-com-79-9-mi-de-internautas-10042012-29.shl>>. Acesso em: 11 Jul. 2013.
- CATARSE. Disponível em: <www.catarse.me>. Acesso em: 09 Jul. 2013.

IMDB. Internet Movie Data Base. Disponível em <<http://www.imdb.com/>>. Acesso em: 08 Jul. 2013.

INOCENTE. Disponível em <<http://inocentedoc.com/>>. Acesso em: 26 Mai. 2013.

INTERNET World Stats. Internet Users in South America. Miniwatts Marketing Group, 2012. Disponível em <<http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>>. Acesso em: 11 Jul. 2013.

KICKSTARTER. Disponível em <www.kickstarter.com>. Acesso em: 07 Jul. 2013

OPEN Subtitles. Disponível em <<http://www.opensubtitles.org/>>. Acesso em: 08 Jul. 2013.

THE PIRATE Bay. Disponível em <<http://thepiratebay.org/>>. Acesso em: 08 Jul. 2013.

Torrentz.eu. Disponível em <<http://torrentz.eu/>>. Acesso em: 08 Jul. 2013.

YOUTUBE. Disponível em <<http://www.youtube.com/>>. Acesso em: 08 Jul. 2013.

YOUTUBE Official Blog. Watch Shows and Movies on YouTube. Disponível em <<http://youtube-global.blogspot.com.br/2009/04/watch-shows-and-movies-on-youtube.html>>. Acesso em: 11 Jul. 2013.

Filmes citados

BELO MONTE: Anúncio de uma guerra. Direção: André D'Elia. Produção: André D'Elia, Bia Vilela. Intérprete: Raoni. Brasil: Cinedelia, 2012.

GUERRA nas Estrelas (Star Wars). Direção: George Lucas. Produção: Gary Kurtz, George Lucas. Roteiro: George Lucas. Intérpretes: Mark Hamill, Harrison Ford, Carrie Fisher. EUA: Lucasfilm, 1977.

IRON SKY (Deu a Louca nos Nazis). Direção: Timo Vuorensola. Roteiro: Johanna Sinisalo, Jarmo Puskala, Michael Kalesniko, Timo Vuorensola. Intérpretes: Julia Dietze, Christopher Kirby, Götz Otto. USA: Blind Spot Pictures Oy, 27 Films Production, Nwe Holland Pictures, Tuotantoyhtiö Energia, Yleisradio (YLE), 2012.

OS CROODS (The Croods). Direção: Kirk De Micco e Chris Sanders. Produção: Kristine Belson e Jane Hartwell. Roteiro: John Cleese, Chris Sanders e Kirk De Micco. Intérpretes: Nicolas Cage, Emma Stone, Ryan Reynolds. EUA: DreamWorks Animation, 2013.

OSS 117 – Rio não responde mais (OSS 117 – Rio ne répond plus). Direção: Michel Hazanavicius. Produção: Eric Altmayer, Nicolas Altmayer. Roteiro: Jean Bruce, Jean-François Halin, Michel Hazanavicius. Intérpretes: Jean Dujardin, Louise Monot, Rüdiger Vögler. França: Mandarin Films, 2009.

VIAGEM À LUA (Voyage Dans La Lune). Direção: Georges Méliès. Produção: Georges Méliès. Roteiro: Jules Verne, Georges Méliès, H. G. Wells. Intérpretes: Victor André, Bleurette Bernon, Brunnet. França: Star-Film, 1902.

THE TRACEY FRAGMENTS. Direção: Bruce McDonald. Produção: Paul Barkin, Phyllis Laing, Sarah Timmins. Roteiro: Maureen Medved. Intérpretes: Ellen Page, Max McCabe-Lokos. EUA: Téléfilm Canada, Shadow Shows, 2007.

WESTWORLD – Onde ninguém tem alma (Westworld). Direção: Michael Crichton. Produção: Paul N. Lazarus III. Roteiro: Michael Crichton. Intérpretes: Yul Brynner, James Brolin. EUA: MGM, 1976.

O Folhetim e a Canção: A Representação do Negro e das Identidades Periféricas na Televisão Brasileira¹

Eduardo Vicente

Graduado em Música Popular e mestre em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (1996), doutor em Comunicação pela Universidade de São Paulo (2002) e, atualmente, pós-doutorando na School of Media da Birmingham City University (BCU). É professor do Departamento de Cinema, Rádio e TV (CTR) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais (PPGMPA) da mesma instituição.
E-mail: eduvicente@usp.br

Rosana Soares

Doutora em Ciências da Comunicação, professora na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e pós-doutoranda no King's College London (bolsista Fapesp). Autora de *Margens da Comunicação: discurso e mídias*, e de diversos artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais. E-mail: rolima@usp.br

¹ Artigo desenvolvido para o XIII Congresso Internacional Ibercom – Comunicação, Cultura e Esferas de Poder, realizado na Faculdade de Ciências da Comunicação (Universidade de Santiago de Compostela, 29-31/05/2013), na Divisão Temática Estudos Cinematográficos e Audiovisuais.

² O autor analisa a telenovela brasileira no período de 1963 a 1997, afirmando que uma das principais características da formação nacional, a de ser multirracial e multiétnica, não é representada na produção ficcional televisiva, reforçando uma construção de imagens em que o branco é predominante.

Resumo: Este artigo se propõe a oferecer uma discussão acerca da forma pela qual as trilhas musicais das novelas expressam, nem sempre em absoluta consonância com as narrativas a que estão vinculadas, a questão da representação do negro na televisão brasileira. Com esse objetivo, buscamos realizar uma análise da relação entre as telenovelas produzidas pela Rede Globo de Televisão a partir década de 1960 com as trilhas musicais que as acompanharam, formadas inicialmente por canções compostas especialmente para essa finalidade e, posteriormente, por coletâneas musicais. Por essa via, esse texto se propõe a analisar a produção televisiva nos termos de suas transformações e de sua função identitária, apoiando-se nos estudos culturais e nas teorias do discurso, além dos campos do audiovisual em suas formas verbais, visuais e sonoras.

Palavras-chave: telenovela; música popular brasileira; representação do negro na mídia; Rede Globo

Abstract: This article aims to provide a discussion about the way the soundtracks from Brazilian telenovelas express – not always in line with the narratives that they are related to – the representation of black people in Brazilian television. For this purpose, we analyzed the relationship between telenovelas produced by TV Globo from the 1960s and their soundtracks, constituted initially by songs composed especially for this purpose and later by musical compilations. Accordingly, this text aims to analyze the television production in terms of its transformations and its role identity, considering the cultural studies, the theories of discourse and the audiovisual field in its verbal, visual and sounding forms.

Keywords: telenovela; Brazilian popular music; black people representation in the media; Rede Globo.

Este artigo se propõe a discutir a questão da representação do negro e das identidades periféricas na televisão brasileira a partir da análise da relação entre as telenovelas produzidas pela Rede Globo de Televisão a partir década de 1960 e as trilhas musicais que as acompanharam. Sabemos que a questão da representação do negro na nossa produção ficcional televisiva já possui certa tradição dentro dos estudos acadêmicos brasileiros. Joel Zito Araújo, por exemplo, em sua obra pioneira *A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira* (2000)², refere-se a essa questão evidenciando o modo pelo qual os primeiros papéis assumidos por atores negros reproduziam uma visão preconceituosa e estereotipada da sociedade brasileira, em que os afrodescendentes eram, quase invariavelmente, colocados numa posição claramente subalterna. Será a partir da contextualização oferecida por alguns desses estudos que iremos procurar discutir a presença e o papel das trilhas musicais nestas produções.

Nunca é demais ressaltar a importância das telenovelas dentro da produção audiovisual brasileira. Atribui-se a *Sua Vida me Pertence* (Walter Forster, 1951, TV Tupi) o marco inicial da telenovela no país. Em seus primeiros anos, a narrativa melodramática ficcional predominava nas novelas, com tônica bastante fantasiosa. Foi na década de 1960 que referências à cultura brasileira e ao cotidiano foram inseridas nas tramas. O início dessa transformação ocorreu com a novela *Beto Rockfeller* (Bráulio Pedroso, 1968, TV Tupi), que marcou a passagem para temas, enredos e representações de caráter mais realista. Com a extinção da Tupi (1980), primeira emissora de televisão do Brasil e que produziu, até a década de 1970, inúmeras telenovelas, a Rede Globo, fundada em 1965, consolida-se como a maior produtora de telenovelas do país. Foi com ela que o gênero alcançou o seu grande desenvolvimento estético e técnico, além de enorme projeção junto ao público e à crítica especializada, tanto em nível nacional como internacional. Durante longos períodos da história de nossa televisão, a Rede Globo foi basicamente a única emissora brasileira a atuar na produção desse gênero ficcional, distribuindo-o em diversos países³.

³ Os estudos de telenovela são um campo consolidado no Brasil, dentre os quais citamos as pesquisas realizadas pelo Centro de Estudos de Telenovela (CETVN), sediado na Escola de Comunicação e Artes da USP, responsável pelo desenvolvimento do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (Obitel). Para informações, ver: <<http://www.eca.usp.br/cetvn>>

A música popular brasileira, seguramente a mais importante manifestação cultural de nosso país, também é um tema já consolidado no debate acadêmico nacional. Porém, as obras mais significativas nessa área, devidas a autores como José Miguel Wisnik, Marcos Napolitano, Marcelo Ridenti e Carlos Sandroni, entre outros, vinculam-se principalmente a movimentos e gêneros musicais que, historicamente, alcançaram maior relevância política, social e artística em nosso país, casos do samba, da MPB, da Bossa Nova, do Tropicalismo, da canção de protesto, do rock dos anos 1980, etc. Já no que se refere à música massiva, os trabalhos de destaque são bem mais escassos. Em relação às trilhas musicais das telenovelas brasileiras, por exemplo, julgamos não haver nenhum trabalho que possa ser considerado como um referencial já consolidado para esse debate.

Além da questão da falta de maiores estudos sobre o tema, a opção pelo enfoque na trilha musical das novelas foi motivada por diversos fatores. O primeiro é o da própria repercussão alcançada pelas trilhas e da sua importância dentro da dinâmica do mercado musical brasileiro. Embora produzindo novelas desde a sua fundação, a Rede Globo passou a lançar as suas trilhas em disco apenas em 1969, a partir de uma parceria com a gravadora Philips (VICENTE, 2009: 15-16)⁴. Dois anos depois, diante do sucesso das vendas, a emissora decidiu criar sua própria gravadora, a Sigla – Sistema Globo de Áudio, rebatizada posteriormente como Som Livre. O seu primeiro lançamento, a trilha da telenovela *O Cafona* (1971), ocorreu poucos meses após a sua criação. Apenas seis anos depois a Som Livre tornou-se líder de vendas de discos no país (MORELLI, 1991: 70) e a integração entre áudio e vídeo, fornecida pelas trilhas de novela, “a mais sólida sustentação que o setor conheceu”⁵. Por essa condição, a trilha de novela acabou por se transformar num extraordinário veículo para a promoção de artistas e canções de sucesso, parte importante de um processo de renovação do cenário musical no qual a televisão estaria assumindo um papel central a partir da década de 1960.

⁴ As trilhas produzidas nessa parceria foram as de *Véu de Noiva* (Janete Clair, 1969), *Verão Vermelho* (Dias Gomes, 1970), *Pigmalião 70* (Vicente Sesso, 1970), *Irmãos Coragem* (Janete Clair, 1970), *Assim na Terra como no Céu* (Dias Gomes, 1970) e *A Próxima Atração* (Walther Negrão, 1970).

⁵ As rádios pertenciam ao grupo. *Quem escolhe o que você ouve?* Folha da Tarde, 13/07/1975. A matéria é assinada por Maurício Kubrusly.

Essa década acabou por se constituir como o momento da efetiva substituição do rádio pela televisão enquanto principal veículo de comunicação massiva do país. Embora autores como Ortriwano (1985) apontem para a migração de quadros técnicos e artísticos do rádio para a televisão como uma das características do período, no caso específico da música popular devemos considerar que o que ocorreu foi, na verdade, uma quase completa renovação do cenário, com toda uma nova geração de ídolos formada por nomes como Elis Regina, Jair Rodrigues, Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil, entre outros, surgiu ou atingiu a sua consagração naquele momento a partir de programas televisivos como *O Fino da Bossa* (1965), *Jovem Guarda* (1965) e *Divino Maravilhoso* (1968), entre outros, e/ou dos festivais da canção promovidos por emissoras como Excelsior e Record.

Dentro do processo de estratificação que então se verifica, essa nova geração de artistas passa a oferecer a um público predominantemente jovem e urbano signos de modernidade e de distinção, ao contrário de cantores tradicionais como Nora Ney, Ângela Maria, Vicente Celestino e de todo um vasto elenco de artistas que, quase completamente ausentes do meio televisivo tiveram, a partir de então, seus nomes associados a expressões como “cafona” e “brega”, demarcando a sua posição de inferioridade no campo de produção simbólica da música popular⁶.

⁶ Sobre esse gênero musical, o documentário *Vou rifar meu coração* (Ana Rieper, 2011) trata dos principais expoentes da música chamada “romântica”, entre eles Odair José, Agnaldo Timóteo, Waldick Soriano, Evaldo Braga, Nelson Ned, Amado Batista e Wando, relacionando os temas das canções com as histórias amorosas de pessoas comuns em situações cotidianas.

⁷ Elas o farão, dentro da estrutura da Rede Globo, juntamente com os cliques veiculados a partir de 1975 pelo programa dominical *Fantástico* (1973) e com o programa *Globo de Ouro* (1972), que reunia atrações musicais diversas.

Veremos ao longo desse trabalho que, embora tenham sido inicialmente dominadas pelos nomes da MPB, as trilhas de novela, que acabaram substituindo os festivais e programas musicais nas estratégias de consagração artística e divulgação musical da TV⁷, transformaram-se no espaço a partir do qual segmentos e artistas vinculados a vertentes menos valorizadas no campo musical legitimaram-se junto a um público consumidor urbano e mais sofisticado.

O outro fator a ser considerado refere-se às características da produção musical em si. Devemos lembrar que a música popular é uma forma de expressão artística anterior ao surgimento dos meios para a sua industrialização e que, ao contrário do que ocorre com a telenovela, não depende fundamentalmente dos meios técnicos para a sua existência. Embora depois de mais de um século de presença das tecnologias de registro sonoro em nosso cotidiano fique difícil não considerar a música que chegou até nós através do rádio, do disco e de outros sistemas de reprodução como toda a música produzida em uma determinada época, seria mais correto compreendê-la como a parcela daquela produção que a indústria decidiu gravar, copiar em diferentes formatos, distribuir e divulgar. Ao discutir a história da música popular em qualquer período a partir do século XX, seja no Brasil ou em qualquer outro país, estamos, conscientemente ou não, considerando esse quadro e, em alguma medida, a maneira como o avanço da industrialização, a evolução dos meios técnicos e a produção musical independente foram permitindo a ampliação das possibilidades para o ingresso no mercado fonográfico de novos artistas e segmentos musicais.

Assim, entendemos que as trilhas de novela representam, em alguma medida, o encontro entre duas indústrias: por um lado, uma mais fechada, como a das telenovelas, produzidas em grande parte a partir de uma única emissora e através de projetos que exigem grandes investimentos; por outro, uma organização centralizada, com uma produção musical que foi se tornando cada vez mais descentralizada, indo das trilhas especialmente compostas e das produções de artistas vinculados à MPB e, portanto, a uma música identificada com um público urbano e culturalmente sofisticado, situado principalmente no eixo Rio-São Paulo, até uma produção musical mais regionalizada ou ligada às periferias urbanas, capaz de expressar – mesmo considerando o caráter fortemente comercial de diversas dessas produções – demandas identitárias locais, religiosas e étnicas, entre outras.

Desse modo, partimos da convicção de que a indústria fonográfica e a produção ficcional, apesar de suas óbvias finalidades comerciais, não são elementos isolados ou autônomos em relação à sociedade da qual participam. Ao contrário, elas acabam por refletir os contextos históricos em que estão inseridas, modificando-se a partir dessa dinâmica social. A trilha sonora coloca-se, ainda, como elemento característico do gênero melodramático no qual a maioria das tramas de novelas se apoia, como aponta Brooks (1985) ao destacar que o termo “*melos*” refere-se a “música”, demarcando, em sua origem, esse gênero de outros ao caracterizar personagens e criar situações por meio da música, que funciona, ela própria, como uma narrativa. A trilha musical das novelas, nessa perspectiva, reflete e refrata, portanto, as transformações no debate racial na sociedade em que está inserida, acompanhando-as e nelas interferindo.

Desenvolveremos nossa análise agrupando os exemplos de trilhas de telenovelas que serão apresentados a partir de uma discussão sobre as duas estratégias possíveis de produção das trilhas, que são as de trilhas compostas e as de compilações. Em seguida, discutiremos o debate racial e a presença da música negra nessas produções, apresentando breves relatos das décadas de 1960/1970, 1980/1990 e 2000. Esses relatos foram embasados, no que se refere às telenovelas, por um levantamento realizado a partir do site da própria Rede Globo⁸. Em relação à música do período, os artistas e álbuns são citados a partir das listagens dos cinquenta discos mais vendidos anualmente nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, produzidas desde 1965 pelo Nopem (Nelson Oliveira Pesquisas de Mercado)⁹.

⁸ Disponível em: <<http://www.memoriaglobo.globo.com>>.

⁹ Disponíveis para consulta no Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes da USP (CTR/ECA/USP).

As trilhas compostas e as compilações

Inicialmente, as trilhas musicais de novelas da Rede Globo eram formadas, principalmente, por músicas compostas para esta finalidade. Os compositores que trabalharam nessas trilhas pertenciam, invariavelmente, à nova geração de artista surgida a partir da Bossa Nova, entre o final dos anos 1950 e o começo da década seguinte. Muitas das trilhas foram integralmente compostas por uma mesma dupla de compositores, como foi o caso de Roberto e Erasmo Carlos (*O Bofe*, Bráulio Pedroso, 1972), Antônio Carlos e Jocafrê (*O Primeiro Amor*, Walther Negrão, 1972), Nelson Motta e Guto Graça Mello (*Cavalo de Aço*, Walther Negrão, 1973), Raul Seixas e Paulo Coelho (*O Rebu*, Bráulio Pedroso, 1974), entre outros.

Segundo João Araújo, que assumiu a direção da gravadora Som Livre em sua criação, a substituição das trilhas originais pelas compilações deu-se porque "(...) o tempo da televisão é diferente. É outro. O compositor brasileiro não tem o *timing* da televisão. A trilha que eu quase morri foi *Gabriela* (1975). O Boni chegou um dia pra mim e falou assim: Ô, João, me diz uma coisa, eu vou lançar *Gabriela*, a novela. Eu já mandei o fulano começar a trabalhar no roteiro (Walter George Durst), vai entrar no ano que vem. Tem um tempo grande pra se fazer uma trilha, eu queria fazer uma trilha toda com Dorival Caymmi, será que você consegue? Eu digo: olha, eu talvez consiga, até porque eu sou muito amigo da família Caymmi, eu sou padrinho de casamento do Dori Caymmi (...) mas eu consegui tirar do Caymmi só uma música, e assim mesmo foi a fórceps, que foi 'Gabriela'"¹⁰.

¹⁰ João Araújo, depoimento prestado ao projeto *O Outro Lado do Disco*, op. cit.

Ao longo da década de 1970, compilações acabaram por se tornar a estratégia dominante na produção de trilhas de novelas. Mas vale destacar que não teremos uma transição radical, sendo frequente, entre as trilhas analisadas, a mescla entre músicas compostas e compilações. Segundo o produtor musical Manuel Barenbeim, que produziu trilhas para a TV Tupi, na primeira novela com que trabalhou, *Beto Rockefeller* (Bráulio Pedroso, 1968), já se utilizava predominantemente músicas de compilações como "F... comme femme" (Salvatore Adamo), "I started a joke" (Bee Gees) e "Sentado à beira do caminho" (Roberto e Erasmo Carlos), entre outras¹¹. Evidentemente, as trilhas internacionais de novelas, criadas pela Som Livre já em 1971 (a partir da novela *O Cafona*, de Bráulio Pedroso), necessariamente eram constituídas por compilações.

¹¹ Manoel Barenbeim, depoimento prestado ao projeto *O Outro Lado do Disco*, op. cit. Barenbeim destaca que, por não possuir os direitos de muitas das músicas utilizadas na novela, vetou o lançamento de muitas delas num disco de trilhas.

Por outro lado, e embora levando em conta a afirmação de Araújo, não se pode ignorar que as compilações possibilitavam uma maior autonomia comercial à trilha, permitindo a divulgação de um número mais variado de canções, ligadas aos álbuns de diferentes artistas. Além disso, permitiam à gravadora criar suas trilhas a partir do mero licenciamento de faixas gravadas por outras empresas, sem ter que se envolver na produção musical¹².

¹² Também por isso, João Araújo afirma no depoimento já citado, que durante vários anos a Som Livre teve apenas Xuxa como sua única artista contratada.

Entendemos que um estudo sobre a participação dos autores das novelas nas decisões sobre a trilha musical de suas obras ainda não foi realizado, mas a própria prática das trilhas compostas demonstra que houve uma evidente busca de adequação das canções às necessidades da narrativa. Desse modo,

entendemos que a trilha de novela deve ser analisada como um importante constituinte da narrativa ficcional e não como um mero subproduto comercial da produção televisiva, pois constrói, juntamente com outros elementos (roteiro, enquadramento, iluminação, edição) a materialidade da trama, contada por imagens, e os efeitos de sentido advindos de tal *encenação*.

Décadas de 1960 e 1970

Como já foi apontado, a Som Livre só seria criada na década de 1970 e as poucas trilhas de novelas da Globo produzidas nos anos 1960 foram lançadas pela Philips. A predominância era de trilhas compostas, que estiveram presentes desde as trilhas das primeiras novelas da emissora, produzidas em 1965, ano de sua criação. A novela *A Moreninha* (Octávio Graça Mello, em adaptação do livro homônimo de Joaquim Manuel de Macedo, 1965), por exemplo, teve trilha composta pelo próprio autor a partir de uma pesquisa sobre músicas do século XIX¹³. Mas essas primeiras novelas não tiveram, como já foi observado aqui, as suas trilhas registradas em disco.

Das novelas da década que tiveram sua trilha gravada, a única que nos parece merecer menção em função do recorte assumido neste artigo é *Verão Vermelho* (Dias Gomes, 1969-1970), em que o preconceito racial, presentificado pelo conflito de gerações, articula a trama. Ambientada na Bahia, com diversas cenas externas retratando temas do cotidiano e da cultura local (arte, música, religião), a novela apresenta uma filha (branca) que esconde o fato de sua mãe ser negra (interpretada pela atriz Ruth de Souza). A trilha foi produzida por Nelson Motta e conta com composições de Nonato Buzar, Roberto Menescal e Ronaldo Bôscoli, Edmundo Souto e Paulinho Tapajós, Tibério Gaspar e Antonio Adolfo. A estética predominante é a da Bossa Nova e, embora presente no enredo, a tradição musical negra da Bahia não recebe referências mais explícitas na trilha musical da novela.

No início da década de 1970, o padrão de trilhas compostas e a estética “bossa-novista” ainda era mantido. Isso aconteceu, por exemplo, em *O Homem que Deve Morrer* (Janete Clair, 1971), novela em que a questão do preconceito racial ocupa papel central por meio da história de um empresário racista que tem sua vida salva por um transplante de coração de um jovem negro. A trilha da novela¹⁴ reúne compositores como Nonato Buzar, Marcos e Paulo Sérgio Valle, Edu Lobo, Gonzaguinha, Ronaldo Bastos e Aldir Blanc, entre outros, estando, portanto, ligada à tradição da MPB. A única música da trilha com uma temática manifestamente negra é “Zambi Rei”, composta por Gonzaguinha e interpretada por Odylon.

O mesmo ocorreu também com a trilha de *Escrava Isaura* (Gilberto Braga, 1976, numa adaptação do livro homônimo de Bernardo Guimarães), novela que conta a história de uma jovem escrava, branca e órfã (interpretada por Lucélia Santos), protegida pela proprietária da fazenda, mas continuamente castigada por seu filho, por ela apaixonado. Em torno dessa história, a cruel realidade dos escravos que trabalham naquelas terras é mostrada de modo contundente, reconstruindo o momento em que se passa a trama¹⁵. A trilha musical da novela foi composta por canções inéditas de autores como Dorival Caymmi, Francis Hime e Paulo César Pinheiro, entre outros, sendo a única exceção a canção “Banzo”, de Hechel Tavares (1896-1969). O destaque da trilha é a composição “Retirantes”¹⁶, de Jorge Amado e Dorival Caymmi, que se tornou o tema de abertura da novela. Numa audição mais detalhada, pode-se constatar que, embora a trilha se recuse ao contemporâneo e utilize vocais e instrumentação que remetem a um clima de época, ela tampouco resulta de uma pesquisa sobre a música do século XIX.

Em termos musicais, a década de 1970 é marcada pela consolidação do samba como um dos mais bem sucedidos segmentos comerciais da música brasileira. Nesse contexto, um grupo formado por compositores e intérpretes ligados aos

¹³ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-223557,00.html>>. Acesso em: 08 Mar. 2013.

¹⁴ Disponível: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-223591,00.html>>. Acesso em: 28 Abr.2013.

¹⁵ Em 1986, Benedito Ruy Barbosa escreveu a novela *Sinhá Moça* (que teve um *remake* em 2006). Inspirada no romance de mesmo nome escrito por Maria Dezonne Pacheco Fernandes, a história acontece dois anos antes da promulgação da Lei Áurea, em 1886, e mostra o cenário político da época, especialmente o embate entre os que defendiam os direitos dos escravos (a própria “sinhá” que dá nome à trama) e os donos de fazenda contrários à abolição. Com diversos atores negros, a atriz Lucélia Santos, protagonista de *Escrava Isaura*, interpreta a filha do coronel em *Sinhá Moça*.

¹⁶ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=oaBTYH_97hs>.

morros, à periferia e às escolas de samba do Rio começa a figurar nas listagens de discos mais vendidos do Nopem. Surgem, por exemplo, as primeiras citações, a partir do final dos anos 1960, a nomes como Beth Carvalho (Odeon, 1968), Martinho da Vila (RCA, 1968), Paulinho da Viola (Odeon, 1970), Originais do Samba (RCA, 1972), Agepê (Continental, 1975), Alcione (Philips, 1976, e, posteriormente, RCA), João Nogueira (Odeon, 1976), Roberto Ribeiro (Odeon, 1977) e Bezerra da Silva (CID, 1979), entre muitos outros.

Também merece destaque o grande sucesso que começa a ser obtido pelos sambas-enredo das escolas, já em 1970. Diversas novelas da década começam, através de suas trilhas, a confirmar essa maior presença de um samba mais vinculado às periferias e às comunidades negras dentro da grande mídia. Mesmo a novela *O Rebu* (Bráulio Pedroso, 1974) que, como vimos, teve quase que toda a sua trilha composta pela dupla Paulo Coelho e Raul Seixas, trazia também um samba em homenagem à Escola de Samba Mocidade Independente de Padre Miguel (“Salve a Mocidade”, de Luiz Reis, interpretada por Elza Soares¹⁷). Nessa novela, a personagem principal (interpretada por Tereza Rachel), é retratada como uma mulher rica, porém cercada de problemas, que ao final se relaciona amorosamente com um personagem negro (Haroldo de Oliveira).

¹⁷ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-230100,00.html>>. Acesso: 02/03/2013. A música encontra-se em: <http://www.youtube.com/watch?v=azKnpGXsQk>>.

Mas o mais importante exemplo de uma novela que usou extensivamente o samba em sua trilha musical, na década de 1970, foi sem dúvida *Pecado Capital* (Janete Clair, 1975). A novela talvez tenha sido a primeira da televisão brasileira a trazer um personagem negro numa posição social não subalterna, vivido por Milton Gonçalves. Segundo depoimento oferecido por ele a um site da TV Globo, “um belo dia fui presenteado com um personagem diferenciado: um psiquiatra chamado Dr. Percival. Esse papel muito me honrou e me deu alegrias porque pude discutir de uma maneira diferente uma inserção social sem humilhação”¹⁸. A novela marca também uma mudança fundamental na estratégia de produção de trilhas sonoras por parte da emissora:

¹⁸ Disponível em: <<http://tv.globo.com/programas/video-show/v2011/VideoShow/Noticias/0,,MUL1676660-16952,00-MILTON+GONCALVES+CONTA+CURIOSIDADES+DE+SUA+CARREIRA+N A+TV+GLOBO>>.

(...) a escolha de um samba para a abertura da novela foi a grande novidade da trilha. O produtor musical Guto Graça Mello e o diretor Daniel Filho encomendaram músicas a três compositores. A escolhida foi *Pecado Capital*, composta e gravada por Paulinho da Viola em cerca de 24 horas. *Pecado Capital* foi a única música encomendada para a novela, por conta de uma mudança no mecanismo de produção das trilhas sonoras da TV Globo. Antes, a norma era que as músicas da trilha sonora fossem compostas por encomenda. O produtor musical Guto Graça Mello, porém, achava que o produtor obteria melhores resultados artísticos e comerciais se trabalhasse com a sinopse da novela e com o catálogo das gravadoras, garimpando o que de melhor elas estivessem produzindo, e escolhendo as músicas de acordo com o que seria realizado na novela¹⁹.

¹⁹ Disponível: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-230148,00.html>>. Acesso em 02 Mar.2013.

Além dessa canção, o samba está presente ao longo de toda trilha em composições como: “Moça” (Wando); “Você não passa de uma mulher” (Martinho da Vila); “Juventude transviada” (Luiz Melodia); “Meu perdão” (Guilherme de Brito/Nelson Cavaquinho, interpretada por Beth Carvalho) e “Não sei” (Noca da Portela/Mauro Duarte, interpretada por Sonia Santos)²⁰.

²⁰ Idem, *ibidem*.

Décadas de 1980 e 1990

Na década de 1980, surgiram novelas em que a participação de personagens negros ganha maior destaque, tais como *Coração Alado* (1980) e *Sétimo Sentido* (1982), ambas de Janete Clair, em que as atrizes Jacira Silva e Ruth de Souza, respectivamente, interpretam papéis mais centrais nas tramas narradas. Em 1984, Gilberto Braga trata do preconceito racial em *Corpo a Corpo*, apresentando um romance entre um personagem branco (representado por Marcos Paulo) e uma personagem negra (interpretada por Zezé Motta).

Para além do enredo, essas novelas marcam, também, a chegada às trilhas das novelas de representantes da *black music* brasileira, ou seja, músicas em que os referenciais étnicos não estão mais vinculados ao samba ou às tradições afro-brasileiras, mas sim a signos mundializados de identidade negra. No caso de *Coração Alado* isso se dá através de “Você e eu, eu e você”, composta e interpretada por Tim Maia. Em *Sétimo Sentido* temos “Esotérico”, um reggae composto e interpretado por Gilberto Gil. Já *Coração Alado*, embora não traga composições ligadas a essa vertente, tem Sandra de Sá, um dos nomes mais importantes dessa cena, interpretando “Férias de verão”, de Guilherme Arantes.

Musicalmente falando, a década de 1990 foi de enorme importância. Tivemos não só a valorização do regional – através, por exemplo, da música sertaneja e da axé music – mas de toda uma produção vinculada a identidades “locais”, compreendidas aqui não apenas em seu sentido geográfico, mas também étnico, religioso, urbano e comportamental. No que se refere à música negra, foram exemplos desse processo as produções ligadas ao *funk*, ao *rap*, ao pagode e ao rock alternativo do período, entre inúmeras outras. *Barriga de Aluguel* (Glória Perez, 1990), traz um exemplo interessante dessa nova tendência representado por “Feira de Acari”, de DJ Marlboro e DJ Pirata, música interpretada por M.C. Batata e utilizada como “tema do núcleo do subúrbio”, ainda que não haja personagens negros presentes na trama.

Já em 1995, a novela *A Próxima Vítima* (1995), de Silvio de Abreu, trazia um núcleo narrativo composto por Zezé Motta, Antonio Pitanga, Camila Pitanga, Norton Nascimento e Lui Mendes. Ao contrário do que acontece usualmente nas novelas, esses atores negros representam personagens emocionalmente estabilizados, profissionalmente bem sucedidos e que não têm, na questão racial, o mote de suas ações, comportando-se simplesmente como uma família padrão de classe média. Mas esse cenário não fica evidente na trilha da novela, formada quase que exclusivamente por interpretações de nomes tradicionais da MPB ou do rock dos anos 1980, talvez para expressar a condição socioeconômica da família de negros, não ligada, portanto, à periferia da cidade de São Paulo ou aos temas recorrentes do preconceito racial, da discriminação social e de outros estereótipos.

Outro interessante exemplo da cena da música negra da década é oferecido pelo *remake* de *Pecado Capital* (Glória Perez, 1998). Nele, foi mantida a música tema de Paulinho da Viola, mas numa interpretação do grupo de pagode mineiro Só Pra Contrariar. Além disso, a trilha trazia, junto a canções de sambistas tradicionais como Martinho da Vila, Zeca Pagodinho, Paulinho da Viola e João Nogueira, o grupo Cidade Negra interpretando “Sábado à noite”, de Lulu Santos. De qualquer modo, a sensação é a de que, no cômputo geral, as novelas produzidas pela Rede Globo ao longo dessa década não investiram numa aproximação mais decisiva com a nova cena musical negra.

Década de 2000

A década seguinte traria ainda alguns avanços nesse sentido. A novela *Da Cor do Pecado* (João Emanuel Carneiro, 2004), teve a atriz Taís Araújo²¹ como protagonista, sendo a primeira vez em que uma atriz negra recebe esse destaque. A trama gira em torno da história de amor entre um jovem branco, de família rica (interpretado por Reynaldo Gianecchini), e a personagem principal. A novidade da novela, no que se refere à presença de música negra na trilha musical, fica em sua aposta no reggae brasileiro, presente através dos grupos Mystical Roots (“Pras bandas de lá”) e Alpha Beats (“Da cor do reggae”), e na ambientação parcial no estado do Maranhão, o que possibilita a presença na trilha da novela de artistas não hegemônicos no centro-sul do país.

²¹ A mesma atriz protagonizaria *Viver a Vida* (Manoel Carlos, 2010), interpretando Helena, personagem sempre presente nas novelas do autor e que foi anteriormente representada por Lilian Lemmertz, Maitê Proença, Regina Duarte, Vera Fischer e Christiane Torloni.

Em 2006, Lázaro Ramos, ator até então mais conhecido por sua atuação no cinema, interpreta personagem de destaque na novela *Cobras & Lagartos* (João Emanuel Carneiro, 2006), contracenando com Marília Pera e Taís Araújo. As músicas dessa novela têm uma característica muito particular. Embora a trilha nacional “oficial” reunisse nomes da MPB tradicional e nomes contemporâneos do pop e do rock, foi lançada também uma trilha especial chamada Saara, que “contou com uma seleção musical inspirada na Rádio Saara, a rádio do centro de comércio popular do Rio de Janeiro, e que misturava ritmos como sertanejo, axé, rap e funk”²². Nela, constam participações de nomes como Leilah Moreno, Alexandre Pires, Pedro Luis e a Parede, Dudu Nobre, Malha Funk e MC Leozinho, entre outros. Outro exemplo notável, pela presença de protagonistas negros, foi “*Duas Caras*” (Aguinaldo Silva, 2007), em que um casal inter-racial é novamente retratado, sendo o próprio Lázaro Ramos o personagem negro e pobre que se apaixona pela filha branca e rica de um empresário, enfrentando inúmeros conflitos a partir de um relacionamento que, mesmo reconhecido em termos sociais, não é facilmente assimilado pela família da moça na trama. Ainda assim, a trilha musical ficou mais limitada a nomes da MPB.

²² Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238373,00.html>>. Acesso em: 04 Mar. 2013.

Considerações finais

A partir da opção pelas compilações, ao longo da década de 1970, as trilhas de novelas da TV Globo passaram a se vincular mais fortemente ao gosto popular, influenciando e sendo influenciadas pelas tendências predominantes no mercado fonográfico. Aparentemente, as trilhas foram menos conservadoras naquela década, quando rapidamente se aproximaram do pagode e do samba das escolas do Rio. Nos anos 1990 e 2000 as trilhas parecem ter se tornado mais conservadoras em termos musicais, procurando se manter mais próximas ao “bom gosto” da MPB, do rock dos anos 1980 e dos artistas que atualizaram essas tradições, embora tenha se ampliado a participação de atores negros em papéis mais centrais e em posições socialmente proeminentes.

A um primeiro olhar, o cenário parece ter sofrido importantes modificações nesse início de década, com novelas como *Lado a Lado* (João Ximenes Braga, 2012), *Avenida Brasil* (João Emanuel Carneiro, 2012) e *Salve Jorge* (Glória Perez, 2013), apresentando maiores aproximações de segmentos musicais como o rap, o funk e o pagode. Ao fazê-lo, articulam modos também menos tradicionais de representar identidades negras, estabelecendo, dessa forma, movimentos consonantes, ainda que muitas vezes assimétricos, entre trilhas musicais, telenovelas e os contextos sociais nas quais são construídas suas narrativas.

Referências bibliográficas

ALENCAR, M. *A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil*. São Paulo: Senac, 2004.

BROOKS, P. *The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, and the Mode of Excess*. New Haven e London: Yale University Press, 1985.

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

LOPES, M. I. V. et al. *Vivendo com a telenovela*. São Paulo: Summus, 2002.

MORELLI, R. C. L. *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas: Unicamp, 1991.

MOTTER, M. L. *A telenovela: documento histórico e lugar de memória*. Revista USP, n.48, 74-87, 2001.

MURAKAMI, M. O som das desigualdades: Reflexões sobre a trilha sonora de *Vidas Opostas*. XXXII Congresso Intercom, Núcleo de Ficção Seriada, Curitiba/PR, 2009.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTRIWANO, G. *A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

TELES, J. *Do frevo ao mangubeat*. São Paulo: 34, 2000.

VICENTE, E. Segmentação e consumo: a produção fonográfica brasileira, 1965-1999. *ArtCultura*, 10(16), 99-117, 2008.

_____. Música e disco no Brasil: a trajetória de André Midani. *Significação*, 29, 115-142, 2009.

ZAN, J. R. Música popular brasileira, indústria cultural e identidade. *Eccos*, 1(3), 105-122, 2001.

Construindo um conceito neodesenvolvimentista de economia criativa no Brasil: Política cultural na era do novo MinC¹

Leonardo De Marchi

Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Bolsista de Pós-Doutorado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo, Brasil.
E-mail: leonardodemarchi@gmail.com

¹ A versão original deste artigo foi apresentada no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom).

Resumo: Neste artigo, busca-se compreender a especificidade da recente política cultural do Ministério da Cultura (MinC) para o fomento da economia criativa no país. Buscando estabelecer um parâmetro para realizar futuras pesquisas comparativas em políticas culturais, defende-se que a abordagem do MinC à economia criativa difere da de outros países na medida em que alinha esse ministério às políticas neodesenvolvimentistas dos governos do Partido dos Trabalhadores (PT). A partir de uma comparação com o caso britânico, analisa-se o *Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011-2014* a fim de demonstrar a construção de um conceito local e neodesenvolvimentista de economia criativa. Conclui-se que há diferenças entre as concepções de políticas culturais adotadas mesmo que sob a bandeira da economia criativa.

Palavras-chave: economia criativa; desenvolvimento; políticas culturais.

Abstract: The goal of this article is to understand the specificity of the recent cultural policy implemented by the Ministry of Culture of Brazil (MinC) for the development of the creative economy in the country. Aiming to establish a parameter to conduct further comparative research on cultural policies, it is argued that the approach of MinC to the creative economy differs from that of other countries in that it aligns this ministry to the neodevelopmentalist policies of the Brazilian Labour Party governments (Partido dos Trabalhadores, PT). Establishing a comparison with the British case, we analyze the *Secretariat of the Creative Economy Plan 2011-2014* in order to demonstrate the construction of a local and neo-developmental concept of the creative economy. We conclude that there are differences between the conceptions of cultural policies adopted even under the banner of the creative economy.

Key Words: creative economy; development; cultural policies.

Introdução

A criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), vinculada ao Ministério da Cultura (MinC), pode ser considerada um acontecimento relevante na história das políticas culturais no Brasil, por variados motivos. Um deles é que tal secretaria assume a responsabilidade de lidar com um polêmico termo que, porém, tornou-se inescapável no cenário internacional de políticas culturais. Outro é que a SEC busca desenvolver uma abordagem própria à economia criativa, particularmente alinhando essa nova política cultural ao conjunto de políticas econômicas e sociais adotadas pelos recentes governos petistas. O resultado disso parece ser a proposta de uma política cultural “neodesenvolvimentista”, que coloca a cultura –

e, logo, o MinC – no centro de um projeto maior de desenvolvimento do país. Mas o que significa efetivamente uma política cultural neodesenvolvimentista?

A leitura do *Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011-2014* (PSEC) (MINC, 2011) deixa patente que, a despeito de reconhecer a centralidade que o discurso sobre economia criativa adquire no debate atual sobre políticas de cultura e de comunicação no cenário internacional, os *policy makers* do MinC apresentam uma postura reticente em relação à experiência britânica, considerada “economicista” por entender que as atividades criativas que mereceriam apoio do Estado seriam aquelas que gerassem renda através da criação e exploração de propriedade intelectual, ou simplesmente “neoliberal”, pelo caráter de omissão assumido pelo Estado britânico em relação às atividades criativas, deixando-as serem conduzidas livremente pela iniciativa privada. Em busca de outra abordagem, os idealizadores do PSEC propõem formular políticas culturais de fomento à economia criativa que se alinhem aos princípios adotados pelos governos do Partido dos Trabalhadores (PT) desde sua chegada ao poder, ou seja, a defesa de um desenvolvimento socialmente incluyente, ecologicamente sustentável e economicamente sustentado, tendo o Estado como um agente crítico no fomento e na regulação das atividades criativas. Essa proposta abre todo um novo campo de discussões sobre o tema. Ao contrário do que certos críticos sugeriram, a adoção da bandeira da economia criativa não caminha necessariamente em um único sentido, isso é, a “neoliberalização” das políticas culturais (BUSTAMANTE, 2010; GARNHAM, 2005). Sua formulação e resultados parecem depender das condições institucionais e conjunturais do quadro político-econômico de cada contexto em que é adotada (CUNNINGHAM, 2009). Torna-se importante entender, portanto, quais são as condições que levaram o MinC a formular tal política cultural e quais são os termos que ele propõe.

Assim, o objetivo deste artigo é compreender a especificidade da adoção do termo “economia criativa” pelo MinC/ SEC ao ser alinhado às políticas dos recentes governos do PT, aqui categorizadas como neodesenvolvimentistas. Em outras palavras, quer-se compreender o que é uma política cultural neodesenvolvimentista para economia criativa. A hipótese do trabalho é que tal adoção pelo atual governo brasileiro implica uma modificação de princípios básicos da política cultural baseada na ideia de economia criativa, em particular conforme foi realizada pelo governo trabalhista britânico nos anos 1990. Assim, busca-se demonstrar as diferenças entre as concepções de políticas culturais adotadas nesses dois países mesmo que sob a bandeira da economia criativa.

O artigo está dividido em três partes. Na primeira, caracteriza-se o que tem sido chamado de neodesenvolvimentismo na América Latina, sublinhando a participação do Estado na economia, além do caráter ético das políticas públicas para desenvolvimento. Na segunda, revisam-se os termos da discussão sobre políticas culturais para economia criativa à luz das transformações pelas quais passava, nos anos 1990, o partido trabalhista britânico. Em seguida, faz-se o mesmo com o caso brasileiro, articulando a adoção do termo ao neodesenvolvimentismo petista.

Entre a social-democracia e o neoliberalismo: o Novo Trabalho britânico e o conceito de economia criativa

Todo o debate sobre as políticas culturais baseadas no conceito de economia criativa leva em consideração a experiência conduzida pelo Partido Trabalhista britânico (*Labour Party*) entre os anos 1990 e 2000. Mesmo antes que chegassem ao poder, os *policy makers* trabalhistas ligados a um setor reformista do partido, liderado por Tony Blair, já haviam sinalizado uma mudança relevante nos rumos das políticas para as comunicações e a cultura ao substituírem o termo “indústrias culturais” (*cultural industries*), emblema dos programas de políticas culturais do partido desde os anos 1970, por “indústrias criativas” (*creative industries*) em seus

documentos oficiais. Esse era um novo e obscuro termo que prometia revolucionar, porém, toda a abordagem do partido ao campo da cultura. O discurso do chamado Novo Trabalhismo era que a cultura passava a desempenhar um papel importante não apenas na construção da identidade britânica, mas especialmente para se atingir fins políticos e econômicos. Especificamente, a cultura havia se tornado um recurso para gerar inclusão social, criação de empregos e inserção de produtos britânicos não industrializados, mas com alto valor agregado, num emergente mercado global de bens e serviços.

A definição de “indústrias criativas” trazia novidades: em vez de se restringir às tradicionais atividades culturais (tais como dança, pintura, música ou teatro), ampliava-se o escopo de atividades beneficiadas pela nova política cultural a setores propriamente industriais, como o *design*, a moda, jogos eletrônicos, a produção de *hardwares* e de *softwares*. De fato, a definição de “criatividade” nesse caso estava relacionada à capacidade de determinada atividade gerar e explorar ao longo do tempo propriedade intelectual.

Tal atitude gerou desconforto e críticas entre antigos intelectuais do partido. Uma das mais relevantes críticas é a de Nicholas Garnham, pesquisador inglês de economia política da comunicação e um dos articuladores das políticas culturais do “velho” trabalhismo britânico. Garnham (2005) acusou a nova política cultural de “economicista”, argumentando que aquela expressão apresentava certa imprecisão conceitual interessada (afinal, o que é criativo ou não?), o que permitia aos políticos colocarem sob uma mesma política cultural atividades díspares, como as belas-artes, a indústria cinematográfica, a de música, arquitetura e design e, especialmente, a indústria de informática (*hardware* e *software*). Isso resultava, continuava o raciocínio, não apenas na divisão dos (já escassos) recursos entre as atividades artísticas e as industriais (*design*, informática e moda), como também acabaria privilegiando aqueles empreendimentos que gerassem mais renda, em detrimento dos desinteressados. Significava dizer que o Estado passaria a privilegiar a competitividade entre empresas de cultura (produção) em detrimento do acesso aos bens culturais (circulação e consumo), o que representava uma mudança radical na concepção de política cultural do partido e, de fato, representava uma guinada ao neoliberalismo mais radical do que fariam os próprios liberais do Partido Conservador. Essa mesma linha de raciocínio foi posteriormente adotada por outros críticos, como o espanhol Enrique Bustamante (2010), que observava que as políticas para economia criativa serviam como desculpa para que governos locais e/ou nacionais assumissem uma postura neoliberal, o que significava dizer que o Estado passava a se omitir de atuar no campo da cultura, deixando a decisão de investimento do dinheiro público para a iniciativa privada a qual tendia naturalmente para atividades mais rentáveis.

Não obstante, a sofisticação e a pertinência dessas críticas, a imagem que se formava ao final desses textos era que as políticas culturais para economia criativa seriam apenas uma desculpa para governos neoliberais iniciarem um processo de retirada do Estado do campo da cultura em favor da iniciativa privada. Ou ainda, que ao englobar entre as atividades criativas setores como a indústria de jogos eletrônicos ou de produção de softwares, o Estado abria mão do caráter social e humanista da cultura em favor de transformá-la apenas em recurso para gerar crescimento econômico. Ainda que tal conclusão não seja de todo equivocada, uma análise mais atenta de seu argumento revela um retorno simplista ao debate sobre “o que é ou não ‘cultura’?”, que move o campo das artes desde pelo menos o final do século XIX (a fotografia é arte? uma telenovela é uma expressão cultural? jogos eletrônicos são ou não parte das indústrias culturais?), cujos resultados em tempos de relativismo cultural são pífios, na prática. E afirmar que a economia criativa era apenas uma desculpa para o Estado omitir-se de suas funções históricas no campo da cultura era uma visão reducionista de toda a problemática que envolvia a proposição daquelas políticas, ou seja, tais políticas

apresentavam uma visão da cultura como recurso para o crescimento econômico e inclusão social e não apenas uma “neoliberalização” da cultura. Além disso, é possível entrever nas apreciações desses autores certo “acerto de contas” entre velhos conhecidos nas entrelinhas do debate intelectual (intelectuais defensores de tradicionais concepções de políticas culturais e políticos reformistas que defendem outra concepção do papel social da cultura).

Assumindo uma posição mais cuidadosa, David Hesmondhalgh (2005) buscou argumentar que as políticas para a comunicação e cultura do Novo Trabalhismo devem ser compreendidas fazendo-se referência ao processo de redirecionamento do partido frente à globalização e à era Thatcher. Esse autor prefere classificar o Novo Trabalhismo como um híbrido de neoliberalismo, conservadorismo e social-democracia. Tal excêntrica classificação significa que, por um lado, os novos trabalhistas mantiveram-se fiéis aos princípios básicos da agenda do partido no que diz respeito, por exemplo, à defesa dos serviços públicos nessas áreas. Assim, uma agenda que priorizasse privatizações de empresas públicas de cultura e de comunicações, tópico tão afeito aos políticos neoliberais, esteve desde logo descartada dos planos dos novos trabalhistas. Por outro, os novos trabalhistas adotaram certas medidas que, na prática, assumiam uma postura liberalizante. Foi o que aconteceu quando, mesmo em empresas públicas de comunicação e de cultura, estabeleceram-se regras de produtividade e responsabilidade fiscal, o que contraditoriamente acabava minando os tradicionais parâmetros do serviço público.

É nesse cenário ambíguo de adequação de valores ao contexto de globalização que se deve entender as políticas baseadas no conceito de economia criativa, sugere este autor. O projeto “Grã-Bretanha Criativa” (*Creative Britain*) (DCMS, 2008) apresentava as indústrias criativas não apenas como uma tendência cultural importante na contemporaneidade, mas como uma força econômica crítica para uma Grã-Bretanha em avançado processo de desindustrialização. Diante da escassez de empregos na indústria, os novos trabalhistas apresentaram um ambicioso plano segundo o qual o Estado fomentaria as diversas cadeias produtivas dos setores produtivos de bens e serviços com alto valor agregado (indústrias criativas) nas áreas de telecomunicações e cultura, mas deixando ao empreendedorismo individual a missão de desenvolver tais novos negócios. Isso significava que, sem abdicar de sua parte no fomento e regulação das atividades criativas, o Estado britânico colocar-se-ia como facilitador para a iniciativa privada. Essa outra perspectiva do papel da cultura na sociedade britânica ficou patente quando os novos trabalhistas transformaram o tradicional Departamento do Patrimônio Nacional (*Department of Cultural Heritage*) em Departamento para Cultura, Mídia e Esportes (*Department for Culture, Media and Sport*), revelando suas intenções de abandonar o debate sobre cultura como um bem simbólico herdado da nação e associá-la a tendências contemporâneas do mercado do entretenimento.

Outra resposta interessante às críticas dos economistas políticos da comunicação e da cultura encontra-se no trabalho de Stuart Cunningham (2009). Ao comparar as políticas culturais para economia criativa em diferentes países, como Estados Unidos, China ou Canadá, o pesquisador observou que a maneira pela qual tais governos definiam as indústrias criativas e atuavam nesses setores produtivos variava enormemente, de acordo com as relações historicamente constituídas entre Estado, iniciativa privada e comunidade artística, além da posição dos mercados de cultura na economia de cada nação. Assim, tornava-se difícil relacionar diretamente neoliberalismo e economia criativa, sem proceder antes a um detalhado estudo comparativo entre políticas culturais.

Os trabalhos de Hesmondhalgh e de Cunningham são particularmente instigantes, pois sinalizam outros horizontes para a discussão sobre políticas culturais para

economia criativa, na medida em que consideram aspectos como o contexto político de cada país e/ou região e as relações historicamente constituídas entre o Estado e o campo da cultura. Ainda que seja preciso reconhecer que as políticas culturais para economia criativa abrigam outra concepção do papel da cultura, antes de se formular alguma crítica geral é necessário observar os arranjos institucionais de cada contexto em que são adotadas e, a partir disso, estabelecer parâmetros de comparação. Assim, na seção seguinte, aborda-se o fenômeno político e econômico que se tem chamado de neodesenvolvimentismo na América Latina.

Caracterizando o neodesenvolvimentismo latino-americano

Para compreender esse fenômeno político e econômico na América do Sul que os estudiosos classificam de “neodesenvolvimentismo” exige-se considerar dois outros que lhe antecedem e lhe significam: a falência do projeto neoliberal no continente após os anos 1990 e a revisão crítica em relação às políticas desenvolvimentistas das décadas de 1930 a 1970.

Não constitui equívoco afirmar que os países latino-americanos possuem um papel de destaque na história do neoliberalismo. Como historiadores e comentadores observam (BRESSER-PEREIRA, 2011; HARVEY, 2011), desde a década de 1970 muitos governos locais abrigaram jovens economistas que saíam de doutorados nos Estados Unidos e na Inglaterra e tentaram implantar as então inovadoras ideias de retomada do liberalismo, sendo o caso mais notório o do Chile de Pinochet. Não obstante, é ao longo dos anos 1990 que, sob o consenso de Washington, diferentes governos eleitos assumem políticas que podem ser classificadas como de tendência neoliberal. Isto é, os diferentes governantes que chegam ao poder naquela década não assumem de forma plena ou homogênea um conjunto de políticas liberais. O que de fato os alinha sob o rótulo do “neoliberalismo” é concordar em que o projeto político-econômico desenvolvimentista havia falido e que era preciso rever o papel do Estado na economia e na sociedade. Daí a adoção de algumas medidas comuns, tais como: (a) uma política econômica monetarista para controlar a inflação; (b) privatizações de empresas públicas e (c) a defesa dos mecanismos de mercado como forma mais eficiente de se conduzir a economia e a política.

Por diversos motivos que escapam ao escopo deste artigo, o projeto neoliberal latino-americano foi incapaz de gerar crescimento econômico sustentado em médio e longo prazo. As crises financeiras internacionais do final da década de 1990 e a insistência nas medidas monetaristas que visavam garantir a estabilidade econômica acabaram por minar o crescimento econômico desses países, gerando insatisfação em diversos setores dessas sociedades. Assim, a partir dos anos 2000, inicia-se uma onda de eleições de partidos ou coligações de orientação de centro-esquerda ou esquerda, cujas propostas de campanha traziam como marca distintiva um patente antineoliberalismo.

Da mesma forma que no caso do neoliberalismo, também entre esses governos é possível notar diferenças notáveis na condução de suas políticas socioeconômicas. Não obstante, analistas concordam que todos esses governos defendem certo grau de intervenção estatal na economia, a fim de estabelecer uma correlação entre crescimento econômico e igualdade social. Neste sentido, pode-se definir essa nova tendência política como neodesenvolvimentismo, entendendo-a como “um modelo ainda em formação, que postula a construção de um espaço de coordenação entre as esferas públicas e privadas, com o objetivo de aumentar a renda nacional e os parâmetros de bem-estar social” (BOSCHI; GAITÁN, 2008: 306).

É importante destacar no neodesenvolvimentismo sua relação crítica com a experiência desenvolvimentista anterior. O desenvolvimentismo pode ser

classificado como a ideologia de busca da melhoria das condições de vida das sociedades de nações periféricas no capitalismo internacional através de projetos econômicos nacionalistas que se definiam por dar a ênfase à industrialização, através da substituição de importações e do protecionismo, como meio de superação do subdesenvolvimento interno e afirmação da soberania política no plano internacional e pela intervenção direta do Estado na economia, através do planejamento e da criação de monopólios estatais (BIELCHOWSKY, 2000; CARDOSO, 1978). Entre os anos 1930 e 1970, certos Estados latino-americanos assumiram a função de promover a industrialização de suas economias, buscando concomitantemente inserir as massas urbanas à esfera política. Não obstante, contradições internas acarretaram sua falência nos anos 1980 (cf. BRESSER-PEREIRA, 2011; SACHS, 2004).

Os recentes governos desenvolvimentistas latino-americanos apresentam dois tipos de diferenças em relação ao tradicional desenvolvimentismo, econômicas e políticas. Bresser-Pereira (2011) observa que tais governos se destacam no plano econômico fundamentalmente pelo papel que o Estado deve exercer na economia. No desenvolvimentismo clássico, o Estado agia como produtor direto, através de empresas estatais, obtendo capital para investir em setores-chave da economia na qual a iniciativa privada não teria capacidade de fazê-lo a contento. Atualmente, o processo de industrialização já se concretizou em alguns países e existe uma economia de mercado na maioria deles. Assim, o Estado tende a assumir um papel normativo, de facilitação e regulação das atividades privadas. Outro aspecto importante é que, se a industrialização era o principal objetivo das políticas econômicas desenvolvimentistas, os governos neodesenvolvimentistas buscam ampliar as economias nacionais apostando em outros setores produtivos, como o *agrobusiness* e mesmo a economia da cultura. Isto evidencia que as políticas econômicas neodesenvolvimentistas não visam apenas gerar o crescimento interno dos mercados, mas também há um forte ímpeto de expansão internacional. Isso faz com que a antiga política de substituição de importações seja suplantada por uma política que visa alcançar uma competitividade internacional.

No entanto, a parte econômica do neodesenvolvimentismo não pode ser dissociada do aspecto político. Afinal, a *raison d'être* do ativismo estatal atual é justamente a de subsumir a lógica de mercado à da política. É interessante notar nos textos de ciência política a caracterização do desenvolvimentismo como uma abordagem economicista, identificando de forma direta e linear crescimento econômico. Em oposição, o neodesenvolvimentismo é identificado com valores éticos, equalizando demandas por equidade social e de sustentabilidade ambiental com o crescimento econômico (DINIZ, 2010; SACHS, 2004; SEN, 2010). Assim, assume-se o conceito de desenvolvimento como liberdade, de acordo com o qual a liberdade constitui o fim e o meio para o desenvolvimento.

Finalmente, outra característica do neodesenvolvimentismo é o compromisso com a democracia e o pluralismo. Se anteriormente foi possível associar o desenvolvimento econômico a regimes autoritários (de esquerda, em Cuba, e de direita na América do Sul) os recentes governos neodesenvolvimentistas têm reafirmado a defesa da democracia como única forma de promover o desenvolvimento, rompendo assim com uma tradição de instabilidade política que se resolvia via de regra através de golpes de Estado (BOSCHI; GAITÁN, 2008; DINIZ, 2010). Mais do que isso, tais governos assumem a necessidade de equalizar, organizar e orientar as diversas demandas sociais que emergem dessas sociedades crescentemente pluralistas. Assim, o Estado e suas instituições colocam-se mais como agentes mediadores entre as demandas de diversos atores sociais e menos como instrumento de um grupo ou classe social.

No Brasil, essa tendência pode ser identificada com a eleição do Presidente Luís Inácio “Lula” da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), em 2002. Como

observam estudiosos (DINIZ; BOSCHI, 2007), a chegada ao poder de Lula esteve envolta em uma série de acomodações e concessões que o PT teve de fazer desde a época de campanha. Após a eleição, o primeiro mandato de Lula foi marcado por tensões entre mudanças e continuidades com o governo anterior (DINIZ; BOSCHI, 2007). Não obstante, alterações na política externa (posicionamento mais independentista e busca de reconhecimento do país como potência emergente), na política econômica (dando ênfase à indústria nacional) e também na social (políticas de redistribuição de renda e inclusão social) deram ao longo do tempo características próprias para os mandatos de Lula que seriam críticas para a eleição de sua sucessora, Dilma Rousseff (PT), em 2010.

A construção de uma abordagem neodesenvolvimentista à economia criativa

É interessante notar que um dos ministérios em que logo se perceberam mudanças entre os mandatos do PT e do PSDB foi justamente o Ministério da Cultura. Conforme afirmam especialistas em políticas culturais no Brasil, o mandato de Francisco Weffort (PSDB) à frente do MinC foi caracterizado pela omissão por parte do ministério em se propor alguma política nacional de cultura e pela transferência à iniciativa privada a decisão de em que atividades culturais investir o dinheiro público, uma vez que o ministério valeu-se apenas de leis de incentivo fiscal para fomentar atividades culturais (BOTELHO, 2001; CALABRE, 2009; RUBIM, 2010). A chegada ao poder da coalizão de partidos de centro-esquerda liderada pelo PT marca um ponto de inflexão na história recente do MinC. Ao longo do mandato de seus dois ministros da cultura, Gilberto Gil (PV-RJ) e Juca Ferreira (PV-SP), buscou-se realizar (a) uma retomada do papel ativo do Estado no fomento da produção cultural, (b) a abertura de diálogo à sociedade brasileira, através de diversas modalidades de consultas públicas sobre pontos nevrálgicos de sua agenda política (como a revisão dos direitos autorais) e (c) a ampliação do conceito de “cultura” não mais restrito às concepções de patrimônio histórico, belas-artes ou indústrias culturais, mas em seu sentido antropológico, como sendo a “capacidade de invenção coletiva de símbolos, valores, ideias e comportamentos de modo a afirmar que todos os indivíduos e grupos são seres culturais e sujeitos culturais” (CHAUÍ, 1995).

Quando a presidente Dilma Rousseff indicou para a pasta de cultura Ana Maria Buarque de Hollanda (cantora, compositora e funcionária da Funarte, além de irmã do cantor e compositor Chico Buarque de Hollanda), acreditava-se que se daria continuidade às políticas do período anterior. Todavia, desde logo, a nova ministra preferiu adotar uma postura independente, inclusive assumindo um discurso de revisão de certas medidas dos mandatos anteriores, o que causou descontentamento e conflitos entre a ministra e entusiastas da administração Gil-Ferreira. Acusada de ausência de clareza em sua agenda política, no final de 2011, a então ministra cria a Secretaria da Economia Criativa (SEC), o que sugeria que a economia criativa seria uma prioridade em sua gestão. A leitura do *Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011-2014* (PSEC) revela a busca dos *policy makers* do MinC por um conceito de economia criativa que fosse adequado às metas e políticas do governo de Dilma Rousseff. Essa vontade levanta interessantes questões: por que adotar o termo economia criativa? O que significa adotar esse tipo de política cultural em um contexto neodesenvolvimentista latino-americano? Como essa política cultural pode ser articulada às metas dos governos do PT?

Desde logo, é interessante notar que a ideia de economia criativa ganha força apenas com o advento dos governos do PT, em particular no mandato de Dilma Rousseff. Em si, esse já é um aspecto relevante para a análise. Afinal, desde a experiência britânica, as políticas de economia criativa têm sido identificadas com governos de tendência neoliberal. O mandato de Dilma Rousseff representa, porém, o êxito das políticas neodesenvolvimentistas conduzidas desde os mandatos do presidente Luis Inácio “Lula” da Silva. Tendo como principal lema

a ideia de que “um país rico é um país sem miséria”, ou seja, que as políticas econômicas estariam submetidas aos princípios de inclusão e igualdade sociais, esperava-se que as políticas culturais para economia criativa seguissem nesse sentido. Mas como isso poderia acontecer?

O primeiro passo para entender esse fenômeno deve ser a observação de como o MinC se insere no contexto das políticas sociais e econômicas do governo de Dilma Roussef. Isso se nota no discurso de posse da ministra Ana de Hollanda, realizado em 03 de Janeiro de 2011. Naquela oportunidade, a então ministra fez questão de alinhar as atividades do ministério às metas e políticas do governo de Lula-Dilma. Ao princípio de sua fala, observava que:

A política cultural, no governo do presidente Lula, abriu-se em muitas direções. [...] Sua principal característica talvez tenha sido mesmo a de perceber que já era tempo de abrir os olhos, de alargar o horizonte, para incorporar segmentos sociais até então desconsiderados. [...] Quero adiantar, também, que o Ministério da Cultura vai estar organicamente conectado – em todas as suas instâncias e em todos os seus instantes – ao programa geral do governo da presidente Dilma. Às grandes metas nacionais de erradicar a miséria, garantir e expandir a ascensão social, melhorar a qualidade de vida nas cidades brasileiras, promover a imagem, a presença e a atuação do Brasil no mundo. A chama da cultura e da criatividade cultural brasileira deverá estar acesa no coração mesmo de cada uma dessas grandes metas. (HOLLANDA, 2011).

A seguir, sublinhou o papel que a cultura deveria exercer no processo de desenvolvimento que o país vem experimentando nos últimos anos:

Até aqui, essas pessoas [que têm ascendido socialmente] têm consumido mais eletrodomésticos – e menos cultura. É perfeitamente compreensível. Mas a balança não pode se permanecer assim tão desequilibrada. Cabe a nós [do MinC] alargar o acesso da população aos bens simbólicos. Porque é necessário democratizar tanto a possibilidade de produzir quanto a de se consumir [cultura]. (HOLLANDA, 2011).

O argumento do discurso de posse, que sublinhava a garantia da ampliação do acesso aos bens culturais à população, parecia repetir as mesmas preocupações de governos passados de partidos e coligações alinhadas ideologicamente à esquerda. No entanto, ao ser confrontado com o PSEC, essas palavras ganham outro sentido.

Em seu texto introdutório ao PSEC, a ministra destacava a centralidade que o debate sobre economia criativa ganhou no cenário internacional e, por conseguinte, a necessidade de se assumi-lo de forma concreta no Brasil. Observa também que a despeito de “ser reconhecido pela sua diversidade cultural e potencial criativo” (PSEC, 2011: 7), o Brasil não figurava entre as mais importantes economias criativas do mundo, o que representava o desperdício de uma oportunidade de inserção do país no comércio internacional. De fato, observava, o SEC havia sido criado para tornar efetiva a chamada “dimensão econômica” do conceito de “cultura”, definida no Plano Nacional de Cultura (MINC, 2010) com o reconhecimento tanto da capacidade das diversas atividades culturais de gerarem empregos e renda para diversos grupos sociais quanto do caráter cultural de determinadas atividades econômicas, como o turismo, a indústria da moda, a arquitetura, entre outras. Assim, Ana de Hollanda comprometia-se a colocar o MinC, através da SEC, à serviço dos princípios de desenvolvimento petista:

[...] ao planejarmos [no MinC], através da SEC, um “Brasil Criativo”, queremos acentuar o compromisso do Plano Nacional de Cultura com o Plano Brasil sem Miséria, através da inclusão produtiva, e com o Plano Brasil Maior, na busca da competitividade e da inovação dos empreendimentos criativos brasileiros. (MINC, 2011: 7).

Porém, é no texto assinado pela secretária de economia criativa, Cláudia Leitão, que se encontram de forma mais bem articulada as relações entre economia criativa e novo desenvolvimento. Seu argumento inicia-se com uma crítica contundente ao “velho” desenvolvimento, o qual relacionara direta e mecanicamente crescimento econômico a bem-estar coletivo: “[...] as crises sociais, econômicas, ambientais e culturais que vivemos são expressões concretas de que o modelo moderno de desenvolvimento, fundamentado na acumulação da riqueza e do crescimento do Produto Interno Bruto está em franca decadência” (MINC, 2011: 11). Em seguida, defende outra abordagem ao desenvolvimento: “desenvolvimento deve significar, sobretudo, qualidade de vida e ampliação de escolhas” (MINC, 2011: 11), remetendo-se diretamente ao argumento de Amartya Sen (SEN, 2010).

Ao longo de todo o documento, é possível notar referências seguidas à experiência britânica, sempre considerada criticamente e até mesmo pejorativamente, quando a classifica de “economicista”. Isso fica claro, por exemplo, ao se definirem os chamados “setores criativos”. Ao contrário dos *policy makers* britânicos, os idealizadores do PSEC recusam-se a classificar as indústrias criativas como um conjunto de atividades comerciais capazes de gerar renda através da produção e exploração de propriedade intelectual, mas sim como “atividades produtivas [que] têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social.” (PSEC, 2011: 22). Não é o caso de afirmar que essa definição seja mais precisa do que a britânica. Pelo contrário, também ela permite que variadas atividades produtivas sejam incluídas em uma mesma política cultural. No entanto, esta definição permite que a política cultural para economia criativa privilegie outros aspectos que não estejam restritos à produção de propriedade intelectual.

De fato, há uma clara preocupação do projeto Brasil Criativo em submeter a economia criativa às demandas sociais por inclusão e igualdade. Isso é explicitado nos princípios norteadores do PSEC: sustentabilidade, inovação, inclusão social e diversidade cultural. Isso significa dizer que o projeto de uma economia criativa no Brasil só se justifica se criar uma inter-relação entre esses parâmetros, conforme fica patente na figura reproduzida a seguir, o que garantem uma relação igual entre crescimento econômico e demandas sociais:

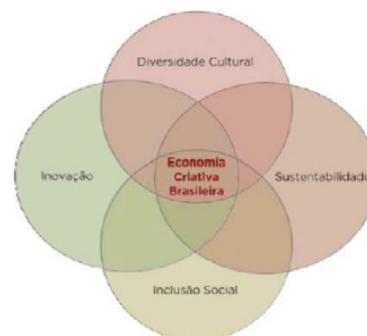


Figura 1. Princípios norteadores do projeto Brasil Criativo.
Fonte: MINC (2011: 33).

Para tanto, o MinC assume o papel de desenvolver uma agenda política “ampla e transversal”, colocando-se no centro de uma grande política de desenvolvimento que o alinha estrategicamente a outros importantes ministérios. Os obstáculos

para a execução desse ambicioso plano já foram discutidos em outro artigo (DE MARCHI, 2012) e de fato são publicamente reconhecidos pelo governo. Não obstante, cabe destacar que o PSEC apresenta um projeto de economia criativa que coloca o MinC em linha com as (na verdade, na vanguarda das) políticas sociais e econômicas dos governos do PT, algo que configura uma novidade na história das políticas culturais no Brasil. Mais do que isso, coloca o Estado brasileiro como mediador das atividades criativas, equalizando demandas econômicas às sociais.

Considerações finais

A breve comparação entre os casos britânico e brasileiro realizada neste artigo permite trazer dados interessantes para o debate sobre políticas culturais e economia criativa. Desde logo, confirmam o que Stuart Cunningham (2009) havia apontado em seu trabalho, ou seja, que as políticas de fomento à economia criativa seguem caminhos distintos, dependendo dos arranjos políticos e institucionais historicamente formados em diferentes contextos (regionais, nacionais, internacionais). No caso da Grã-Bretanha, a nova política cultural respondia a certa resposta do partido trabalhista a um contexto de globalização e neoliberalismo, o qual se encaminhou para uma delegação de tarefas do Estado para a iniciativa privada, ao preço de mudar o foco das políticas culturais britânicas do polo da distribuição e consumo para o da produção. No Brasil, o mesmo termo ganha outra conotação na medida em que se alinha às metas de um governo neodesenvolvimentista, que busca submeter o crescimento econômico à lógica política. Neste caso, o Estado busca afirmar seu papel de mediador e regulador entre os polos da produção e o do consumo, implementando políticas que sirvam como meio de geração de um tipo de desenvolvimento incluyente, sustentável e sustentado. Não há qualquer desejo aqui de fazer uma comparação de valores entre essas políticas. Não interessa saber se uma é melhor ou pior do que a outra; interessa é que elas são fundamentalmente distintas, apesar da semelhança dos termos utilizados. Apenas esse dado permite reabrir as discussões sobre economia criativa, não se restringindo à crítica generalista de que ela representa uma “neoliberalização” das políticas culturais.

É preciso reconhecer que as políticas para economia criativa apresentam uma nova perspectiva sobre a razão de ser das políticas culturais nos diversos contextos em que são adotadas. Assumindo uma abordagem que instrumentaliza a cultura, tornando-a recurso para se atingir outros fins (YÚDICE, 2006), o fomento da economia criativa busca fazer da imaginação criativa uma força motriz para a economia e/ou a política. O que muda é, em geral, a postura que os Estados assumem na condução desses projetos. Nesse sentido, o exemplo brasileiro também é interessante porque apresenta um projeto ousado que não busca apenas alinhar a política cultural ao resto das políticas sociais e econômicas, mas sim a tornar o fundamento de uma política geral de desenvolvimento. Uma vez mais, pouco interessa saber se tal proposta se efetivará ou não. O que importa é perceber neste gesto uma mudança fundamental da concepção de política cultural pelo Estado brasileiro. Cabe, a partir dessas constatações, empreender novos estudos comparativos entre políticas culturais em economia criativa.

Referências Bibliográficas

BIELSCHOWSKY, Ricardo. *Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimento*. 5. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

BOSCHI, Renato; GAITÁN, Flávio. Intervencionismo estatal e políticas de desenvolvimento na América Latina. *Caderno CRH*, v. 21, n. 53, p. 305-322, Maio/Agosto 2008.

- BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e política pública. *São Paulo em Perspectiva*, v. 15, n. 2, p. 73-83, 2001.
- BRESSER-PEREIRA, Luis C. *Do antigo ao novo desenvolvimentismo na América Latina*. No prelo, 2011.
- BUSTAMANTE, Enrique. ¿La creatividad contra la cultura?. In: ALBORNOZ, L. A. *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 139-153.
- CALABRE, Lia. *Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2009.
- CARDOSO, Miriam L. *Ideologia do desenvolvimento no Brasil: de JK a JQ*. 2. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- CUNNINGHAM, Stuart. Trojan horse or Rorschach blot? Creative industries discourse around the world. *International journal of cultural policy*, v. 15, no. 4, p. 375-386, 2009.
- DE MARCHI, Leonardo. Entre o desenvolvimento econômico e o direito à cultura: uma análise dos usos do termo economia criativa pelo governo brasileiro. Trabalho apresentado no XI Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Montevideú, 2012.
- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT. *Creative Britain: new talents for the new economy*. London: DCMS, 2008.
- DINIZ, Eli; BOSCHI, Renato. *A difícil rota do desenvolvimento: empresários e a agenda pós-neoliberal*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.
- DINIZ, Eli. Estado, variedades de capitalismo e desenvolvimento em países emergentes. *Desenvolvimento em debate*, v. 1, n. 1, p. 7-27, jan-abr 2010.
- GARNHAM, Nicholas. From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative approach” to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*, v. 11, no. 1, p. 15-29, 2005.
- HARVEY, David. *O neoliberalismo: história e implicações*. 2. Ed. São Paulo: Loyola, 2011.
- HESMONDHALGH, David. Media and cultural policy as public policy. *International journal of cultural policy*, v. 11, no. 1, p. 95-109, 2005.
- HOLLANDA, Ana de. *Discurso de posse*, 03 de janeiro de 2011, disponível em <<http://www2.cultura.gov.br/site/2011/01/03/discurso-de-posse-da-ministra-da-cultura-ana-de-hollanda/>>. Acesso em: 20 Ago. 2013.
- MINISTÉRIO DA CULTURA DO BRASIL. *Plano Nacional de Cultura*. Brasília: Minc, 2010.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014*. Brasília: Minc, 2011.
- RUBIM, Antônio A. C. (org). *Políticas culturais no governo Lula*. Salvador: EDUFBA, 2010.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento includente, sustentável e sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

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

Sites de Redes Sociais e Jornalismo: Explorando a Percepção dos Usuários sobre a Circulação Jornalística no *Twitter* e no *Facebook*

Gabriela da Silva Zago

Doutoranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e professora do curso de Design Digital da Universidade Federal de Pelotas (UFPel).
E-mail: gabrielaz@gmail.com

Resumo: O artigo promove uma discussão acerca da percepção dos usuários sobre o uso de sites de redes sociais para a circulação jornalística. A partir de conceitos do *design*, busca-se identificar elementos percebidos pelos usuários nos sites de redes sociais que influenciam na circulação jornalística. A discussão é baseada nas respostas dadas em um questionário por usuários de *Facebook* e de *Twitter*. As respostas indicam que, por conta de suas *affordances* funcionais e das apropriações dos usuários, o *Twitter* é melhor percebido que o *Facebook* como um espaço para circulação de notícias.

Palavras-chave: apropriação; sites de redes sociais; circulação jornalística

Abstract: The paper discusses the user's perception about the use of social network sites for news circulation. Parting from design concepts, we seek to identify elements perceived by users on social network sites that influence news circulation. The discussion is based on answers given by Facebook and Twitter users to a questionnaire. Answers indicate that, because of their functional affordances and user's appropriations, Twitter is better perceived as a space for news circulation than Facebook.

Keywords: appropriation; social network sites; news circulation

Introdução

Sites de redes sociais têm se consolidado como espaços da *web* que promovem não só práticas ligadas à interação social como também possibilitam o compartilhamento e a troca de informações. Nesse contexto, elementos de *design* podem contribuir para que esses espaços sejam percebidos como ambientes nos quais circulam informações.

Nesse sentido, decisões de *design* dos sites de redes sociais podem influenciar na circulação e no consumo de notícias nesses espaços. O fato de um botão no *Facebook* se chamar "curtir", por exemplo, pode trazer implicações para o jornalismo, da mesma forma que o fato de o *Twitter* só mostrar conversas de amigos pode interferir na compreensão da ferramenta enquanto um espaço conversacional. Ainda, a decisão do *Facebook* de mostrar atualizações mais importantes em vez de atualizações mais recentes pode influenciar no tipo de conteúdo que se torna visível, e, portanto, é consumido, do mesmo modo que consumir o conteúdo no site de redes sociais é diferente de consumi-lo em aplicativos móveis que se propõem a organizar informações desses espaços a partir de diferentes critérios (como por exemplo, no *Flipboard*¹, no *iPhone* e no *iPad*).

¹ Disponível em: <<http://flipboard.com/>>. Acesso em 17 fev. 2012.

Assim, o trabalho promove uma discussão sobre a percepção dos usuários acerca da possibilidade de utilização de sites de redes sociais para a circulação jornalística. Amparado em conceitos oriundos do *design*, como interface, *affordances* e apropriação, o artigo procura identificar elementos percebidos pelos usuários nos sites de redes sociais como facilitadores da circulação jornalística. Para tanto, parte-se de um questionário respondido por 160 usuários de sites de redes sociais, que apontaram questões sobre a circulação de notícias em especial nos sites *Facebook* e *Twitter*.

Design de interface

O *design* de interface é a área do *design* voltada para produção de interfaces para dispositivos tecnológicos (computador, celular, sites e outros) com foco na experiência do usuário (*design* de experiência) e na interação (*design* de interação). Ao se pensar uma interface, elementos como interatividade e experiência do usuário devem ser levados em consideração.

O *design* de interface está inserido no contexto da interação humano-computador (IHC). IHC é a disciplina que estuda *design*, avaliação e implementação de sistemas de computação interativos para uso humano em um contexto social (HEWETT et al., 1992). Essa interação humano-computador se dá através de uma interface.

Um *design* é obtido a partir da combinação de elementos como *affordances*, convenções e restrições (NORMAN, 1999). *Affordances* dizem respeito ao que é possível fazer. Convenções dizem respeito a elementos culturais que são seguidos ou estabelecidos ao se planejar uma interface ou objeto. Já as restrições têm a ver com tornar impossível uma ação que não seja correta, podendo ser físicas ou lógicas.

Para Norman (2002), dicas sobre como as coisas funcionam vêm de suas estruturas visíveis, especialmente de *affordances*, convenções e restrições, que constituem seu modelo conceitual. “Um bom modelo conceitual nos permite prever os efeitos de nossas ações” (NORMAN, 2002: 13)². Nesse sentido, o autor sugere que o uso de analogias físicas ou padrões culturais leva a um entendimento imediato.

Norman (1999) faz a distinção entre *affordances* reais – de *hardware*, físicas – e *affordances* percebidas, que dependem de convenções culturais. Para o autor, *affordances* são independentes do que está visível na tela. O *designer* não “adiciona” *affordances*, e sim as leva em consideração ao projetar interfaces. Por exemplo, exibir uma mão nos locais onde o cursor do mouse é clicável seria uma representação visual de uma *affordance* (a possibilidade de clicar).

Para Hartson (2003: 319), “uma *affordance* fornece ou provê algo que ajuda o usuário em alguma coisa”³. O autor expande a noção de *affordance* a partir de Norman e sugere uma terminologia para quatro tipos de *affordances*, que devem ser levadas em consideração ao se planejar o *design* de uma interface: cognitivas, físicas, sensoriais e funcionais.

Assim, as *affordances* cognitivas consistem em “recursos de *design* que ajudam, auxiliam, suportam, facilitam ou permitem pensar e/ou conhecer sobre algo” (HARTSON, 2003: 319)⁴. *Affordances* físicas, por sua vez, dizem respeito a “recursos de *design* que ajudam, auxiliam, suportam, facilitam ou permitem fisicamente fazer alguma coisa” (HARTSON, 2003: 319)⁵. Já uma *affordance* sensorial seria “recurso de *design* que ajuda, auxilia, suporta, facilita ou aciona os sentidos do usuário (ex.: ver, escutar, tocar)” (HARTSON, 2003: 321)⁶.

² Tradução de: “A good conceptual model allows us to predict the effects of our actions” (NORMAN, 2002: 13).

³ Tradução de: “an affordance gives or provides something that helps a user to something” (idem; ibidem: 319).

⁴ Tradução de: “A cognitive affordance is a design feature that helps, aids, supports, facilitates, or enables thinking and/or knowing about something” (idem; ibidem).

⁵ Tradução de: “A physical affordance is a design feature that helps, aids, supports, facilitates, or enables physically doing something” (idem; ibidem).

⁶ Tradução de: “A sensory affordance is a design feature that helps, aids, supports, facilitates, or enables the user in sensing (e.g., seeing, hearing, feeling) something” (idem, ibidem: 321).

Para o autor,

⁷ Tradução de: "In the domain of human-computer interaction, as in the domain of everyday physical devices, design is what connects physical affordances to the cognitive affordances that 'advertise' them and explain how to use, when to use, and whether to use each physical affordance. Design is also what connects sensory affordances to cognitive and physical affordances, so they can be seen or heard or felt (and eventually tasted or smelled) to be used" (HARTSON, 2003: 322).

⁸ Tradução de: "Design feature that helps users accomplish work (i.e., the usefulness of a system function)" (idem, ibidem: 323).

No domínio da interação humano-computador, assim como no domínio dos dispositivos físicos do dia a dia, o *design* é aquilo que conecta *affordances* físicas às *affordances* cognitivas que as "anunciam" e explicam como usar, quando usar, e se usar cada *affordance* física. *Design* é também o que conecta *affordances* sensoriais a *affordances* físicas e cognitivas, para que elas possam ser vistas, ouvidas ou sentidas (e eventualmente provadas ou cheiradas) para serem usadas (HARTSON, 2003: 322)⁷.

Mas o tipo de *affordance* que talvez mais interesse a este trabalho são as *affordances* funcionais, ou seja, recursos que estabelecem uma relação entre uso e utilidade dos elementos de *design*. *Affordances* funcionais, são, assim, "características de *design* que ajudam os usuários a realizar um trabalho (ou seja, a utilidade de uma função do sistema)" (HARTSON, 2003: 323)⁸. Assim, ainda que existam diferentes elementos de *design* em uma determinada interface, alguns poderão ser empregados para realizar uma determinada função que seja útil ao usuário. Nesse contexto, explorar o efetivo uso conferido pelos usuários ao sistema pode ajudar a compreender as *affordances* funcionais.

Sites de redes sociais, jornalismo e apropriação

Sites de redes sociais são espaços da *web* que permitem a criação e a manutenção de redes sociais (RECUERO, 2009), ou seja, o estabelecimento e a manutenção de relações sociais entre indivíduos, na medida em que permitem aos interagentes criar um perfil público, articular uma lista de contatos, e visualizar a lista de contatos de seus amigos (BOYD & ELLISON, 2007). A interface típica de um site de redes sociais possibilita, assim, a troca de mensagens entre interagentes, através de seus perfis.

Embora não voltada especificamente para as práticas jornalísticas, a interface de um site de redes sociais pode ser apropriada por seus usuários para o jornalismo (ZAGO & RECUERO, 2011). O uso pode se dar tanto para postar notícias e chamadas para notícias (acompanhadas ou não de *links*) como também para auxiliar nas demais etapas do processo jornalístico (como ao servir de fonte, na apuração).

Sites de redes sociais como *Twitter* e *Facebook* estão dentre os sites mais utilizados no Brasil⁹. O *Facebook* é um site de redes sociais criado em 2004 por estudantes de Harvard com a finalidade de conectar pessoas. Inicialmente restrito apenas a universitários, posteriormente foi aberto para o público em geral. Voltado para adicionar amigos e manter relacionamentos, requer confirmação para que uma conexão seja estabelecida (laços bidirecionais). Desde o final de 2011, é possível assinar perfis e receber seu conteúdo (conexão unilateral). Conteúdos diversos podem ser compartilhados no mural de cada usuário, e aparecem no *feed* de notícias dos demais. Curtir, compartilhar e comentar são alguns dos recursos disponibilizados pelo site para interagir com cada uma das mensagens postadas.

O *Twitter* é um serviço de microblog criado em 2006. Híbrido entre *blog* e site de redes sociais, provê um espaço limitado de 140 caracteres para cada atualização. Por conta de seu limite de caracteres, possibilita o compartilhamento de conteúdo em tempo real. Cada mensagem, ou *tweet*, é exibida na linha do tempo dos demais usuários que seguem o autor da mensagem. As conexões não são necessariamente recíprocas, ou seja, pode-se seguir alguém sem ser seguido de volta. *Retweet*, favoritos, e links compactados são alguns dos recursos oferecidos pela ferramenta.

Tanto *Facebook* quanto *Twitter* passaram por modificações em sua estrutura, tanto a partir de aperfeiçoamentos sugeridos pela equipe do site quanto a partir

⁹ Respectivamente, 1º e 12º sites mais acessados no Brasil de acordo com o ranking do Alexa. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 21 dez. 2012.

¹⁰ Resposta pública enviada a outros usuários, normalmente iniciadas por @usuario.

¹¹ Menções feitas a outros usuários a partir do uso de @usuario no meio de um tweet.

¹² Reprodução de tweet feito por outro usuário, normalmente no formato "RT @usuario: tweet reproduzido".

¹³ Os usuários do *Twitter* usavam sites externos para compactar links (como <http://tinyurl.com>) para não comprometer o espaço de 140 caracteres para cada tweet. Posteriormente, o próprio *Twitter* passou a compactar automaticamente todos os links usando o endereço <http://t.co>.

¹⁴ Termos precedidos do símbolo # (hash, em inglês) são transformados em link para uma busca no *Twitter* por outros tweets com a mesma hashtag.

¹⁵ Tradução de "Appropriation is the way in which technologies are adopted, adapted and incorporated into working practice. This might involve customization in the traditional sense (that is, the explicit reconfiguration of the technology in order to suit local needs), but it might also simply involve making use of the technology for purposes beyond those for which it was originally designed, or to serve new ends" (DOURISH, 2003: 467).

das apropriações conferidas por usuários. Com relação ao *Facebook*, Anderson (2011) menciona o exemplo do envio de fotos em blocos para a criação de álbuns. Antes, só era possível enviar uma foto de cada vez. O site passou a permitir o envio de múltiplas fotos de uma vez só. Com a mudança do recurso, muitos passaram a usar o *Facebook* para criar e compartilhar álbuns de fotos, ao invés de fotos isoladas. No *Twitter*, por sua vez, recursos hoje típicos e incorporados à interface do sistema foram inicialmente propostos e convencionados por usuários, como *reply*¹⁰, *menções*¹¹, *retweets*¹², links compactados¹³, *hashtags*¹⁴, dentre outros.

Assim, um conceito que interessa particularmente ao presente trabalho é o de apropriação. "Apropriação é o modo pelo qual as tecnologias são adotadas, adaptadas e incorporadas nas rotinas de trabalho e tarefas diárias" (DOURISH, 2003: 465). Um *design* voltado para apropriação vê como um determinado recurso está sendo utilizado e a partir daí adapta o *design* (DIX, 2007). Em vez de considerar a apropriação em sua dimensão social, Dourish (2003) explora a apropriação em termos dos recursos técnicos que a possibilitam. Nesse sentido, a apropriação seria similar à customização, mas se preocuparia com a adoção de padrões de tecnologia e de transformação da prática em um nível mais aprofundado (DOURISH, 2003).

Desse modo,

Apropriação é o modo pelo qual as tecnologias são adotadas, adaptadas e incorporadas à prática de trabalho. Isso pode envolver customização, no sentido tradicional (isto é, a reconfiguração explícita da tecnologia de modo a corresponder a necessidades locais), mas também pode simplesmente envolver fazer uso da tecnologia para propósitos para além daqueles para os quais foi originalmente projetada, ou para servir a novos fins (DOURISH, 2003: 467)¹⁵.

Assim, a própria utilização de sites de redes sociais para atividades ligadas à prática jornalística já seria uma forma de apropriação de uma interface originalmente projetada para outro fim (compartilhamento de informações ou criação e manutenção de redes sociais).

O fato de uma interface ser de um jeito e não de outro traz implicações para o tipo de conteúdo que é usualmente compartilhado. Por exemplo, a escassez de caracteres do *Twitter* pode ser usada para encorajar a participação, na medida em que torna mais fácil o seu uso (ANDERSON, 2011). Assim, para o autor, se tivesse limite no número de "curtir" que uma pessoa pode dar no *Facebook*, certamente o comportamento dos usuários seria diferente.

Procedimentos metodológicos

Para buscar identificar como usuários de sites de redes sociais compreendem o potencial de utilização desses espaços para a circulação de notícias, utilizou-se um questionário como instrumento de pesquisa. O questionário apresentava questões abertas e fechadas. Um *link* para o questionário foi disponibilizado no perfil da autora nos sites *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Orkut* e *Plurk* nos dias 10 e 11 de janeiro de 2012, com o pedido explícito de que os contatos ajudassem na divulgação do *link* para o questionário junto a suas redes. Esse pedido se fez necessário para que as respostas obtidas não fossem apenas de contatos da própria autora. Para tentar obter apenas respostas de usuários ativos desses sistemas, pediu-se que os respondentes escolhessem qual site de rede social utilizavam com mais frequência, independente de onde tivessem visto o *link* para o questionário. As questões seguintes versavam especificamente sobre o site de rede social escolhido.

Ao todo, foram obtidas 160 respostas, assim distribuídas: 98 de usuários do *Facebook*, 51 de usuários do *Twitter*, quatro de usuários do *Google+*, uma de usuário do *Orkut*, duas de usuários do *Plurk* e, ainda, uma de usuário de *Google Reader*. Além disso, três respondentes disseram não serem usuários frequentes de nenhum site de rede social, o que impedia continuar respondendo ao questionário.

Assim, a partir da observação dos sites e das respostas obtidas nos questionários, buscou-se identificar elementos de *design* nos sites, na forma de *affordances* funcionais, que facilitam ou dificultam a circulação de notícias nesses espaços. A discussão será centrada no *Facebook* e no *Twitter*, sites sobre os quais foram obtidos um maior número de respostas no questionário.

¹⁶ 32 possuíam entre 31 e 40 anos (20%), 17 entre 41 e 50 (11%), quatro entre 51 e 60 (2%), e dois 60 ou mais (1%).

¹⁷ O fato de o questionário ter sido originalmente postado no perfil de uma pesquisadora gaúcha da área de Comunicação pode ter contribuído para a configuração do perfil dos respondentes. Mesmo assim, como o foco do trabalho era avaliar a percepção de usuários frequentes, entendeu-se que a condição de profissional da comunicação ou de residente do estado do Rio Grande do Sul poderia influenciar, porém não necessariamente exerceria papel preponderante na percepção dos usuários quanto a seu uso de sites redes sociais para fins de consumo de notícias.

¹⁸ Na medida do possível, as citações de respondentes ao longo do texto, embora anônimas, procuram respeitar essa proporcionalidade.

Os 160 respondentes residem em 17 estados brasileiros diferentes, sendo 102 do estado do Rio Grande do Sul (64%), 16 em São Paulo (10%), seis do Distrito Federal (4%), seis de Minas Gerais (4%), cinco do Paraná (3%), e três ou menos respondentes de outros estados do país. A maior parte dos respondentes possuía entre 18 e 24 e 25 e 30 anos (49 ou 31% e 51 ou 32%, respectivamente, totalizando 63% das respostas obtidas)¹⁶. As profissões eram as mais variadas, com 59 respondentes com profissões ligadas à área de Comunicação (37%)¹⁷, 25 estudantes (16%), 21 professores de variados níveis (13%), nove da área de informática ou tecnologia (6%) e 46 com profissões em outras áreas (29%)¹⁸.

Resultados

A seguir serão apresentados os resultados obtidos, primeiramente com dados acerca do *Facebook*, e, logo após, com dados do *Twitter*. Uma *affordance* funcional de cada site é focada no contexto da circulação de notícias: o botão “curtir” do *Facebook* e o botão “retweet” do *Twitter*.

Facebook

Um total de 98 respondentes afirmou ter o *Facebook* como o site de redes sociais que usa mais frequentemente. Dentre os respondentes, a metade afirmou ter iniciado a usar o *Facebook* entre 6 meses a 2 anos atrás: 27 usam de 6 meses a 1 ano (27,6%) e 22 usam de 1 a 2 anos (22,4%).

Em uma questão aberta, os usuários foram indagados se costumam ver notícias ou links para notícias circulando no *Facebook*, sobre o que são essas notícias, e se costumam clicar nesses links ou procurar mais informações sobre as notícias que vêem circular pelo site. Os usuários em sua maioria responderam que costumam ver notícias e links para notícias circulando no *Facebook*. Quanto ao assunto das notícias, disseram que elas costumam ser de temáticas variadas, como pode ser visto no exemplo abaixo:

“Vejo notícias de todos os tipos, desde coisas 'mundo bizarro' até notícias importantes sobre questões locais, mídias alternativas. Sobre tudo. Clico e leio.” (interagente 117).

Como no *Facebook* os usuários têm como contatos pessoas que são por eles conhecidas, mas que não necessariamente compartilham da mesma área de interesse, eles acabam recebendo notícias que não são de seu interesse pessoal. Sendo assim, os respondentes disseram que clicam nos links que interessam a eles, em especial quando se tratam de links para notícias postadas por veículos jornalísticos, ou então quando se tratam de notícias sobre assuntos que lhes interessam. Na ausência de um link, mesmo que a notícia tenha sido postada

por um contato seu diretamente no *Facebook*, alguns afirmaram que procuram o link original para ler a notícia diretamente no site do veículo que a publicou inicialmente.

Ao serem questionados se o *Facebook* seria um espaço adequado para compartilhar, ler e postar notícias, 12 interagentes (12,3%) disseram que não é um espaço adequado e mencionaram preferir acompanhar notícias através de sites jornalísticos. Dentre os que responderam que o *Facebook* é adequado para notícias (87,7%), 18 ressaltaram o fato de ter seus amigos por perto (o que provê acesso a notícias locais) e 17 ressaltaram o potencial do *Facebook* para promover debates, através dos comentários. 13 usuários ressaltaram a abrangência da ferramenta, 11 disseram que é fácil e prático postar. Seis mencionam que estão o tempo todo *online* na ferramenta e por isso é útil poder acompanhar notícias por ela. Seis mencionaram a rapidez na propagação das informações. Muitos usuários procuraram estabelecer um paralelo com o *Twitter* em suas respostas, como no exemplo a seguir.

“Uma rede de compartilhamento onde os usuários estão diretamente ligados a pessoas do seu círculo social off line é ideal para compartilhar temas diversos, contudo, acabamos tendo que ver coisas que não são interessantes, postas por nossos contatos. **O ideal para compartilhar apenas assuntos de interesse seria o *Twitter***” (interagente 33, grifos nossos).

A tensão sobre ser ou não um espaço adequado para o compartilhamento de notícias parece residir no fato de que se trata de um site de relacionamento que, segundo os respondentes, seria mais voltado para a expressão pessoal do que para o compartilhamento de informações, e mais voltado para entretenimento do que para notícias em geral, como pode ser observado nas respostas abaixo.

"Não, porque se trata de uma rede social mais voltada para a exposição rápida de assuntos diversos, que podem incluir notícias entre eles. O Facebook é uma rede muito híbrida, mistura muitos elementos e isso tira o foco das notícias." (interagente 58)

"Acho que não, pois foge ao objetivo da rede social de caráter pessoal." (interagente 79)

“Não, devido a que tem como objetivo o entretenimento e para obter notícias procuro meios específicos para isso” (interagente 160).

A questão seguinte, de múltipla escolha, perguntava o que o usuário fazia ao ver uma notícia que lhe interessasse no *Facebook*. Cinco alternativas eram sugeridas, além de um campo “outros”. As respostas mais frequentes foram: curtir a notícia (71 respondentes), compartilhar a notícia pelo botão “compartilhar” (58 respondentes), deixar um comentário (29 respondentes) e copiar o link e postar manualmente em seu próprio mural (11 respondentes). Seis respondentes disseram que não fazem nada (ou seja, apenas leem as notícias). Os comportamentos mais frequentes envolvem usar recursos do próprio sistema (botões “curtir” e “compartilhar”), demonstrando que ainda que possam não ser perfeitamente adequados para notícias, a presença de uma *affordance* funcional (um botão que permite automatizar a operação de reproduzir em seu perfil o link para a notícia) faz com que sejam preferíveis à postagem manual das informações.

A última questão versava especificamente sobre o botão “curtir” e sua utilidade para notícias. Dentre os respondentes, 58 acham o botão curtir útil para notícias

¹⁹ Cabe lembrar que, mesmo assim, 71 disseram usar o botão “curtir” quando veem uma notícia interessante.

e 26 não o consideram útil¹⁹. Dentre os que consideram útil, 37 comentam seu potencial de quantificar aprovação, 13 sugerem o uso para disseminar uma notícia para seus amigos, quatro dizem que seu uso dispensa ter que fazer comentário sobre a notícia, dois disseram que usam o botão fora do *Facebook*, no site do jornal, como uma forma de enviar a notícia para o *Facebook*, e dois usuários mencionaram que a quantidade de “curtidas” estaria associada a uma maior ou menor credibilidade de uma notícia (nesse sentido, quanto mais curtida, mais crível).

Dentre os que não consideram o botão “curtir” útil, as respostas mais frequentes foram em relação ao fato de que o botão não é adequado para notícias, na medida em que notícias nem sempre são algo que se possa “curtir” (12 respondentes). Quatro disseram que é uma medida superficial de popularidade, uma vez que se pode “curtir” sem ler o conteúdo. Outras respostas incluem o fato de não contribuir para o debate, não possuir visibilidade suficiente, ou ter sido banalizado (alguns usuários curtem tudo o que leem, por exemplo).

Assim, embora o *Facebook* tenha sido apropriado para o compartilhamento de notícias e de links para notícias, seus usuários não consideram que seja perfeitamente ideal, nem em termos do conteúdo que circula, nem em termos de funcionalidades e *design*. Embora *affordances* funcionais estejam presentes para facilitar o compartilhamento e a qualificação de informações, os usuários do *Facebook* não o percebem como um espaço totalmente adequado para a circulação de notícias.

Twitter

Um total de 51 respondentes do questionário afirmou ter o *Twitter* como o site de redes sociais que usa mais frequentemente. Dentre os respondentes, a maioria afirmou que começou a usar o *Twitter* entre 2 e 3 anos atrás (32, 62,7%), ou seja, são usuários do site proporcionalmente há mais tempo que os usuários que responderam ao questionário sobre o *Facebook* (ver subitem anterior).

Em uma questão aberta, os usuários foram indagados se costumam ver notícias ou links para notícias circulando no *Twitter*, sobre o que são essas notícias, e se costumam clicar nesses links ou procurar mais informações sobre as notícias que veem circular pelo site. Os respondentes afirmaram que costumam ver notícias, principalmente de assuntos de seu interesse (como área de atuação profissional, ou algum *hobby*). Pelas respostas, observa-se que os usuários atribuem esse fenômeno ao fato de que os conteúdos que leem no *Twitter* provirem daqueles perfis que escolheram seguir. Como no *Twitter* não é necessária a confirmação de amizade (laço bidirecional) para poder acompanhar as atualizações de alguém, é possível seguir apenas perfis que fornecem conteúdos interessantes. O link fornecido com o *tweet* geralmente basta, porém algumas vezes os respondentes procuram saber mais, principalmente quando se trata de um assunto que realmente interessa ao usuário.

"Geralmente são notícias bem diversificadas. As mais interessantes eu procuro melhor em outros sites." (interagente 113)

Ao responder se e porque o *Twitter* seria um espaço adequado para postar, compartilhar e ler notícias, 32 respondentes ressaltaram aspectos ligados à velocidade da ferramenta, em decorrência de sua limitação de 140 caracteres. Nove mencionam o fato de estar conectado a uma rede de pessoas - que podem acompanhar ou comentar o que está sendo divulgado. Oito ressaltam que o *Twitter* permite o acesso a notícias que interessam ao usuário, na medida em que permite escolher quem seguir e de que perfis receber informações. Seis

comentam a interface simples, três ressaltam a possibilidade de acessar e postar por diferentes aparelhos (como celular, *tablet*, etc.), dois ressaltam a inexistência de intermediários.

“sim, pela facilidade de propagação rápida dos assuntos” (interagente 109)

"Sim, porque permite acompanhar um grande volume de informações de forma rápida, instantânea, breve, objetiva e principalmente, em tempo-real." (interagente 32)

"Mais para postar / compartilhar do que para ler: 140 caracteres são muito pouco para postar notícias relevantes completas. Mas serve bem para circular links para notícias, e com bem mais velocidade / agilidade que outros canais, como o e-mail." (interagente 66)

"Sim, considero o twitter bastante adequado pois é rápido, facilmente compartilhável (muitas vezes recebo a notícia por indicação, e não diretamente do meio que originou a notícia), e que, principalmente, eu posso selecionar os assuntos sobre os quais quero receber informações, no momento em que seleciono quem seguir." (interagente 97)

Assim, o *Twitter* é percebido como um site de rede social propício para a circulação de notícias, em especial por conta de suas convenções e *affordances* funcionais (poder escolher quem seguir, limite de 140 caracteres, etc.), que possibilitam um rápido espalhamento de informações. Circulam, ainda, muitos links, que costumam ser clicados. Devido ao limite de 140 caracteres a cada atualização, a presença de um link pode ser uma boa saída para prover a informação ainda que haja uma restrição imposta pelo sistema.

A questão seguinte, de múltipla escolha, perguntava o que o usuário fazia ao ver uma notícia que lhe interessasse no *Twitter*. Sete alternativas eram sugeridas, além de um campo “outros”. 36 disseram que clicam no botão “*retweet*” do próprio *Twitter*, 22 disseram fazer um *retweet* manual com comentário, 20 disseram favoritar para guardar o link para a notícia, 15 afirmaram fazer um novo *tweet* comentando a notícia, 11 disseram fazer um *retweet* manual, nove disseram responder para o usuário que postou. Ainda que pressionar o botão “*retweet*” seja uma maneira fácil de reproduzir uma mensagem originalmente postada por outrem, os usuários muitas vezes fazem o *retweet* manualmente (ou seja, copiam e colam o conteúdo, referenciando a fonte), principalmente quando querem acrescentar um comentário à notícia. Assim, mesmo que a interface do sistema não traga essa opção, os usuários se apropriam das convenções e o fazem manualmente.

A última questão versava especificamente sobre o botão “*retweet*” e sua utilidade para notícias. 46 disseram achar o botão útil para notícias, ao passo que dois disseram não ser útil. A principal utilidade apontada por 18 respondentes é o potencial de disseminar rapidamente uma notícia. Além da rapidez, sete usuários mencionaram a facilidade no espalhamento, seis comentaram sobre a praticidade, seis ressaltaram o fato de dar crédito à fonte original.

"Sim, porque dá agilidade e permite a transmissão da info sem perder a fonte que postou. Só uso o RT manual quando quero acrescentar algum comentário pessoal ao que foi postado." (interagente 98)

Sim, é uma maneira fácil de dispersar a notícia e dar o devido crédito a quem tuitou (interagente 75)

"É útil, mas não permite o acréscimo de comentários. Isso pode ser ruim (pois inibe a participação dos twitteiros) ou bom (já que permite que vc espalhe o conteúdo, sem se "comprometer")" (interagente 124)

Ainda, cinco respondentes comentaram sobre o botão "*retweet*" não permitir acrescentar comentários ao *tweet* sendo reproduzido, e por isso prefeririam fazer o *retweet* manualmente para poder incluir suas impressões. Essa restrição imposta pelo *design* poderia ser resolvida facilmente. Uma solução possível seria a utilizada pelo aplicativo *Flipboard* (para *iPhone* e *iPad*), no qual, ao clicar no botão RT, tem-se a opção de dar o RT com ou sem comentário. Em se optando por dá-lo sem comentário, o *tweet* é reproduzido na íntegra, sem edições. Ao se optar por acrescentar comentários, o usuário é direcionado para uma tela na qual pode acrescentar texto ao *tweet* a ser reproduzido, no estilo em que são feitos os RTs manuais.

Discussão

Embora voltados originalmente para finalidades mais sociais, os sites de redes sociais têm sido apropriados para a difusão de informações, em especial para a prática jornalística. Nesse contexto, elementos do *design* de interface acabam influenciando a percepção dos usuários quanto à adequação da utilização desses espaços para a circulação jornalística. *Affordances* funcionais como o botão "*retweet*" (representando a função de reproduzir conteúdo no *Twitter*) e o botão "*curtir*" (representando a função de apoiar e referendar determinado conteúdo no *Facebook*) podem ajudar nessa percepção, na medida em que a presença dos mesmos facilita a operação de repassar informações.

Entretanto, embora muitas vezes a própria interface do site tenha incorporado a função ao seu repertório de atividades disponíveis, nem sempre essa incorporação é suficiente para resolver a questão. Por exemplo, a tensão quanto ao *retweet* manual ou automático tem a ver com o fato de que a própria ideia de um *retweet* ter surgido de uma apropriação. A partir de uma convenção criada pelos usuários em 2008²⁰, a ferramenta propôs uma solução, através de um botão acrescentado à interface do site no final de 2009. Porém muitos usuários, já acostumados à prática manual, preferiram continuar usando o *retweet* manual em suas mensagens, em especial quando pretendem acrescentar um comentário à mensagem reproduzida (Figura 1).

²⁰ O primeiro registro de um *retweet* feito usando a convenção posteriormente adotada pelos usuários para o *retweet* manual é de janeiro de 2008 (<http://favstar.fm/users/TDavid/status/641334922>).

32s

Descanse em paz Wando. Agora vc é luz! RT @VEJA Cantor
Wando morre aos 66 anos, em Belo Horizonte migre.me/7QnsT

Figura 1. *Retweet* manual com comentário no *Twitter*.

Recurso existente no *Facebook* desde 2009, o botão "*Like*" foi pensado originalmente para ser um botão com o nome de "*Awesome*"²¹. Outras ideias que chegaram a ser pensadas foram estrela, botão de positivo ou negativo (+/-) e polegar para cima. *Awesome* foi substituído por *Like*, por ser menos entusiástico, e não ter problema com convenções culturais (em certos países, polegar para cima é um mau sinal, por exemplo). A ideia surgiu diretamente da equipe do *Facebook*²². Embora tenha sido um recurso adicionado pela equipe do site, ele passou a ser apropriado para diferentes finalidades. Atualmente, há desde pessoas que optam por curtir tudo aquilo que leem no *Facebook* (o que acaba por banalizar a função), até pessoas que utilizam a opção para conferir credibilidade ao link de uma notícia postado por algum de seus contatos, ainda que, dependendo do assunto tratado, não faça sentido "*curtir*" (por exemplo, pode-se "*curtir*" uma notícia ruim) (Figura 2).

²¹ Algo como "impressionante" ou "fantástico".

²² Sobre a história do botão Like, ver a questão "What's the history of the Awesome Button (that eventually became the Like button) on Facebook?" no Quora, disponível em <<http://www.quora.com/Facebook-Inc-company/Whats-the-history-of-the-Awesome-Button-that-eventually-became-the-Like-button-on-Facebook>>. Acesso em 31 jan. 2012.



Figura 2. Notícia e comentário sobre notícia no Facebook.

Informalmente, é possível personalizar o botão “curtir”, para que ele adquira um novo significado. Assim, diversos *plugins* permitem trocar ou nome do botão ou acrescentar a opção “não curtir”, porém essas modificações só aparecem para quem também possui o *plugin*. Um exemplo é *plugin Facebook Bagual*, do site O Bairrista²³, que substitui o botão “curtir” por “afudê”, dentre outras modificações, num exemplo típico de customização da interface para atender a necessidades locais (DOURISH, 2003).

²³ Mais informações em <<http://blogs.estadao.com.br/rodrigo-martins/2011/07/23/facebook-gauchos-mudam-nome-do-botao-curtir-para-afude/>>. Acesso em 17 fev. 2012.

De qualquer modo, o *Twitter*, por conta de recursos de sua interface e das funções que permite exercer, acaba sendo percebido por seus usuários como um espaço adequado para a circulação de notícias, ao passo que os usuários do *Facebook* divergem um pouco na percepção do site de redes sociais como um espaço para circulação jornalística.

Considerações finais

O trabalho procurou observar como os usuários dos sites de redes sociais *Twitter* e *Facebook* percebem esses sites como espaços adequados para a circulação de notícias. Com base num questionário respondido por 160 usuários de sites de redes sociais, buscou-se identificar a relação da percepção com elementos de *design* de ambos os sites.

As respostas obtidas trazem indícios de que, por conta de suas convenções, *affordances* funcionais e das apropriações conferidas pelos usuários, o *Twitter* é melhor percebido que o *Facebook* como um espaço para a circulação jornalística. Conforme apontado pelos respondentes, no *Facebook*, o botão “curtir” não seria muito adequado para notícias, ainda que contribua para recomendar e passar adiante um conteúdo. Ainda, muitos dos usuários do *Facebook* mencionaram o *Twitter* em suas respostas, estabelecendo comparações entre os sites.

Na visão dos usuários do *Twitter*, por sua vez, o *retweet* parece apropriado para notícias, mas as pessoas sentem falta de poder acrescentar um comentário pessoal ao *retweet* (e por isso muitas vezes fazem optam por fazer um *retweet* manual). Ainda que a função seja considerada adequada, ela é reapropriada pelos usuários para poder se adequar a seus interesses.

Referências Bibliográficas

ANDERSON, S. *Seductive Interaction Design: Creating Playful, Fun, and Effective User Experiences*. New York: New Riders Press, 2011

BOYD, D.; ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.13, n.1, 2007.

DIX, A. Designing for Appropriation. In: *HCI*, 2007. Disponível em <http://www.bcs.org/upload/pdf/ewic_hc07_sppaper7.pdf>. Acesso em 7 fev. 2012.

DOURISH, P. The Appropriation of Interactive Technologies: Some Lessons from Placeless Documents. *Computer-Supported Cooperative Work*, 12, p.456-490, 2003.

HARTSON, H.R. Cognitive, physical, sensory, and functional affordances in interaction design. *Behaviour & Information Technology*, v.22, n. 5, p.315-338, 2003.

HEWETT, T., et al. ACM SIGCHI Curricula for Human-Computer Interaction, Capítulo 2 – Human-Computer Interaction. [S.l.], 1992. Disponível em: <<http://old.sigchi.org/cdg/cdg2.html>>. Acesso em 7 fev. 2012.

NORMAN, D. Affordance, conventions, and design. *Interactions*, v.6, n.3, 1999.

NORMAN, D. *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Books, 2002.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ZAGO, G.S.; RECUERO, R. Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter. In: SILVA, G.; KÜNSCH, D.A.; BERGER, C.; ALBUQUERQUE, A. (Orgs.). *Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas*. Salvador, BA / Brasília, DF: EDUFBA / Compós, 2011, p.243-266.

Transmídiação como Ferramenta Estratégica: *Cheias de Charme* Explora uma Nova Forma de Fazer Telenovela

Patricia Biegling

Doutoranda em Ciências da Comunicação (ECA-USP), Mestre em Educação, na linha Educação e Comunicação (UFSC), especialista em Propaganda e Marketing e graduada em Comunicação Social, habilitação em Propaganda e Propaganda. É parecerista do Programa FUMDES - Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior - da Secretaria de Estado da Educação de Santa Catarina. É avaliadora Ad Hoc da Revista Intexto da Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Revista Vozes e Diálogo da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Faz parte do Comitê Editorial Científico da Editora Pimenta Cultural. É também pesquisadora assistente no Núcleo de Pesquisa Infância, Comunicação e Arte, do CNPq. Leciona em disciplinas de cursos de pós-graduação em Comunicação. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em telecomunicação, planejamento e marketing corporativo e cultural. Suas publicações abordam temas ligados a: televisão, transmídia, identidade cultural, estereótipo, subjetividade, práticas culturais e de consumo.

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar as estratégias transmidiáticas utilizadas pelos produtores da telenovela *Cheias de Charme*, da Rede Globo, para atingir grande sucesso com o grupo musical ficcional *As Empreguetes*. Alcançando mais de 12 milhões de visualizações, o videoclipe *Vida de Empreguete* entra para a história da teledramaturgia como o produto que melhor utilizou as narrativas transmidiáticas. Além disso, possibilitando a participação, o compartilhamento dos conteúdos, a interação e a imersão do público durante o desenvolvimento da trama, a telenovela quebrou as barreiras entre o mundo real e ficcional.

Palavras-chave: narrativa transmídia; telenovela; interação; imersão.

Abstract: This article aims to analyze the strategies of transmedia storytelling used in the telenovela *Cheias de Charme*, from *Rede Globo* television, to achieve great success with the fictional musical group *As Empreguetes*. Reaching more than 12 million views, the video *Vida de Empreguete* made history in television as the product that has best used transmedia storytelling strategies. In addition, by enabling participation, sharing of content, interaction and immersion of the public during the development of the plot, the telenovela has broken the barriers between the real and fictional words.

Keyword: transmedia storytelling; telenovela; interaction; immersion.

Introdução

A convergência dos meios chegou para trazer novas possibilidades de produção e, especialmente, de interação com os conteúdos. Assistir às telenovelas tornou-se muito mais do que apenas se sentar em frente à televisão e deixar-se levar pelas narrativas a um universo ficcional mágico e distante. Não queremos dizer, obviamente, que antes do surgimento das novas possibilidades midiáticas os telespectadores estivessem sendo passivos aos conteúdos, até porque este conceito está superado, mas que se tornaram muito mais ativos a partir das novas tecnologias, participando e interagindo efetivamente com os meios.

Assistir às telenovelas tornou-se uma experiência muito mais complexa e variada em decorrência dos avanços tecnológicos e da internet. Pode-se acompanhar as histórias através dos *websites* oficiais das emissoras de televisão, dos *blogs* dos personagens, das *fanpages* do Facebook (oficiais ou não), dos perfis da telenovela ou dos personagens no *Twitter*, dos vídeos compartilhados pelo *YouTube*, das páginas construídas e mantidas por fãs na *web*, enfim, através de uma infinidade de meios e formas. A liberdade na interação tornou-se um ponto chave, e crucial, na relação entre os produtores e o público. Hoje as pessoas já esperam pelos

desdobramentos das narrativas, querem opinar, discutir, compartilhar, fazer parte desta construção, e a falta disso poderia levar o público ao desinteresse pelo produto.

Percebemos que as telenovelas estão buscando seguir esta tendência e levando ao público novos formatos, mais abertos, que permitam o diálogo entre escritores, produtores, diretores, atores e o público. E nessa troca, as estratégias de transmídiação das narrativas estão ganhando força e tornando-se as principais aliadas na busca e manutenção da audiência. A horizontalização dos conteúdos cresce a cada dia. O público também está em constante mudança, tornando-se mais exigente e ávido por diferentes pontos de entrada ao universo ficcional para o consumo das narrativas.

Partindo deste contexto, o objetivo deste artigo é refletir sobre as estratégias utilizadas no processo de interação atualmente muito explorado pelas telenovelas brasileiras. Atrair a atenção do público sempre foi a meta da programação disposta pelos veículos de comunicação, porém, agora o que se vê é a ampliação das estratégias e até mesmo a criação de novos universos com o intuito de levar o público à interação de forma mais ampla.

No último ano pôde-se perceber o grande destaque alcançado pelo grupo musical *As Empreguetes*, protagonizado pelas atrizes Taís Araújo, Isabelle Drummond e Leandra Leal, na telenovela *Cheias de Charme*¹, exibida às 19h pela Rede Globo. Com grande projeção não somente na *web*, atingindo a marca de 12 milhões de acessos, mas também em programas de rádio, de televisão (*Programa do Faustão*, *Criança Esperança*, *Esquenta*, *Encontro com Fátima Bernardes*, entre outros), com *website* especialmente destinado ao trio, fã-clubes e ainda com a promessa de que seja rodado um longa-metragem em 2014, *As Empreguetes* (com o videoclipe “Vida de Empreguete”) saíram da trama e ganharam vida em outros meios. Somando a isso, o videoclipe foi eleito como o melhor tema musical no Prêmio Extra de TV 2012, superando Marisa Monte.

Muito se falou a respeito desta telenovela e dos temas colocados em pauta, como, por exemplo, a relação das empregadas domésticas com as patroas, porém nosso objetivo aqui não é entrar na análise destas questões, mas analisar a repercussão midiática alcançada e as estratégias transmidiáticas utilizadas pelos produtores da telenovela *Cheias de Charme* para atingir tal sucesso nas diversas redes. O foco central da análise aqui apresentada é o grupo musical *As Empreguetes*, que avançou as fronteiras do mundo fictício, ganhando espaço em diferentes meios – não apenas os previamente pensados pelos produtores da trama, mas também espaços da vida real, como é o caso dos programas de televisão anteriormente citados.

Convergência e transmídiação: narrativas ficcionais e interação do público

A busca pela audiência das telenovelas tem saído das telas da televisão e ganhado outras dimensões e novas formas de abordagem. A relação do público com os veículos de comunicação e com os produtos também estão gradativamente mudando. Percebe-se que a linha que separa produtores e telespectadores atenua-se a cada nova possibilidade de participação ampliada pelos avanços tecnológicos. Através desta convergência das mídias, torna-se viável a fluidez dos conteúdos para outros canais. Essa produção de conteúdos de uma mídia para a outra, denominada por Jenkins (2009a) de narrativa transmídia – *transmedia storytelling* –, permite que um universo ficcional se estabeleça e tenha continuidade em diferentes mídias. Uma das características da transmídiação é que a pessoa consiga se situar no contexto da narrativa ficcional independente da mídia que seja acompanhada.

¹ Telenovela exibida entre 16/04 e 28/09 de 2012, com 143 capítulos. Novela: Filipe Miguez e Izabel de Oliveira; escrita por: Filipe Miguez, Izabel de Oliveira, Daisy Chaves, Isabel Muniz, João Brandão, Lais Mendes Pimentel, Paula Amaral e Sérgio Marques; direção: Maria de Médicis, Natalia Grimberg, Allan Fiterman e Denise Saraceni; direção-geral: Carlos Araujo. (MEMÓRIA, 2013)

Jenkins (2010: 2, *tradução nossa*) pontua que “torna-se difícil determinar quais são os mercados auxiliares e que são fundamentais para o sucesso de uma narrativa de mídia. O processo pode começar com qualquer canal de mídia”. Assim, fica a eterna dúvida sobre qual meio realmente foi o responsável pela captura da audiência. Percebe-se que “esse cenário começa a alcançar outro nível de mobilidade, já que as telas estão em toda parte e podem ser levadas com cada telespectador-internauta onde quer que seja” (LOPES; GÓMEZ, 2010: 63). O sucesso do grupo musical *As Empreguetes*, em *Cheias de Charme* deu-se a partir das cenas da telenovela ou a partir das estratégias envolvidas na transmídiação da narrativa ficcional? Fica a questão para refletir que, segundo Jenkins, é de difícil resposta.

Os avanços tecnológicos têm feito com que os meios – especialmente a televisão – se adequem e corram em busca de novas soluções para a manutenção das audiências. A televisão a cabo, o satélite, os conteúdos por demanda, o DVD, os dispositivos móveis, entre outros, e ainda as novas tecnologias alteraram a forma de assistir TV (FECHINE & FIGUEIRÔA, 2011). A convergência dos meios criou diferentes formas de consumo e, no momento atual em que vivemos, também gerou uma audiência instável. Devido a isso, as emissoras de televisão têm percebido a necessidade da criação de conteúdos cada vez mais atrativos e baseados em estratégias de transmídiação.

A tendência do desdobramento das narrativas ficcionais da televisão para o cinema, para a internet ou para tantos outros meios vem se consolidando a cada produção. A convergência da narrativa de um meio para outro já é esperada pelo público ativo que busca, no mínimo, poder participar, opinar e sugerir a trajetória de uma história. A esta postura do ativo público Jenkins (2009a) dá o nome de “cultura participativa”, ou seja, propondo o surgimento de uma nova forma de consumo midiático. Segundo o autor, os “padrões de consumo de mídia foram profundamente alterados por uma sucessão de novas tecnologias de mídia que permitem aos cidadãos comuns a participação, a apropriação, a transformação e a recirculação do conteúdo de mídia” (JENKINS, 2010: 4, *tradução nossa*).

Atualmente o público não se satisfaz apenas com as narrativas apresentadas tradicionalmente nas telenovelas, ele quer mais; ele procura informações sobre os personagens, pistas sobre a trama e seus próximos capítulos, procuram novos enlaces e ligações entre as cenas apresentadas na TV e os desdobramentos nos outros meios, tornando-se “caçadores de informações”. O público espera encontrar nessas narrativas independentes, desdobradas a partir de uma narrativa inicial – como, por exemplo, da telenovela –, personagens mais complexos e situações próprias para cada novo ambiente ao qual se apresenta.

Idealmente, a narrativa proposta por cada meio deve fazer sentido tanto para os espectadores que tomam contato com aquele universo ficcional pela primeira vez por meio de uma determinada mídia quanto para aqueles outros que buscam aquele universo ficcional em múltiplas plataformas. (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2011: 20)

Quer dizer, o público deve entender o universo ficcional independente de qual mídia este esteja acompanhando a narrativa. Esta deve ser capaz de situar o espectador sem que ele precise de meios adicionais para ser inserido ou para entender o contexto da história. Assim, os acontecimentos da trama devem partir de um mesmo “*environment* narrativo” (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2011), que engloba a trajetória uniforme dos personagens e que se expandem através das estratégias transmidiáticas utilizadas para cada meio. Estes desdobramentos devem funcionar “como extensões capazes de contribuir para a compreensão do universo ficcional como um todo e para a identificação das suas várias possibilidades interpretativas” (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2011: 37).

Um ponto chave na relação entre as estratégias transmidiáticas utilizadas pelas telenovelas e o público não está apenas fixado na convergência dos conteúdos de uma plataforma para a outra – até porque essa migração entre os meios não é algo novo (LOPES; GÓMEZ, 2010), mas, especialmente, na experiência e no estímulo que esta pode proporcionar. Os jovens, já habituados a interagir com os produtos midiáticos, esperam que as telenovelas abram possibilidades de participação na criação dos personagens e dos enredos e, por vezes, esperam ver que suas sugestões sejam incorporadas nas tramas pelos autores.

Através de uma nova forma de produção – mais aberta e permitindo a participação do público, as telenovelas estão passando a trabalhar mais fortemente o processo de transmídiação das narrativas. Essa abertura e, especialmente, a interação em tempo real possibilitada pelas redes, faz com que os produtores e os escritores tenham um *feedback* muito mais eficaz e rápido, podendo, se considerarem pertinente, adotar as sugestões e os direcionamentos do público (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2011). Porém, Fachine e Figueirôa (2011) ressaltam que esse universo transmídia construído para a interação do público em outras plataformas depende, sobretudo, do envolvimento das pessoas e da circulação dos conteúdos nas redes sociais. Assim, o fato de uma telenovela dispor de dicas, curiosidades e informações extras das narrativas televisuais em outros meios não é suficiente para a garantia de seu sucesso.

No caso da telenovela *Cheias de Charme*, que será analisado a seguir, percebe-se a grande alavancagem conseguida pelos produtores através das estratégias transmidiáticas, permitindo uma forte participação e também a imersão do público nos conteúdos gerados para a internet. O envolvimento nesses meios e o intenso diálogo entre os produtores e o público foi um marco na teledramaturgia brasileira. Deve-se atentar ao fato de que o principal, neste processo, é a interação entre essas duas pontas do produto, que tendem a gerar “uma nova cultura de consumo na qual a participação da audiência nos processos criativos das histórias é o ponto central” (LOPES; GÓMEZ, 2010: 63).

Os números atingidos por *Cheias de Charme* impressionaram não somente na corrida pelo Ibope, mas também na participação do público de forma expressiva. Em menos de um mês o *website* do trio (www.empreguetes.com.br) obteve mais de 3 milhões de visitas, 20 mil mensagens, 43 mil compartilhamentos na *web*, paródias e versões inéditas da história foram criadas pelos fãs (PADIGLIONE, 2013), tornando a trama um *case* de sucesso que ficará marcado na história das telenovelas brasileiras.

² Tony Ramos e Fernanda Gerbelli, em *Mulheres Apaixonadas* (2003), tanto na novela quanto na vida real participaram da passeata em prol do desarmamento. Em *Viver a Vida* (2009), Alinne Moraes interpretou a ex-modelo Luciana, que ficou tetraplégica em um acidente e passou a compartilhar as suas experiências em um blog, onde trocava experiências com o público. O mesmo acontece com o seriado norte-americano *Hannah Montana*, da *Disney Channel*, em que a personagem principal Miley Stewart, interpretada pela atriz Miley Cyrus, possui grande fusão com vida da atriz (BIEGING; BUSARELLO; ULBRICHT, 2010)

As Empreguetes: estudo de caso

Penha, Rosário e Cida formam o grupo *Empreguetes*, da telenovela *Cheias de Charme*, da Rede Globo. O trio, respectivamente interpretado por Taís Araújo, Leandra Leal e Isabelle Drummond, que se conheceu na prisão, inicia a sua trajetória na vida artística a partir da música *Vida de Empreguete* escrita por Rosário e interpretada pelas três empregadas domésticas. Utilizando o estúdio de Chayene (interpretada pela atriz Cláudia Abreu) para gravar a música e também as roupas e a casa da patroa como locação para o videoclipe (MEMÓRIA, 2013), o videoclipe começa a fazer sucesso na internet e ganha grande repercussão não somente na trama da telenovela, mas também no mundo real. Lembramos que não é a primeira vez que personagens da ficção ganham espaço na vida real², porém é a primeira vez que o público interage tão fortemente com as narrativas desdobradas para outros meios através das estratégias de transmídiação dos conteúdos da telenovela.



Figura 1: *As Empreguetes*. Fonte: *Empreguetes* (2013).

A mixagem entre a vida real e a fictícia deu à telenovela *Cheias de Charme* grande destaque nacional. Nunca antes uma trama havia alcançado números tão expressivos no que diz respeito à participação do público nos conteúdos gerados, especialmente, para a internet. *Vida de Empreguete* atingiu a marca de 4 milhões de acessos nas primeiras 24 horas no *website* oficial da telenovela, virou febre entre os fãs e tornou-se um viral da internet. O sucesso das estratégias e a identificação do público com o trio foi tão grande que campanhas criadas pelo público começaram a correr pelas redes, pedindo que o grupo voltasse mesmo após o término da telenovela.



Figura 2: Cena do videoclipe *Vida de Empreguete*. Fonte: *Empreguetes* (2013).

Com 34 pontos no Ibope, média nacional, o último capítulo de *Cheias de Charme*, mudou o panorama do índice de audiência da telenovela das sete que há quatro anos não superava os 30 pontos, mantendo-se ainda com média de 33 pontos durante toda a trama. O maior pico de audiência obtido foi de 40 pontos, em 23 de julho, no momento em que a telenovela transmitia a música de maior sucesso das *Empreguetes*, *Vida de Empreguete* (UOL, 2013).

A telenovela inovou e atingiu altos índices não somente na tela da televisão, mas também em diversas plataformas, como: nos *Trending Topics* do *Twitter* – subindo para a primeira posição em apenas dois minutos após a telenovela ter anunciado o fim do grupo; no *website* oficial do trio *Empreguetes para Sempre* (com mais de 3 milhões de acessos); nas visualizações do videoclipe (mais de 12 milhões); em vídeos produzidos pelos internautas e recebidos pelos produtores (mais de 1.300); em fotos e mensagens (mais de 20 mil) enviadas pelos fãs aos produtores; na campanha *Empreguetes para Sempre* postada na *fanpage* *Novelas da TV Globo* (com mais de 43 mil compartilhamentos); e com a requisição da música *Nosso Brilho* (ultrapassando 2 milhões de solicitações) (PADIGLIONE, 2013).

Além disso, apenas a título de curiosidade, atualmente, quase um ano após o término da telenovela *Cheias de Charme*, com uma simples busca no *Google* utilizando as palavras-chave “empreguetes” e “cheias de charme” é possível encontrar aproximadamente 6 milhões de referências³ na internet.

³ Pesquisa realizada em 29 de junho de 2013.

Enfim, os números realmente impressionam e mostram a eficácia de uma estratégia transmídia bem elaborada a partir de narrativas ficcionais televisivas, considerando a liberdade do público nas participações, na imersão e na interação com os conteúdos. Obviamente, a telenovela não teria alcançado tal repercussão caso o público não estivesse interessado e sendo conquistados pela trama. Além disso, Fachine e Figueirôa (2011: 41) dizem que “é preciso que os consumidores de mídias estejam dispostos a investir tempo e energia em um verdadeiro ‘aprendizado’ sobre os próprios meios e sobre os conteúdos do universo transmídia”. A partir do que podemos perceber, o público jovem da telenovela *Cheias de Charme* não somente compartilhou os conteúdos gerados pelos produtores, mas também se apropriou, ressignificou, criou e inovou a partir do que era disposto a eles e das possibilidades que eram abertas a cada capítulo da trama.

Martin-Barbero (2003) explica que é no espaço cotidiano que se tornam efetivos os mais variados modos de apropriação e de usos da cultura midiática, é onde os conteúdos se estabelecem e são negociados, onde é possível identificar seus usos e práticas sociais, sendo o espaço doméstico livre de qualquer pressão e aberto à liberdade. Para que a apropriação se estabeleça, é necessário que haja identificação por parte do público, que precisa se ver nas imagens e nas falas dos personagens e em toda a narrativa. Morin explica que

a compreensão humana é um tipo de conhecimento que necessita de uma relação subjetiva com o Outro, de simpatia, o que é favorecido, talvez, pela projeção, pela identificação, como ocorre quando vamos ao cinema ou lemos romances e simpatizamos com os personagens (2004: 12).

Cheias de Charme, neste sentido, fala ao cotidiano, fala e chama a atenção das classes menos favorecidas, fala da busca pelo sucesso, pela mudança de vida e por melhores condições e, tudo isso, em um tom, por vezes, humorístico. Guattari e Rolnik (2005) explicam que as pessoas esperam se ver nas imagens da mídia, seja na telenovela, no cinema ou nos mais diversos veículos de comunicação, identificando-se nas sequências das imagens.

O fã-clubes oficial *Empreguetes* (www.empreguetes.com.br), criado pela produção da Rede Globo, também fez grande diferença na transmídiação das narrativas. Além de trazer vídeos exclusivos interpretados por outros personagens da telenovela, shows de Chayene, Fabian e das *Empreguetes*, também compartilhava depoimentos dos atores e autores da trama, *making of* das gravações dos videoclipes, acontecimentos e dicas dos próximos capítulos, *wallpapers*, músicas, cenas com participações especiais e artistas do mundo real, bastidores e também a campanha *Empreguetes para Sempre*.

Empreguetes para Sempre foi uma campanha criada pelos personagens Elano e Kleiton na tentativa de fazer com que o trio não acabasse na ficção. Durante um episódio da telenovela os dois personagens fizeram um chamamento aos fãs para que enviassem vídeos para tentar convencer Cida, Penha e Rosário a não acabar com o grupo.

Tô aqui pra dar um recado para todos os fãs das *Empreguetes* que querem ver elas juntas pra sempre...Você que é fã das *Empreguetes* e não quer que o grupo acabe, acesse a página 'Empreguetes Para Sempre' e deixe sua mensagem ou vídeo dizendo por que as *Empreguetes* não podem e não devem nunca se separar! (CHEIAS, 2013)



Figura 3: Chamada para os fãs aderirem à campanha *Empreguetes para Sempre*.
Fonte: *Empreguetes* (2013).

Em apenas dois minutos após o anúncio do fim do grupo *As Empreguetes*, o *website* da campanha recebeu mais de 3 milhões de acesso (PADIGLIONE, 2013) e, em segundos, foi parar no *Trending Topics* mundial do *Twitter* com as *hashtags*: #Cida, #Rosario e #Empreguetesprasempre (DIÁRIO, 2013). Além da participação dos internautas, a campanha também teve aderência de celebridades do mundo real, como: Luan Santana, Paula Fernandes, Thiaguinho, Preta Gil, entre outros. A linha entre o mundo real e o ficcional apresenta-se cada vez mais diluída. A fronteira entre a “vida real” e a “vida da TV”, segundo Fischer (2001), estão praticamente diluídas, quase que inseparáveis.

Essa proximidade entre o público e a narrativa da telenovela deu-se de forma ampla e dirigindo diretamente aos telespectadores da telenovela, mas esta interação ocorreu não somente pelas situações abordadas na trama ou pelos números até aqui apresentados, mas também através do *blog Estrelas do Tom*⁴. Tom Bastos, interpretado por Bruno Mazzeo, era um produtor musical e usava o seu *blog* para divulgar as informações e o portfólio dos seus artistas, concursos envolvendo internautas (clipes enviados por fãs), trechos dos shows, depoimentos de artistas do mundo real (como, Preta Gil, Michel Teló, Banda Calypso, Roberto Carlos, entre outros) que participaram de cenas da telenovela e a agenda de shows dos artistas agenciados por ele. O *blog* possui espaços para as cenas de destaques da telenovela envolvendo os personagens Fabian, Chayane e *As Empreguetes*, publicidade e *links* para o *website* de *Cheias de Charme*. Numa das cenas de destaque, *Estrelas do Tom* apresenta na primeira página uma postagem relativa ao Prêmio DÓRÉMi em que *As Empreguetes* ganharam o prêmio revelação do ano.

⁴ *Blog* disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/estrelas-do-tom/platb/>>. Acesso em: 30 jun. 2013.



Figura 4: Blog Estrelas do Tom.

Fonte: Estrelas (2013).

Percebe-se nesta estratégia que o mundo real e o ficcional fundem-se, fazendo com que o *blog* seja não somente uma extensão da telenovela, mas uma fonte de novas informações para o público. As curiosidades e a agenda de shows apresentadas também instigam a curiosidade do público que busca ficar por dentro dos shows de Fabian, Chayene e *As Empreguetes* na telenovela. Além disso, o *blog* mostra-se como uma espécie de registro de tudo o que acontece com os artistas agenciados por Tom Bastos em *Cheias de Charme*, sendo esta uma forma de centralização de informações para os fãs que procuram apenas por informações direcionadas à carreira artística dos três representados por Tom Bastos na narrativa ficcional.

Estrelas do Tom faz um *link* importante entre o público e o universo ficcional quando o assunto são as estratégias transmidiáticas. Ao acessar o *blog*, fica clara a participação dos fãs neste espaço, não se destinando apenas aos acontecimentos da telenovela. O engajamento do público (através de concursos, de vídeos, de compartilhamentos etc.) torna-se um forte gancho nesta relação, fazendo com que a aproximação e sensação de representação seja efetiva. Além disso, o formato da narrativa permite que os fãs construam junto com os produtores este grande universo. É como se o público também fizessem parte da narrativa da telenovela, pois, Tom Bastos fala com eles de forma direta, como se o personagem se descolasse do universo ficcional e se transportasse também para o real.

Oi, pessoal, acabei de mostrar os vídeos mais votados para as Empreguetes. Elas vibraram com a criatividade de vcs! Fiz esse post aqui com os três melhores. Parabéns pelo capricho! O primeiro vídeo é da Eliene Siqueira e suas amigas, de Teófilo Otoni, Minas Gerais:



Figura 5: Tom Bastos, no blog Estrelas do Tom, fala às internautas que enviaram o vídeo para o concurso Empreguetes da Internet. Fonte: Estrelas (2013).

Reforçando a conexão entre os mundos, o personagem Tom Bastos, no dia 13 de junho de 2012, por alguns segundos mostrou na telenovela algumas paródias feitas por fãs na vida real. Percebe-se nas estratégias utilizadas pela telenovela o processo de imersão destacado por Jenkins (2009b), no qual a pessoa tem a capacidade de entrar no universo ficcional e usufruir deste espaço numa espécie de trânsito entre os dois mundos (real e ficcional), tornando o momento da participação também uma experiência de vida (MENDES, 2008). A partir dessa interação, a telenovela faz com que o público contribua “para a ‘disseminação’ do mundo ficcional e, conseqüentemente, para a configuração do universo transmídia” (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2011: 41).

A participação dos fãs foi além das postagens, dos vídeos, fotos e comentários; eles também produziram várias paródias e reelaboraram o videoclipe *Vida de Empreguete*. Grande parte destas produções foi feita por crianças ou adolescentes (VILLALBA, 2013). Abaixo algumas das paródias feitas por fãs.



Figura 6: Paródia Sims 3 – 2.730.556 views.
Fonte: Sims (2013).



Figura 7: Paródia meninas – 516.282 views.
Fonte: Meninas (2013).



Figura 8: Paródia Moulin Rouge
389.270 views.
Fonte: Alvin (2013).



Figura 9: Paródia Alvin e os Esquiletes
1.959.216 views.
Fonte: Moulin (2013).

Apesar de os vídeos serem apenas paródias com a música *Vida de Empreguete*, percebe-se grande interesse do público pela releitura da música. Somados, os acessos a esses quatro vídeos consultados contabilizam a marca de 5.595.324 visualizações. Na pesquisa ao *YouTube*, vemos muito mais paródias ou mesmo o videoclipe original das *Empreguetes* postados pelos fãs, fator este que elevaria exponencialmente este número. Com uma simples busca utilizando a palavra-chave “Vida de Empreguete” no *YouTube*⁵, temos a marca de aproximadamente 43 mil vídeos relacionados.

Considerações finais

Assistir à televisão, nos tempos atuais, ganhou uma nova configuração. Com os avanços tecnológicos e com as possibilidades abertas pelas redes e pela internet, a audiência passou a desempenhar um novo papel frente aos conteúdos. As narrativas ficcionais também começaram a convergir para outros meios e, pouco a pouco, vêm testando diferentes formatos. De um lado, os produtores, frente às várias alternativas midiáticas, precisam negociar e entender os conteúdos

⁵ Pesquisa realizada em 30 de junho de 2013.

gerados pelo público a partir das narrativas originalmente dispostas a ele. De outro, o público, ávido por um espaço neste processo produtivo, espera brechas e narrativas abertas à interação e participação.

Considerando a convergência das mídias e a transmidialidade dos conteúdos televisuais, este artigo foi ao encontro das estratégias e da repercussão atingida pelo grupo musical *As Empreguetes*, da telenovela *Cheias de Charme*, com o intuito de analisar a narrativa transmídia de maior sucesso no Brasil.

O trio *As Empreguetes* não somente mexeu com a imaginação do público, que se identificou e se viu representado nas cenas e nos acontecimentos da trama, mas também fez com que interagissem e participassem ativamente da narrativa. Abrindo possibilidade para votações, no caso da campanha *Empreguetes para Sempre*, *Cheias de Charme* ativou os fãs utilizando recursos que iam muito além de uma simples enquete, mas na produção de vídeos caseiros, fotos e compartilhamentos dos conteúdos gerados.

As narrativas transmídias permitiram que pessoas da vida real se transportassem, mesmo que por segundos, para o universo ficcional. E, especialmente, permitiu que um grupo musical ficcional tivesse espaço também no mundo real. A fusão entre os mundos deu à trama a inovação que as telenovelas brasileiras estavam tentando alcançar há anos e oxigenou a narrativa. *Cheias de Charme* inaugurou um inovador formato de fazer telenovela. A participação e a interação do público nas diversas plataformas passaram a ser uma espécie de termômetro tanto para autores quanto para produtores, que têm a possibilidade de analisar em tempo real o desenvolvimento e a aceitação das histórias.

A telenovela e toda a sua estratégia transmídia vieram para provar que produtores e público podem juntos construir este universo, que antes era privado e limitado a poucos. A abertura no processo de produção, a exploração de múltiplas plataformas e a complexificação da narrativa e dos personagens mostraram-se, em *Cheias de Charme*, um campo fértil, pronto para ser cada vez mais explorado e testado.

Referências bibliográficas

ALVIN e os Esquilos. Paródia de fãs do videoclipe Vida de Empreguete. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=bERbDEEgrLw>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

BIEGING, Patricia; BUSARELLO, Raul Inácio, ULBRICHT, Vânia Ribas. Narrativas transmidiáticas: reflexões sobre subjetividades no produto cultural Hannah Montana. In: Congresso Panamericano de Comunicação, n. 7, pp. 1-15, 2010, Brasília – DF, Anais PANAM 2010.

CHEIAS de Charme. Empreguetes Para Sempre: Elano e Kleiton lançam campanha na coletiva de fim do trio. Site TV Globo Novelas. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Vem-por-ai/noticia/2012/08/empreguetes-para-sempre-elano-e-kleiton-lancam-campanha-na-coletiva-de-fim-do-trio.html>>. Acesso em 30 jun. 2013.

DIÁRIO Catarinense. *Campanha pela volta das Empreguetes toma conta do Brasil*. Site do jornal de abrangência estadual Diário Catarinense. Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/variedades/noticia/2012/08/campanha-pela-volta-das-empreguetes-toma-conta-do-brasil-3871145.html>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

EMPREGUETES Fã-Clube Oficial. Website Globo Comunicações e Participações S.A. Disponível em: <<http://www.empreguetes.com.br>>. Acesso em: 29 jun. 2013.

ESTRELAS do Tom. Blog do empresário Tom Bastos da telenovela *Cheias de Charme*. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/estrelas-do-tom/platb>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão & educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. 7. ed. Ver. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

JENKINS, Henry. "Quentin Tarantino's Star Wars?": Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture". Massachusetts. Disponível em: <<http://web.mit.edu/cms/People/henry3/starwars.html>>. Acesso em: 04 nov. 2010.

_____. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

_____. *Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling*. Blog do autor, 2009b. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html#sthash.ICTLpj02.dpuf>. Acesso em: 30 jun. 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (coords.). *Convergência e transmídiação da ficção televisiva*: Obitel 2010. São Paulo: Globo, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2003.

MEMÓRIA Globo. Site da emissora focado no registro de sua história. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-279102,00.html>>. Acesso em: 23 jun. 2013.

MENDES, Marisa Bianconcini Teixeira. A ficção seriada na TV brasileira: uma prática sociosemiótica. *Revista Estudos Linguísticos*. São Paulo, v. 37, p. 274 - 280, set.- dez. 2008.

MENINAS. Paródia de fãs do videoclipe Vida de Empreguete. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=NaZBtH4YS8&feature=player_embedded>. Acesso em: 30 de jun. 2013.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio: teoria complexa da comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (orgs.) *A genealogia do virtual: comunicação cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2004. 11 – 19 p.

MOULIN Rouge. Paródia de fãs do videoclipe Vida de Empreguete. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=nRZIBp7di_U&feature=player_embedded>. Acesso em: 30 jun. 2013.

PADIGLIONE, Cristina. '*Cheias de Charme*' promove a aproximação entre internet e televisão. Website Estadão Cultura. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,cheias-de-charme-promove-a-aproximacao-entre-internet-e-televisao,931287,0.htm>>. Acesso em: 24 jun. 2013.

SIMS. Paródia de fãs do videoclipe Vida de Empreguete. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=FHUVFdENqmk&feature=player_embedded>. Acesso em: 30 jun. 2013.

UOL Entretenimento – televisão e telenovelas. Destaques de entretenimento da Uol. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/28/capitulo-final-de-cheias-de-charme-alcanca-32-pontos-no-ibope-e-bate-tres-antecessoras.htm>>. Acesso em: 29 jun. 2013.

VILLALBA, Patrícia. *'Cheias de Charme' explora paródias das Empreguetes*. Site Veja coluna Folhetinescas. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama/folhetinescas/cheias-de-charme-parodia-clipe-empreguete/>>. Acesso em: 29 jun. 2013.

Alfred Schütz e a Comunicação: Contribuições Epistemológicas e Conceituais para o Estudo das Interações Sociais

Thales Vilela Lelo

Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) na linha “Processos Comunicativos e Práticas Sociais”. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Integrante do Grupo de Pesquisa “Jornalismo, Narrativas e Linguagens” (CNPq).

Lorena Rúbia Pereira Caminhas

Mestranda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) na linha “Processos Comunicativos e Práticas Sociais”. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Integrante do Grupo de Pesquisa “Plataformas Midiáticas, Informação e Opinião” (CNPq).

Resumo: Este artigo trata das contribuições do filósofo e sociólogo austríaco Alfred Schütz para os estudos em Comunicação, com enfoque para as questões de cunho epistemológico e de definição conceitual que envolvem as interações sociais e os processos midiáticos. A reflexão sobre as teorizações do autor também levará em conta as críticas que posteriormente foram feitas à sua obra.

Palavras-chave: Alfred Schütz; epistemologia da Comunicação; interações sociais

Abstract: This article discusses the contributions of the Austrian philosopher and sociologist Alfred Schütz to the Communication studies, focusing on issues of epistemological and conceptual definition, which involves social interactions and media processes. A reflection on the author's theorizations also takes into account the criticisms that later made about his work.

Keywords: Alfred Schütz; epistemology of Communication; social interactions

Introdução

Frente à proliferação dos debates atuais em torno da pesquisa empírica em Comunicação, os questionamentos que nos são colocados referem-se às possibilidades de abordagem de objetos de um prisma comunicacional e à formulação de um entendimento do processo de investigação. Essas questões sugerem reflexões a nível teórico e epistemológico, concernentes tanto à delimitação de uma agenda de pesquisa na área quanto ao posicionamento do pesquisador e do campo.

A definição desse espaço transcende a delimitação de objetos, temas ou teorias adequados ou preferenciais. Na tentativa de aclarar a discussão, José Luiz Braga assevera que é preciso atentar para como nos debruçamos sobre os fenômenos a partir de “um certo tipo de processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional” (2011: 66). Os contornos da visada comunicativa são dados, portanto, menos pelos eventos elegidos e mais pelas perguntas formuladas, com as quais os pesquisadores se voltam à realidade.

Abordar a formulação de um campo da Comunicação envolve então o entendimento do procedimento por meio do qual o investigador estabelece suas perguntas e toma decisões metodológicas, que são formuladas e guiadas por panoramas teóricos axiomáticos que descortinam ancoragens centrais das abordagens do processo comunicativo.

Na atual conjuntura da área, dentre os muitos autores convocados das mais diferentes áreas do conhecimento no intuito de consolidar uma matriz de orientação particularmente comunicacional, considera-se que a obra sociológica de inspiração fenomenológica de Alfred Schütz possa trazer elementos de suma importância tanto no sentido de nortear o horizonte em que se inserem os estudiosos da comunicação em sua empreitada de tencionar a realidade (o “perguntar” na materialidade das trocas), quanto no âmbito de apreensão das próprias interações sociais que configuram a vida comum em que habitam tanto cientistas quanto profissionais liberais, membros das forças de segurança, cidadãos despossuídos de direitos ou ainda viajantes que percorrem regiões desconhecidas. Schütz, ao longo de sua carreira, esteve atento para os múltiplos cenários nos quais se inserem esses atores, e seu propósito de teorização poderia ser resumido, ainda que grosseiramente, em uma tentativa de enraizar a sociologia no estudo dos fenômenos de organização e coordenação social que se desvelam no cotidiano, tomando como eixo central a intersubjetividade. Como pessoas das mais diferentes formações conseguem se relacionar e construir um ambiente partilhado e inteligível para ação e realização prática? No horizonte desta inquietação, o pensador austríaco bebeu das mais variadas fontes que serviram para adensar seu projeto de investigação: dos precursores da fenomenologia como Edmund Husserl, passando pelo pragmatismo norte americano de John Dewey e William James, e culminando em um debate acalorado com o funcionalismo de Talcott Parsons.

No Brasil, uma parcela de seu trabalho foi traduzida e compilada na obra *Fenomenologia e Relações Sociais*, organizada por Helmut Wagner. Além deste livro, é possível encontrar, dispersos entre publicações em Ciências Sociais, alguns de seus artigos traduzidos para o português. Mas apesar da escassez de referências, não deixa de ser plausível elaborar um conjunto significativo de temas propriamente comunicacionais com os quais Schütz dialoga. Neste artigo, estaremos pautados em dois eixos, entrelaçando as questões deste autor com aquelas que concernem às agendas dos estudos em Comunicação: 1) em direção a uma epistemologia da área e 2) por uma abordagem das interações e dos *media*.

Embora o propósito do texto seja o de corroborar com aqueles que defendem o resgate do trabalho de Alfred Schütz para o nosso horizonte disciplinar, não deixaremos de apontar, no decurso da discussão, críticas a elementos de sua obra, que foram trazidas à tona ao longo das últimas décadas em que Schütz se popularizou no seio das Ciências Humanas.

Em direção a uma epistemologia da Comunicação

Os debates epistemológicos que são formulados na Comunicação vêm pautando diversas perspectivas de delimitação do fazer científico nessa área. O trabalho de Alfred Schütz (1979), nesta esteira, vem corroborar com a proposta de uma sociologia interpretativa, em contraponto a abordagens behavioristas e positivistas (com as quais o próprio Schütz estabelecia um diálogo crítico). Se as bases do pensamento epistemológico vigente exigiam da sociologia a adoção de critérios advindos das Ciências Naturais para se firmar enquanto campo investigativo, Schütz posiciona-se junto a teóricos que postulavam outro paradigma para as Ciências Sociais, assinalando os processos compreensivos como centrais para os estudos da sociedade, uma vez que é através deles que os indivíduos interpretam a realidade de maneira semelhante e partilhada. Ao se estabelecer desta maneira, como assinala João Carlos Correia (2002), o pensador austríaco assume como tarefa esclarecer quais seriam os procedimentos que permitiriam à investigação científica recompor os sentidos de forma controlada. Retomando a tensão entre objetividade científica e subjetividade do pesquisador, o autor realoca a relação tríade entre teoria, formulação de conceitos e construtos voltados para o entendimento do mundo da vida.

No panorama mais contemporâneo de discussões sobre o papel da ciência, traçado por Boaventura de Sousa Santos (1989), Schütz é alinhado junto a teóricos do interacionismo simbólico e da etnometodologia como principiante de uma “segunda ruptura epistemológica” entre conhecimento científico e senso comum. No primeiro corte epistemológico, como Santos destaca, estava demarcada visivelmente uma linha divisória entre a sabedoria do cotidiano e a pesquisa acadêmica, assinalando a primeira como o lugar da propagação de pensamentos vulgares, fixistas, raciocínios sem consciência autônoma e de motivação desconexa, e a segunda como aquela responsável por escapar das garras da banalidade, rompendo com os códigos e obstáculos habituais em direção à edificação de universos conceituais inovadores, mais ricos e primados pelo progresso de uma sociedade guiada por racionalidade formal, instrumental e afeita à profissionalização do conhecimento acadêmico - que impede de vez os “leigos” de participar no trabalho de reflexão. A pergunta chave deste tipo de ciência seria: “para que queremos o senso comum?” (SANTOS, 1989: 52).

Nas teorizações sobre a condução de pesquisas empíricas em Comunicação, esta primeira ruptura persiste enquanto um esforço específico para evitar que os estudos de caso da área reproduzam o chamado “empirismo ingênuo”. Esta forma de lidar com a materialidade concreta é criticada, por exemplo, em um texto de Regina Rossetti (2010). Recorrendo à epistemologia de Gaston Bachelard, a autora diverge de correntes (tais como a *Mass Communication Research*), que, segundo ela, partiriam do “pressuposto de que é possível a observação direta e imediata da realidade feita por um observador despreconceituoso e imparcial” (ROSSETTI, 2010: 75). Seu objetivo é o de restituir o papel norteador e condutor da teoria nas análises de objetos do campo, conclamando, para esta tarefa, uma cisão com a experiência primeira e um investimento particular na construção do objeto científico que “parta de pressupostos epistemológicos inéditos e busque, mais do que a descoberta científica, a criação de explicações inovadoras sobre a realidade” (ROSSETTI, 2010: 78).

Apesar dos méritos da investida de Rossetti em descortinar as incongruências patentes nos estudos descritivistas da Comunicação, seu método para recobrar o valor da teoria nas investigações acaba por gerar uma suspeita e, conseqüentemente, uma dissensão irreparável entre pesquisa e senso comum, característica da “primeira ruptura epistemológica”, como acima exposta. Não desconsiderando a importância desta cisão para a história de desenvolvimentos da ciência moderna, Boaventura de Sousa Santos (1989) pontua algumas de suas insuficiências: a impossibilidade de leitura dessa ruptura que não pelos cânones da ciência moderna progressista; a subordinação absoluta do objeto ao sujeito no trabalho de pesquisa (a “experiência do pesquisar” é posta na periferia do trabalho acabado, esquecendo-se neste movimento da importância do sujeito tanto no âmbito teórico quanto pragmático); a legitimação segregacionista da averiguação científica como única forma de conhecimento rigoroso; a redução do mapa dos observáveis aos quantificáveis e a atribuição de rigidez à ciência com base em critérios provenientes da matemática; a obsessão pela busca da verdade oculta por detrás da vulgaridade cotidiana e o autoritarismo do julgamento apreciativo prévio sobre o que é ou não relevante à verificação; a desconsideração do caráter movediço das experiências hodiernas e o nexos problemático entre saber e poder (restringindo às autoridades científicas o direito de pensar e refletir).

Por estas razões, a “segunda ruptura epistemológica”, da qual Alfred Schütz é um representante, poderia ser também nomeada como um rompimento com uma “primeira ruptura epistemológica”. Isto porque, se na primeira a questão primordial versava sobre a necessária distinção entre saber acadêmico e saber vulgar, a segunda se questiona sobre a própria utilidade do saber científico. A separação entre as formas de experimentar o mundo objetivo pode ter sido o nó górdio de um desengajamento completo da ciência com a vida comum, de modo

que suas contribuições deixaram muitas vezes de ter seu impacto na existência diária. Por isso, o primado da segunda ruptura é pelo reencontro entre essas duas formas de conhecimento, evidenciando os intercâmbios entre elas em seus modos de lidar com o real. Nas palavras de Santos, “enquanto a primeira ruptura é imprescindível para constituir a ciência, mas deixa o senso comum tal como estava antes dela, a segunda ruptura transforma o senso comum com base na ciência constituída e no mesmo processo transforma a ciência” (1989: 45). Assim, seu objetivo é “criar uma forma de conhecimento, ou melhor, uma configuração de conhecimentos que sendo prática não deixa de ser esclarecida e sendo sábia não deixa de estar democraticamente distribuída” (SANTOS, 1989: 45).

Esse panorama nos ajuda a situar o lugar de fala de Alfred Schütz, sua postura perante as Ciências Humanas e o cerne de sua fundamentação em torno da sociedade e dos indivíduos. De acordo com João Carlos Correia (2002), Schütz propõe para a teoria social a tarefa de interpretação da experiência dos indivíduos e o entendimento dos significados partilhados para se chegar ao entendimento do mundo social. Uma síntese das bases da “sociologia interpretativa” é sucintamente descrita nessa passagem da obra de Schütz, reafirmando que a abordagem compreensiva dá garantias de que o mundo social não será construído pelo investigador tal qual um mundo ficcional: “nós, cientistas, não somos menos soberanos em nosso sistema de interpretação do que o ator é livre ao estabelecer seus sistemas de metas e planos” (SCHÜTZ, 1979: 261).

No pensamento de Alfred Schütz, as questões expostas acima podem ser costuradas a partir do conceito de “províncias de significado”, tendo-se em vista que, se a ciência é uma esfera do mundo social, ela não se desvincula nem dos sujeitos pesquisadores e de suas atividades, nem da realidade social como um todo. Assumindo o mundo da vida cotidiana como a amálgama que constrói e alimenta a investigação acadêmica, diz-se que ele ancora e firma os vínculos das pesquisas com a cotidianidade. Por esta trilha, a questão da experiência emerge como conformadora da província de significado científica, que passa a incluir a subjetividade do pesquisador como parte da realidade a que alude. Essa abordagem coloca o observador social no patamar do homem do senso comum, que possui seus próprios métodos e sistemas de explicação. A partir das colocações epistemológicas de Schütz assume-se a legitimidade e importância fundamental do senso comum no trabalho de teorização e explicação do mundo, posicionando as Ciências Sociais como práticas socialmente contextualizadas e não contraditórias ao pensamento do dia a dia.

Se Schütz não desata os laços entre ciência e conhecimento ordinário, também não adere à rota inversa do “empirismo ingênuo” criticado por Regina Rossetti. Isso porque, como Carla Teixeira indica, o pensador austríaco deixa expresso nitidamente que o “fluxo da experiência não pode ser apreendido em sua imediaticidade, requerendo que algum tipo de ênfase interrompa sua continuidade, seu estado de indiferenciação e molde-o em unidades passíveis de apreensão reflexiva” (2000: 18). Se no dia a dia este recorte é dado pelos princípios práticos dos atores, na produção científica deve haver uma “articulação entre os problemas práticos, que orientam o mundo da vida diária, e os problemas teóricos, razão de ser da realidade científica” (TEIXEIRA, 2000: 19).

O estudo dos fenômenos concretos, do ponto de vista da teoria schütziana, deve abordar a forma que o ator interpreta seu contexto, na busca por vislumbrar os artifícios de idealização e construção cotidiana do mundo social, a gênese dos significados partilhados e os mecanismos através dos quais os indivíduos compreendem uns aos outros. Por esta angulação, Schütz delimita os construtos científicos como de segundo grau, na medida em que eles são formulações baseadas em objetos de pensamento extraídos do senso comum – são transformações dos sentidos ordinários em construções interpretativos científicos.

As questões que se referem à abordagem epistemológica schütziana passam também pelo papel da verificação, nos arguindo como é possível ao investigador acreditar em princípios de comprovação (os quais dependem dos significados ordinários como base de controle), na medida em que excluem a racionalidade dos atores sociais e centralizam a sua própria. Alfred Schütz (1979) afirma que a ciência nesses moldes cria uma ficção de realidade social porque adota métodos das Ciências Naturais, que por sua vez fracassam na interpretação da subjetividade. Este modelo se relaciona também ao postulado ingênuo de que em um bom estudo bastaria ao pesquisador reportar o mundo social como a ele é apresentado. O autor, então, rechaça a possibilidade de construção de um sistema de abstração que prescindiria do ator social para a formulação de entendimentos da sociedade.

Adotar uma abordagem mais subjetiva ou objetiva, para ficarmos nos termos calçados por Schütz, conforma a investigação ao admitir determinado tratamento do mundo social. Se se opta pela via objetivista, corre-se o risco tomar a sociedade unicamente como pressuposto. Por outro lado, se é adotada a via subjetiva, torna-se possível o enfoque nos processos e procedimentos de construção e sedimentação do domínio social tais quais são interpretados pelos sujeitos em suas realizações diárias. Essas colocações demarcam a centralidade da tomada de decisão do pesquisador quanto à forma de fazer ciência: se é a postura do investigador, em sua assunção de determinada maneira de se voltar para a realidade, que confere os contornos da pesquisa, é nítido que a ciência, para além de uma atividade interpretativa e contemplativa, é prática - e precisa, como a realidade social, da ação de sujeitos para a sua feitura. Destarte, Schütz integra o cientista e a conduta de pesquisa no cerne do construto científico, rompendo com as barreiras criadas pela dicotomização das lógicas internas à investigação e os problemas sociológicos que as envolvem.

Através desta guinada epistemológica que resgata a proeminência do sentido comum enquanto propiciador e catalisador de pesquisas, Schütz sumariza seu programa de análise em três grandes postulados: 1) consistência lógica dos objetos construídos pelo pesquisador segundo os termos de um prisma formal estabelecido (tendo em vista a transparência e a validação científica), e propendendo a manter a “distinção entre os objetos de pensamento científico e os objetos do pensamento construídos pelo pensamento prático na vida diária, aos quais os primeiros têm de substituir” (1979: 274); 2) criação de modelos de conduta possíveis a fim de que os eventos analisados correspondam a formas típicas de ação social e 3) adequação entre a abstração e a idealização efetuada por meio de um investimento de observação aos sentidos que os próprios sujeitos atribuem aos seus cursos de interação e envolvimento com a vida diária. Seguindo por estes percursos, o autor aposta na viabilidade da construção de “tipos ideais” que consistiriam, em suma, no ponto final de um período de exame das práticas dos sujeitos, que, cristalizadas “sobre uma lâmina” (SCHÜTZ, 1979: 278), seriam passíveis de interpretação objetiva posterior, levando ao entendimento do modo como se desenham, em contextos concretos, conjuntos de motivações dos atores, linhas de ação possíveis, etc.

Apesar dos muitos subsídios trazidos no curso de reflexão deste autor, é importante também deixar claro que, no processo de incorporação de suas fundamentações para o avanço epistemológico da pesquisa em Comunicação, as críticas à sua obra também devem ser levadas em consideração. E uma delas provém do próprio Boaventura de Sousa Santos (1989) que, após aproximar Schütz de outros filósofos e sociólogos responsáveis pela emergência de uma “segunda ruptura epistemológica”, aponta um déficit no projeto teórico do austríaco. Ele assinala que, quando o autor propõe como primeira tarefa hermenêutica do pesquisador a validação de seus construtos teóricos não só nos cânones da ciência, mas também no próprio entendimento concreto que os atores atribuem aos seus

curso de atividade, esquece-se que o que ocorre na vida material não é só a apropriação do senso comum pelo discurso da ciência, mas também o processo antagônico, no qual se nuança correntemente um “deslize contínuo dos conceitos construídos pela sociologia de tal modo que estes são apropriados por aqueles cuja conduta analisam e, dessa forma, tendem a transformar-se em elementos constitutivos dessa conduta” (SANTOS, 1989: 64). Assim, um outro processo hermenêutico deve ser implantado no projeto de Schütz visando corrigir esta imprecisão conceitual e apreender a maneira como os indivíduos ajustam suas condutas com base em expectativas que possuem e compreendem da província de significado da ciência – entrelaçando suas ações com base nos conceitos que seriam usados, em primeiro plano, para os analisarem.

Se Schütz iniciou o debate e ofereceu *insight* para conduzir a discussão, a etnometodologia revolucionou os termos e colocou a ciência no mesmo patamar que outras atividades cotidianas. Essa postura, herdeira da teoria schütziana, traz novas investidas epistemológicas para estudos sociais, e, no nosso caso particular, elementos agregadores no processo de incorporação das reflexões do autor ao terreno da Comunicação. Tal tradição de pesquisa reconhece a capacidade reflexiva e interpretativa em todos os sujeitos – pesquisados ou mesmo o homem comum, desvinculando a cisão entre conhecimento prático e erudito. Assim, em empreitadas como as de Harold Garfinkel (2006), podemos acompanhar por meio de diversas incursões empíricas a maneira como pesquisadores que empregam *surveys* se preocupam muito mais em apresentar uma conclusão “razoável” a sua plateia e aos seus pares – de forma que o trabalho de pesquisa em si se torna um processo de espera por um curso de ação desejável e justificável –, ou ainda como membros de um júri, no anseio de obter apoio social em suas decisões, modificam as regras usadas no dia a dia para que suas ações se configurem como legítimas.

Para uma abordagem das interações e dos *media*

No que diz respeito ao estudo das interações sociais, tanto interpessoais quanto midiáticas, alguns conceitos de Schütz ajudam a esclarecer as nuances destes processos que são fulcrais aos estudos da Comunicação. Isto porque, como propõe José Luiz Braga (2012), a comunicação faz-se, necessariamente, no espaço das interações sociais. As teorizações do pensador austríaco revelam a importância do esclarecimento de como se modela a intersubjetividade, a coordenação das ações e como é criado um mundo comum de trocas – importantes componentes para a investigação dos objetos pelo viés comunicativo.

O conceito de mundo da vida de Schütz é uma base para se situar os assuntos envolvendo interações (abarcando nesta esfera também as interações com os *media*). Trata-se de um ambiente intersubjetivo que abrange todas as esferas da experiência e ações cotidianas, por meio das quais os sujeitos, por interesses práticos, relacionam-se com os outros, projetam ações e concebem planos. Como demonstra João Carlos Correia (2002), o mundo da vida diária organiza a experiência a partir do presente e se direciona ao passado e ao futuro. Nele prevalece a atitude natural, através da qual a realidade se apresenta como um “estar aí” contínuo, sempre já dado, do qual não é preciso se interrogar: “o que é colocado entre parênteses é a dúvida de que o mundo e seus objetos possam ser diferentes de como aparecem” (CORREIA, 2002: 47).

O mundo da vida é o terreno através do qual os indivíduos podem travar relações tendo em vista o compartilhamento de significados comuns, de formatos interpretativos e expressivos. As zonas de relevância vinculam as diversas esferas do cotidiano e dependem dos interesses à mão que motivam o pensar e o agir, estabelecendo os problemas a serem solucionados. Dependendo dos propósitos práticos estas relevâncias oscilam de um estado máximo até um mínimo, na qual nenhuma mudança ocorrida acarretaria atrasos ou desvios nos planos de resolução

práticos. Esses terrenos de atenção social se interceptam e se sobrepõem, bem como mudam a partir das variações nas ações que se pretende realizar – tais alterações e as hierarquias entre os planos dependem de elementos do contexto social. Para Schütz (1979) esses domínios são tratados nos grupos sociais como elementos inquestionáveis, parte da sua concepção natural do mundo. Eles fornecem códigos de interpretação e orientação acerca da atitude natural da coletividade, demarcando qual parcela do mundo comum é importante para os interesses práticos em dada situação.

O espaço social compartilhado se compõe de realidades múltiplas, nas quais as experiências cotidianas são enquadradas: as províncias de significado finito traduzem os sentidos das vivências, acomodando eventos vividos similares em uma mesma classe de fenômenos. Alfred Schütz (1979) afirma que a realidade suprema é o cotidiano: ela forma o lugar de pertença do indivíduo no momento de transição de uma província para outra. O dia a dia conforma o mundo da vida, alimenta a atitude natural e fornece modos de experiências comumente conhecidas. As transições entre províncias finitas acontecem através de um choque que marca a passagem – revelando que o mundo do trabalho não é a única, mas somente uma entre muitas outras províncias acessíveis. Tais considerações revelam que os sujeitos percebem uma multiplicidade de realidades que são utilizadas na construção de seus modos diversos de relação entre consciência e materialidade – todas elas mediadas pela linguagem.

O mundo da vida é intersubjetivo, poroso e pleno de interações que compõe sua estrutura. Para Schütz (1979) este mundo é vivenciado e interpretado por todos interminavelmente. Contudo, a percepção da vida psicológica de nossos correligionários só nos é acessível em situações de copresença, sendo necessário um ambiente comum, estabelecido por uma motivação reciprocamente orientada, para que se desencadilhem relações de compreensão mútua. “Assim (...) Schütz afirma que compreender a outra pessoa implica captar as coisas das quais as manifestações exteriores são indicações, e remete para os contextos de significados próprios das outras pessoas.” (CORREIA, 2002: 68).

Deste modo, fica patente que na vida diária pressupomos nossos interlocutores assim como admitimos o mundo objetivo (como algo dado, que estava presente antes de nossa existência e que perdurará após nosso falecimento). A intersubjetividade constitui o elo entre nossas experiências subjetivas (imanentes), e a temporalidade constituída (transcendente) – é um “tempo intersubjetivo objetivo” (SCHÜTZ, 1979: 161) que nos acomoda. Por este horizonte conceitual, Schütz elabora a “tese geral da reciprocidade de perspectivas” (1979: 178), que propõe que o que permite a comunicação é o pressuposto (um tanto quanto idealizado) de que partilhamos com nossos semelhantes: a) a possibilidade de nos fabular assumindo suas ações (troca de pontos de vista) e; b) um mesmo sistema de relevâncias, que torna as diferenças individuais de interpretação insignificantes, até que seja provado o contrário.

Apesar do arrojamento destas definições de Schütz, leituras posteriores expuseram possíveis pontos problemáticos que tergiversam majoritariamente a sua inquestionada pressuposição socialmente cristalizada da intersubjetividade e do mundo objetivo. Na sociologia dos problemas públicos francesa, Daniel Cefaï (1997) é um dos expoentes de uma reconfiguração do pensamento do austríaco à luz das reflexões sobre interações particularmente conflituosas e das situações concretas da cultura política. Para o autor, nestas circunstâncias, fica patente que o conjunto de códigos de expressão e interpretação do mundo da vida é também imposto em um sentido prático (exerce poder e não age só com base em cooperação), e é negociado e combatido por outros repertórios mobilizados intersubjetivamente pela cultura em uma situação de controvérsia política destravada por um acontecimento público.

Em um caráter ainda mais incisivo, Melvin Pollner (2000) chega mesmo a colocar em suspensão as teses de Schütz ao propor que as máximas acerca do mundo comum e da intersubjetividade escamoteiam para um grau menos intenso os problemas que possam emergir neste ambiente supostamente partilhado. Assim, se tomamos estas máximas como autoevidentes, as disjunções que emergem delas não têm potência suficiente para interrogar, por exemplo, a presumida intersubjetividade objetiva. Nas palavras de Pollner, “a disjunção não é a ocasião para questionar a intersubjetividade fundamental do mundo” (2000: 163), e isto porque nesta trama conceitual o dissenso, é, na melhor das hipóteses, “a ocasião para determinar qual das condições que estão tacitamente implicadas na antecipação de uma unanimidade de experiências e explicações se pode inferir que não foi operativa” (2000: 163).

Até o momento foram abordadas as questões colocadas por Schütz no nível das interações cotidianas no mundo da vida, ajudando-nos a entender como é criado um espaço comunicacional. Mas e a mídia? É viável abordar os meios de comunicação através das colocações do autor? Primeiramente, deve-se pensar os *media* como uma entre as diversas províncias de significado as quais o pensador alude como parte do mundo da vida: possui um estilo cognitivo particular e um sistema de relevâncias próprio de produção. João Carlos Correia (2002), para além de delimitar o sistema de relevância interno aos meios como fundador de seus produtos culturais, ainda adverte que eles são importantes atores na determinação de sistemas de relevância do cotidiano, ajudando a construir os sentidos partilhados.

Além disso, a relação entre o sistema de relevância e a realização das tipificações socialmente contextualizadas passa pelo espaço midiático. Tornar típico estabelece uma unidade entre experiências de mesma natureza, trazendo um horizonte de possíveis. O conhecimento e o uso desses sistemas de tipos faz parte da herança sociocultural, o que constitui as referências pelas quais o mundo é interpretado.

A corporação midiática conforma-se enquanto um grupo social, dentro do qual os conhecimentos comuns são assumidos como dados e evidentes. A forma de operação da mídia entrelaça-se com a vivência de sua equipe e suas maneiras de pensar habituais, na medida em que participam de uma situação comum. O compartilhamento de pontos de vista é construído na tensão entre interior e exterior da comunidade, na medida em que somente membros do grupo tem acesso ao sistema de relevância e tipificação. A mídia, em sua produção cotidiana, leva em conta os caracteres de sua formação interna, assumindo um sistema de compreensão particular. Dessa forma, opera no mundo da vida a partir de seus significados partilhados, sem ter contato direto com outros sistemas de relevância.

Mas como defende João Carlos Correia (2002), se os meios de comunicação possuem um esquema de relevância próprio, ao mesmo tempo precisam se adequar a outras esferas de atenção da vida diária. Desse modo, o jornalista poder ser classificado como um profissional da atitude natural, pois tenta se posicionar como um observador desinteressado da realidade (mantendo a crença na permanência do mundo percebido), na mesma medida em que se pauta por adequar seu trabalho aos sistemas de relevância e tipificação do cidadão médio (que deverá ficar “bem informado” (SCHÜTZ, 1979: 237)). Este modelo de prática profissional, inserido em um ambiente social amplo, pode favorecer o conformismo, a consolidação de estereótipos e a ausência de reconhecimento de grupos marginalizados, mas também pode ser um terreno fértil para o pluralismo: o jornalista pode se assumir como ator social engajado, não só preocupado em reproduzir os esquemas organizadores da atitude natural, mas também compromissado em desestabilizar os quadros hegemônicos (como no jornalismo público, por exemplo).

Considerações Finais

Se a Comunicação é um campo constituído primordialmente através das contribuições provenientes de disciplinas vizinhas, é imprescindível que nesse processo de apropriação das teorizações fronteiriças não se perca de vista o ângulo comunicacional de investimento nos fenômenos concretos. Isto mantém a atenção do pesquisador para a formulação de perguntas particulares do campo, evitando assim que autores convocados da sociologia, da filosofia, da antropologia, da história (entre muitas outras disciplinas), adentrem na Comunicação para favorecer a dispersão da área e gerar um senso de interdisciplinaridade vago, “uma espécie de terreno vazio, sem outra existência senão pelo fato de que todas as disciplinas humanas e sociais tivessem alguma coisa a dizer sobre o tema” (BRAGA, 2011: 63). Com esta preocupação e vigilância em mente, foi possível realçar ao longo deste artigo um conjunto significativo de aportes trazidos por Schütz que nos permitem refinar tanto as fundamentações epistemológicas da área quanto os marcos de referência conceituais.

Em nível mais abstrato, o autor, alinhado a outras perspectivas concernentes a uma “segunda ruptura epistemológica” no âmbito da ciência moderna, revigora o sentido da relação entre sujeito e objeto (e entre senso comum e saber acadêmico) em seu programa de pesquisa sem, contudo, resvalar nos erros cometidos tanto pelo “empirismo ingênuo” (que apostava em uma imersão não mediada na experiência vivida), quanto nas insuficiências das epistemologias que, para evitar este tipo de investida empírica, geraram um fosso inseparável entre as províncias da realidade objetiva. Se são as perguntas lançadas à realidade que conformam os modos de entendimento e explicação internos ao campo da Comunicação, é necessário efetuar uma guinada similar a Schütz, se atentando na mesma medida para o posicionamento do pesquisador frente à investigação, para as configurações teóricas que subjazem as perguntas e para as mediações (e múltiplas infiltrações) que inevitavelmente são estabelecidas quando formas de apreensão da realidade distintas têm seus laços estreitados.

Em um plano de orientação conceitual (e apesar das críticas tecidas posteriormente), Schütz corrobora com um pensamento comunicacional que toma a interação como peça-chave tanto de convergência das diferentes linhas investigação quanto de direcionamento de perguntas oportunas ao campo. E estas interações que o autor se acerca nos dizem de um mundo da vida em que a intersubjetividade constrói-se por meio de atos expressivos e interpretativos originando o lugar comum - no qual há o compartilhamento de referências -, e no qual a mídia é um dos artífices do processo, entrelaçada nas mesmas matrizes sociais que nos conduzem às minúcias da vida cotidiana prática.

Referências bibliográficas

BRAGA, J. Constituição do Campo da Comunicação. *Verso e Reverso*, São Leopoldo, v. 25, p. 62-77, 2011.

_____. Uma teoria tentativa. *E-Compós*, Brasília, v. 12, p.1-17, 2012.

CEFAÏ, D. Otro enfoque de la cultura política: repertorios de identidad y marcos de interacción, formatos narrativos de los acontecimientos públicos, regímenes de negociación y arreglos sindicales. *Foro Internacional*, México, v. 37, p.150-162, 1997.

CORREIA, J. *A teoria da comunicação de Alfred Schütz*. Covilhã: Labcom, 2002.

GARFINKEL, H. *Estudios en Etnometodología*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2006.

POLLNER, M. El razonamiento mundano. In: DIAZ, F. (Org.) *Sociologías de la situación*. Madrid: La Piqueta, 2000. P.129-163

ROSSETTI, R. A ruptura epistemológica com o empirismo ingênuo e inovação na pesquisa empírica em Comunicação. In: BRAGA, J; LOPES, M; MARTINO, L. (Orgs.) *Pesquisa empírica em Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2010. P.71-86

SANTOS, B. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SCHÜTZ, A. *Fenomenologia e relações sociais*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

TEIXEIRA, C. Em busca da experiência mundana e seus significados. Georg Simmel, Alfred Schütz e a Antropologia. In: TEIXEIRA, C. (Org.) *Em busca da experiência mundana e seus significados. Georg Simmel, Alfred Schütz e a Antropologia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000. P. 9-33.

Lugar Aberto Para os Amigos: A Música Como Construção de Uma Identidade Cultural na Visão do Documentário L.A.P.A (2007)¹

Pâmela de Bortoli Machado

Pâmela de Bortoli Machado – Bacharel em Música pela Universidade Federal de Santa Maria e Universidade Federal de Pelotas. Atualmente é mestranda na Universidade Estadual de Campinas na área de Mídias, no qual pesquisa acerca da música como instrumento de inclusão social e digital a partir da representação de documentários brasileiros.

E-mail: pam.dbmac@gmail.com

¹ As imagens apresentadas no artigo foram retiradas do filme *L.A.P.A.*, com autorização do diretor Cavi Borges.

Resumo: Este artigo verifica a possibilidade da construção de uma identidade cultural pela música na representação de um documentário contemporâneo brasileiro. A partir das entrevistas e depoimentos expostos pelo documentário L.A.P.A (2007), estabelecem-se os paradigmas da música no que se refere a seu potencial enquanto fator de inclusão social. Além disso, com embasamento na proposta do documentário, evidencia-se a relação da música enquanto instrumento relevante perante a atividade cultural e etnografia do bairro da Lapa, localizada no Estado do Rio de Janeiro.

Palavras-Chave: documentário; música; identidade; cultural; etnografia.

Abstract: This article examines the possibility of building a cultural identity through music in contemporary documentary representation of a Brazilian. From the interviews and testimonies exposed the documentary LAPA (2007), establishes the paradigms of music in relation to its potential as a factor of social inclusion. Furthermore, with the proposed basis of the documentary, evidence of the relationship of music as an important instrument towards cultural activity and ethnography of Lapa, located in the State of Rio de Janeiro.

Keywords: documentary, music, identity, culture, ethnography.

O formato de documentário adotado pela geração de cineastas brasileiros a partir dos anos 1960 foi caracterizado por uma elevada ênfase na questão política e social. Os filmes pontuavam questões coletivas e, mesmo quando os personagens ou comunidades eram destacados, não se via multiplicidade de identidades, ou seja, os indivíduos representavam a síntese da experiência de grupos, classes e nações².

Relacionada à década de 60 com o destaque no estudo de um grupo, frisa-se o surgimento da primeira inovação técnica, advindo como uma nova atividade para o observador-cineasta. France (2000) observa tal relevância ao mencionar a possibilidade de registrar longos planos contínuos (planos-sequências) compostos de imagens e de sons sincronizados:

O filme tornava-se, enfim, capaz de restituir o fluxo das atividades humanas, o continuum gestual, os tempos mortos de um processo etc. E o espectador de filmes etnográficos descobria, de repente, também essas dimensões essenciais do comportamento que são os múltiplos aspectos da vocalidade das pessoas filmadas. (...) As palavras, pronunciadas pelas pessoas filmadas no próprio

² Glauber Rocha: o desejo da história in XAVIER, Ismail. *O Cinema Brasileiro Moderno*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

decorrer do registro, substituíam o discurso, a voz que um comentarista, estranho ao grupo observado, impunha posteriormente às imagens mudas oferecendo na maioria das vezes fragmentos de gesticulação. (FRANCE, 2000: 341).

Partindo dessa ideia de representatividade de um grupo, o artigo visa, a partir de noções acerca do estudo de “sujeitos”, exacerbar a potencialidade da música enquanto catalisador de uma identidade cultural dentro de um grupo, que Oliveira (2010) conceitua como:

(...) um sistema de representação das relações entre indivíduos e grupos, que envolve o compartilhamento de patrimônios comuns como a língua, a religião, as artes, o trabalho, os esportes, as festas, entre outros. É um processo dinâmico, de construção continuada, que se alimenta de várias fontes no tempo e no espaço. (OLIVEIRA, 2010: 1).

Assim, baseando-se na abordagem proposta pelo documentário *L.A.P.A*, procura-se evidenciar como a música é colocada pelos músicos como construção de uma identidade cultural, além de sua relevância perante a etnografia do bairro da Lapa, no Estado do Rio de Janeiro, conforme citado em entrevista pelos diretores Cavi Borges e Emílio Domingos:

Bom, a ideia original era retratar os jovens que viviam do rap, que eram compositores e acompanhar um pouco ao longo de dois anos, como que era uma carreira de um artista que quer fazer hip-hop, rap. A Lapa acabou surgindo ao longo dessa filmagem. Ao longo do filme eles foram revelando a Lapa como essencial para contar aquela história³.

³ Entrevista integrante da Série: Rio, Uma Cidade de Leitores. Programa n.36 – HIP HOP. 27 de maio de 2010.

Breve contextualização sobre os diretores de *L.A.P.A* e os personagens sociais

Emílio Domingos:

Emílio Domingos é cineasta e cientista social formado pela UFRJ. Desde sua formação em 1997, trabalha com Documentário e Antropologia Visual. É diretor, pesquisador roteirista e assistente de direção em documentários, assim como pesquisador em alguns livros e CDs. Trabalhou também na curadoria da Mostra Internacional do Filme Etnográfico e em algumas exposições. É *freelancer* como pesquisador, assistente de direção e roteirista nas produtoras Conspiração Filmes e Video Filmes. Além de já ter trabalhado com os diretores Andrucha Waddington, Breno Silveira, João Moreira Salles, Lula Buarque de Hollanda, Paulo Caldas, Carolina Jabor, Denise Garcia e Marcus Vinícius Faustini, participou de filmes como *Viva São João* (2002), *Pierre Verger: Mensageiro entre dois mundos* (1998), *Santa Cruz* (2000), *Filhos de Gandhi* (2000), *Amyr Klink: Mar Sem Fim* (2001), *Sons da Bahia* (2002), *Sou feia mas tô na Moda* (2005), *Velha Guarda da Portela* (2009).

Além dessas realizações, foi pesquisador e assistente de curadoria na exposição *Heranças do Samba*, no Espaço Cultural dos Correios (em outubro de 2004) e Curador da X e XI Mostra Internacional do Filme Etnográfico (em 2005 e 2006), e participou como jurado da Mostra Competitiva do Festival Audiovisual *Visões Periféricas* (2007).

Cavi Borges:

Cavi Borges estudou cinema na Faculdade Estácio de Sá. É idealizador da locadora Cavídeo criada em 1997 e especializada em filmes de arte e referência para cinéfilos do Rio de Janeiro. Em 2000, dirigiu e produziu seu primeiro curta-metragem em parceria com a cooperativa Fora do Eixo, o filme *Sem Saída*, e neste mesmo ano, em parceria com o Grupo Teatral Os Dezequilibrados, dirigiu

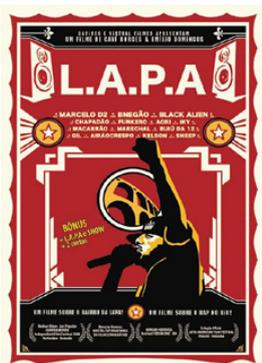


Figura 1: Cartaz do filme *L.A.P.A*

e produziu *O Mundo de Andy*. Em 2003, dirigiu e produziu *Sou Rocinha Hip Hop*, documentário de 22 minutos, e em 2005 iniciou uma parceria com o Grupo Nós do Morro, realizando diversos filmes como:

- *4 x Nós do Morro*, de Cavi Borges e Gustavo Melo – filme exibido no Festival do Rio 2006;
- *Neguinho e Kika* de Luciano Vidigal, produzido por Cavi Borges – filme premiado no Festival Internacional de Marselha, França; melhor curta de ficção no Festival Internacional de curtas do Rio de Janeiro – Curta Cinema 2005 – como melhor filme de ficção; Festival de São Carlos como melhor curta de ficção;
- *As Cotias do Campo do Santana*, de Pedro Rossi, produzido por Cavi Borges;
- *Picolé Pintinho e Pipa*, ficção de 15 minutos, um filme de Gustavo Melo produzido por Cavi Borges. Premiado no Edital do Minc para curtas metragens de Temática Infantil que estreou na Sessão de Abertura do Festival Internacional de curtas do Rio de Janeiro - Curta Cinema 2006;
- *Minha Área*, Cavi Borges co-dirigiu e co-produziu este documentário de 22 minutos que estreou na Mostra do Filme Etnográfico, além de ter sido exibido no Festival Internacional de Curtas do Rio de Janeiro - Curta Cinema 2006 – e na Mostra de Cinema de Tiradentes 2007;
- Codirigiu e Coproduziu o curta-metragem *7 Minutos*, que estreou no Festival Internacional de Curtas do Rio de Janeiro - Curta Cinema 2006 –, ganhando dez prêmios.

Além desses filmes, no início de 2008 finalizou seu novo projeto de curta-metragem em 35mm chamado *Engano* e dirigiu 20 episódios da série *Mateus Balconista* que faz parte do projeto TV Oi Móvel, primeiro canal de TV para celular do Brasil.

⁴ Dados fornecidos pelo site <http://www.academiabrasileiradecinema.com.br>. Acesso em: 13 Jun. 2013.



Figura 2: Marcelo D2, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 3: BNegão, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 4: Black Alien, imagem do filme L.A.P.A.

Personagens⁴:

Marcelo D2

Marcelo, 39 anos. Nascido em São Cristóvão e criado em Maria da Graça e em Andaraí. Conhecido como um dos grandes nomes da música moderna brasileira, Marcelo teve sua origem musical na Lapa, conforme diz no filme: "ia à Lapa antes de ter MC, antes de eu mesmo ser MC." Relatou no documentário as dificuldades para produzir sua música no início de carreira, o que ocorre com muitos MCs até hoje. D2 não se esquece das suas origens e é visto com frequência nos eventos de *rap* no bairro. Com mais de 15 anos de carreira, desde o Planet Hemp, gravou junto com Marechal e Aori, no seu último CD *Meu Samba é Assim* uma música que dá nome ao filme: *L.A.P.A*, um hino de amor ao bairro.

BNegão

Bernardo, 32. Morador de Santa Teresa. Ex-rapper do Planet Hemp, em que rimava junto com D2 e Black Alien; já percorreu as principais capitais do país e da Europa. Lançou seu primeiro CD solo em 2003 e é um dos primeiros artistas brasileiros a disponibilizar um álbum para ser baixado via internet. Toda essa experiência o legitima a fazer uma das melhores análises sobre essa geração de músicos. No filme, ele aparece cantando no Largo da Lapa com os arcos ao fundo.

Black Alien

Gustavo, 33 anos, niteroiense, subiu num palco pela primeira vez em 1993. Também ex-integrante do Planet Hemp, lançou seu primeiro CD solo em 2004: *Babylon by Gus Volume 1*. Em 2003, sua música *Quem Que Caguetou?/Follow Me* fez enorme sucesso na Europa num comercial e foi remixada por um dos



Figura 5: Chapadão, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 6: Funkero, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 7: Marechal, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 8: Iky, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 9: Aori, imagem do filme L.A.P.A.



Figura 10: Gil, imagem do filme L.A.P.A.

maiores DJs do mundo, Fatboy Slim, tornando-se um novo *hit*. Num dos melhores momentos do filme, fala sobre sua aversão à indústria da música e das contradições do *rap* brasileiro.

Chapadão

João Paulo, 26 anos. Mudou-se do Irajá para a Lapa. Ganhou o apelido quando teve que cantar após uma noite mal dormida. Trabalha como eletricista durante o dia, trocando lâmpadas e rimas com a mesma determinação. Desenvolve um estilo de rimar invertendo as sílabas das palavras, no qual segundo ele "a rima serve pra exercitar os neurônios".

Funkero

Vitor Hugo, 23 anos. Criado no Jardim Catarina, favela de São Gonçalo. A maior influência para escrever *rap* foi Monteiro Lobato e seu livro *Reinações de Narizinho*. Encantou-se ao ir à Lapa e, ao ver uma batalha de MCs, decidiu ser um também. Cresceu nos bailes os quais frequenta até hoje, mas agora cantando. Cronista do cotidiano, Funkero desenvolve a ponte entre o *rap* e o *funk* carioca, além de outros ritmos.

Marechal

Rodrigo, niteroiense de 25 anos, é um "veterano" com dez anos de carreira. Era o MC residente da lendária festa "Zoeira" na Lapa. No filme constata que o lugar de origem da festa virou uma igreja batista. É reconhecido como um dos maiores rimadores do país e mestre do improviso.

Iky

Luís Henrique - 26 anos. Produtor musical e também MC, é nascido em Volta Redonda e veio morar no Rio por causa da paixão pelo *rap*. Tem seu estúdio caseiro na Rua do Resende, coração da Lapa. Nas cercanias é onde Iky compra discos que servem de matéria-prima para o seu trabalho de colagem musical. O bairro alimenta sua criação e por meio do estúdio "Campo de Concentração", ele transforma a poesia de vários MCs em música.

Aori

Anwonrianaga, aos 27 anos é o que, de todos os MCs, melhor representa a "L.A.P.A.", uma vez que é nascido e criado no bairro. É integrante do duo INUMANOS junto com o DJ Babão. Começou a cantar em 1998 e é fundador da *Tradicional Batalha do Real*, um dos temas do documentário.

Gil

Gilmar, aos 22 anos, é uma das revelações da nova geração de MCs da Lapa, sendo responsável por duas batalhas antológicas no filme. Vindo de Jacarepaguá, de jeito malandro e tranquilo de garoto, caracteriza-se por sua velocidade de improviso e interação com o público.

Um olhar sobre o outro: a criação de uma identidade cultural pelo *rap*

L.A.P.A vem com a ideia de explorar o universo do *hip-hop* carioca. Mesmo assim, não é apenas um filme sobre essa cena musical, uma vez que sua jornada vai além das rimas dos MCs e traz para aos espectadores o cotidiano de quem busca sobreviver no Brasil através da música. Assim, por meio de cenas da região da Lapa (figuras 11 e 12) e entrevistas de MCs como Marcelo D2, BNegão, Black Alien, Chapadão, Funkero, Marechal, Iky, Aori e Gil, o documentário parte para a



Figura 11: A rua Joaquim Silva fica na subida dos arcos da Lapa, conhecida como uma das ruas mais tradicionais da boemia carioca.



Figura 11: A rua Joaquim Silva fica na subida dos arcos da Lapa, conhecida como uma das ruas mais tradicionais da boemia carioca.

⁵ Entrevista integrante da Série: Rio, Uma Cidade de Leitores. Programa n.36. HIP HOP. 27 maio de 2010.

abordagem de como o *rap* tornou-se ponto de referência para o chamado *Lugar Aberto Para os Amigos*, pontuado como bairro da Lapa.

Além disso, os diretores frisam a ideia de que não buscaram apenas fazer o filme sobre o estilo musical do *rap* e *hip-hop*, mas também mostrar as implicações de quem decide viver de música de forma independente, dentro do contexto do bairro da Lapa:

Tinha um fato de a gente fazer um filme que é um filme bem específico sobre hip-hop e não queríamos que o filme atingisse só as pessoas que gostassem de hip-hop. Então achamos que se a gente humanizasse os personagens, mostrássemos o cotidiano, o dia a dia, a família dele, na casa dele, isso passaria a interessar todo mundo, um interesse universal sobre a pessoa não só sobre o ritmo ou estilo que ele canta ou que ele gosta. Quando vamos para a casa do Chapadão, no qual mostra a mãe dele falando, você atinge todos os públicos não só as pessoas que gostam de rap (...) Apesar de o filme permear a cultura hip-hop, ele está falando de coisas que vão além. A mãe do Chapadão é uma figura essencial no filme porque, de certa maneira, ela impulsiona o Chapadão a seguir o sonho dele, que é ser um artista de rap⁵.

Enfatizando tal menção, Oliveira (2009) acrescenta que mesmo o documentário passando a “dar voz” aos músicos, ele o faz com personagens sociais que de fato já tenham a sua própria, mais ou menos articulada, e requeiram este espaço com propriedade. *L.A.P.A.* sabe como tirar exatamente isso que quer de seus protagonistas, e ao longo do processo, ainda forçar uma complementaridade totalizante entre as figuras, cuja soma seria igual ao “*rap* carioca”. E, relacionado aos personagens sociais, salientam-se suas peculiaridades quanto à maneira de defender seus próprios estilos de composição:

De Funkero ouviremos sempre as melhores frases, os melhores casos, as melhores rimas. É quem já se posicionou de maneira segura o bastante em relação a sua arte a ponto de perceber suas ranhuras e seus prazeres sem que uma coisa e outra condicionem exclusivamente o trabalho: é quem diz que o que o salvou não foi o rap, mas os livros (é um leitor de Monteiro Lobato), quem atua com um verdadeiro projeto artístico sobre a aproximação do rap com o funk (para o qual recebe um ótimo plano de improviso com um beat-boxer nas ruas sem asfalto do Jardim Catarina). Já Chapadão é muito menos programático na construção de sua carreira e de sua figura, dele o filme recebe uma inocência e “um atrapalho” quase cômicos. Contra a imagem do sujeito que sobreviveu a perdas que nunca saberemos exatamente quais foram, surge este outro inserido dentro de um ambiente familiar suburbano tradicionalíssimo, uma reunião no sofá de casa, onde Chapadão recebe sermões do pai, safanões e afagos da mãe, que diz lutar contra a discriminação sofrida pelo filho quando anuncia aos outros que o rap é sua profissão (OLIVEIRA, 2009: 1)

No filme dos diretores Emílio Domingos e Cavi Borges, as experiências de vida dos MCs são ilustradas de maneiras distintas e mesmo com letras focadas em audiências diferentes e com conflitos específicos, o discurso ideológico mais estável deste tipo de música no contexto brasileiro expressa-se na integração dos gêneros de *rap* e o chamado *hip-hop*⁶.

Este movimento cultural, que pode ser hoje situado na esfera dos níveis superiores da ideologia do cotidiano, consolida-se em um momento histórico determinado, e para vislumbrá-lo é necessário que se faça uma análise diacrônica do surgimento deste tipo de cultura urbana periférica no Brasil.

No final dos anos 1980, a violência urbana começa a tomar contornos mais bem definidos em grandes centros, e as adversidades que eram restritas a favelas e a comunidades afastadas passaram a se instalar nos espaços centrais de

⁶ A história do *hip-hop* é abordada em minúcias no artigo *O nego drama do rap: entre a lei do cão e a lei da selva*, de Bruno Zeni (2004), disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v18n50/a20v1850.pdf>>.

metrópoles brasileiras. Jovens negros ou pardos e moradores de favela passaram a ter visibilidade sendo associados à violência e à criminalidade, tornando-se os vilões identificáveis de um Brasil antes tido no imaginário urbano como pacífico e festivo.

Este procedimento se efetiva, visto que o desconhecido, mesmo estando próximo, gera uma insegurança. O modo mais rápido para eliminar este sentimento é “exterminar” o desconhecido que outrora era visto como exótico. Para o antropólogo Hermano Viana (2005 apud SOUZA, 2006), “o grau de ‘exotismo’ de um fenômeno social é uma função quase direta da possibilidade de vê-lo transformado em estereótipo por grupos para os quais esse fenômeno é considerado exótico” (p.6). Com o processo de ver além do exótico, tem-se uma maneira fácil de explicar uma situação que é extremamente mais complexa, identificando ainda alguns culpados. Lançando um estigma sobre estes sujeitos a serem demonizados, tem-se a segurança de saber quem são os agentes da violência urbana, instaurando o medo e a desconfiança perante um inimigo agora identificável.

Nos jogos de conflito entre as estruturas ideológicas, temos a expressão dos níveis superiores da ideologia do cotidiano estruturados a partir do *hip-hop* e do *funk*, que emergidos de favelas e locais periféricos, extrapolaram estes limites, expressando-se como movimentos culturais antagônicos àquilo que se teria como oficialmente legitimado e propagado. Esses dois movimentos, “ao longo dos últimos 20 anos, tornaram-se porta-vozes de uma camada de excluídos que nesse mesmo período apenas cresceu. Eles revelam um Brasil fragmentado e disperso” (SOUZA, 2006, p.5).

As representações musicais de ambos concedem visibilidade a conflitos e tensões que de outra forma seriam pouco aparentes. Logo, para Souza (2006), identidades criadas a partir das músicas ajudam na compreensão da conjuntura sociocultural das cidades onde estas expressões são formuladas:

Em especial, focando no movimento hip-hop, sua consolidação no seio de regiões periféricas de centros urbanos faz com que ele se torne um agente catalisador de novas experiências sociais e culturais para os jovens de periferia. Se, de um lado, o traficante serve de espelho para esse mesmo jovem, por outro, os líderes de movimentos como o hip-hop são referências nas comunidades onde atuam (SOUZA, 2006:8).

Contextualizados sob o bairro da Lapa, os MCs utilizam o *rap* como manifestação de uma vivência demarcada por problemas sociais como a desigualdade e empregabilidade. Segundo Marcelo, 39 anos, conhecido como *Marcelo D2*, as dificuldades para produzir sua música no início de carreira são as mesmas que muitos MCs passam até hoje, como a falta de espaço na grande mídia e divulgação do trabalho enquanto músico independente. Já Bernardo, 32 anos, sob o apelido de *BNegão* é apresentado como um dos primeiros artistas brasileiros a liberar um álbum para ser baixado via internet, enfatizando sua experiência acerca das novas tecnologias inseridas no mercado da música.

Assim, a representação passa a ocorrer por depoimentos que possibilitam a compreensão do meio que se inserem, já colocada por Miotello (2005) como mais bem expressa por palavras, uma vez que “não precisa de outro meio para ser produzida a não ser o próprio ser humano em presença de outro ser humano” (MIOTELLO, 2005: 170). E, com base na potencialidade da expressão e a partir dos relatos de suas experiências e letras de músicas, a interação entre a música e a realidade social vivida no ambiente da favela é pontuada. A desigual distribuição de renda é exclamada e protestada sob forma de letras que utilizam o *rap* como expressão de seus discursos ideológicos. Para Souza (2006), mais do que uma

expressão sonora e ideológica, o *rap* potencializa o diálogo e modifica seu próprio conteúdo legitimado no cotidiano na medida em que as várias facetas do gênero musical representam em sua maior parte conflitos que são internos aos espaços da periferia:

Essa estratégia materializa o desejo de ser ouvido, de ser visto. Construir um discurso com tais características sanciona a concretude de uma “narrativização” em que a malha dos excluídos ganha direito de voz, de narrar a sua história e de assim marcar a sua presença perante a sociedade, mesmo que o alcance não seja por completo (SOUZA, 2006: 9).

Baseando-se na premissa de que o *rap* é instrumento de comunicação, inclusão e contextualização de um grupo, estabelecem-se tais diretrizes com o documentário e a forma como se dá a ideia de inclusão pela música a partir da visão de um vídeo documentário brasileiro.



Figura 13: Cena do filme L.A.P.A

Lapa: etnografia e instrumento na construção de uma identidade cultural

A Lapa ficou famosa nas décadas de 1920 e 1930 por seus cabarés, clubes de jogo, restaurantes, botequins e hospedarias, tanto que, com o passar do tempo, deixou de ser um lugar de moradia para se tornar um espaço exclusivamente boêmio. Tradicional reduto da malandragem carioca, a região começou a declinar em 1940, devido à repressão do Estado Novo às atividades ilícitas e à concorrência com a agitada vida noturna de Copacabana.

Entretanto, a Lapa nunca deixou de ter seu público cativo, e no início da década de 1950, apesar do processo de decadência que vinha sofrendo, a Lapa já era um dos principais pontos de referência da vida noturna da cidade. “Enquanto a cidade dorme, a Lapa fica acordada, acalentando quem vive de madrugada.” Assim é conhecido o trecho da música “A Lapa”, composta por Herivelto Martins e Benedito Lacerda, em 1949, e interpretada por Francisco Alves, fazendo referência à Lapa naquela época, marcada pelo samba e pela malandragem. O bairro fez história ao acolher e inspirar renomados artistas da música popular brasileira. O local, com seus famosos cabarés e restaurantes, é historicamente marcado como reduto da boemia carioca, uma verdadeira referência na cidade, frequentada pela fina flor dos artistas, intelectuais, e políticos.

Segundo Herschmann (2007), a história e as representações do bairro da Lapa e de seus arredores estão associadas à vida boêmia e musical da cidade e mesmo do país. Não é sem razão que vários escritores, intelectuais e músicos fazem referência ao bairro como uma espécie de “Montmartre carioca” ou “Nova Orleans tupiniquim”, bem como enfatiza Maurício Carrilho (músico e proprietário da Acari Records, gravadora especializada em samba e choro), em entrevista a Herschmann (2007):

Contam-se nos dedos as cidades no mundo que podem ser reconhecidas pela música. São pouquíssimas. Você pode pensar em Sevilha na música flamenca, em Nova Orleans no som do Jazz, em Buenos Aires no tango e o Rio você liga imediatamente ao samba e ao choro. No poder público há inúmeras pessoas totalmente despreparadas, porque não conhecem a história da Lapa e da cidade, não sabem dar valor a esse patrimônio que a gente tem no Rio até hoje. E que faz da música do Rio e do Brasil, mas principalmente do Rio, um dos produtos de exportação melhor recebidos lá fora (CARRILHO apud HERSCHMANN, 2007: 36).

Ao longo do século XX, o bairro passou por vários ciclos em que a vida boêmia foi combatida ou incentivada, mas sempre manteve em alguma medida uma ligação com o universo da música. Segundo Lustosa (2001), constantemente

encontramos representações que associam a boemia carioca à Lapa, região que aparece em diferentes momentos ligada à música e à vida noturna da cidade. O bairro parece ter passado por vários ciclos em que encontramos um enorme conjunto de narrativas que ora falam de uma vida cultural intensa, ora de um ambiente de decadência. Tal menção é enfatizada por Hermínio Belo (historiador, produtor e crítico de música popular) em entrevista a Herschmann (2007):

A Lapa teve diversos momentos de ressurgimento, seguidos de períodos de crise. O bairro prova que existe um público para a boa música (...). Essa é, sem dúvida, uma característica da vida musical daquele bairro: a qualidade dos grupos que nele atuam. Evidentemente, sempre existem empresários oportunistas que objetivam apenas o lucro pecuniário, e a proliferação de casas acaba por prejudicar a qualidade do movimento. Mas acho que os estados brasileiros em geral têm a sua Lapa. Cada um deles tem sua Lapa particular. E nos faltam elementos para ter uma visão geral do problema do desenvolvimento da nossa música no Brasil. (BELO apud HERSCHMANN, 2007: 37-8).

O *status* da Lapa como território – “cidade da música” – também foi construído socialmente e naturalizado no imaginário social a partir de vários discursos (THOMPSON, 1992) – tais como o de músicos, de historiadores, de autoridade e de promotores do turismo – que circulavam na sociedade e eram veiculados constantemente na mídia. Quase todos invariavelmente “(re)inventavam” a mesma tradição, exaltando o passado e/ou a necessidade de preservação da memória do lugar como parte da “história oficial nacional”. E, também destacado por Aori no documentário *L.A.P.A.*, esta mesma ideia de troca cultural nacional predominante no século XX é ainda característica dos dias de hoje, antes somente vinculado pelo samba e choro, agora com a abertura para o *rap*:

A Lapa no começo do século era o lugar onde se reuniram os sambistas pra mostrar o samba um pro outro e trocar uma ideia. E é mais ou menos o que rola ainda hoje, todo mundo se reúne aqui formalmente na sexta, no sábado à noite pra ir na batalha e para na rua, canta, galera ouve, vê quem é bom e quem não é, faz as parcerias. O bairro é transitório⁷.

⁷ Entrevista de Aori extraída do documentário *L.A.P.A.* 2007. 73min.

Um ponto importante a ser ressaltado também é que, apesar de o circuito independente de samba e choro ter construído fortes “raízes” na Lapa, a região não se dedica exclusivamente a esse tipo e música que, segundo Herschmann (2007), é destacada pela abertura de espaço a outros gêneros musicais como o *rap*:

Se, por um lado, 70% da música que é tocada ali até 2005 estava relacionada a estes dois gêneros musicais, fato que é um indicativo do interesse dos atores e empresários locais em dar certo “perfil” ao território, por outro lado, é preciso reconhecer que não há um impedimento explícito em se tocarem outros estilos musicais, como o rap. Como nos recorda Marcelo D2 em uma de suas músicas, a Lapa é de todas as “tribos”, palco da boemia carioca. (HERSCHMANN, 2007: 50).

Vinculado ao documentário, os diretores também enfatizam a importância do bairro para que o movimento *hip-hop* tivesse espaço entre os MCs que estavam começando carreira no final da década de 1990. Assim, mencionam que “a Lapa tem essa característica de juntar todos os tipos de pessoas de classes sociais e o *hip-hop* no Rio se aproveitou disso e desenvolveu muito aqui (RJ) por isso também⁸”.

⁸ Entrevista integrante da Série: Rio, Uma Cidade de Leitores. Programa n.36 – HIP HOP. 27 de maio de 2010.

Os Lugares da Lapa: da música “de raiz” para as “Batalhas” e “Zoeira organizada”

Uma visita pelas principais casas de espetáculo do bairro, como por exemplo, Asa Branca, Circo Voador, Teatro Rival, Fundação Progresso e Estrela da Lapa revelará que a Lapa é território de vários grupos sociais: roqueiros, forrozeiros, *b-boys* (do *hip-hop*), os apreciadores da MPB e da música *pop*.

Quando tratado da questão da identidade, os frequentadores da Lapa constroem e externalizam através do consumo um *estilo de vida* que os identifica como sendo pessoas “refinadas” e “conscientes”, que segundo Bourdieu (2001), está relacionado com “bom gosto musical” e que valoriza a “cultura nacional”, já que consomem gêneros musicais “de raiz”, canônicos, extremamente valorizados pela crítica tradicional e considerados como “autênticos” pela maioria do público.

No documentário *L.A.P.A*, os músicos também destacam a relevância do bairro da Lapa no sentido de ser ponto de encontro para que soubessem da cena musical do *rap* que se destacou no final da década de 1990, conforme destaca Mr.Boca e Buiú da 12 em entrevista:

A Lapa é um ponto de referência "do caramba", mas foi um ponto que veio depois de 95, 96 (...) A Lapa surgiu para agregar. Cada cantinho tipo um pessoal fazendo rap, e o pessoal achava que era absoluto, soberano. Eu achava. Todo mundo se convergiu pra Lapa, e aí foi a conversão. Todo mundo se encontrou na Lapa e descobriu que tinha uma cena naquele momento. Isso graças à Lapa⁹.

⁹ Entrevista de Mr. Boca e Buiú da 12 extraída do documentário *L.A.P.A*. 2007. 73min.

Como exemplo de espaço encontrado pelo *rap* na Lapa, destaca-se a Fundação Progresso como um dos principais locais que cede para a realização de eventos relacionados ao estilo musical. Atualmente, é uma das responsáveis pela organização de eventos como “*Rap na Lapa*”, que abre espaço para a apresentação de MCs como MV Bill e Marcelo D2, além da realização de batalhas entre os MCs, destacado pelo documentário *L.A.P.A* (conforme ilustra a figura 14), bem como a referência dos diretores em entrevista remetendo a este evento:

A batalha do real cresceu tanto que eles criaram a Liga dos MCs, que é um concurso nacional de MCs. É uma batalha que acontece no Brasil inteiro. Eles selecionam pessoas de Recife, Minas Gerais, São Paulo, do Sul. Aí fazem a final no Rio, na Lapa¹⁰.

¹⁰ Entrevista integrante da Série: Rio, Uma Cidade de Leitores. Programa n.36 – HIP HOP. 27 de maio de 2010.



Figura 14: A chamada *Tradicional Batalha do Real* embora sendo um exemplo de integração social e cultural entre os jovens e músicos compositores, não é considerada como uma festa e sim um projeto de qualificação da cena musical do *rap* e *hip-hop*.

Além da Batalha do Real, outro evento que se tornou referente na contribuição para a criação de identidade de um grupo que compunha *rap* foi a chamada *Zoeira*, destacado pelo documentário *L.A.P.A*, conforme ilustra a figura abaixo e pela menção de Marechal:

¹¹ Entrevista de Marechal extraída do documentário *L.A.P.A*. 2007. 73min.

Eu acho que todo mundo se conheceu mesmo na *Zoeira* (...). Aí por acaso na sinuca o cara fala que faz *rap* e todo mundo falava a mesma coisa, mas era esse o clima. O cara que não conhecia passava a conhecer e vice-versa, todo mundo trocava informação¹¹.



A festa *Zoeira Hip-Hop* foi um dos pontapés iniciais para a cena *hip-hop* no Rio de Janeiro. Idealizada pela produtora Elza Cohen, a festa teve seu início no final de 1997 na Sinuca da Lapa, e a *Zoeira* ajudou a consagrar uma nova cena de *MC's*, *DJ's*, grafiteiros e *b-boys*, levando à Lapa uma nova geração de frequentadores de eventos desse gênero. A festa rolou do final de 1997 até 2003 como um importante ponto de encontro das gerações, um local de troca de ideias, batidas e rimas. Na época, acabou porque o espaço virou Igreja Universal. Um dos principais momentos do *Hip Hop* do Rio foi promovido pela *Zoeira*. Na coletânea publicada na *Revista Trip*, em que divulgou para o Brasil todo o *hip hop* carioca e também em alguns lugares no mundo. Foi nessa época que saíram matérias e entrevistas na revista *The Source* (USA), *DUNE* (Japão), *Canamo* (Espanha), *HipHop360.com* (NY), *Tribeca* (Paris), especiais na MTV, *Multishow*, TV Cultura Rio, destaque nos principais jornais, revistas do Brasil e documentários. A festa voltou a acontecer em 2005 no Rio de Janeiro, trazendo de volta uma noite de qualidade à cidade, onde só aconteciam, em sua maioria, festas em boates com sons da moda e com público não segmentado. A volta da *Zoeira* trouxe novamente um *rap* refinado nos toca-discos e as famosas e memoráveis rodas de *Freestyle* que rolavam só lá. Esse ano a *Zoeira* começou a ter edições mensais na cidade da São Paulo, tornando-se uma das melhores festas paulistanas. Sempre com casa cheia e promovendo shows e lançamentos de discos, como do Slim Rimografia, Contra-Fluxo e lançamentos da coletânea *Smoking Hip-Hop*. Foi a festa responsável pelo encerramento do documentário "BRASILINTIME", que teve a presença e participação de todos os DJs envolvidos no filme, tais como: Erick Coleman, J-Rocc, Madlib, Primo, Nuts, entre outros, fazendo um dos eventos mais bem sucedidos do ano. Além dos DJs residentes Zinco (em SP e RJ) e Tamenpi (RJ) e Mc Marechal, a *Zoeira* sempre conta com um *line-up* de convidados especiais a cada evento, entre, DJs, MCs, músicos, artistas visuais urbanos, *break*, etc.

Portanto, ao abordar vivências distintas de músicos que possuem a Lapa como ponto de encontro comum, o documentário explora não só o potencial da região como também o exercício de troca que há entre o movimento *hip-hop* e aqueles que se propõem a utilizá-lo como instrumento para a organização de um grupo cujo foco é a construção de uma identidade cultural pela música. Aqui, *L.A.P.A* não fica apenas na abordagem sobre um bairro ou um movimento, conforme salienta Oliveira (2009), o documentário passa a frisar naquilo que há de valioso ali é esse contato com o nascimento de artistas vigorosos em toda sua ânsia juvenil, e como a natureza do *rap* é tão mais reveladora nesse sentido, uma vez que não só assistimos uma expressão se repetir em cena, mas sim o próprio nascimento dela, da poesia, ali de onde menos se espera que ela surja.

No choque das espontaneidades, não há imagem fabricada pelo filme que resista a esse pulso criativo no interior da cena, igualmente fabricado, mas muito mais disponível a dialogar com tempos, espaços e histórias que se imponham com força maior que a sua. Logo, *L.A.P.A* é um filme sobre a Lapa, o movimento *hip-hop* e a mescla desses dois elementos, que configuram o bairro carioca como um elemento cultural único em que a música mantém o fluxo de ambos.

Referências bibliográficas

- ACADEMIA BRASILEIRA DE CINEMA. *L.A.P.A*. Disponível em: <<http://www.academiabrasileiradecinema.com.br>>. Acesso em 13 Jun. 2013.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- FRANCE, Claudine. *Do filme antropológico à antropologia fílmica*. Campinas: Editora da Unicamp, 2000.
- HERSCHMANN, Micael. *Lapa, cidade da música: desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- LUSTOSA, Isabel. *Lapa do desterro e do desvario: uma antologia*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2001.
- MIOTELLO, V. Ideologia. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2007.
- OLIVEIRA, Lúcia Maciel Barbosa de Oliveira. *Identidade cultural: conceito*. Disponível em: <<http://escola.mpu.mp.br/>>. Acesso em 03 Jul. 2013.
- OLIVEIRA, Rodrigo de. *L.A.P.A., de Cavi Borges e Emílio Domingos (Brasil, 2007)*. Revista Cinética, abr. 2009. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/lapa.html>>. Acesso em 03 Jul. 2013.
- SOUZA, Gustavo. *Culturas urbanas periféricas no documentário brasileiro: Funk, Hip- Hop e Samba*. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecul2006/gustavo_souza.pdf>. Acesso em 13 Jun. 2013.
- THOMPSON, Paul. *A voz do passado: história oral*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- XAVIER, Ismail. *O Cinema Brasileiro Moderno*. São Paulo: Paz e Terra. 2001.
- ZENI, Bruno. *O nego drama do rap: entre a lei do cão e a lei da selva*. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v18n50/a20v1850.pdf>>. Acesso em 03 Jul. 2013.

Filmografia

L.A.P.A. Direção: Cavi Borges e Emílio Domingos. Produção: Cavi Borges e Gustavo Pizzi. Roteiro: Emilio Domingos e Cavi Borges. Rio de Janeiro: [s.n.], 2007. 73 min.

RIO, Uma Cidade de Leitores. Programa n.36 – HIP HOP. 27 de Maio de 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jl--zMMrA-c>>. Acesso em: 20 Mai. 2013.

A Construção da Visualidade da Revista *Sesinho*: Codificação e Decodificação em Seis Décadas de História

Silvio Ricardo Demétrio

Graduado em Comunicação Social
Jornalismo pela Universidade Estadual
de Londrina (1994), mestrado
em Ciências da Comunicação pela
Universidade de São Paulo (2001),
doutorado em Epistemologia da
Pesquisa em Comunicação pela
Universidade de São Paulo (2007).
Professor adjunto da Universidade
Estadual de Londrina na graduação
em Comunicação Social – Jornalismo
/ programa de mestrado em
Comunicação Visual.

Marlene Ferreira Royer

Graduada em Comunicação Social –
Habilitação Relações Públicas pela
Universidade Estadual de Londrina
(UEL). Especialista em Comunicação
Empresarial e Mestranda em
Comunicação Visual, pela mesma
instituição, onde atua como professora
colaboradora.
E-mail: marlene@royer.com.br.

Resumo: Este trabalho analisa as capas da revista de história em quadrinhos *Sesinho* e a construção de sua visualidade em épocas distintas, no período de 1947/1960 e 2001/2011, tendo como aporte teórico-metodológico o modelo de Stuart Hall, que coloca a comunicação como uma estrutura produzida e sustentada na articulação de momentos distintos, porém interligados, que consistem nas fases de produção-circulação, distribuição e consumo. Neste processo, a codificação e a decodificação representam práticas discursivas de produção de sentido, que podem influenciar, entreter, instruir e persuadir o receptor. O objeto deste estudo é a revista *Sesinho*, criada há 65 anos pelo SESI – Serviço Social da Indústria e, mesmo dirigida ao público infantil, seu conteúdo vem sendo absorvido por diferentes gerações. A análise da revista *Sesinho* ocorreu com a seleção de materiais de diferentes épocas, entre 1940 e 1960 e a seleção das capas entre as que foram produzidas na primeira década do século XXI.

Palavras-chave: Revista *Sesinho*; Visualidade; Codificação e Decodificação.

Abstract: This paper analyzes the covers of the comics magazine *Sesinho* and the visual construction in different times, in the periods 1947\1960 and 2001\2011, using as theoretical method Stuart Hall's model, that defines communication as a structure that is created and sustained in the articulation of different but linked moments, that consists in the steps of production-circulation, distribution and absorption. In this process, the coding and decoding represent discursive practices of production of meaning, that can influence, entertain, instruct and persuade the receiver. This study's object is the magazine *Sesinho*, created 65 years ago by SESI – *Serviço Social da Indústria* and, even directed to children, its content is being absorbed by different generations. The magazine's analysis was made with selection of the material from different years, between 1940 and 1960, and the covers produced in the first decade of XXI century.

Keywords: *Sesinho* magazine; Visuality; Coding and Decoding.

Introdução

Nos estudos dos processos comunicativos, o modelo de Stuart Hall (2003), apresentado no texto *Codificação/Decodificação*, coloca a comunicação como uma estrutura produzida e sustentada na articulação de momentos distintos, porém interligados, que consistem nas fases de produção-circulação, distribuição e consumo.

Isto seria pensar o processo como uma complexa estrutura em dominância, sustentada através da articulação de práticas conectadas, em que cada qual, no entanto, mantém sua distinção e tem sua modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência (HALL, 2003:387).

O objeto deste circuito, a comunicação, é composto por “significados e mensagens sob a forma de signos-veículo de um tipo específico, organizados, como qualquer forma de comunicação ou linguagem, pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso” (HALL, 2003: 387). É na forma discursiva que a circulação do produto se efetiva e chega para a recepção de diferentes audiências. Ao atingir o público, o produto comunicativo deve ser traduzido e transformado em práticas sociais; assim, o circuito do processo de comunicação completa-se e produz seus efeitos e, “antes que qualquer mensagem possa ter um “efeito”, ou tenha um uso específico, ela deve ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada” (HALL, 2003: 390).

O estudo de Stuart Hall coloca o receptor em evidência e passa a ser referência para os estudos de recepção a partir da década de 1970, permitindo que as análises deixem de ver o receptor como elemento secundário, e passem a vê-lo como sujeito que determina a continuidade e efetivação dos processos comunicativos, que marca a relação entre a mídia e o público.

Nesta mesma perspectiva, Néstor Garcia Canclini (2008) coloca que no consumo cultural, a comunicação eficaz ocorre quando há interações e trocas entre os meios e os públicos, assim, opondo-se à condição de passividade; no processo de decodificação, o receptor também é um produtor de sentidos, já que pode assimilar, rejeitar, negociar e alterar de função aquilo que os emissores propõem. Canclini (2008) discorda da ideia de que o chamado público seja um conjunto homogêneo que age da mesma forma. “O público é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos no mercado” (CANCLINI, 2008: 150-151).

Isso significa que as formas de decodificação são diferenciadas de acordo com a característica de cada grupo social e a produção de sentidos vai depender de alguns fatores que interferem no sujeito, emissor e/ou receptor, inserido no processo de comunicação: habilidades de comunicação, atitudes, níveis de conhecimento e sistema sociocultural, conforme defende David Berlo:

nosso objetivo básico na comunicação é tornarmo-nos agentes influentes, é afetarmos os outros, nosso ambiente físico e nós próprios, é tornarmo-nos agentes determinantes, é termos opção no andamento das coisas. Em suma, nós nos comunicamos para influenciar – para afetar com intenção (BERLO, 1985: 22).

Este conjunto de significados decodificados pode influenciar, entreter, instruir, persuadir, ou ainda, “ter consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas” (HALL, 2003: 390). Assim, tanto o recebimento, a compreensão como o uso que as audiências fazem das mensagens decodificadas não podem ser entendidos apenas como um fator comportamental, mas como reflexo das relações econômicas, sociais que moldam a recepção e permitem que os discursos sejam colocados em práticas ou utilizados social ou politicamente. Por outro lado, se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito e pode comprometer a continuidade do fluxo de produção, ou seja, a reprodução.

Hall (2003) explica que a transmissão da mensagem tem dois momentos distintos: no primeiro, o emissor da comunicação emprega um código para produzir uma

mensagem; no segundo momento, a mensagem é decodificada pelo receptor em práticas sociais. O diagrama (Figura 1) mostra que os códigos podem não ser perfeitamente simétricos e os graus de compreensão ou não compreensão da mensagem presente na troca comunicativa “dependem dos graus de simetria/assimetria (relações de equivalência) estabelecidos entre as posições das ‘personificações’ – codificador-produtor e decodificador-receptor” (HALL, 2003: 391). O autor ressalta ainda que os graus de identidade entre os códigos também interferem no conteúdo transmitido. A falta de adequação dos códigos, sejam verbais ou visuais, reflete nas diferenças estruturais de relação e posição entre transmissores e audiência.



Figura 1: Representação do diagrama de Stuart Hall (HALL, 2003: 391)
 Fonte: Elaborada pela autora.

É neste contexto que se insere a revista *Sesinho*, uma publicação do SESI – Serviço Social da Indústria, criada há 65 anos, cujo conteúdo vem sendo consumido por diferentes gerações, com codificações diferenciadas de suas mensagens, porém, com o mesmo objetivo: que na decodificação, ganhem significação e influenciem sua audiência de acordo com o discurso de seus mantenedores e produtores.

No decorrer de sua história a publicação já teve mais de 250 edições impressas e, diante do volume do acervo, foi necessária uma seleção para a viabilidade deste estudo. Assim, optou-se por edições que representassem as diferentes décadas em que ela foi produzida. Ressalta-se também que a revista *Sesinho* é o objeto de estudo de um projeto de pesquisa no Programa de Mestrado em Comunicação Visual da Universidade Estadual de Londrina em que vários estudos estão sendo conduzidos a partir do acervo referente ao período de 2001 a 2011.

Neste ensaio, a delimitação do objeto de estudo inclui as capas da revista *Sesinho*, referentes às diferentes décadas de sua publicação, entre 1940 e 1960, e as capas produzidas na primeira década do século XXI, que constituem uma forma de linguagem utilizada pelo SESI na veiculação de seu discurso, dirigido à infância. O estudo da codificação ocorre nos dois momentos, enquanto a decodificação é analisada de forma qualitativa, referente a uma amostragem das publicações da segunda fase.

O discurso do SESI foi codificado, em épocas distintas, em linguagens específicas para a produção de sentido de sua audiência, para que ela pudesse decodificá-

las em práticas sociais, de acordo com os interesses da entidade. Por meio da análise da codificação e da decodificação da revista *Sesinho*, pode-se entender a longevidade do material, o seu impacto no planejamento comunicacional da entidade e o teor destes discursos, por meio da análise dos códigos visuais e verbais presentes na publicação.

Revista *Sesinho* – seis décadas de história

O SESI – Serviço Social da Indústria – é uma entidade de direito privado, mantida e administrada pela indústria. Foi fundado em 01 de julho de 1946 através do Decreto-Lei nº 9.403, que atribuiu à Confederação Nacional da Indústria (CNI) a sua criação, direção e organização. O surgimento da entidade ocorreu em função da mobilização de empresários “que despertaram o governo para a necessidade de promover a integração e a solidariedade entre patrões e empregados” (SESI, 2012)¹. A entidade propõe-se a melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores da indústria e seus dependentes através de atividades que incluem serviços nas áreas de saúde, educação, lazer, cultura, nutrição e promoção da cidadania. O SESI tem sua sede nacional em Brasília e atualmente está presente nos 26 estados do Brasil e no Distrito Federal através de Departamentos Regionais, que representam suportes locais para empresários da indústria de 2006 municípios.

No setor de educação, o Sistema SESI de Ensino oferece educação básica e continuada para os trabalhadores da indústria e seus dependentes. Com “a proposta de formar pessoas para o mundo do trabalho, as escolas do SESI estimulam a criatividade, a capacidade de inovação, o empreendedorismo, a responsabilidade social e ambiental dos estudantes sejam eles crianças, jovens ou adultos” (SESI, 2012)².

Para isso, mantém programas que envolvem a educação infantil, ensino médio e fundamental, cursos profissionalizantes, alfabetização e educação básica para jovens e adultos. A entidade montou estruturas, dentre as quais se destaca a Rede de Colégios SESI e metodologias próprias para atender filhos de industriários e a comunidade onde os colégios estão instalados.

A revista *Sesinho* tem por objetivo transmitir conhecimentos variados, baseados em princípios e valores como cidadania, solidariedade, companheirismo, ética, comportamento, moral e diversão (SISTEMA FIEP, 2012). Para atingir os objetivos, a revista tem uma estrutura na qual consta uma história em quadrinhos com uma temática específica desenvolvida pelos personagens da Turma do *Sesinho* e seções internas com passatempos, curiosidades, correspondências que reforçam a temática central da revista. Além de ser um recurso pedagógico usado regularmente na Rede de Colégios SESI, no contexto da comunicação organizacional, a revista representa um canal de comunicação entre a entidade e o público infantil, aspecto reforçado pela entidade quando afirma que “a revista do *Sesinho* é o porta-voz do SESI junto às crianças. Seu personagem principal é um menino [...] que vive experiências semelhantes às de seu público alvo” (SISTEMA FIEP, 2012)³.

A publicação foi criada em 1947 “para divertir e educar toda uma geração, tendo como personagem principal o menino *Sesinho*, exemplo de menino: educado, ‘gente boa’, honesto e amigo, capaz de grandes gestos para auxiliar as pessoas” (SISTEMA FIEP, 2012)⁴. A revista, criada e produzida pelo jornalista, poeta, contista e historiador Vicente Guimarães, era vendida em bancas e, após 154 edições, parou de circular em 1960. A publicação da *Sesinho* ocorreu num período marcado pela desconfiança em relação às histórias em quadrinhos, pois, conforme Waldomiro Vergueiro (2004), entre os anos de 1945 e 1950 uma campanha iniciada nos Estados Unidos e estendida para outros países alertava contra os pretensos malefícios que a leitura de histórias em quadrinhos poderia causar no público adolescente.

¹ Disponível em <<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/institucional/2012/03/1,1792/historia.html>>. Acesso em 20 Jul. 2012.

² Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/iniciativas/programas/sistema-sesi-de-ensino/2012/05/1,2878/o-sistema.html>>. Acesso em 20 Jul. 2012.

³ Disponível em: <<http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent14926content118563Page2.shtml>>. Acesso em 26 Jul. 2012. *eeComponent14926content118563Page2.shtml*>. Acesso em 26 Jul. 2012.

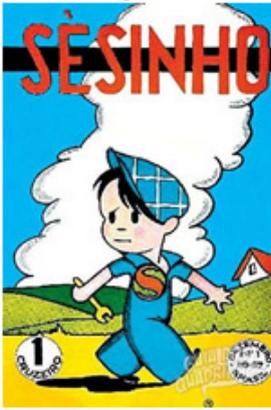
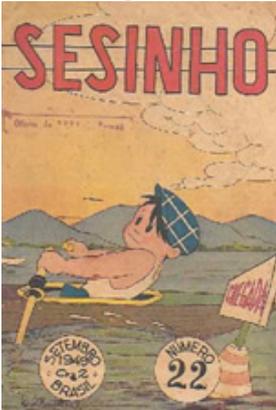
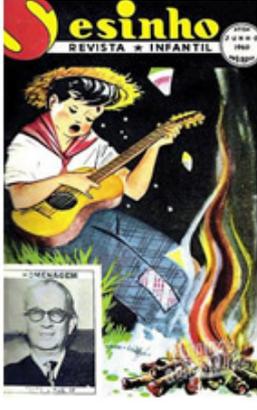
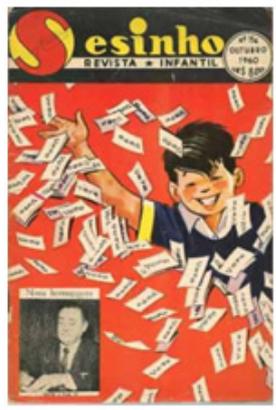
⁴ Disponível em: <<http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent8131content48462.shtml>>. Acesso em 26 Jul. 2012.

A partir da década de 1960, com o desenvolvimento das Ciências da Comunicação e dos estudos da comunicação em várias partes do mundo, as histórias em quadrinhos aproximaram-se das práticas pedagógicas e, na década de 1990, no Brasil, autores de livros didáticos passaram a diversificar a linguagem, incorporando a linguagem dos quadrinhos em suas produções. Foi neste contexto que a revista *Sesinho* voltou a ser produzida em 1995, apenas em meio eletrônico, utilizando a mídia CD Rom. Seis anos depois, voltou a ser impressa e, com uma tiragem de um milhão de exemplares passou a ser distribuída gratuitamente nas escolas da Rede Sesi e em outros 12 mil endereços, incluindo empresas, ONGs e universidades.

A segunda fase de publicação da revista *Sesinho* ocorreu num período em que a valorização das histórias em quadrinhos é formalizada pelo governo brasileiro, que prevê a sua utilização como recurso didático pedagógico, na Lei de Diretrizes e Base (LDB) e nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN). Outra decisão que reforça o interesse e a valorização das HQs foi a inclusão desta modalidade de linguagem iconográfica na lista anual de compras de livros do Programa Nacional Biblioteca da Escola.

Revista *Sesinho* – codificação e decodificação

Neste trabalho foram selecionadas, de forma aleatória, capas das décadas de 1940, 1950 e 1960 (Quadro1), que representam a primeira fase da publicação. Na segunda fase foram selecionadas, também de forma aleatória, três capas que representam o início, meio e fim da primeira década de relançamento da revista, que compreende o período de 2001 a 2011(Quadro 2).

<p>Figura 2</p>  <p>Revista Sesinho, Nº 1, 1947</p>	<p>Figura 3</p>  <p>Revista Sesinho, Nº 22, 1949.</p>	<p>Figura 4</p>  <p>Revista Sesinho, Nº 69, 1953</p>
<p>Figura 5</p>  <p>Revista Sesinho, Nº 131, 1958</p>	<p>Figura 6</p>  <p>Revista Sesinho, Nº 150, 1960</p>	<p>Figura 7</p>  <p>Revista Sesinho, Nº 154, 1960</p>

Quadro 1: Revista *Sesinho* – 1947 / 1960.
 Fonte: Guia dos Quadrinhos 2012 (Disponível em: <www.guiadosquadrinhos.com>.)

Para Will Eisner (2010) as histórias em quadrinhos têm uma linguagem baseada na experiência visual comum ao criador e ao público. A construção de narrativas com signos verbais e visuais tem o objetivo de permitir uma leitura de fácil compreensão da mistura imagens-palavras. É necessário que durante a leitura se desenvolva uma interação, em que as mensagens sejam comuns tanto para o criador como para o leitor.

A configuração geral da revista em quadrinhos apresenta uma sobreposição de palavra e imagem, e assim, é preciso que o leitor exerça suas habilidades interpretativas visuais e verbais. As regências da pintura (por exemplo, perspectiva, simetria, pincelada) e as regências da literatura (por exemplo, gramática, enredo, sintaxe) superpõem-se mutuamente. A leitura da revista em quadrinhos é um ato de percepção estética e de esforço intelectual (EISNER, 2010: 8).

Uma característica da linguagem dos quadrinhos é a utilização de imagens repetitivas e de símbolos reconhecíveis, que são utilizados com frequência para expressar ideias similares. A interação e a compreensão da mensagem ocorrem quando o leitor reconhece o significado e o impacto emocional das imagens, “portanto, a competência da representação e a universalidade da forma escolhida são cruciais” (EISNER, 2010: 14). O reconhecimento das imagens e suas respectivas mensagens ocorrem, primeiramente, com o contato das imagens presentes na capa da publicação, momento crucial para despertar a atenção e o interesse do leitor. É na capa que o leitor identifica o principal conteúdo da publicação, evidencia personagens e temas que serão tratados no decorrer da narrativa.

Nas primeiras capas da revista *Sesinho* o foco é o personagem principal e os elementos que retratam cenas de seu cotidiano. Neste período, o objetivo do SESI foi utilizar a revista para preparar a infância para o mundo do trabalho, daí a representação do menino *Sesinho* como trabalhador (Figuras 2 e 5). A representação da atividade profissional ocorre nos uniformes e nas ferramentas portadas pelo personagem, normalmente relacionados aos segmentos da indústria, classe representada pelo SESI. Segundo a historiadora Olga Brites (1993), o planejamento que *Sesinho* tem para infância incluiu ainda, naquela época, temas relacionados à Ciência, Religião, Razão, Fantasia, Saúde, Higiene e Alimentação. Nas figuras 3 e 4 os temas estão relacionados ao esporte e lazer, na figura 6 a representação do homem do campo e seu costume de tocar viola ao redor da fogueira e, na figura 7, a representação de *Sesinho* envolto em cédulas de votação, em uma alusão às eleições.

Segundo Brites (1993) o estudo histórico da publicação não mostra a infância apenas como dimensão natural da vida humana, mas um discurso específico para uma parte da população brasileira – a família industriária – indicando, por meio da narrativa da revista, tarefas, disciplinas, comportamentos, sempre vinculados ao viés do trabalho. A nação é o espaço concreto para a implantação deste projeto, daí a utilização de símbolos nacionais (figura 5), que ocorrerá repetidamente em diversas publicações. A codificação da mensagem do SESI utiliza elementos como personagens, datas, valores, ferramentas, vestuário que aproximam a entidade dos filhos de industriários, pois são elementos que fazem parte do repertório do público-alvo, e que permitem uma decodificação com níveis de significados equivalentes aos conteúdos que a entidade deseja transmitir.

A compreensão da imagem requer um compartilhamento de experiências e, na elaboração dos quadrinhos, os autores devem compreender a experiência de vida do leitor para que a mensagem atinja seu objetivo (EISNER, 2010). É desta forma que revista *Sesinho* adapta seu discurso para a infância, pois as mensagens são transmitidas utilizando fatos e acontecimentos do cotidiano de um grupo de

crianças, as quais descobrem, por meio de suas experiências, normas e valores da vida em sociedade, propostas de acordo com a visão dos produtores e mantenedores da revista.

Adriano Duarte Rodrigues (1999), em seu trabalho sobre Experiência, Modernidade e Campos dos Media aponta que a experiência compreende um conjunto de saberes formados de crenças firmes, fundamentadas no hábito. A experiência compreende três domínios fundamentais e originários: os domínios das experiências de si próprio, dos outros e do mundo natural.

Este conjunto de saberes que tenho de aceitar como seguros, pelo hábito, e não porque a razão me dê provas categóricas da sua verdade, e que tem a ver com a existência de mim próprio, dos outros e do mundo natural, constitui aquilo a que dou o nome de dimensão ontológica da experiência (RODRIGUES, 1999: p.4-5).

Esta dimensão se fundamenta no que o autor denomina sistema de expectativas, que constitui um

sistema simbólico e é com base nele que, por um lado, regulo a minha vida de acordo com aquilo que considero razoável e adequado ao comportamento dos outros e ao desenrolar dos fenômenos da natureza e que, por outro lado, interpreto os comportamentos dos outros e os fenômenos da natureza de acordo com aquilo que me habituei a esperar desses comportamentos e desses fenômenos (RODRIGUES, 1999: 7).

Assim, o discurso do SESI se pauta na experiência apresentada ao público para regular outras experiências que ele poderá vivenciar. Este direcionamento está presente nas edições da primeira fase e tem continuidade, nas publicações do século XXI, com adaptações ao período histórico e social de cada época (Quadro 2).



Quadro 2: Revista *Sesinho* – 2001/2011.

Fonte: Guia dos Quadrinhos 2012 (Disponível em: <www.guiadosquadrinhos.com>.)

A primeira capa da Revista *Sesinho*, em sua segunda fase, tem como título “Quem tem medo do apagão?” (Figura 8) e foi publicada em julho de 2001. A história refere-se à *crise do apagão*, uma crise nacional que ocorreu no país no período de julho de 2001 a setembro de 2002 e que afetou o fornecimento e distribuição de energia elétrica. Como o fato atingiu diretamente a indústria brasileira, o tema foi abordado e apresentado ao público infantil, pois as famílias tiveram que mudar os hábitos de consumo. Na capa de outubro de 2005 (Figura 9), o tema principal é a

saúde, um dos principais enfoques da revista, tanto na primeira como na segunda fase da publicação. Em 2011, a capa trata de um assunto que afeta diretamente a vida das crianças, o *bullying*, mostrando uma situação ameaçadora, caracterizada por atos agressivos verbais ou físicos, de maneira repetitiva, por parte de um ou mais alunos contra uma criança ou um grupo, como representado na capa da edição nº 111 (Figura 10).

Em sua segunda fase de publicação, o aspecto que mais chama a atenção nas capas da revista *Sesinho* é que o personagem principal não é mais mostrado como pequeno trabalhador, mas sempre como criança, por meio do vestuário – shorts, camiseta, tênis e o boné, um acessório que é reproduzido em todas as imagens do personagem, incluindo a palavra *Sesinho*, para reforçar o nome do personagem. O discurso do SESI, ao tratar de temas do cotidiano da criança é adaptado ao contexto histórico e social do país, que não mais aceita o trabalho infantil. O direcionamento da revista segue o que é preconizado no Estatuto da Criança e do Adolescente, promulgado em 13 de julho de 1990, e adere ao movimento nacional em prol dos direitos das crianças e adolescentes.

Os temas apresentados nas capas tratam novamente de assuntos do cotidiano do grupo de crianças, ora tratando de experiências vividas por eles, como é o caso do *bullying*, ora de experiências que fazem parte do contexto social em que estão inseridos – por exemplo, quando abordam a crise do apagão – ou ainda de situações que poderão ainda ser vivenciadas, e por isso devem fornecer informações sobre elas, como é o caso da capa sobre a doença hepatite. Analisando a codificação das capas da revista *Sesinho* conclui-se que, em sua primeira fase, a publicação trabalhava basicamente com os temas voltados para educação, saúde e trabalho e em sua segunda fase, ela ressaltava temas relacionados à ética, comportamentos, moral e diversão, porém, utilizando sempre a mesma estratégia, de colocar seus personagens em situações semelhantes às experiências que podem ser vivenciadas ou imaginadas por seus leitores.

A análise da decodificação está diretamente ligada ao receptor, neste caso, a identificação da criança com os personagens fortalece a relação com o emissor das mensagens. Existem várias possibilidades de análise da recepção deste produto comunicativo e, para esta análise, uma das formas de identificar a percepção do público é por meio da seção fixa de cartas, disponibilizada pela revista para manter a comunicação com os leitores. Todos os meses a publicação registra uma média de 500 cartas de crianças e adultos que compartilham suas experiências com o personagem e mostram como foram atingidos pelas mensagens da revista (SISTEMA FIEP, 2012). Mensalmente são selecionadas e publicadas uma média de dez cartas na revista *Sesinho*, nas seções *Sesinho Responde* e *Galeria do Sesinho*, espaço dedicado à reprodução dos desenhos enviados pelos leitores. Com estas seções, cria-se mais um vínculo com o público alvo, em que o compartilhamento de percepções e de experiências é mais evidente.

⁵ Na Revista *Sesinho* nº 1 não há correspondências, pois, sendo a primeira edição, os editores fizeram o convite para que os leitores participassem com envio de cartas e desenhos.

As cartas analisadas nas revistas *Sesinho* (nº 52 e nº 111)⁵ mostram que, mesmo enviadas por crianças, os conteúdos têm a participação de pais, professores e mesmo dos editores da revista, que resumem os conteúdos e publicam com as respectivas respostas em nome do personagem principal. As correspondências abordam assuntos como: solicitação de envio de revistas, sugestão de assuntos para publicações posteriores, comentários dos temas das edições anteriores e até reclamações pela demora da resposta e da publicação da carta, mostrando que, além de falar com o personagem, o público deseja fazer parte da publicação, seja por meio das cartas ou dos desenhos.

Considerações finais

Dentro do modelo de Stuart Hall, a análise das capas da revista *Sesinho* em épocas distintas permite verificar que a comunicação do SESI com o público

infantil manteve uma estrutura produzida e sustentada nas fases de produção-circulação, distribuição e consumo, para manter e garantir a existência e o leitura da publicação por mais de seis décadas. A linguagem iconográfica dos quadrinhos, por meio dos códigos verbais e visuais, foi utilizada para compor o discurso da entidade e estimular sua recepção pelos leitores.

Confirmando o estudo de HALL (2003), o objetivo da mantenedora é que, ao atingir seu público alvo, o produto comunicativo – revista *Sesinho* – seja entendido e transformado em práticas sociais, ou seja, que seus efeitos se traduzam em mudanças de comportamento e aceitação do discurso proposto. Nas capas analisadas, o conteúdo trata de experiências comuns do personagem e do leitor e mostram situações e formas de agir diante delas. Assim, o circuito do processo de comunicação se completa e produz seus efeitos. As mensagens da revista são apropriadas num discurso significativo e sua linguagem permite que o leitor as decodifique predominantemente de acordo com a intenção e objetivos dos produtores.

Os significados decodificados pelos leitores da revista *Sesinho* influenciam, entretêm e podem ter consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas e comportamentais (HALL, 2003). A existência da publicação e seu consumo num período de seis décadas mostra que a produção de sentido permaneceu e não comprometeu a continuidade do fluxo de produção, ou seja, mesmo em épocas distintas e atingindo públicos em diferentes contextos sociais, sua reprodução permanece inalterada e os discursos sendo colocados em prática ou utilizados social e politicamente. Isso ocorre porque as estruturas de sentido, tanto na codificação, como na decodificação, sustentam-se na utilização de códigos compreensíveis aos leitores, relacionados ao compartilhamento de experiências de vida comuns entre produtores e receptores da revista *Sesinho*.

Referências Bibliográficas

BERLO, David. *O proceso da comunicação: introdução à teoria e à prática*. São Paulo: Martins Fontes, 1985.

BRITES, Olga. *Saúde e educação para o trabalho em Sesinho (1947/1960)*. Rev. hist., São Paulo, n. 127-128, jul. 1993. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/rh/n127-128/07.pdf>>.

CANCLINI, N.G. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa: tradução da introdução Gênese Andrade – 4 ed. 3 reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

EISNER, Will. *Quadrinhos e arte seqüencial: princípios e práticas do lendário cartunista /Will Eisner*; tradução Luis Carlos Borges, Alexandre Boide. 4ª edição. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

GUIA DOS QUADRINHOS 2012. Disponível em: <http://www.guiadosquadrinhos.com/thumb.aspx?cod_tit=se191200&esp=&total=122..> Acesso em: 12 jul. 2012>.

HALL, Stuart. *Da Diáspora Identidades e Mediações Culturais*. Editora UFMG, Belo Horizonte, 2003.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Experiência, Modernidade e Campos dos Media*. Universidade Nova de Lisboa, 1999. Disponível: <<http://bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.html>>.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e Cultura: a experiência cultural na era da informação*. Editorial Presença, Lisboa, 1993.

SESI, Serviço Social da Indústria. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/institucional/2012/03/1,1792/historia.html>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

SESI, Serviço Social da Indústria. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/iniciativas/programas/sistema-sesi-de-ensino/2012/05/1,2878/o-sistema.html>>. Acesso em 20 jul.2012.

SISTEMA FIEP, Federação das Indústrias do Estado do Paraná. Disponível em: <<http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent14926content118563Page2.shtml>>. Acesso em: 26 jul. 2012.

SISTEMA FIEP, Federação das Indústrias do Estado do Paraná. Disponível em <<http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent8131content48462.shtml>>. Acesso em 26 jul. 2012.

VERGUEIRO, Valdomiro (org.) *Como usar as histórias em quadrinhos em sala de aula*. São Paulo: Contexto, 2004.

O Novo Oeste Americano: As Reconfigurações do *Western* a Partir do Seriado Televisivo *Breaking Bad*

João Eduardo Silva de Araújo

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, no qual integra o Grupo de Pesquisa em Análise de Teleficção (a-tevé). Membro da rede de pesquisadores Obitel-Brasil, núcleo brasileiro do Observatório Iberoamericano de Ficção Televisiva. Atualmente, com bolsa CNPq, investiga o mundo construído no seriado *Breaking Bad*.
E-mail: jesilvaraujo@gmail.com.

Resumo: Este trabalho procura identificar, a partir de uma leitura diacrônica do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero, como o *western* enquanto gênero ficcional é reconfigurado no seriado televisivo *Breaking Bad*. O objetivo é discernir de que modo a matriz cultural do *western* é articulada na série, e como ela reconfigura tal matriz, ampliando o horizonte de expectativas para o gênero. Inicialmente, contudo, o artigo procede a uma breve revisão do pensamento sobre gêneros, que é finalizada com um exame de como os Estudos Culturais se aproximam deste problema. A partir daí, decorre a análise mais específica que esta investigação propõe.

Palavras-chave: gêneros ficcionais; western; ficção seriada televisiva; *Breaking Bad*.

Abstract: This work seeks to identify, through a diachronic reading of the mediation's map by Jesús Martín-Barbero, how the Western as a fictional genre is reconfigured in the television show *Breaking Bad*. Its objective is to discern in which way the cultural matrix of the western is articulated in the show, and how it reconfigures such matrix, amplifying the horizon of expectations for the genre. Initially, however, this paper proceeds a brief review of the reflections on genres, and then it is finalized with an examination of how Cultural Studies approach this issue. From that, we conduct a more specific analysis, which this investigation proposes.

Keywords: fictional genres; Western; television serialized fiction; *Breaking Bad*.

Introdução

Dos romances de Fenimore Cooper ao mais recente filme de Tarantino, o *western* é inegavelmente um dos gêneros de maior proeminência na cultura popular massiva estadunidense. Na televisão, ele se destaca como uma das matrizes ficcionais mais recorrentes, e já faz mais de 60 anos desde que personagens vindos do rádio e do cinema, como Hopalong Cassidy e o Cavaleiro Solitário (*The Lone Ranger*), ganharam suas versões televisivas em 1949¹.

Mas o que, exatamente, identifica o *western*? Os contextos produtivos e de apreciação diversos e os limites e pressões impostos pelos distintos *media* no qual ele se manifesta possuem alguma influência sobre o gênero? Nossa aposta é de que sim, e tal aposta implica compreender os gêneros como mais do que uma compilação de marcas textuais, por mais complexas que tais marcas possam vir a ser.

¹ Antes das estreias dessas séries já havia incursões no gênero, como a realizada pelo *puppet show* infantil *Howdy Doody*, exibido na NBC entre 1947 e 1960, apresentado pelo *cowboy* Buffalo Bob Smith, que migrara do rádio.

Neste artigo, verificamos como o *western* é reconfigurado no seriado televisivo *Breaking Bad*, produzido conjuntamente pela High Bridge Entertainment, a Gran Via Productions e a Sony Pictures Television, e originalmente distribuído pelo canal a cabo AMC, que o exibe aos domingos às 22 horas. O seriado encontra-se no meio da sua quinta e última temporada, e a sua trama desenrola-se sobretudo em uma versão ficcional da cidade de Albuquerque, Novo México. A série acompanha a história de Walter White (Bryan Cranston), um antigo vencedor do prêmio Nobel de química que, após ter sua pesquisa roubada, acaba por se ver ministrando aulas numa escola da cidade.

No piloto, Walter, que nunca havia fumado, descobre-se com câncer de pulmão e uma expectativa de vida de, no máximo, um ano. Ele então procura o seu ex-aluno Jesse Pinkman (Aaron Paul), um traficante de metanfetamina, e resolve usar seus conhecimentos de químico para fabricar o produto e entrar para o comércio de drogas, inicialmente na esperança de não deixar a família desamparada após sua morte. Ao longo da trama, contudo, Walter torna-se progressivamente mais ambicioso e arrogante, enquanto Jesse oferece alívio cômico na maior parte do tempo.

Obstinado em fazer um produto estável e de alta qualidade, o protagonista desenvolve uma fórmula para fabricar metanfetamina cristal com um alto índice de pureza, que por razões químicas possui cor azulada, em contraste ao tradicional branco da droga. Sob o pseudônimo de Heisenberg, ele logo desmantela os negócios de seus concorrentes, envolvendo-se com grandes agentes do tráfico internacional.

Para demonstrarmos como é possível verificar a incorporação do *western* em um seriado como *Breaking Bad*, que não manifesta diversas das convenções do gênero, recorreremos ao mapa das mediações (Figura 1), de Jesús Martín-Barbero (2006). Consideramos o mapa um instrumento adequado para nortear a análise proposta entendendo, conforme Gomes (2011), que o gênero pode ser localizado no seu centro, por razões que desenvolvemos posteriormente.

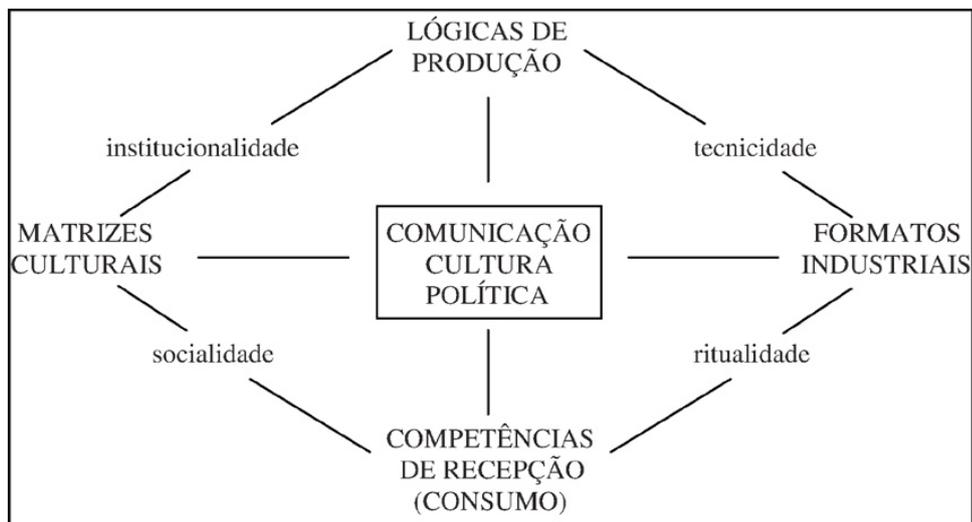


Figura 1: Mapa das mediações conforme em Martín-Barbero (2006: 16).

O diagrama é orientado em dois eixos: um diacrônico, que guia esta investigação e vai de matrizes culturais históricas a formatos industriais contemporâneos; e um sincrônico, que vai de lógicas produtivas a competências de recepção. Nele, as lógicas de produção são entendidas como os nexos que guiam o comportamento das empresas, seja na sua busca por lucros, fortalecimento da identidade da marca ou reconhecimento nos campos específicos. Os formatos industriais são os produtos em si, e *Breaking Bad* é o que aqui analisamos. As competências de recepção, por sua vez, dizem respeito ao relacionamento do público com os *media*, suas práticas de consumo e seus repertórios.

Como estamos falando em gêneros ficcionais, para compreender as matrizes torna-se útil a noção de território de ficcionalidade, que Borelli busca em Calvino:

Os territórios de ficcionalidade são compreendidos não apenas como modelos literários, mas como matrizes, fatos culturais presentes em inúmeras manifestações da cultura popular de massa; são fluidos, dinâmicos, entrelaçam-se e encontram-se em permanente processo de redefinição e hibridização; ou seja, uma mesma narrativa pode conter traços de variadas matrizes: o melodrama, que se mistura à comicidade e esta, por sua vez, que dialoga com a narrativa fantástica, e assim sucessivamente (BORELLI, 2001: 35).

Tanto diacrônica quanto sincronicamente, quatro mediações orientam o mapa: 1) as institucionalidades, que põem em diálogo matrizes culturais e lógicas de produção e dizem respeito às regulamentações do Estado, às diretrizes das empresas e às dos setores da sociedade civil com poder para criar códigos específicos; 2) a socialidade, que articula as matrizes com as competências de recepção e trata do modo como tais matrizes são partilhadas pelos sujeitos; 3) a tecnicidade, que medeia as relações entre as lógicas produtivas e os formatos industriais e é menos relacionada às tecnologias do que a uma *techne* no sentido clássico, posto concernir também à articulação dos recursos expressivos em uma obra e 4) a ritualidade, que vincula os formatos à sua recepção e é relativa aos rituais e hábitos de consumo da audiência.

Conforme Cardoso Filho (2012), consideramos também profícua a investigação de questões de estética a partir do mapa. Embora o autor foque na temática da experiência, ele permite antever que o diagrama de Martín-Barbero se mostra rico para observar aproximações entre abordagens culturalistas e estéticas. Essa é uma necessidade que já foi observada por Freire Filho (2010), e nos parece convergir com preocupações que pesquisadores brasileiros vêm demonstrando em relação ao entendimento de como a dimensão da estética não se confina ao âmbito das Belas Artes, mas penetra o cotidiano (BRAGA, 2010).

Antes da análise, contudo, procedemos a uma revisão do pensamento sobre os gêneros, necessária para explicar a opção por um enfoque culturalista. Com efeito, o alcance de um sumário de poucas páginas sobre uma contenda de mais de vinte e cinco séculos é certamente limitado, mas apenas esperamos dar o pano de fundo necessário para a discussão posterior sobre como *Breaking Bad* reconfigura o *western*.

A longa discussão sobre os gêneros

O mais antigo tratado sobre um gênero ficcional ao qual temos acesso ainda hoje é a *Poética* de Aristóteles, escrita por volta do século IV a.C., quando o drama trágico já era razoavelmente consolidado em Atenas. Na *Poética*, o Estagirista descreve a tragédia segundo seus meios, objetos e modos de imitação, abordando distintos atributos do gênero e apontando em que ele se aproxima ou distancia do épico e da comédia.

O estudo de Aristóteles, a despeito do seu rigor descritivo, tinha o objetivo prático de ensinar aos tragediógrafos como fazer sua arte. Assim, o caráter prescritivo do tratado é manifesto. Deste modo, não obstante a própria tragédia grega comportar uma variedade imensa de obras, a maior parte dos escritos sobre gêneros que se seguiram até o século XVIII tomava corpo em poéticas normativas apresentando regras cada vez mais rigorosas segundo as quais obras deveriam ser compostas e julgadas.

No século XIX, contudo, com a emergência da sociedade industrial e de seus equivalentes filosófico (idealismo) e artístico (romantismo), autores como Moritz, Schiller e Hegel impulsionaram um movimento que levou as estéticas a abandonarem as poéticas e passarem a filosofias da arte de caráter genealógico, preocupadas em pensar as obras como ocorrências localizadas dos seus gêneros (SÜSSEKIND, 2008: 41), numa mirada que dá historicidade à noção. Todavia, é evidente que esta perspectiva traz no seu bojo o problema de que as obras não são consideradas em sua singularidade, mas como ocorrências de uma outra coisa.

Ou seja, a despeito dessa historicização do conceito quase inevitavelmente levar à percepção de que os gêneros se transformam: de que há uma tragédia grega, depois uma latina e mais tarde uma tragédia clássica francesa; mesmo os pós-iluministas vinculados ao marxismo como Adorno, Benjamin e Lukács, que buscam entender como certas obras rompem com seu gênero, ainda pensam a forma histórica tomada um por uma configuração genérica como algo ao qual obras individuais se adequam mais ou menos, e não o gênero como algo que só existe a partir das suas manifestações, algo que só se dá nelas, e que elas sempre modificam (SÜSSEKIND, 2008: 41-42).

É por conta dessa noção engessada, que pensa o gênero como “camisa de força” para as obras, que pós-estruturalistas a exemplo de Derrida e mesmo estruturalistas como Barthes rejeitam este conceito (MACHADO, 2000: 67). Outros estruturalistas, como Todorov (2004: 12), aceitam-no, mas deixam claro que na sua apreciação os gêneros “não correspondem mais às noções legadas pelas teorias literárias do passado”.

Todorov, aliás, sofisticava a discussão ao introduzir uma distinção entre gêneros históricos e teóricos, dividindo os últimos em elementares e complexos. No pensamento dele, gêneros teóricos elementares são categorias de classificação das obras derivadas de uma única matriz organizadora. Assim, por exemplo, o sistema proposto por François Jost (2009), que divide os gêneros televisivos de acordo com a relação que propõem com a realidade, poderia ser considerado elementar. Para Jost, os gêneros nesta mídia dizem respeito à referência ao: 1) mundo “real”, qual em telejornais; 2) ficcional, a exemplo das séries e novelas ou 3) lúdico, como em *game shows* e *reality shows*.

Os gêneros teóricos complexos, por outro lado, seriam aqueles definidos a partir de mais de um parâmetro. As categorias que organizaram a produção hollywoodiana no *studio system* e depois reverberaram na tevê, como o *western*, seriam exemplos de gêneros complexos. Podem supor efeitos, estratégias narrativas típicas, figurinos, modos de filmar etc. Mas também poderiam ser considerados gêneros históricos, posto que trabalham com formas culturais localizadas espaciotemporalmente. Para Todorov (2004: 19-25), aliás, os gêneros históricos são um subconjunto dos teóricos complexos.

Essa acepção estruturalista sem dúvida abre espaço para um pluralismo teórico que justifica discussões (como a proposta por Jost) que encaram os gêneros a partir de sistemas abstratos pouco ancorados nos modos como o público cotidianamente os pensa, mas iluminam aspectos importantes de serem discutidos. Ela falha, porém, em primeiro lugar porque a noção de gênero teórico simples possibilita categorizações *ad absurdum*, permitindo a postulação teórica de gêneros vazios, dos quais nenhuma obra existe². Secundariamente, a noção de gêneros históricos como subconjuntos dos teóricos complexos é uma inversão de termos. Com efeito, parece-nos claro que qualquer teoria dos gêneros é que é elaborada para dar conta de formações históricas.

Ainda nos estudos de linguagem, autores contemporâneos aos estruturalistas, como Szondi e Antônio Cândido, dão um salto em relação às outras correntes

² Esta não é apenas uma conclusão possível, tomada a partir de uma leitura mal-intencionada de Todorov (2004), mas uma declaração explícita do autor, que afirma que “como no sistema de Mendeleiev, [no qual] pode-se descrever as propriedades dos elementos que ainda não foram descobertos, assim também aqui se descreverão as propriedades dos gêneros – e portanto das obras – a aparecer (2004: 19).

aqui apresentadas (SÜSSEKIND, 2000). Esses teóricos pensam os gêneros não como algo de que os textos se aproximam ou se distanciam, mas como formados e constantemente modificados pelas obras, que passam a ser consideradas em sua singularidade, não como exemplos de outra coisa. Os trabalhos desses estudiosos, porém, são confinados ao domínio das belas letras, e a abertura para a cultura popular massiva é uma – dentre as várias que exploramos a seguir – das contribuições dos Estudos Culturais ao tema.

Gênero como categoria cultural

Um dos primeiros aportes culturalistas para a apreensão do fenômeno literário foi *Marxismo e Literatura*, de Raymond Williams, editado em 1971. No livro, Williams lança nova luz sobre a querela em torno dos gêneros. É emblemático que no mesmo ano tenha sido lançado *Six-Gun Mystique*, um estudo de John Cawelti sobre o *western*. As perspectivas de ambos tocam-se em vários pontos e distanciam-se em outros tantos, e a despeito de Cawelti não ser um autor dos Estudos Culturais, suas contribuições localizam-se neste tópico pela possível articulação com as de Williams.

O livro de Cawelti foi lançado depois de uma série de artigos, dentre os quais um dos mais notáveis é *The concept of formula in the study of popular literature* ([1969] 1972). Nele, Cawelti busca elaborar conceitos que se sejam úteis para observar as narrativas populares, arrazoando que até então os estudiosos não haviam feito mais do que aplicar métodos tradicionais a outro *corpus*. A principal dessas noções é a de fórmula, explorada adiante. Por ora, importa mencionar que ele afirma desenvolver estes conceitos não para proferir juízos sobre a qualidade artística das obras, mas para entender como se relacionam com sua cultura (CAWELTI, 1972: 119-120).

Cawelti nota, por exemplo, o fato do *western* ser uma matriz que denuncia pelas próprias convenções sua origem estadunidense no século XIX, enquanto não impressiona saber que as histórias de espião surgem com Graham Greene e Eric Ambler na Grã-Bretanha da Segunda Guerra. “Essas diferenças são claramente culturais e elas refletem as preocupações e as necessidades particulares do tempo no qual elas [essas matrizes] foram criadas e do grupo que as criou” (CAWELTI, 1972: 120, *tradução nossa*).

Aqui, Williams converge com Cawelti. Isso é patente quando ele afirma que

[em] qualquer teoria social adequada, a questão [dos gêneros] é definida pelo reconhecimento de dois fatos: primeiro, a existência de relações sociais e históricas claras entre determinadas formas literárias e as sociedades e períodos nos quais foram originadas ou praticadas; segundo, a existência de continuidades indubitáveis nas formas literárias através e além das sociedades e períodos com os quais têm essas relações (...). O gênero, sob este ângulo, não é um tipo ideal nem uma ordem tradicional nem uma série de regras técnicas. É na combinação prática e variável (...) que o gênero[,] tal como o conhecemos, se transforma num novo tipo de evidência constitutiva (CAWELTI, 1979: 181-184).

Então, quando Gomes (2011) reposiciona o gênero no centro do mapa de Martín-Barbero, não é apenas por ele articular matrizes históricas em formatos atuais e mediar as relações entre produção e recepção, mas também por conta do seu vínculo com poder, cultura e sociedade. Desde aí, facilmente se deriva que gêneros são constructos históricos que só existem através das suas ocorrências singulares, e que estas os modificam. Não à toa, Mittell (2004: 17) fala no gênero como “estabilidade em fluxo”, ecoando a “estabilidade relativa das formas” de Williams (1979: 188).

Em *Marxismo e Literatura*, fica claro ainda que “para tentarmos compreender a escrita como prática histórica no processo material social, temos de ir novamente além da teoria genérica tradicional e examinar toda a questão dos determinantes” (WILLIAMS, 1979: 183). Embora no livro a assertiva se refira a aspectos textuais do gênero, há aí uma semente para pensarmos os determinantes extratextuais que nele operam. E é justamente para ponderá-los que Mittell (2004) resgata a ideia foucaultiana de formação discursiva e pensa os gêneros como um conjunto de discursos que são feitos sobre ele em diversas instâncias – desde aqueles que são proferidos pelas agências regulatórias aos que reverberam nas conversações do público. Esse também é um dos motivos porque Gomes (2011) posiciona o gênero no centro no mapa de Barbero, já que as diversas mediações determinantes para as obras confluem para o centro.

Por fim, Cawelti supera Williams em alguns pontos, nomeadamente na sua atenção ainda que marginal para o conceito de *medium* e na sua argumentação sobre a importância de observar as especificidades da mídia na qual o produto se plasma. Williams, por outro lado, supera Cawelti na distinção que o teórico estadunidense traça entre mito/gênero, fórmula e forma. Cawelti pensa os gêneros conforme a teoria dos mitos de Frye (2000). Assim, tanto o *western* quanto a história de espião, por exemplo, incorporariam a jornada do herói típica do que ele chama de “mito do romance”. Os gêneros, para ele, seriam então universais a-históricos, sempre manifestando-se através de matrizes históricas como o *western* ou a história de espião, a que chama de fórmulas.

Uma fórmula é um sistema convencional para estruturar produtos culturais. Ela pode ser distinguida de forma, que é um sistema inventado de organização. Como a distinção entre convenção e invenção, a distinção entre fórmula e forma pode ser melhor vista como um contínuo entre dois polos; um polo é aquele de uma estrutura de convenções completamente convencional – um episódio de *O Cavaleiro Solitário* ou um dos livros de *Tarzan* chega perto deste polo; a outra ponta do contínuo é uma estrutura completamente original que ordena invenções – *Finnegan’s Wake* é talvez o melhor exemplo (CAWELTI, 1972: 119, tradução nossa).

Williams (1979) também aborda em seu livro o conceito de forma. Ele diz que a palavra adquiriu dois sentidos principais, o de “uma forma visível ou externa e um impulso modelador e inerente” (1979: 185). Para o culturalista, embora uma noção neoclássica estime o primeiro sentido e uma romântica o segundo, o que deve ser observado é a dialética entre ambos, posto que “as teorias neoclássicas hipostasiam a história, enquanto as românticas a reduzem a um fluxo de momentos” (1979: 186).

O teórico britânico não usa o termo fórmula, e fala ao invés em “formas tradicionais estáveis”. Para ele, ao “ouvir certas disposições tradicionais de palavras; reconhecer e ativar certos ritmos; perceber, com frequência através de temas já compartilhados, certos fluxos e relações básicas (sic) e nesse sentido profundos” (1979: 187), aproximamo-nos de experiências nas quais o impulso do artista na feitura da obra e o corpo que ela toma como resultado se confundem. Quanto àquilo que em um dado momento parece *sui generis*, às formas emergentes que são criadas, para Williams elas também são relacionais – feitas nessa dialética entre um impulso dos artistas e regras reconhecíveis – e nunca inteiramente novas, e ele afirma que “as gerações posteriores não têm dificuldades com uma forma, já então comum, que no passado foi praticamente inacessível e mesmo considerada como carente de forma” (1979: 188).

Nota-se que Williams enuncia uma sofisticada perspectiva estética – ecoando densamente a teoria da formatividade de Pareyson (1998) – para pensar a dinâmica de surgimento e cristalização dos gêneros em formas relativamente estáveis, sem

ignorar o impulso dos artistas e a unicidade das obras. Ele menciona ainda que formas mais duradouras tendem a surgir em momentos pouco conturbados, e que experimentações costumam ocorrer em tempos de insegurança. Os períodos de transição, por sua vez, habitualmente veem nascer formas novas – muitas vezes a princípio pensadas como retomadas de gêneros antigos – que logo se cristalizam em outra coisa (WILLIAMS, 1979: 188). Ele menciona, como exemplo dessa dinâmica de inovação seguida por estabilização relativa, o surgimento da ópera clássica, pensada como uma retomada do teatro coral grego e que logo passou a ter um desenvolvimento interno próprio (WILLIAMS, 1979: 188-189).

É com este olhar que seguimos à análise, sem antes fazer uma digressão sobre as marcas do *western* ou sua genealogia, o que levaria a uma crítica distante da perspectiva exposta, enfatizando a posição de *Breaking Bad* em uma tradição histórica ou formal. Ao invés, tanto aspectos genealógicos quanto textuais são trazidos à tona conforme o exame os convoca. Assim, esperamos que equilibrar em nossa apreciação os pesos relativos da unicidade do seriado e das formas relativamente estáveis do gênero.

A reconfiguração do *western* em *Breaking Bad*

A despeito de sua relativa penetração em outros contextos culturais, como na Itália (*spaghetti western*) e França (*bagetti western*), o *western* é tido por muitos como a matriz ficcional estadunidense por excelência. Sua intimidade com a cultura do país é tanta que, de Theodore Roosevelt antes da Primeira Guerra a Reagan e os Bush em contextos mais recentes, diversos presidentes norte-americanos já foram comparados, por seus modos de governar, aos *cowboys* primeiro da literatura e então do cinema (O'CONNOR; ROLLINS, 2005).

O'Connor e Rollins (2005) observam como o mito da abundância de fronteiras naturais foi, por exemplo, determinante para moldar a identidade nacional estadunidense. Os autores argumentam que isso é marcado mesmo no olhar de estrangeiros, a exemplo do que se nota em *Da Democracia na América*, do francês Alexis de Tocqueville. De fato, as histórias de faroeste parecem muitas vezes o epítome da ideia de uma missão civilizadora que o imaginário anglo-americano parece herdar do britânico; e o arrebatamento por amplas paisagens naturais é franco na cultura visual do país, das pinturas de Albert Bierstadt às fotografias de Ansel Adams.

Talvez justamente por essa conexão íntima com a cultura estadunidense, a maior parte das reconfigurações históricas na matriz do *western* em sua vertente hollywoodiana parece refletir preocupações de época no contexto anglo-americano (O'CONNOR; ROLLINS, 2005). Assim, nota-se o surgimento de questões étnicas pós-Segunda Guerra e de um grande relativismo moral dos personagens no auge da Guerra Fria. Na televisão, essas mudanças foram um pouco mais lentas, e *Deadwood*, estreada em 2004 na HBO, marca um salto gigantesco na abordagem moral e temática que o meio vinha dando ao gênero (MARILL, 2011: 99).

Em outros termos, porém, como a mixagem formal, as transformações foram mais rápidas. Uma das hibridizações mais clássicas nesse sentido é o *Weird West* (mistura de *western* e horror), que mesmo *Bonanza* chegou a trazer num episódio, e cujo melhor exemplo televisivo hoje é *The Walking Dead*. Já a sua articulação com a comédia começa a ser realizada em muitos seriados ainda nos anos 50.

Em *Breaking Bad*, notam-se diversas reconfigurações do gênero. Algumas delas são mais leves, como o recurso à violência e o uso de vocabulário explícito, que embora incomuns na tevê, já são marcas do *western* em outras mídias e para as quais *Deadwood* já havia aberto caminho. Outras são mais incomuns, como o recurso a uma trilha sonora que, além de ritmos facilmente incorporáveis ao

gênero (como o *mariachi*), traz elementos que *a priori* lhe seriam alienígenas, mas cabem numa história que brinca com o imaginário popular sobre adolescentes drogados (*reggae, rap, heavy metal* etc.).

A mais evidente dessas reconfigurações, entretanto, talvez seja o fato da série não se passar no século XIX, como é a tendência normativa. Ao contrário, ela se passa nos dias de hoje e alguns de seus principais temas são muito atuais, como o desolamento das cidades interioranas por conta do consumo de drogas, a recente crise econômica e a crise da masculinidade. Para os puristas, isso já implicaria que a série não é um *western*, mas mesmo algumas obras canônicas do gênero se passam no século XX.

No filme *Conspiração do Silêncio* (*Bad Day at Black Rock*, 1955), por exemplo, o protagonista, John McCreedy (Spencer Tracy), um soldado que teve um braço amputado na Segunda Guerra, chega numa cidade isolada no deserto não num cavalo, mas de trem, para dar a um fazendeiro japonês a medalha de honra póstuma do seu filho morto em combate. John então descobre que o fazendeiro foi assassinado logo no início da guerra, por conta da onda de repressão e internamento de japoneses e nisseis em campos de concentração nos Estados Unidos.

Este é um bom exemplo porque não só o filme não se passa no século XIX, como os temas abordados também são contemporâneos, como em *Breaking Bad* (isto é, contemporâneos em 1955, quando da filmagem). Aliás, conforme mencionamos, a ênfase em preocupações de época é um dos modos pelos quais o *western* foi mais reconfigurado. Nota-se ainda que outra série de televisão do gênero, *Justified*, exibida no canal FX, também se passa nos dias de hoje, bem como *The Walking Dead*, que o incorpora na vertente do *Weird West*. É curioso notar, além disso, que mesmo a definição textual mais repetida para o gênero, fornecida por Cawelti, não menciona o século XIX como um horizonte necessário, e *Breaking Bad* em nada parece contrariá-la.

Westerns precisam ter um certo tipo de ambientação, um elenco particular de personagens e seguir um número limitado de linhas de ação. Um *western* que não é localizado no Oeste, perto das fronteiras, num ponto da história em que a ordem social e a anarquia estão em tensão, e que não envolve algum tipo de busca, simplesmente não é um *western* (CAWELTI, 1972: 121, tradução nossa).

Como a citação anterior pontua, é óbvio que a série apresenta diversas continuidades com o gênero, ou sequer o incorporaria. Dentre elas, são destacáveis: a já mencionada violência, a lentidão da narrativa, o abuso de planos abertos capturando imagens do deserto e de planos americanos marcando as atuações, a ambientação rural fronteira no oeste americano, o destaque para a ação em trânsito por ambientações desérticas (embora os personagens não andem a cavalo, fabricam drogas numa van), o uso de cores quentes, a trama centrada no binômio lei/fora da lei, representados por Walter White e seu cunhado, agente da *Drug Enforcement Administration* – DEA³, o *ethos* masculino, a dificuldade de demarcação de uma fronteira segura (conquanto aqui a fronteira em questão diga respeito ao território de traficantes, e não mais do país).

Assim, não é à toa que a série conta com episódios que envolvem enredos como o roubo de um trem em movimento no meio do deserto (a carga era metilamina, usada na fabricação da droga). Certamente, tais reconfigurações só são possíveis por conta de um contexto institucional marcado:

³ Embora o espectador, nesse caso, acompanhe de perto o “fora-da-lei” e não o “xerife”, o que também não é uma novidade, podendo ser visto já nos filmes *Pistoleiros do Entardecer* (*Ride the High Country*) e *Meu Ódio Será sua Herança* (*The Wild Bunch*), de 1962 e 1969, respectivamente.

⁴ *Federal Communications Commission* (Comissão Federal de Comunicações), a agência reguladora dos meios de comunicação nos Estados Unidos.

a) por novas regulamentações da FCC⁴ em relação à exibição de conteúdo adulto nos canais contidos nos pacotes básicos de cabo – caso da AMC, que distribui *Breaking Bad*. Se até os anos 60 a agência era irreduzível nas suas

políticas censórias, depois de uma série de batalhas legais com a HBO a justiça decidiu que os canais *premium* estavam protegidos pelo direito de liberdade de expressão garantido na primeira emenda da constituição dos Estados Unidos (SANTO, 2008). Isso porque – ao contrário das redes abertas e das emissoras básicas de cabo, entendidas como serviço público – esses canais, qual jornais impressos, precisam ser ativamente comprados pelos consumidores, um a um, sem terem sinal aberto ou estarem contidos em “pacotões” oferecidos por provedores de tevê fechada. A partir daí, as pressões das redes e dos canais básicos de cabo levaram, com o tempo, a FCC a folgar paulatinamente suas normas em certas faixas de horário. Isso permite que *Breaking Bad* possa exacerbar na violência que tem marcado o *western* no cinema e a não ser em produções recentes era tímida na televisão;

b) por uma conjuntura produtiva pós-experimentações bem-sucedidas, inclusive comercialmente, dos canais *premium* como HBO, dos quais um bom exemplo em termos de *western* é *Deadwood*, e que tornaram a reconfiguração genérica sinônimo de qualidade (AUSTER, 2005); e ainda

c) pelo barateamento do cabo e pela explosão do número de emissoras⁵, que levou a um investimento crescente em produções de nicho, permitindo que o *western* pudesse voltar a ganhar força como gênero na TV.

⁵ Apesar do argumento antigo, só em 2002 a audiência da cabo superou a da TV aberta nos EUA (PEARSON, 2005: 14), e entre 97 e 2005 a média de canais disponíveis por residência no país subiu de 43 pra 96.4 (SMITH, 2013: 163).

⁶ A positivação de termos antes pejorativos como *cult TV* (JOHNSON, 2005) demonstram essa tendência.

Essa nova paisagem institucional tem alterado as lógicas produtivas do mercado televisivo norte-americano. Tais lógicas são agora muitas vezes orientadas por discursos associados a distinção e qualidade e ao público de nicho⁶. No caso da AMC, que distribui *Breaking Bad*, a cultura de produção foi alterada quase radicalmente. Antes um canal que exibia clássicos de Hollywood, a emissora foi arrastada a uma profunda crise devido a uma cadeia de problemas com negociações de direitos de exibição, da qual proveio um conjunto de experimentos com a grade (JARAMILLO, 2013), culminando com a decisão de comissionar *Mad Men* em 2007 e *Breaking Bad* no ano seguinte.

Desde então, a AMC investiu em alguns produtos que fogem do estilo dos programas exibidos pelas redes abertas e por outras emissoras básicas de cabo, bancando séries cuja cultura produtiva aproxima-se daquelas dos canais *premium*, marcadas pelos altos investimentos financeiros, temporadas com poucos episódios, liberdade autoral e reconfiguração genérica. Dá-se, contudo, que as emissoras *premium* só conseguem sustentar esse tipo de produção a partir de um modelo de negócios bastante específico. Suas subscrições são caras. Hoje, por exemplo, a assinatura da HBO custa nos Estados Unidos entre quinze e vinte dólares por mês⁷, enquanto a AMC ganha mensalmente apenas cerca de vinte e quatro centavos de dólar dos provedores de cabo para cada americano que compra um pacote contendo a emissora (SMITH, 2013: 161).

⁷ <<http://hbowatch.com/how-much-does-an-hbo-subscription-cost-these-days/>>. Acesso: 12 de ago. 2013.

De tal modo, canais como HBO ou Showtime não precisam trabalhar com publicidade, ganhando seu dinheiro diretamente do público. O que afeta seus lucros é a soma total de clientes, e a menor audiência de alguma série não é de grande impacto para essas empresas, posto que as assinaturas continuam sendo pagas pelos fãs de outros programas da emissora. Para a AMC, cuja renda tem uma origem mais mista, mas especialmente dependente dos anunciantes, uma mudança dessa escala nos modos de produzir é mais delicada e envolve riscos maiores, e séries como *Mad Men* e *Breaking Bad* chegam mesmo a trazer prejuízo, custando mais do que arrecadam (SMITH, 2013).

A continuidade do investimento nestes produtos, contudo, tem se provado interessante para o canal. Primeiro porque estas séries atraem a cobiçada fatia da audiência composta por jovens entre 18 e 49 anos, especialmente das classes mais abastadas. Assim, embora *Mad Men*, por exemplo, não conte com um grande público, 49% dos seus espectadores ganham mais de cem mil dólares por

ano (SMITH, 2013: 160), o que tem atraído anunciantes do porte da Mercedes. Negociações que obrigam tais anunciantes a pagarem intervalos comerciais também em outros horários, o interesse de cada vez mais provedores de pacotes de cabo em incluir a AMC em seu portfólio e a maior visibilidade da emissora, que consegue captar audiências mais desejáveis para o resto da sua grade por conta da aclamação crítica dessas séries, têm trazido mais lucros do que os prejuízos que elas provocam⁸.

⁸ Para manter o exemplo: embora *Mad Men* represente só 1,5% da arrecadação da AMC, a renda total auferida pela empresa com publicidade cresceu 23% desde a estreia da série (SMITH, 2013: 161).

⁹ Cada episódio da série custa cerca de três milhões de dólares para ser produzido (SMITH, 2013: 159). Para um parâmetro comparativo, os pilotos de redes abertas ou canais básicos de cabo, em geral mais caros que a média dos episódios, costumam ter um orçamento máximo de um milhão e duzentos mil dólares (O'DONNELL, 2007: 35), embora séries de canais *premium* possam ser muito mais caras, a exemplo de *Rome*, cujo episódio custava cerca de seis milhões (SMITH, 2013: 163).

¹⁰ A duração média de um plano numa série em rede aberta é entre 3 e 5 segundos (SMITH, 2013: 154), enquanto, conforme o cinematics (<<http://www.cinematics.lv/lab.php?ID=151>>), *Breaking Bad* costuma passar essa marca.

¹¹ Conforme Bakhtin (1981), entendemos o cronotopo como uma categoria que lida com a ambientação, o constructo espaciotemporal no qual a trama se desenrola. Ao contrário do autor soviético, contudo, não pensamos os gêneros a partir dessa categoria, por razões explícitas na segunda seção deste artigo.

Por conta disso, a AMC continua a investir grandes somas de dinheiro em seriados como *Breaking Bad*⁹, mesmo que os ganhos imediatos durante a emissão original não compensem. Somando isso: a) à liberdade autoral que a emissora garantiu aos criadores da série; b) ao pequeno número de episódios por temporada, que permite um tempo maior de produção para cada um deles; e c) ao fato do canal ter intervalos comerciais menores que a média, possibilitando que os episódios de seus seriados tenham três ou quatro minutos de duração a mais que os de outros canais básicos de cabo (SMITH, 2013: 158), verificam-se relevantes impactos dos aspectos produtivos sobre os técnicos e sobre o modo como *Breaking Bad* reconfigura o gênero.

Não fosse o tempo de produção mais dilatado e os recursos financeiros mais robustos, por exemplo, dificilmente a série poderia recorrer tanto a filmagens em amplas locações em espaços abertos. Já a duração maior do episódio permite que haja muitos tempos mortos, e que os grandes planos enquadrem os cenários de modo mais detido¹⁰. Isso destaca o cronotopo¹¹: uma região de fronteira no oeste americano numa época abalada por disputas entre a lei e grupos criminosos. O cronotopo mais típico do *western*, quando não se o pensa rigidamente ligado ao século XIX.

Se a escala de planos e a ambientação alinham a série com o gênero, a liberdade autoral, por sua vez, permite a realização de experimentações narrativas e estilísticas mais arrojadas, algumas das quais incomuns no *western*. Um dos exemplos mais claros deste tipo de experimentação é o início do sétimo episódio da segunda temporada, que começa com um videoclipe de estética *kitsch* e amadora na qual três músicos tocam e cantam (em espanhol) um *mariachi*. A letra da canção resume um pouco do enredo até ali, referindo-se a um traficante que inventou uma nova droga e se tornou chefe do tráfico em uma cidade do Novo México. Contudo, ela também se refere à perseguição daquele homem pelo cartel mexicano, trama que só se desenrola na temporada seguinte.

A sequência tem muito de insólito, sobretudo para um *western*, gênero cujas convenções plásticas colam-se às do cinema clássico. Dentre os elementos infrequentes, destacam-se: a intervenção de um vídeo claramente extradiegético no início do episódio quando isso não é tampouco uma marca deste seriado, o impostado amadorismo na produção do vídeo e a paródia do teatro coral grego através do comentário de tramas que só serão acompanhadas pelo espectador posteriormente (no ano seguinte, mesmo quando aquela temporada ainda está na metade). Apesar disso, os recursos cênicos colam no gênero: o ritmo da canção, as vestimentas típicas do grupo, o fato dos músicos serem mexicanos, a letra que narra uma tensão na fronteira, a filmagem no deserto etc.

Alguns outros poucos episódios são entrecortados por vídeos publicitários anunciando os serviços do advogado trambiqueiro Saul Goodman (Bob Odenkirk), que a certo ponto da trama é contratado pelos protagonistas. A realidade diegética desses, porém, é menos duvidosa, e eles não brincam com eventos que acontecerão em temporadas posteriores. Todavia, os deslocamentos temporais não se limitam ao videoclipe que inicia o sétimo episódio da segunda temporada, mas são uma constante na série, permeada por analepses e prolepses. De fato, o próprio piloto já se inicia *in media res*, e só através de um *flashback* é que sabemos como a narrativa chegou ali.

Como mencionamos, a trilha sonora também ao mesmo tempo reforça as convenções do gênero (com ritmos como o *marachi*) e se distancia delas, com sonoridades que brincam com estereótipos sobre usuários de drogas (*rap*, *reggae*, *heavy metal*). Muito da trilha, porém, espelha a própria reconfiguração do *western* que a série opera. É o caso de *1977*, composta pela artista de hip hop franco-chilena Ana Tijoux, cantada em espanhol e mixando uma série de sons, dentre os quais um trecho da música *The Ecstasy of Gold*, composta por Ennio Morricone para *Três Homens em Conflito* (*Il buono, il brutto, il cattivo*, 1966), o mais famoso filme de Sergio Leone. Também é o caso de *Tamacun*, do duo mexicano Rodrigo y Gabriela, que consegue expor suas influências de *heavy metal* mesmo fazendo um *folk* instrumental em violões acústicos.

Já as atuações são naturalistas, e os desapressados planos abertos deixam captar nuanças da corporeidade dos atores, como era característico nos *westerns* dos anos 50 e 60. O modo de construção dos personagens como um todo, aliás, alinha-se à dos *westerns* da Guerra Fria, e a espiral descendente da moralidade do protagonista é um dos temas centrais do seriado. Do mesmo modo que nos filmes de Sergio Leone ou Fred Zinnemann, as figuras dramáticas de maior importância são tridimensionais nos três sentidos resgatados por Rimmon-Kennan (2002: 43-44): 1) sua caracterização é complexa e muitas vezes contraditória, razão pela qual muitos críticos chegam a propor que Heisenberg é não apenas o pseudônimo que Walter usa para lidar com os afazeres do tráfico, mas um alterego do protagonista; 2) eles se desenvolvem ao longo da trama, modificando características e comportamentos, a exemplo de quando Jesse para de usar drogas e vai para a reabilitação; e 3) somos informados sobre seus pensamentos, opiniões, filosofias e prejuízos, não apenas sobre suas ações naquela história.

A violência, por sua vez, é completamente desdramatizada, herdando isso tanto da matriz do *western* quanto das ficções que folclorizam o tráfico e o consumo de drogas. Tal desdramatização é alcançada, tecnicamente, através de recursos como a música anempática ou a introdução de cenas de violência explícita sem que haja qualquer criação de expectativas quanto a tal. Um exemplo que ilustra bem a conjugação dos dois casos é a cena do oitavo episódio da quinta temporada em que diversos assassinatos brutais são mostrados em uma sequência rápida montada ritmicamente ao som de *Pick Yourself Up*, um suave *jazz* na voz de Nat King Cole.

Todavia, a matriz do *western* não dialoga com *Breaking Bad* exclusivamente através das lógicas produtivas e das mediações que as orientam, mas também da recepção. Assim, mesmo a crise da masculinidade sendo um dos temas mais prementes na série; talvez por conta de desde cedo o *western* ter sido considerado um gênero “para rapazes”¹², as personagens femininas são providas de pouca agência, e nisso *Breaking Bad* não poderia ser um *western* mais convencional. Certamente, o fato do seriado ter atraído uma audiência majoritariamente masculina (SMITH, 2013: 160) não parece ajudar na mudança desse panorama em temporadas posteriores.

Socialmente, nota-se que o público (especializado ou não) vem reconhecendo elementos do gênero na série. A revista de crítica literária australiana *Kill Your Darlings*, por exemplo, mencionou como *Breaking Bad* brinca com as convenções dos faroestes ao recorrentemente mostrar Walter White usando um chapéu preto, que durante muito tempo caracterizou os vilões do gênero¹³.

Já Samir Chopra, professor da Brooklin University, publicou em seu *blog* que o seriado é um *western* adequado aos nossos tempos, por não ter heróis, apenas vilões e vítimas uns dos outros¹⁴. Outra acadêmica blogueira, Romi Stepovich¹⁵, tentou demonstrar como *Breaking Bad* se aproxima especificamente do *western* à italiana. O *Los Angeles Times*, por sua vez, destacou que o filme *Era Uma Vez no Oeste* (*Once Upon a Time in the West*, 1968) inspirou Vince Gilligan, criador do seriado¹⁶.

¹² A despeito das mulheres de destaque de filmes como *Rio Vermelho* (*Red River*, 1948), de Howard Hawks; ou *Os Profissionais* (*The Professionals*, 1966), de Richard Brooks.

¹³ Disponível em: <http://www.killyourdarlingsjournal.com/?post_type=article&p=4985>. Acesso em: 27 de jul. 2013.

¹⁴ Disponível em: <<http://samirchopra.com/2012/09/14/breaking-bad-this-generations-western/>>. Acesso em: 27 de jul. 2013

¹⁵ Disponível em: <<http://romisreviews.com/2011/10/11/breaking-bad-and-the-spaghetti-western/>>. Acesso em: 27 de jul. 2013

¹⁶ Disponível em: <<http://latimesblogs.latimes.com/showtracker/2010/06/breaking-bad-once-upon-a-time-in-the-west.html>>. Acesso em 27 de jul. 2013.

¹⁷ Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/narvinek/>>.

O perfil do *Youtube* narvinek¹⁷, que realiza vários vídeos em tributo a séries de ficção, já há algum tempo faz videoclipes em homenagem a *Breaking Bad* a cada temporada, todos ao som de *The Ecstasy of Gold*, música de Ennio Morricone mencionada anteriormente; enquanto o fã Nicholas O'Brien, em um vídeo postado no *vimeo*¹⁸, reconhece nos planos influências das fotografias feitas por William Eggleston nos anos 1960 e 1970 no árido sudoeste rural do país.

¹⁸ Disponível em: <<http://vimeo.com/23762483>>.

Nota-se que as reflexões do público “de carne e osso” a partir das suas experiências com seriados televisivos vêm sofrendo, hodiernamente, amplo compartilhamento em esferas mediatizadas, hoje em vias de suplantar a escrita como principal referência para as interações sociais (BRAGA, 2010: 76). A partir de tal socialização em larga escala das experiências, a audiência vai encontrando em *Breaking Bad* alusões a elementos do *western* e referências a obras do gênero que não necessariamente foram pensadas na esfera da produção, formando sua própria teia coletiva de relações entre o seriado e suas matrizes.

Tanto esses câmbios no modo de socializar as vivências de apreciação quanto as próprias mudanças pelas quais as séries americanas vêm passando nos últimos anos têm ampliado o horizonte de expectativas do público, reconfigurando suas competências de recepção. Aqui, é necessário pontuar que o *western* e outras matrizes presentes em *Breaking Bad* já foram incorporadas em séries de canais *premium*. Já citamos *Deadwood*, mas a apropriação da tragédia na cultura estadunidense através de um herói gângster vem de *The Sopranos* e *The Wire*, também da HBO. Já a fábula, centrada em alguém inconspícuo entrando para o tráfico, é partilhada com *Weeds*, da Showtime.

Mesmo nos canais abertos ou básicos de cabo, os horizontes de expectativa já vinham sido rearranjados desde produções como *Hill Street Blues*, com seus personagens tridimensionais e moralmente falhos; ou *Dallas*, que consolidou a possibilidade de tramas altamente continuadas em séries dramáticas do horário nobre. De tal modo, quando das estreias de *Lost*, *24* e *Desperate Housewives*, suas ousadias formais já não impediram uma grande audiência, que vinha socializando amplamente suas experiências a partir de séries anteriores de igual ou maior ousadia formal.

Certamente, a própria segmentação contemporânea do público que mencionamos algumas páginas atrás também pesam sobre o modo como *Breaking Bad* reconfigura o *western*. Conforme argumentamos, tal fragmentação ampliou o espaço para produções de nicho e para reconfigurações genéricas. Atualmente, os modos de assistir vêm sofrendo câmbios tão intensos quanto os de socializar o que se assiste. Pesam para isso a emergência de plataformas de *streaming* como *Netflix* e *Hulu*; o novo fôlego que têm tomado as tecnologias digitais de gravação doméstica, que vinham esmaecendo desde que o VHS caiu em desuso; e a transformação de DVDs e Blu-Rays em objetos de culto valorizados pelos conteúdos extras, já que ver a série novamente se torna um feito com cada vez menos obstáculos, dadas as possibilidades legais e ilegais de *download*.

Esses modos alternativos de assistir às séries são especialmente apreciados por setores que valorizam rituais de consumo através dos quais se possam diferenciar do resto do público. Ou seja, por audiências muito ligadas a produtos considerados *cult*, cujos principais elementos, segundo Johnson (2005), são: a hermenêutica perpetuada, ou a continuidade de tramas que perduram por toda a temporalidade do seriado, o que ocorre em *Breaking Bad*; o intenso apelo a nichos específicos e a construção de ambientações ricas e imersíveis, sendo esses dois últimos elementos típicos do *western*.

¹⁹ Na introdução, já informamos que *Breaking Bad* é produzida conjuntamente pela High Bridge Entertainment, a Gran Via Productions e a Sony Pictures Television.

A série não é produzida pela AMC, apenas comissionada e distribuída¹⁹ por ela. Deste modo, a emissora não lucra com a distribuição em canais estrangeiros, plataformas *online*, venda para reprises em outras emissoras, produtos associados,

DVDs e Blu-Rays etc., e sim o consórcio responsável pela produção. Dá-se assim que o recurso a uma matriz como o *western* e a tramas continuadas, de especial apelo para um público “cult”, interessado em consumir produtos associados e a ver/rever a ficção em outras plataformas, prova-se lucrativo para o consórcio produtor, fazendo com que o trabalho ainda valha a pena para ele do ponto de vista financeiro.

Prolongamentos críticos

Esperamos ter demonstrado neste breve exercício de análise como todas as mediações apontadas por Martín-Barbero (2006) são relevantes para compreender como *Breaking Bad* reconfigura o *western* enquanto gênero: a violência que marca a série não poderia existir fora desse contexto institucional, e a própria reconfiguração genérica não ocorreria não fosse a influência de novos rituais de consumo, bem como de uma nova cultura produtiva. Cultura que permite que o seriado invista em longas tomadas do deserto, com muito da ação se desenvolvendo em planos americanos ou gerais e com tanto foco na performance dos atores. Investir nessa cultura de produção, por sua vez, sobretudo para um canal cuja principal fonte de renda são os anunciantes, seria impossível se não houvesse um público aficionado com a experiência socializada de assistir séries em canais *premium*.

Assim, reforçamos que um gênero não pode ser compreendido como um mero conjunto de marcas textuais. Numa ótica culturalista, isso se dá porque é crucial entender sua vinculação com as culturas nas quais se origina e é praticado e como diversos determinantes operam sobre ele. Numa perspectiva estética, porque se faz necessário dialogar a unicidade da obra com o que ela tem de convencional. Em ambas, pela necessidade de historicização do olhar. A cabo da análise, notamos que os pontos nos quais *Breaking Bad* mais rompe com as convenções do *western* (é uma história sobre tráfico, envolve disputas com os cartéis mexicanos, se passa no século XXI) são os mesmos em que é mais convencional (é apoiada no binômio lei/fora-da-lei, aborda a questão da fronteira, incorpora temáticas do seu tempo). Assim, ao invés de buscar como ela rompe mais ou menos com o gênero, cabe perguntar como ela o reconfigura.

Referências Bibliográficas

ARISTÓTELES. *Poética*. Tradução, prefácio, introdução, comentário e apêndices de Eudoro de Sousa. 7.ed. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2003.

AUSTER, Al. HBO's approach to generic transformation. In: EDGERTON, Gary R.; BRIAN, G. Rose (Org.). *Thinking outside the box: a contemporary television genre reader*. Lexington: University Press of Kentucky, 2005, p. 226-246.

BAKHTIN, M. M. Forms of Time and of the Chronotope in the Novel. In: M. Holquist (Ed.) *The Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press, 1981.

BORELLI, S. H. S. Telenovelas brasileiras: balanço e perspectivas. *São Paulo em perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 29-36, jul./set., 2001.

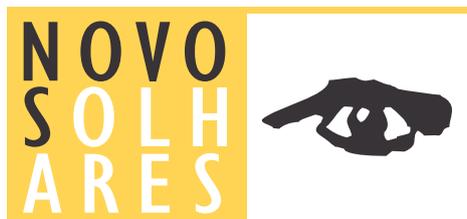
BRAGA, J. L. Experiência estética & mediatização. In: LEAL, B.; MENDONÇA, C. C.; GUIMARÃES, C. (Org.). *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 73–87.

CARDOSO FILHO, J. Inflexões metodológicas para a teoria do uso social dos meios e processos de mediatização. In: MATTOS, M. A.; JACKS, N.; JANOTTI JÚNIOR, J. (Org.). *Mediação & Mediatização*. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 171-191.

- CAWELTI, J. G. The Concept of Formula in the Study of Popular Literature. *The Bulletin of the Midwest Modern Language Association*, Chicago, v. 5, n. 2, p. 115-123, 1972.
- FREIRE FILHO, J. Os estudos culturais e os deslocamentos do domínio estético. In: LEAL, B.; MENDONÇA, C. C.; GUIMARÃES, C. (Org.). *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 105-127.
- FRYE, N. *Anatomy of Criticism: Four Essays*. Princeton: Princeton University Press, 2000.
- GOMES, I. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. *Famecos*, Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 111-130, jan./abr., 2011.
- JARAMILLO, D. AMC: Stumbling Toward a New Television Canon. *Television & New Media*, Thousand Oaks, v. 14, n. 2, p. 167-183, 2013.
- JOHNSON, C. Quality/Cult Television: The X-Files and television history. In: HAMMOND, M.; MAZDON, L. (Org.). *The Contemporary Television Series*. Edimburgh: Edimburgh University Press, 2005, p. 57-71.
- JOST, F. O que significa falar de “realidade” para a televisão? In: GOMES, Itania (Org.). *Televisão e Realidade*. Salvador: EDUFBA, 2009, p. 13-30.
- MARILL, A. *Television Westerns: six decades of sagebrush, sheriffs, scalawags and sidewinders*. Lanham: The Scarecrow Press, 2011.
- MARTÍN-BARBERO, J. Pistas para entre-ver meios e mediações. In: _____. *Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. 4ed. Rio de Janeiro: EDUF RJ, 2006, p. 11-21.
- MITTEL, J. *Genre and Television: From cop shows to cartoons in american culture*. New York: Routledge, 2004.
- O'CONNOR, J.; ROLLINS, P. Introduction: the West, Westerns and the American Character. In: _____ (Org.). *Hollywood's West: the american frontier in film, television & History*. Lexington: The University Press of Kentucky, 2005, p. 1-34.
- PAREYSON, L. *Os problemas da estética*. 2ed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- PEARSON, R. The writer/producer in american television. In: HAMMOND, M; MAZDON, L. (Org.). *The Contemporary Television Series*. Edimburgh: Edimburgh University Press, 2005, p. 11-26.
- RIMMON-KENAN, S. *Narrative fiction: contemporary poetics*. 2ed. London: Routledge, 2002.
- SANTO, A. Para-television and discourses of distinction: the culture of production at HBO. In: LEVERETTE, M; L. OTT, B.; BUCLKEY, C. (Org.). *It's not TV: watching HBO in the post-television era*. New York: Routledge, 2008, p. 19-45.
- SMITH, A. N. Putting the Premium into Basic: Slow-Burn Narratives and the Loss-Leader Function of AMC's Original Drama Series. *Television & New Media*, Thousand Oaks, v. 14, n. 2, p. 150-166, 2013.
- SÜSSEKIND, P. Peter Szondi e a filosofia da arte. *Poiésis*, Rio de Janeiro, n. 11, p. 35-43, 2008.

TODOROV, T. *Introdução à literatura fantástica*. 3ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

WILLIAMS, R. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.



Volume 2 - Número 2

2º SEMESTRE DE 2013

A POLÍTICA E A ESTÉTICA EM LIXO EXTRAORDINÁRIO: DANO, DISSENSO E DESIDENTIFICAÇÃO

ANGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES E GUSTAVO SENNA

ACELERAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES: MARCAS DA TECNOLOGIA DIGITAL PARA ALÉM DA IMAGEM CINEMATOGRAFICA

LIANA GROSS FURINI, ROBERTO TIETZMANN E VANESSA VALIATI

O FOLHETIM E A CANÇÃO: A REPRESENTAÇÃO DO NEGRO E DAS IDENTIDADES PERIFÉRICAS NA TELEVISÃO BRASILEIRA

EDUARDO VICENTE E ROSANA SOARES

CONSTRUINDO UM CONCEITO NEODESENVOLVIMENTISTA DE ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: POLÍTICA CULTURAL NA ERA DO NOVO MINC

LEONARDO DE MARCHI

SITES DE REDES SOCIAIS E JORNALISMO: EXPLORANDO A PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS SOBRE A CIRCULAÇÃO JORNALÍSTICA NO TWITTER E NO FACEBOOK

GABRIELA DA SILVA ZAGO

TRANSMIDIAÇÃO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA: CHEIAS DE CHARME EXPLORA UMA NOVA FORMA DE FAZER TELENOVELA

PATRICIA BIEGING

ALFRED SCHÜTZ E A COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES EPISTEMOLÓGICAS E CONCEITUAIS PARA O ESTUDO DAS INTERAÇÕES SOCIAIS

THALES VILELA LELO E LORENA RÚBIA PEREIRA CAMINHAS

LUGAR ABERTO PARA OS AMIGOS: A MÚSICA COMO CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE CULTURAL NA VISÃO DO DOCUMENTÁRIO L.A.P.A (2007)

PÂMELA DE BORTOLI MACHADO

A CONSTRUÇÃO DA VISUALIDADE DA REVISTA SESINHO: CODIFICAÇÃO E DECODIFICAÇÃO EM SEIS DÉCADAS DE HISTÓRIA

SILVIO RICARDO DEMÉTRIO E MARLENE FERREIRA ROYER

O NOVO OESTE AMERICANO: AS RECONFIGURAÇÕES DO WESTERN A PARTIR DO SERIADO TELEVISIVO BREAKING BAD

JOÃO EDUARDO SILVA DE ARAÚJO

ISSN: 2238-7714

apoio:

apoio:

realização:

